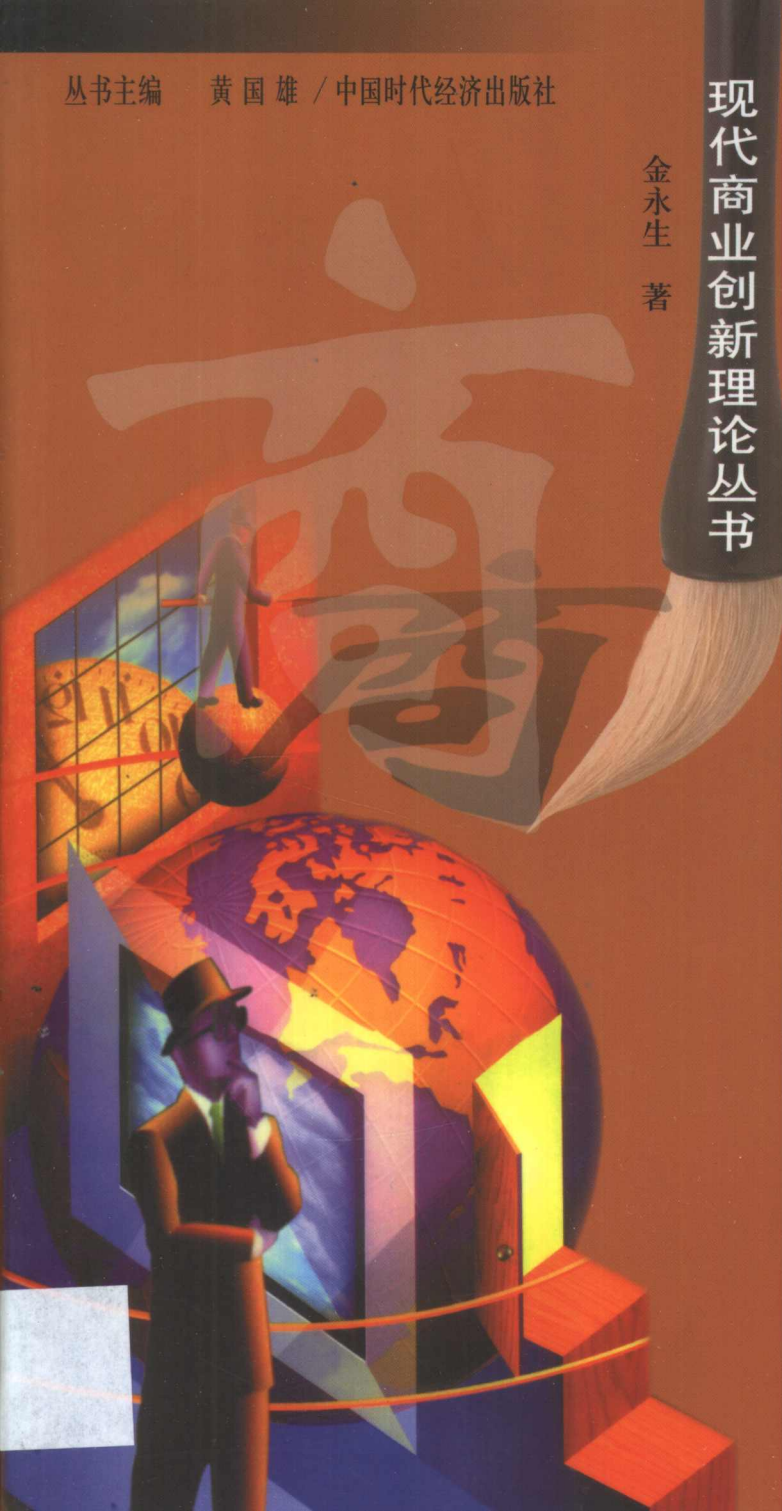


丛书主编 黄国雄 / 中国时代经济出版社

现代商业创新理论丛书

金永生 著

流通产业组织论



流通产业组织论

金永生 著

中国时代经济出版社
(原中国审计出版社)

图书在版编目(CIP)数据

流通产业组织论/金永生著, —北京:中国时代经济出版社, 2002. 4
(现代商业创新理论丛书)

