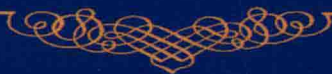


XINJINGJI  
XINGTAI YU LIUTONG ZHILI  
GUIZE



# 新经济形态与 流通治理规则

艾家凯 / 主编

新经济 新消费 新流通 新模式 新规则



法律出版社  
LAW PRESS · CHINA

XINJINGJI  
XINGTAI YU LIUTONG ZHILI  
GUIZE



# 新经济形态与 流通治理规则

艾家凯 / 主编



法律出版社  
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

新经济形态与流通治理规则 / 艾家凯主编. -- 北京:  
法律出版社, 2018

ISBN 978-7-5197-2810-6

I. ①新… II. ①艾… III. ①中国经济—经济建设—  
研究 IV. ①F124

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第241050号

新经济形态与流通治理规则  
XINJINGJI XINGTAI YU LIUTONG ZHILI GUIZE

艾家凯 主编

策划编辑 沈小英  
责任编辑 刘莹 张泽华  
装帧设计 刘亚非

出版 法律出版社  
总发行 中国法律图书有限公司  
经销 新华书店  
印刷 北京博海升彩色印刷有限公司  
责任校对 马丽  
责任印制 吕亚莉

编辑统筹 财经法治出版分社  
开本 787毫米×1092毫米 1/16  
印张 14.5  
字数 240千  
版本 2018年12月第1版  
印次 2018年12月第1次印刷

法律出版社 / 北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

网址 / [www.lawpress.com.cn](http://www.lawpress.com.cn)

投稿邮箱 / [info@lawpress.com.cn](mailto:info@lawpress.com.cn)

举报维权邮箱 / [jbwq@lawpress.com.cn](mailto:jbwq@lawpress.com.cn)

销售热线 / 010-83938336

咨询电话 / 010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

全国各地中法图分、子公司销售电话:

统一销售客服 / 400-660-6393

第一法律书店 / 010-83938334/8335

西安分公司 / 029-85330678

重庆分公司 / 023-67453036

上海分公司 / 021-62071639/1636

深圳分公司 / 0755-83072995

书号: ISBN 978-7-5197-2810-6

定价: 68.00元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

规范流通  
促进发展

江平

戊戌年秋

江平：中国政法大学原校长

## 编委会成员

- 顾 问 / 江 平 中国政法大学原校长
- 主 编 / 艾家凯 中国市场学会流通专业委员会主任
- 成 员 / 王公义 司法部司法研究所原所长
- 马龙龙 中国人民大学流通研究中心主任 博士研究生导师
- 孙选中 中国政法大学商学院创始院长 博士研究生导师
- 吴高盛 全国人大常委会法制工作委员会立法规划室原主任
- 秦永楠 中国经济体制改革研究会管理科学研究所原所长
- 聂玉声 新经济形态“O2O+F2C+CF2”模式创始人
- 杨 莉 第十二届全国人大代表
- 潘鹏飞 金色财经网编辑

## 出版前言

2018年是我国改革开放40周年的纪念之年，是贯彻党的十九大精神的开局之年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年。我们要在党的十九大精神指引下，坚持稳中求进工作的总基调，统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局；坚持以供给侧结构性改革为主线，稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险，创新和完善消费机制体制，推动流通领域质量变革、效率变革和动力变革，把我国流通变革推向深入。

在新经济领域，如何高效、有序、高质量地发展我国多种经济形态，让各种经济形式的流通变得更加顺畅、有规律、合理、合法、守规矩，不致于让流通出现堵塞、直销变成传销、流通变成灰色产业链，撞库拖库，最终走上违纪、违法甚至犯罪的道路。我们要同流通和流通企业一道，光明正大地一同步入国家经济发展的快车道，齐心协力，拧成一股绳，适应并参与到国家正在发展的经济建设中来，为流通、流通企业和国家经济建设服务。

党的十九大明确指出：要完善促进消费体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用。过去的、旧有的传统消费，已不再适应新经济条件下的市场需求，代之而起的新经济形态、新型消费模式、支付模式，应运而生、乘势而起，大有取传统消费而代之之势。

