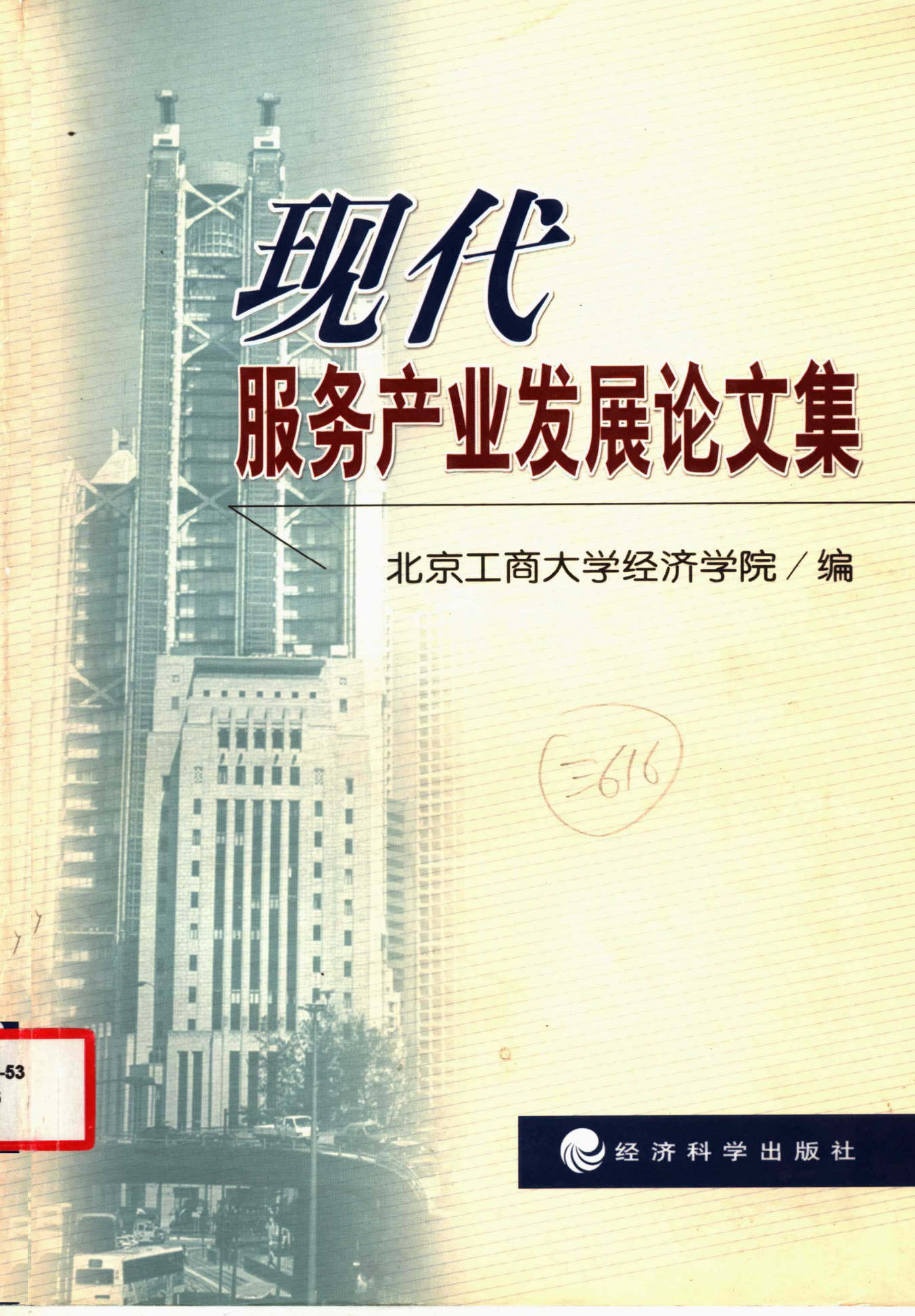




现代 服务产业发展论文集

北京工商大学经济学院 / 编

3616

-53



经济科学出版社

现代服务产业发展论文集

北京工商大学经济学院 编

经济科学出版社

责任编辑：段健英
责任校对：桂裕生
版式设计：代小卫
技术编辑：段健英

图书在版编目 (CIP) 数据

现代服务产业发展论文集 / 北京工商大学经济学院编.
北京: 经济科学出版社, 2004.8

ISBN 7-5058-4345-1

I. 现… II. 北… III. 服务业-经济发展-研究
- 中国-文集 IV. F719-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 068785 号

现代服务产业发展论文集

北京工商大学经济学院 编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100036

总编室电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: www.esp.com.cn

电子邮件: esp@esp.com.cn

天宇星印刷厂印刷

永明装订厂装订

787×1092 16 开 23.5 印张 600000 字

2004 年 8 月第一版 2004 年 8 月第一次印刷

印数: 0001—2000 册

ISBN 7-5058-4345-1/F·3617 定价: 37.60 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录

第一部分 现代产业理论研究

试论零售商业景气波动研究的实践价值·····	李朝辉 (3)
论国有资产管理体制改革的理论和实践·····	廖运凤 (15)
关于国资委圈定的重要行业和关键领域·····	马乃云 (21)
产业结构优化的途径·····	严旭阳 (24)
区域经济:吸引能力与经济发展的实证研究·····	乔云霞 (30)
重视和发挥个体私营协会在中小企业发展中的作用·····	潘 忠 (40)
体验经济刍议·····	郭馨梅 (44)
论简单劳动力劳动供给曲线·····	周清杰 (50)
道路交通拥挤定价的制度分析·····	朱中彬 潘 宏 (57)
突发事件的应对机制	
——国外企业危机管理给我们的启示·····	胡俞越 (65)