ISBN 7-80064-941-5

I. 流… II. 金… III. 商品流通-产业组织-研究-中国

IV. F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 017526 号

流通产业组织论

作者:金永生

出 版 者	中国时代经济出版社 (原中国审计出版社)
地 址	北京东城区东四十条 24 号 青蓝大厦 11 层东办公区
邮政编码	100007
电 话	(010)88361317
传 真	(010)64066026
发行经销	各地新华书店经销
印 刷	北京昌平百善印刷厂
开 本	850 × 1168 1/32
版 次	2002 年 4 月第 1 版
印 次	2002 年 4 月第 1 次印刷
印 张	13
字 数	290 千字
印 数	1 ~ 3000 册
定 价	24.00 元
书 号	ISBN 7-80064-941-5/F·653

版权所有 侵权必究

现代商业创新理论丛书

编委会

主 任:纪宝成(中国人民大学校长、博导)

副主任:黄 海(经贸委贸易市场局局长)

李金轩(中国人民大学教授、博导)

黄国雄(中国商业经济学会副会长、
中国人民大学教授、博导)

委 员:(以姓氏笔画为序)

王亚星 刘东明 向 欣 任兴洲

纪宝成 宋 刚 李 飞 李金轩

吴冠之 何明珂 张采庆 金永生

侯善魁 陶 珪 黄 海 黄国雄

曹厚昌 路志凌 蔡文浩

主 编:黄国雄

21 世纪是商业的世纪(代序)

黄国雄

《现代商业创新理论丛书》是作者奉献给 21 世纪的礼物。

21 世纪是商业的世纪,我们的时代是商业的时代。

第一,这是历史发展的必然。

尽管我们对时代有种种不同的叫法,什么信息时代、知识经济时代、网络时代等等。但更确切地说我们的时代应该是商业时代,21 世纪将是商业世纪。只要寻找历史发展的轨迹就不难发现:第一次社会

大分工产生农业,第二次社会大分工出现工业,第三次社会大分工诞生商业,社会发展正是沿着这一规律,从农业社会进入工业社会,迎来了商业社会。所谓后工业社会实质上就是商业社会,正如古典经济学家亚当·斯密所指出的一样,只要人人都参与交换,人类就进入商业社会。发达的国家已跨进商业时代的门坎,21世纪全球将迎来商业全球化的曙光。市场经济从本质上说就是交换经济,它根本区别于以分配为核心的计划经济。市场经济通过交换实现社会分工与合作;通过交换来满足彼此对商品和劳务的需要;通过交换来达到社会资源优化配置的目的。当生产发展到一定程度,市场就是决定因素,也就是说当买方市场出现以后,生产能否继续,生产的规模和结构,生产的深度和广度,完全取决于市场的状况,有需求就要生产,多需求多生产,快需求就快生产。没有市场,没有需求,任何一种形式的生产都会造成新的浪费。商业是交换的主体,商业的职能就是从事商品交换、媒介商品交换,一个成熟的市场经济,必须以发达的、完善的现代商业为条件、为依托。市场经济作为全球性的发展趋向,商业也就成为我们时代的特征。

第二,国际竞争力的重要表现。21世纪世界竞争主要表现为商业竞争。

西方学者深刻地指出:“今后改变世界格局的不是战争而是商业。”揭示了商业的发展在未来世界的

重要作用。随着世界经济在全球范围内的建立、发展和完善,商品服务贸易的国际化,商业综合能力将是衡量一个国家国力的基本标志。它既表现为科学技术应用所焕发出来的现代生产力,也表现为有效配置社会资源和充分利用国际资本所表现的综合流通力。战争只是交战双方某一时期力量的对比,它所带来的破坏性和后遗症已被全世界人民所唾弃,霸权既不得人心也无法持久。只有商业的实力(生产力与流通力的统一)才能决定一个国家国际地位及其所产生的影响。流通力不仅自身在创造价值,同时还是生产价值实现的关键。生产什么?生产多少?何时生产不取决于主观愿望,而取决于市场需要、流通能力和商业行为。竞争力一直居于世界前茅的新加坡,不在于生产优势,而在于流通力的强大。我国香港地区之所以成为国际大都市,具有许多城市无法比拟的竞争力,也不在于生产的规模,而在于第三产业的发展。