这是新经济条件下广大群众的消费需求和必然选择。这是一种经济潮流，一种普众化的消费趋势，这种经济潮流和消费趋势决定着国家经济命脉的走向。我们只有顺应这股潮流，跟着这股潮流和趋势走，也就是跟着市场走、跟着需求走，才能把握流通行业的动态、市场需求和发展规律，监管好、维护好这种普众化的消费潮流，让其在新经济条件下有序、守规矩地运行，完善流通领域的发展模式。

艾家凯

2018年3月19日

# 目 录

## 第一部分 ▲ 新经济

<b>第一章 认识新经济</b> .....	003
一、新经济形态的概念 .....	003
(一) 新经济的源起和发展 .....	003
(二) 发展新经济的必要性 .....	004
二、新经济的历史机遇 .....	006
(一) 旧动能被替代需要新经济补位 .....	007
(二) 新经济流通领域的现状 .....	007
三、新经济形态与传统经济模式的差异 .....	010
(一) 知识与科技成为新经济的核心要素 .....	011
(二) 高科技是新经济发展的重要推手 .....	012
四、互联网成为新经济发展的重要依托 .....	012
(一) 打破经济运行界限 .....	012
(二) 市场失灵发生概率降低 .....	013
(三) 经济运行环境优化 .....	013
<b>第二章 新技术带来新动能</b> .....	014
一、新经济六大新形态 .....	014

(一) 数字经济 .....	014
(二) 智能经济 .....	014
(三) 绿色经济 .....	015
(四) 创意经济 .....	015
(五) 流量经济 .....	016
(六) 共享经济 .....	016
二、新经济核心技术构成 .....	016
(一) 云计算 .....	017
(二) 大数据 .....	019
(三) 人工智能 .....	022
三、新经济驱动新变革 .....	025
(一) “共享+平台”降低经济运行成本 .....	025
(二) 消费需求新特征推动企业形式变动 .....	025
(三) “平台+共享”实现资源集聚降低总体成本 .....	025

## 第二部分 ▲ 新消费

<b>第三章 新消费需要新思想</b> .....	029
<b>第四章 新常态背景下国家经济态势分析</b> .....	031
一、当前经济分析概述 .....	031
二、国家经济运行态势 .....	034
<b>第五章 消费驱动创新</b> .....	041
一、消费群体创新 .....	041
(一) 消费群体现状 .....	041
(二) 消费群体变化趋势 .....	043



二、消费类型升级 .....	044
(一) 消费类型现状 .....	044
(二) 消费类型发展趋势 .....	047
三、消费渠道多样 .....	051
(一) 线下渠道将转型升级 .....	051
(二) 移动网购爆发式增长 .....	052
(三) 农村网购潜力巨大 .....	052
(四) 跨境电商保持增长 .....	052
四、消费方式多样 .....	053
(一) 信用消费发展现状 .....	053
(二) 信用消费空间广阔 .....	054
(三) 协同消费将呈多元化发展 .....	054
五、零售领域创新 .....	055
(一) 线上线下融合新业态 .....	055
(二) 多业态跨界协同趋势明显 .....	055
(三) 社交化场景化模式成主流 .....	056
(四) 重构智能高效供应链体系 .....	056
(五) 社区商业进入黄金发展期 .....	057
(六) 直销行业快速增长 .....	057
(七) 移动支付场景加速普及 .....	057
(八) 无人商店快速发展 .....	058

## 第三部分 ▲ 新流通

<b>第六章 流通业碰上新消费 .....</b>	<b>061</b>
一、消费增长稳中趋缓 .....	061
二、消费市场持续升级 .....	063

(一) 刚需商品消费贡献下降 .....	063
(二) 耐用商品消费亮点突出 .....	064
(三) 绿色健康消费深入人心 .....	065
(四) 高端消费开始缓慢复苏 .....	065
(五) 个性定制消费备受青睐 .....	066
三、零售行业出现分化 .....	067
(一) 网络零售快速发展 .....	067
(二) 传统业态发展出现分化 .....	068
四、物流水平有待提高 .....	069
(一) 物流行业效率较低 .....	069
(二) 企业经营成本较高 .....	070
(三) 企业经营方式落后 .....	070
(四) 行业利润不足 .....	071
(五) 行业进入政策红利期 .....	071
五、支付安全存在隐患 .....	071
六、数据权限急需规范 .....	072
七、信用体系尚未健全 .....	073
八、电商弊端难以消除 .....	073
(一) 假冒伪劣治理难 .....	073
(二) 包装垃圾不断累积 .....	075