第二部分 流通产业理论与政策研究

结构贸易政策是最优的吗? ·····	季 铸 (85)
论我国农产品期货业发展的基础性制约因素 ·····	徐振宇 (97)
我国旅游服务贸易的问题及对策探讨 ·····	朱振荣 (109)
加入 WTO 后我国中小型医疗器械企业的发展 ·····	孟 昌 (114)
发展休闲经济 促进消费升级	
——中国假日经济消费发展报告 ·····	洪 涛 (120)
论休闲消费的特征、发展趋势与企业商机 ·····	耿莉萍 (135)

中国餐饮业从容面对市场开放与竞争	耿莉萍 (141)
------------------------	-----------

第三部分 首都现代服务业发展研究

北京市第三产业内部结构成长效应分析	王琴英 (149)
优化产业集群发展环境,提升企业竞争力	郑兰平 (155)
把北京建设成为中国金融中心的现实选择	汪福安 (158)
试论如何推动北京会展业的发展	王 茜 (163)
北京服务品牌的培育	沈 乐 (168)
北京中小银行利用电子银行扩张的优势及应注意的问题	张忠平 (174)
北京市乡镇企业出口的规模、分布与结构	李时民 (179)
北京:最适合老年人居住的城市 ——关于住房分配的城际比较	赵 泉 (187)

第四部分 金融产业理论与政策研究

寡头垄断与国有垄断:中国金融产业组织结构的经济学分析	杨德勇 (203)
发达国家中小商业银行市场定位的实践及启示	栗书茵 (216)
中小商业银行可持续发展和金融创新研究	秦艳梅 (228)
我国证券市场操纵行为的稽查状况探析	朱振荣 (238)
证券市场操纵行为及其产生原因分析	朱振荣 (242)
投资组合调整问题的一个目标规划模型	李 飞 (247)
论公司债信托对发展我国债券市场的意义	葛红玲 (253)
货币政策有效性实证分析	李宝仁 (259)
中国保险市场的现状、问题与对策研究	王绪瑾 (265)
失业保险与扩大再就业及经济增长	兰新梅 (290)
我国保险税收制度现状与改革对策	李友元 汪福安 (295)
保险公司税收制度的国际比较	许敏敏 (303)
国际保险业的资本市场创新	李 怡 (313)
我国人身保险费收入影响因素协整分析与预测	卓 宇 (327)
我国中小型企业融资再思考	刘肖原 (340)
我国居民住房投资分析	郭文娟 (347)

第五部分 现代服务业人才培养研究

新世纪的商业发展与商学高等教育	徐淳厚 郭馨梅 (355)
关于培养高素质金融专业人才的探讨	刘 毅 (362)