第三,国际交往的客观需要。

21 世纪国际交往主要表现为商业交往,商业原则就是国际通则。随着经济全球化、世贸组织一体化的进程,商业竞争将逐步取代政治纷争,商业原则将成为处理国际关系的基本准则。21 世纪国际交往主要表现为商业交往。以商业为纽带建立更加紧密的国际合作关系,通过广泛的商业交往、交流和交易,实现国家之间经济合作,技术交流,达到优势互补,不断提

高人民生活水平、推动人类社会共同进步的目的。这是历史发展的潮流,是任何人都无法改变的。而商业原则(亦是市场经济的基本原则)的核心是:平等互利、等价交换、自由过渡、自由贸易。这不仅是处理人与人之间关系的基本原则,也是处理国际关系的基本准则。市场经济是利他经济,商业行为是利他行为,任何一种商品,任何一次买卖行为,如果不首先得到社会承认,能够满足生产或生活的某种需要,就失去存在的价值和发展的条件,不利他就无法达到利己的目的。任何一种商业行为、国际交往必须以满足对方需要为前提,才有合作的基础、交换的可能并实现双赢的目标,才能实现互通有无、资本增值的目的。这也是商场区别于战场,商业竞争不同于战争的根本标志。“无商不奸”、“无商不诈”这不是商业的本质,是商人道德堕落的结果和个人欲望盲目扩张在商业行为的丑陋表现。

第四,消费水平提高的内在要求。

21 世纪的消费方式完全取决于商业形式。如果说农业社会上是人类社会生存的一种形式,如何通过自给自足,实现生存的条件,达到生命延续的目的,而工业社会就是一种经济发展的模式,采取不同的产业政策,寻求不同的发展道路,实现社会进步的共同目的;那么现代商业就是一种生活方式、消费模式,它从多方面制约和影响现代消费的内容和质量。第一,

商业是现代人类生活质量的标志,是生活内容的重要表现,从商品的品种和质量、服务的形式和方式、网点的布局 and 业态,从多层次、多方位反映人们生活质量的深度和广度。第二,商业在改变人们的消费观念,引导生活质量的不断提高。通过消费信贷、分期付款、广告宣传、产品展示等形式,引导人们改变观念,提前消费,达到启动市场、拉动生产的目的。第三,商业在丰富人们的生活内容,通过拓宽服务领域、增加服务内容,扩展以旅游、健身、娱乐、庭院、野外等生活为内容的消闲经济,为人们提供丰富多彩、健身健心的业余文化生活。第四,商业在改变人们的生活方式,通过汽车电影、汽车银行、自动售货、网上购物和 24 小时营业等,提供了多种消费形式和生活方式,满足不同档次、不同阶层的消费需要。

21 世纪的商业是现代商业。现代商业就是大商业、大市场、大流通的观念,是传统商业与现代商业的统一,是商品与服务的统一,是数量商业与素质商业的统一:第一,它不只是商业企业和自然人的个体行为,而是所有商业主体(独立商业和厂商)、组织商品和劳务流通的全过程,是社会整体商业组织的协调。第二,它不仅仅是部门经济行业性的经济行为,而是国民经济运行的有机整体,“是商品所有者全部关系的总和”(马克思语),关系到每一个部门的经济利益和经济效益。第三,它不仅是一种发达的交换形式,

而是商品交换的全体,是整个商品生产、商品流通的组织者和决策者。第四,它不是发达国家的专利,而是所有国家存在的共同现象。它在国民经济发展中的作用,取决于社会对商业尊重的程度、开拓的深度和广度。第五,它不是独立商人的买卖行为,而是所有生产者和经营者都要经历的经济过程。所有企业行为最终需要表现为商业行为。只有出售商品或劳务,才能实现价值,为企业的生存和发展创造条件。

我国晚清学者郑观应曾经指出:“商理极深,商务极博,商心极密,商情极幻”,揭示了商业活动的特点和复杂的经济过程。由于我国商品经济不发达,加上长期受到轻商思想的影响和“左”的干扰,不仅忽视对“商情”、“商心”的研究,没有对商务过程进行系统、全面地研究,也无视对“商理”的探讨,揭示商业活动的内在规律和商业产生和发展的必然过程。传统的商业经济学及其相关著作,多停留在对现行商业政策的诠释或实践的总结。商业理论的贫困必然导致贫困商业。面对着未来的商业社会,所要研究的内容非常广泛,本丛书作者试图从商品商业、服务商业等方面的探索填补商业理论研究的一点空白。如果能做到这一点,也就没有白费作者的心血,也不辜负中国审计出版社对出版这套丛书所付出的艰辛。