## 第七章 未来“流”向 .....

一、大数据助力技术创新 .....	077
(一) 数据孤岛逐渐被打通 .....	078
(二) 大数据成为企业重要的资产和资源 .....	078
(三) 大数据促进企业产业大发展 .....	079
(四) 大数据促进人工智能发展 .....	080
(五) 大数据助力智慧城市建设 .....	080
(六) 大数据安全机遇和挑战并存 .....	081

(七) 机构参与大数据人才培养 .....	081
二、云计算技术引领创新 .....	082
(一) 企业广泛应用云计算平台 .....	082
(二) 行业云快速发展 .....	083
(三) 政务云计算平台集中建立 .....	084
三、区块链技术重构信用体系 .....	085
四、VR技术构建虚拟现实 .....	086
(一) 突破技术壁垒, VR实用性明显增强 .....	086
(二) VR技术在休闲娱乐产业大有可为 .....	086
(三) VR技术为网络零售带来新机遇 .....	087
五、5G网络助推移动端应用加速 .....	087
(一) 5G网络助推无人驾驶实现 .....	088
(二) 5G推动物联网发展 .....	088
六、无人驾驶技术掀物流变革 .....	089
七、3D打印技术重构物流仓储模式 .....	090
<b>第八章 制度创新保障技术创新 .....</b>	<b>092</b>
一、加快建立法律法规体系, 规范、引导流通领域创新发展 .....	092
(一) 流通领域立法目的与原则 .....	092
(二) 明确执法机制, 落实执行相关法律 .....	093
(三) 流通领域应具有紧急执法权 .....	094
二、关注流通领域创新趋势, 加强关键技术领域布局 .....	094
(一) 加速推进技术进步 .....	094
(二) 跟踪国际前沿产业动向 .....	094
三、重视数据资源的法制化管理, 明确存储、使用权限 .....	095
(一) 建立个人数据信息安全法 .....	095
(二) 明确数据公开、使用权限 .....	096
四、规范区块链行业发展, 防止新兴领域无序生长 .....	096
(一) 建立区块链应用标准化制度 .....	097

(二) 加强对区块链技术可能引发的安全问题研究 .....	097
(三) 加强以行业准入为主的法律监管 .....	097
五、加快建设全国性信用平台, 打造流通创新基础 .....	098
六、加强网络犯罪立法 .....	099
(一) 制定云计算终端使用安全标准 .....	100
(二) 加强云计算终端用户权利保障机制建设 .....	100
(三) 落实云计算产业监管机制 .....	100
七、建立VR产品与数据的法制化监管机制 .....	101
(一) 严格规范VR产品范畴与分级标准 .....	101
(二) 明确责任主体 .....	101
八、引导物流行业创新发展 .....	101
(一) 制定无人机、无人驾驶汽车等行驶规范 .....	101
(二) 推动物流信息化 .....	102
(三) 重点解决农村电商物流问题 .....	102
九、对于欠发达地区电子商务发展, 物流问题的建议 .....	103
十、加强新型人才培养, 夯实流通创新基础 .....	104

## 第四部分 新模式

<b>第九章 认清直销</b> .....	107
一、直销分类与传销 .....	108
二、直销方式的SWOT+PEST矩阵分析 .....	110
(一) 政治环境 .....	111
(二) 经济环境 .....	111
(三) 社会环境 .....	112
(四) 技术环境 .....	112
三、多层次直销的合法性问题分析 .....	113

(一) 以形式与实质相结合认定 .....	113
(二) 新经济形态下应持开放态度 .....	115
四、《直销管理条例》修改建议 .....	115
(一) 将多层次直销纳入监管 .....	116
(二) 适应网络直销的新特点 .....	116
(三) 适当放宽产品范围 .....	117
(四) 放宽分支机构、服务网点限制 .....	117
(五) 放宽销售区域限制 .....	118
<b>第十章 直销步入新时代</b> .....	119
一、直销业态的转型升级与新经济形态行为的演变 .....	119
二、直销企业流通业态的创新与复合型营销体系 .....	123
(一) 直销业的转型与直销企业流通业态的创新 .....	123
(二) 流通企业“新三网合一”的流通业态创新 .....	124
三、直销企业复合型营销体系在新经济形态下的演变 .....	127
(一) 体验经济行为 .....	127
(二) 重体验和轻体验 .....	129
(三) 复合型营销体系中体验经济行为的特点 .....	130
(四) “共享+平台”降低经济运行成本 .....	133
<b>第十一章 直销行业的未来</b> .....	135
一、直销的概念辨析 .....	135
二、新经济形态下“互联网+直销”的创新与治理 .....	135
(一) 线上平台推广 .....	136
(二) O2O 商城消费 .....	137
(三) 实体项目众筹 .....	138
(四) 公益基金 .....	139
(五) 线上消费的厂家直供和消费者自购 .....	139