第一部分

现代产业理论研究

试论零售商业景气波动研究的实践价值

李朝鲜

在我国市场经济发展的进程中，一方面客观要求零售商业稳定、持续地发展；另一方面，零售商业的运行又必然、普遍、经常地存在着景气波动。为此，系统、科学地对零售商业景气波动开展分析研究，不仅具有重要的理论意义，而且也有着重大的实践价值。

一、零售商业繁荣稳定和持续发展的必要性

（一）零售商业的性质与特征

零售商业，是批发商业的对称，是指从事点多面广的零星交易，直接向消费者出售商品的商业形式。它既是流通领域最古老的产业，也是流通领域中，最富内涵、最有生气、最具创新性、发展与变革最快的产业。尽管在整个国民经济产业时序划分中，零售商业属于第三产业中的流通部门，但在现代市场经济产业结构序列中，零售商业则应属于基础产业。这是因为：

1. 零售商业具有基础产业的所有基本属性，并集中表现在：

（1）从零售商品的价值构成考察，通过零售商业活动，不仅可以最终实现商品的使用价值和价值，而且能够创造新的价值。任何进入最终消费领域的商品，都既包含商品生产活动和批发流通活动创造的价值，也包括零售交易活动创造的价值。零售环节商品的加价，既要以前零售交易活动新创造的价值为基础，也是零售交易活动新创造价值的外在表现。

（2）从社会生产力的构成内容考察，由于社会再生产过程包括生产、分配、流通、消费各环节，因此，社会生产力也应当是所有这些环节各自能力的有机统一和综合体现。所以，在现代社会化大生产条件下，零售商业的流通能力不仅是整个社会生产力的重要组成部分，而且其能力的大小，最终决定着整个社会生产力的规模和水平，制约着整个社会再生产的运行，影响着全部社会资本的扩张与收缩及其作用程度，从而成为推动新的生产潜能不断扩大并形成现实生产力以创造更大、更多价值的强大力量。

（3）从生产和交换的关系考察，在现代市场经济条件下，交换决定着生产，并成为了生产发展的基础。过去我们一直认为在社会再生产过程中，生产与交换是一种单向因果关系，即生产决定交换，生产什么才能交换什么，生产多少才能交换多少，生产是交换的前提。但

从历史的角度,全面、系统、动态地考察生产与交换的关系,则可以发现:①在生产力水平很低、商品经济不发达的自然经济和半自然经济条件下,在因“短缺”而形成的“卖方市场”上,生产居于主导地位,它几乎完全决定着交换的对象、规模和速度以及商品的流向。②在生产力水平有了一定程度的发展之后,在因社会产品的产销和供求大致相当而形成的“均衡市场”上,生产与交换相互制约、相互促进、互为前提。生产什么与生产多少都必须考虑市场交换的要求;同时,交换也在相当大的程度上仍然受到生产的制约。③当社会生产力达到了相当高的水平,市场经济有了相当程度的发展,在因商品绝对过剩而形成的“买方市场”上,交换对生产起着支配作用,生产什么与生产多少,完全要由交换的要求来决定。我国目前正处于由第二个阶段向第三个阶段加速过渡的时期,因此,以零售为终结的整个商品交换活动的基础地位,必然随着市场经济向广度拓展和深度发掘的进程而逐步得以确立、巩固和强化。

(4)从市场经济的本质考察,市场经济实际上就是以零售商业为基础的交换经济。在市场经济条件下,一切经济活动主体的行为,都是以交换为中心进行的;所有经济利益主体的经济联系,都是通过市场供求、商品购销活动而结成的。没有交换,就没有市场经济。

2. 零售商业具有基础产业的全部主要特征,并集中表现在:

(1)社会性强。一方面零售商业的价值创造过程具有社会性,它也是由零售商品的经营者从事市场零售交易活动的抽象劳动凝结而成的;另一方面,通过市场零售交易活动,既实现了社会产品的价值,又满足了社会消费的需求,体现着生产者与消费者,经销者与购买者之间互通有无、相互实现的社会关系。

(2)关联度高。零售商业“一肩挑两头”,一头是工农业生产部门;另一头是数以亿计的社会集团和居民个人,处于国民经济各部门的结合部和社会再生产产业链的关节点,与其他部门、单位的关联程度极高,对其他行业、企业发展的带动作用巨大。