理论研究是没有禁区的,但理论创新需要冲破种种禁区,需要一批勇敢的探索者,去探索前人没有涉

及的领域,提出自己独到的见解,形成一家之说,科学才会兴旺,理论才能发展。但是,应该看到,任何一种理论的提出和创立,都不可能是完全正确的,系统全面的。因此,本丛书的特点:一是力求适应商业社会的发展需要,逐步填补社会对商业理论研究的不足,以商业通则和国际惯例为指导,结合我国现实情况,探索在新的形势下商品流通的特点、规律和存在形式,针对我国商品流通、商业活动存在的问题,提出一些见解、设想和对策,有一定的可操作性和参考价值。二是力求在观点、体系和结构上有所突破,力图对从计划经济向市场经济转轨过程中的商业现象做出新的解释。因此,选题的重点不在于理论的完善、结构的系统,而在于创新和独到见解,哪怕是一个观点、一种见解、一个章节都是自己研究的成果,做到独到、创新和发展,都可以达到选题的标准。三是丛书作者都是经济学博士,甚至是同学科全国学术的带头人,即使个别刚跨出校门的博士生,也是学生的佼佼者,学术研究成果颇丰,他们各有所长,形成本丛书的作者群体,使丛书具有系统性、科学性和可读性,有较高的社会价值,值得一读。四是丛书第一批主要有:《交换经济论》、《商业制度创新论》、《国家经济安全与流通》、《物流系统论》、《分销通路设计——商品分销体系建立与创新》、《农业产业化与农产品流通》、《政府采购制度创新》、《网络营销》、《流通产业组织论》、《企

业失败研究》等 10 本,计划 2001 年出齐。并做好第二批丛书的出版和发行的准备工作。

理论的探索同样存在风险,其风险在于本身的谬误、片面和不成熟,总要经历否定——肯定的过程。这个过程需要同行的支持、帮助、批评和指正。可以说,这套丛书不论哪一本都存在这样或那样的问题甚至错误,但是如果能在商业理论研究这一平静的湖上激起一层涟漪,引发社会注意,得到同行的批评与指正,达到抛砖引玉的目的,就实现了本丛书编辑出版的意图。

作者前言

2001年岁末年终,新闻媒体披露了两个重大的消息,一是沃尔玛零售集团将荣登2001年《财富》杂志评出的全球最大500家公司之首,成为世界收入第一的大公司,该公司在2001年的总收入为2200亿美元,不仅创下本公司的最高纪录,而且也一举超过了目前排名第一的埃克森石油公司;二是美国第二大零售企业凯马特公司申请破产保护,继美国知名企业安龙公司不久前申请破产保护之后,长期以来因经营不善而陷入困境的凯马特,也依据《破产法》第11章有关规定,正式向位于芝加哥市的伊利诺伊州北区联邦法院申请破产保护。这两则消息均与流通有关。

谁能想到,20多年前当沃尔玛还未坐上全球零售业霸主宝座的时候,它曾在暗地里偷学别人的生意经?谁又能想到,这个“别人”恰恰是刚申请破产保护的凯马特?

进入21世纪,随着经济全球化趋势的强化和国际市场竞

争的激烈,各个国家均在不同程度地通过大力发展流通业,以适应经济全球化的要求。经济全球化是世界经济发展的必然结果,也是流通产业发展的有力支撑,21 世纪必将是流通的世纪。对流通产业组织的研究,有助于正确把握流通产业的竞争和垄断问题,为制定正确的流通产业政策提供理论依据。

一般认为,产业理论的系统研究发端于 20 世纪 30 年代的哈佛大学,而现代产业组织理论的渊源可追溯到亚当·斯密 1776 年发表的《国富论》,最先形成了完全竞争和完全垄断的产业组织理论,是竞争和垄断作为对立物而存在。1933 年张伯伦和罗宾逊分别发表了《垄断竞争理论》和《不完全竞争经济学》,提出了垄断竞争和寡头垄断产业组织理论,填补了完全竞争和完全垄断两极之间的空白,标志着现代产业组织理论初步形成。“马歇尔冲突”激起了一代经济学家对有效竞争的研究与探索,并形成了一批研究成果。1959 年,贝恩在《产业组织》一书中建立了以市场结构、市场行为和市场绩效为基本框架的产业组织理论体系,标志着现代产业组织理论的正式形成。