(六) 线下消费的折扣交易和结算 .....	140
(七) 股权配购和债务对冲 .....	140
三、新经济形态“O2O+F2C+CF2”模式措施建议 .....	141
(一) “O2O+F2C+C2F”模式提出背景 .....	141
(二) “O2O+F2C+C2F”模式说明 .....	142
(三) “O2O+F2C+C2F”模式创新总结 .....	147
(四) “O2O+F2C+C2F”模式诊断分析 .....	148

## 第五部分

<b>第十二章 法商思维助力新经济形态的管理方式</b> .....	151
一、法商思维与新经济形态初期特征相契合 .....	151
二、法商思维促进新经济形态长期稳定发展 .....	153
三、法商思维助力新经济形态未来目标实现 .....	154
四、法商角度对新经济趋势下市场治理的建议 .....	155
(一) 利用法商思维发现新商机 .....	155
(二) 利用法商思维变革企业管理 .....	156
(三) 利用法商思维防控企业风险 .....	156
<b>第十三章 直销规则的改进方向</b> .....	157
一、现行法律 .....	157
二、现行法律的漏洞与不足 .....	158
三、政府对直销产业的制度过度 .....	160
(一) 对企业设立过高的准入门槛 .....	160
(二) 对销售报酬的限定过于严格 .....	161
(三) 区域限制过于严格 .....	161
(四) 产品种类限制过于严格 .....	162

(五) 对新兴商业模式缺乏针对政策 ..... 162

**第十四章 《流通法》立法** ..... 164

一、《流通法》提案 ..... 164

二、新经济形态流通活动的经营者 ..... 165

三、新经济形态流通企业的设立 ..... 166

四、保证金与押金 ..... 167

五、新经济形态流通合同 ..... 168

六、直销 ..... 169

七、争议解决与法律责任 ..... 171

八、附则 ..... 173

## 政策 ▲ 附录

**《禁止传销条例》** ..... 177

第一章 总 则 ..... 177

第二章 传销行为的种类与查处机关 ..... 177

第三章 查处措施和程序 ..... 178

第四章 法律责任 ..... 180

第五章 附则 ..... 181

**《直销管理条例》** ..... 182

第一章 总则 ..... 182

第二章 直销企业及其分支机构的设立和变更 ..... 182

第三章 直销员的招募和培训 ..... 184

第四章 直销活动 ..... 185

第五章 保证金 ..... 186

第六章 监督管理 .....	187
第七章 法律责任 .....	188
第八章 附则 .....	190

**最高人民法院 最高人民检察院 公安部关于办理组织领导传销活动刑事案件适用法律若干问题的意见 .....** 191

一、关于传销组织层级及人数的认定问题 .....	191
二、关于传销活动有关人员的认定和处理问题 .....	192
三、关于“骗取财物”的认定问题 .....	192
四、关于“情节严重”的认定问题 .....	192
五、关于“团队计酬”行为的处理问题 .....	193
六、关于罪名的适用问题 .....	193
七、其他问题 .....	193

**国家市场监督管理总局关于进一步加强直销监督管理工作的意见 .....** 194

一、加强对直销企业、直销员及直销企业经销商、合作方、关联方的监管 .....	194
二、依法查处与直销相关的各类违法行为 .....	195
三、建立健全直销监管工作机制 .....	196

**中华人民共和国电子商务法 .....** 198

第一章 总则 .....	198
第二章 电子商务经营者 .....	199
第一节 一般规定 .....	199
第二节 电子商务平台经营者 .....	201
第三章 电子商务合同的订立与履行 .....	204
第四章 电子商务争议解决 .....	205
第五章 电子商务促进 .....	206
第六章 法律责任 .....	207
第七章 附则 .....	210



第一  
部分

# 新经济