(3)贡献率大。自1952~2002年的50年间,零售商业的增加值占国内生产总值的比重均在8%以上,在国民经济各行业中,一直稳居第三位;而在第三产业中,则位居第一,其增加值占第三产业增加值的比重一直保持在25%以上。

(4)就业比大。无论是在发达国家,还是在发展中国家,零售商业从总体上讲都仍然属于劳动密集型行业,吸纳的劳动力甚多。我国零售业现有从业人员2000多万人,占整个商业从业人员的42.8%,占全社会就业人员数的2.8%。

(5)不可替代性强。其他部门和单位在社会生产和生活中所处地位和实际作用往往具有一定的可替代性,如农业生产过程可由工业化生产完成(例如畜牧、饲养业),农产食品可由工业产品代替,制衣的棉花可被化纤材料代替,等等。而零售商业在整个社会产品从生产到消费的流线中,却是不可或缺、不能中断的。由于产销在时空上的分离和个体消费需求量的限制,对千百万户家庭和个人购买者都要采取直接的大宗批发销售形式,将是难以想像的;一个国家或地区,可以没有工业,也可以没有农业,但决不可能没有零售商业。

3. 零售商业作为基础产业的具体表现。

(1)零售商业活动是国民经济运行并取得效益的基础。一方面,国民经济运行的规模、速度和质量,归根结底要取决于零售市场可能实现的交易规模、速度和质量;另一方面,整个国民经济活动是否有效益及其效益大小,终究要决定于零售商业活动是否有效益及其效益

的大小。这是因为，一切生产的最终目的都是为了生活消费，而在现代市场经济条件下，绝大部分以至全部消费品要从生产领域进入到消费领域，都必须经过零售市场过渡。实践证明：产品生产领域取得的经济效益，既可能因零售商业的合理调配、勤进快销，而迅速、充分地得以实现；也可能因零售业经营不善，使商品在流通领域中大量积压和损耗，甚至会因不合理的销售而部分乃至全部地丧失其使用价值，进而造成社会劳动成果的浪费和社会再生产的困难。

(2) 零售商业活动是居民生活消费的前提。就我国目前的状况而言，城镇居民的物质性消费，几乎百分之百是通过零售市场实现的；乡村居民通过零售市场才得以进行的商品性消费，平均说来，也已达到 60% 以上。

(3) 零售商业活动是对外交往的基础。在开放的国度里，对外交往最集中、最本质的体现是经济交往；经济交往又主要表现为对外贸易，即商品的进出口；进口与出口又是互为前提、相互制约的，而进口消费品又主要是通过零售交易售出而实现其价值和使用价值的。因此，对外交往的广泛开展，必须建立在零售商业繁荣稳定的基础之上。

(二) 零售商业的功能与地位

1. 零售商业的功能。在社会再生产发展过程中，零售商业的功能在于通过连续不断的商品零售活动，承担起联接产销、媒介供求的职能，以克服零售商品的生产和消费在空间、时间和集散上不断扩大的分离和矛盾，最终实现商品的使用价值和价值。因此，零售商业的功能可以具体化为：

(1) 最终实现商品的使用价值和价值，为社会再生产提供必要条件，促进社会再生产顺利进行。虽然纯粹的商品零售不能创造新的使用价值，但它能够实现商品的使用价值和价值，而仅此一点，对于商品生产的存在和发展，对于商品的最初流转和中间流转，对于整个社会再生产的继续和发展，就具有决定性意义。因为，商品使用价值和价值的实现，直接关系到投入到商品生产中的劳动耗费能否得到补偿，其再生产能否继续，扩大再生产所需的积累能否形成。所以，对商品生产者来说，这是生命攸关的大事。正因如此，马克思把价值的实现称为“商品的惊险的跳跃。这个跳跃如果不成功，摔坏的不是商品，但一定是商品所有者”。^① 而对社会来说，“如果商品卖不出去，就会发生危机”。^②

(2) 节省社会再生产的时间和劳动消耗。在生产社会化条件下，再生产过程是生产过程和流通过程的统一。因此，零售商品流通过程的顺畅与否，是快是慢，不仅关系到其自身劳动耗费的节省，而且也制约着零售商品的上游流通过程的快慢，进而会影响到整个社会再生产运行速度的高低和劳动消耗的大小。所以，只有当零售商业勤进快销、购销两旺、繁荣稳定，才能最终缩短流通过程和生产过程的时间，节省劳动消耗。否则，如果商品在零售环节停留太久，或者不能离开这一环节，或者只能在克服障碍后才能离开，再生产的时间就将无限延长，并造成巨大的浪费。