20 世纪 80 年代以来,产业组织理论逐渐为我国的经济学界所了解,并形成了不少的研究成果,但对流通产业组织的研究仍显薄弱。

本书共分为六章,第一章探讨了产业组织理论的演变及其框架体系,第二章对流通产业的市场结构与市场类型进行了相关的研究,第三章则对中国流通产业组织进行了系统的分析,第四章及第五章对中国流通组织结构及演进进行了深入的探讨,第六章的研究重点是新经济形态下的流通组织变革。附录部分对我国创建综合商社这一新型流通组织作了初步的探索。

在第一章中,作者通过对产业、产业组织等基本概念的探讨,对流通产业组织进行了初步的分析。与对“产业”有不同的理解和定义相联系,中外理论界对“产业组织”的概念也有不同的理解和诠释。笔者认为就流通组织而言,它是指流通产业内部各企业相互关系所构成的组织结构状态及其发展变化过程。流通产业组织可分解为两个层面:一是流通主体,二是流通产业内的企业关系架构。流通产业组织作为流通产业内部企业与企业之间的关系架构,与流通企业组织是两个不同层次的概念。流通企业组织和流通产业组织是两个密切相关,具有某种同一性的范畴,流通产业组织是流通企业组织(自组织)变化的结果。

在第二章中,作者通过对流通产业市场结构与市场类型的规范分析与研究,认为流通产业市场结构是指流通产业内部企业间以及企业和消费者之间关系的特征和形式,其中心内容是竞争和垄断的关系。决定流通产业市场结构的基本因素主要包括流通产业市场集中度、流通产业进入与退出壁垒、流通产业规模经济水平及流通产业企业行为的差别化。此外,企业和产业发展、市场变化、经济发展等也对流通产业结构产生影响。流通产业市场结构的计量方法,包括以产品为基准的计量方法,以绩效为基准的计量方法和以流通产业内企业组合为基准的计量方法。通过规范分析,可以将流通产业市场结构的典型形态归纳为完全竞争性市场结构、完全垄断型市场结构、垄断竞争型市场结构和寡头垄断型市场结构等四种形态。

迄今为止,笔者尚未发现有学者对中国流通产业集中度进行测算,本书第三章对此进行了系统的研究和测算,作者认为,流通产业组织适度规模的决定性因素是技术与市场。中

国流通产业组织集中度低,企业规模小,其增长模式仍然属于粗放型,在零售业中,经过测算的 CR4、CR8 和 CR100 指标分别只有 0.57、0.81 和 2.81,就我国目前的流通产业发展状况而言,要解决流通产业过度进入的问题,应加强流通的行业管理,鼓励并购,通过改革消除地方市场分割的微观基础。研究表明:西方国家在从自由竞争走向垄断竞争的过程中,曾经出现过程度不同的产业组织分散化的问题。中国流通产业的现实表明,产业组织分散化是流通业发展的一个必然阶段,也是流通产业组织成长的阶段性表现。

本书的第四章及第五章实际上是一个整体,作者通过实证分析,对中国流通组织结构及演进作了系统的研究。作者认为,中国 50 年来,流通组织形式的演变反映了科层组织与市场机制此消彼长、相互替代的过程,其实质是试图以低交易费用选择流通组织形式,无论是从 20 世纪 50 年代以科层组织取代市场机制,还是 20 世纪 80 年代以后重新发挥市场作用并创建新型的流通组织,其间虽然有各种原因及因素影响,但从总体上看,这些组织形式的变化均与交易费用有关。

就中国的物流产业发展而言,其发展特征表现:企业物流是全社会物流活动的重点,专业化物流企业开始涌现,多样化物流服务有一定程度的发展,物流基础设施和装备发展初具规模,与西方发达国家相比,中国物流尚处在起步发展阶段;就批发产业而言,1979 年以来,由于体制调整和政策环境的变化,原作为流通体系和市场网络中心的批发产业受到猛烈的冲击,处于生产企业和零售企业的“双重挤压”之中,陷入较为困难的境地,在这一关键时期,批发商需要从制度、组织、经营方式等多方面进行创新,并充分发挥其功能,进一步拓展批发产业的发展空间。为此,批发产业应从以下几个方面进行