① 《资本论》第 1 卷，《马克思恩格斯全集》第 23 卷，第 124 页。

② 《剩余价值论》，《马克思恩格斯全集》第 26 卷（Ⅱ），第 581 页。

(3) 实现生产商品化、社会化。从零售商业的发展历程来看,在最初的自给经济条件下,零售商品流通把生产者的剩余产品卷入市场,使之成为商品,进而不断地促使自给生产向商品生产转化,促使商品生产由低级阶段向高级阶段发展,从落后状态走向发达状态;对于发达的商品经济来说,零售商品流通是不断扩大再生产的必要条件。因为,生产愈是商品化和社会化,就愈需要不断扩大再生产,否则生产就将难以为继,从而不断扩大零售商品流通就成为了生产不断扩大的先决条件。此外,对于发达商品经济的形成来说,零售商品流通的功能还在于实现生产商品化和社会化,并扩大其势力范围,促成市场机制在整个社会经济范围内起调节作用。

(4) 实现社会产品的最终分配。零售商品的流通过程,也是实现社会产品分配的过程,它在很大程度上决定着货币流通的运行和信用制度的形成,是社会再生产中货币和资金回流的保证,是实现和满足消费需要的最主要形式,也影响着消费需求和生活方式,并有助于社会商品购买力的扩大和销售、消费信息的传播与反馈,以及社会生活文明程度的提高。

2. 零售商业的地位。零售商业,在整个社会再生产过程中处于联结生产和消费的中介地位。由于经济总体是生产、流通、分配、消费诸要素所构成的有机统一体,而且就再生产过程来看,这些要素构成先后有序的各个环节,首先是生产,然后是分配,再经过流通,最后进入消费。在此,流通,特别是零售商品流通,使生产得以转入消费,既实现了生产为了消费的目的,又实现了商品的使用价值。同时,通过零售商业活动,可以把市场的供求变化、价格变动以及买方和卖方的生产、经营、消费的有关信息传导给生产者、经营者和消费者,使之能够依据这些信息来作出购销决策。

(三) 保持零售商业持续发展和繁荣稳定的历史作用与现实意义

1. 零售商业持续发展的历史作用。

(1) 零售商业的持续发展,是引导自给生产转化为商品生产的先决条件。在自给生产条件下,产品并不作为商品来生产,只是因为卷入了商品流通才变成商品的。而最初的商品流通都是属于零售性质的。生产者一旦和商品流通相接触,使自给生产的剩余产品进入流通领域,生产便开始向商品生产转化。随着商品交换的频繁和扩大,不断地动摇着自给生产的根基。由于生产者生产了商品,通过交换就有了货币收入。为了获得更多的商品去交换货币,就得增加生产。既然开始为交换而生产,就不能不受商品经济客观规律的制约,进而使整个生产逐步扩大乃至完全过渡为商品生产。

(2) 零售商业的持续发展,是商品生产从低级阶段走向高级阶段,从落后状态走向发达状态的決定条件。由于商品生产不可能只是简单再生产,正常的商品生产依照商品经济客观规律的要求,必然要在自己的运行中扩大经营规模,并且通过量的积累和经过不同发展阶段的变化,从低级发展为高级,从简单发展为发达。这种变化和发展,绝对离不开作为商品流通最初形态的零售商业的持续、稳定的变化和发展。零售商业的作用,不仅在于为商品生产的发展提供必要的保证,更重要的是在其发展中起着导向作用。这是因为,商品生产规模的扩大,自然会要求有不断扩展的更大的市场,以便销售更多的商品,进而也就会使商品流通

从毗邻地区的市场扩展到远方市场,从地区市场扩展到全国市场,从国内市场扩展到国际市场。商品生产发展的史实已经证明:只有商品流通持续发展,才有广泛发达的商品联系,并且也只有通过这些商品联系,才能提出明确的、有发展前景和潜力的市场要求,进而引导整个商品生产从简单、落后和分散的状态走向复杂、发达和社会化的状态。

(3) 零售商业的持续发展,是生产社会化条件下商品生产运行的前提和整个商品流通扩大的基础。在生产社会化条件下,商品生产运行与零售商业活动之间关系密切,互为条件,互相影响,互为前提。一方面,零售商业的发展是商品生产必然的继续和前提;另一方面,零售商业的扩大和结构的改善,又是商品生产发展的结果。而从商品流通的历史进程考察,商品流通是从零星、分散的商品交换开始的。零售商业规模的扩大和范围的拓展,才导致了批发商业的产生和发展,进而才形成了整个社会商品的流通局面。

总之,零售商业的持续发展,为商品生产的产生、继续和发展所必要,也对整个社会商品流通的形成和扩大起着决定性的基础作用。

2. 零售商业繁荣稳定的现实意义。

(1) 顺利实现商品的价值,为工农业生产持续发展创造条件。我国社会主义市场经济的发展,要以市场的发展为前提,而零售企业则是市场的主要参与者。在市场上通过购销两旺的零售交易活动,一方面,最终实现了商品生产者创造的商品价值和使用价值;另一方面,将消费者的需求信息及时准确地反馈给生产者,从而为生产的持续发展创造条件。

(2) 更好地满足消费需要,保证广大人民群众生活的逐步改善。由于零售商业网点多、分布广,与消费者联系密切,在零售市场繁荣稳定的条件下,零售商业才能一方面通过及时了解消费者的需求,组织适销对路的商品投放市场,更好地满足消费者的需要;另一方面,也才能通过其正常的业务活动,积极主动地影响和指导消费,诱发消费者新的爱好和新的消费需求,以促进生活水平的提高。

(3) 有效地实现积累和国民收入的分配与再分配。目前,我国工农业企业生产的大部分消费品,是由零售企业来组织销售的。零售企业通过组织商品销售,实现商品的价值,保证积累的实现。在市场经济条件下,国民收入分配采用的是货币形式。货币只有购买到商品,分配才能最终实现。因此,要顺利地实现国民收入的分配与再分配,就需要零售企业及时、稳定、持续地组织商品的供应,使货币转化为相应的使用价值。

(4) 有助于市场的稳定和繁荣。市场稳定,是生产、生活正常进行的必要条件,而零售商业的持续发展和繁荣稳定,则是稳定市场的基础。

二、超越体制和发展阶段的零售商业景气波动的普遍性

零售商业的功能和作用的有效发挥,是以零售商业持续发展和繁荣稳定为前提条件的。然而,从世界各国市场经济的具体运行过程考察,任何经济体制的国家,在其各个发展阶段,也都普遍存在着零售商业景气波动。

作为一个抽象的经济概念,“景气波动”,实际上就是经济变量随着时间的推移围绕其长期趋势不断地从繁荣、扩张滑向萧条、紧缩,又从萧条、紧缩走向繁荣、扩张的一种周而复

始的过程。

零售商业景气波动，则是指零售商业运行中出现的连续不断的上下颠簸起伏的运动过程。其主要特征是：(1) 反复性，即繁荣与萧条交替出现，扩张与紧缩接踵而至，但又不是简单的重复；(2) 复杂性，即零售商业景气波动是由生产、收益、就业、物价、金融、贸易等多种因素共同作用的结果；(3) 波及性，即持续的大面积的零售商业景气波动，势必导致全部流通领域以至整个国民经济的周期波动；(4) 累积性，即零售商业景气波动的峰尖和谷底的出现，是由繁荣和衰退的累积效果产生的。

世界上任何国家的零售商业发展史，都是一部零售商业景气波动史。农耕社会的零售商业发展，主要周期性地受到农作物产量波动的干扰；现阶段的零售商业运行，也时常经历景气波动的困扰。零售商业繁荣和不景气总是轮流惠顾当今这个社会。没有哪个国家敢于夸口说，本国零售商业的发展轨迹永远是一条上升的直线。没有景气波动的国家，只存在于某种理论抽象的世界，它表达的仅仅是一种理想和美好的愿望，或者是某种经济政策追求的最优化目标。实践表明，各国零售商业的发展实绩，都是在周期性波动中实现的。

根据美国经济学家米契尔在其《商业循环问题及其调整》一书提供的数据，世界 17 个发达国家在 1925 年以前的 580 年间，共发生了 166 次商业景气波动循环，平均每 3.5 年发生一次。据以作出概率分布图，进行周期统计分布的考察，也可发现这些国家在这一时期的商业景气波动的周期次数分布非常接近泊松分布曲线，其数学期望值为 3.5 年，也即在 3.5 年上商业景气波动的周期次数分布的频率取一极大值（如图 1 所示）。

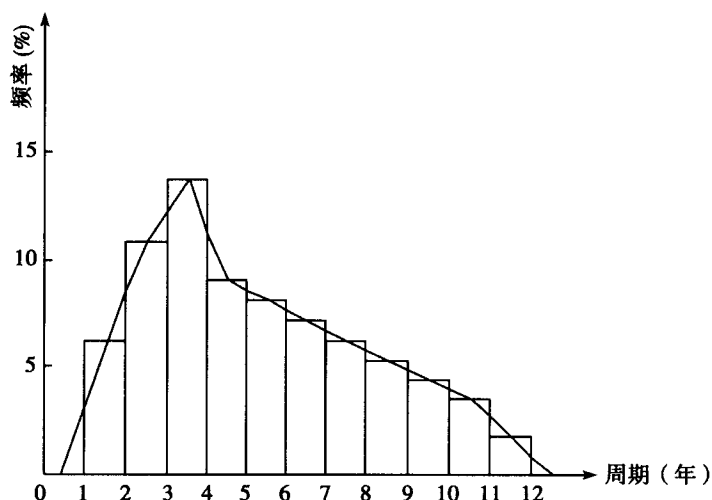


图 1 17 个发达国家商业周期的频率分布图

从 1854 年 12 月～1998 年 1 月，对美国商业周期长度（从峰尖到峰尖）所作的 36 次观察的概率分布如图 2 所示。虽然样本不算太大，存有一定的离差，但仍在 3.5 年的周期上有一频率极大值。

根据日本经济企划厅调查局的“景气动向指数”资料，日本战后的零售商业一共经历了 15 次波动，平均周期为 3.6～3.7 年，其概率分布如图 3 所示。



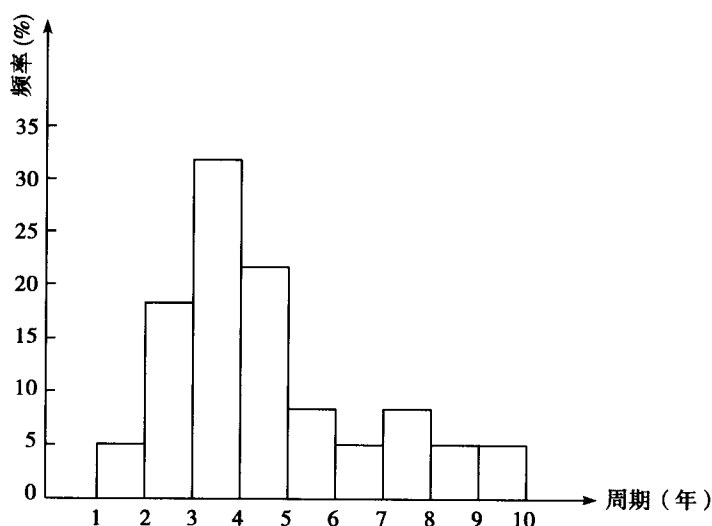


图2 美国商业周期的频率分布图

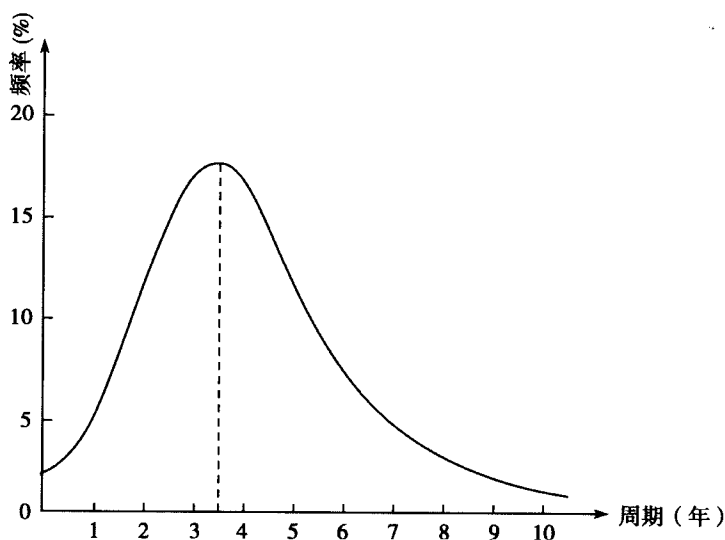


图3 日本零售商业周期的频率分布图

前苏联、东欧等国家，从1971~1985年，其零售商业均发生了4次波动，平均周期长度也都是3.5年；波动的类型则一般可以分为两类：一类为显性波动，即波动跃出边界。比如超高速增长必定耗罄资源、竭消费之泽，下一步必定衰退。另一类为隐性波动，即其波动值虽然没有超出边界，但接近边缘，如长期低增长、低消费、低产出率、高物价指数、高失业，这实际上是一种慢性危机，或叫准衰退。蓄之既久，其发必速，最后的解决必定是大危机。20世纪70年代的波兰，由于一再出现经济困难，工业增长迟缓，消费物价一涨再涨，终于酿成两次大的罢工和骚动，直接导致政权更迭，这不能不说是社会主义国家商业危机转

化为政治危机的典型。

20 世纪 80 年代初的东欧六国的周期性商业危机，从统计数据上看，兼有两类危机的特点：一方面，增长率跌入负值，呈现明显古典循环式样；另一方面，它又是 70 年代以来持续停滞、资源窘困的总爆发。

从 1952 年至 2003 年的 52 年间，从总体上讲，我国的零售商业也是在波动中发展，表现为波浪式前进，螺旋式上升。尽管由于缺乏经验，屡有急躁冒进之举，甚至有重大举措失当而引起巨涨巨落，造成重大损失，但即使去掉这些因素，我们也不能不面对这样的现实，我国零售商业的稳定是相对的，波动是绝对的。52 年来，一共发生过 14 次较大的零售商业景气波动（以波谷为分界标志），平均每 3.6 年发生一次（如表 1 所示）。

表 1 1952~2002 年零售市场循环波动周期分析表

波动次序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	平均	
波动时限	1952~1955	1955~1957	1957~1961	1961~1965	1965~1968	1968~1970	1970~1974	1974~1977	1977~1981	1981~1986	1986~1989	1989~1993	1993~1997	1997~2003	—	
周期长度	3	2	4	4	3	2	4	3	4	5	3	4	4	5	3.6	
峰尖年份	1953	1956	1959	1964	1966	1969	1972	1975	1979	1985	1987	1992	1996	未定	—	
峰值(%)	13.7	9.9	7.9	2.4	2.5	2.7	3	1.8	5.7	9.4	2.3	2.4	3.5	—	5.2	
谷底年份	1955	1957	1961	1965	1968	1970	1974	1977	1981	1986	1989	1993	1997	未定	—	
谷值(%)	-4.7	-5.3	-29.9	0.9	-10.7	0.3	-2.3	-2	0.1	1.3	-13.8	-7.8	-0.1	—	-5.7	
峰谷落差(百分点)	18.4	15.2	37.8	1.5	13.2	2.4	5.3	3.8	5.6	8.1	16.1	10.2	3.6	—	10.9	
平均落差(百分点)	23.8			5.2					8.7							—
	12.2															
	10.9															

基础资料来源：历年《中国统计年鉴》。

虽然平均周期的计算，会损失许多反映其具体差异的信息，但作为一种近似，也是能够说明一些问题的。

由此看来，尽管资本主义国家与社会主义国家零售商业景气波动的波形、波幅、成因和效应可能存在很大的差异，但是，其周期的平均长度却是相当接近的，并且与周期频率分布的极大值相符合。从而也就证明了：在社会化大生产条件下，在市场经济运行和发展过程

中,零售商业景气波动是一种超越体制和发展阶段的普遍现象。因此,探索零售商业景气波动的形成机理,揭示零售商业景气波动的发生原因,把握零售商业景气运行的波动规律,建立测定零售商业景气波动的指标体系和评价指数,构筑零售商业景气波动的预警系统和控制系统,既有着重要的理论意义和学术价值,也具有十分重大的实践价值和应用前景。

三、深入研究我国零售商业景气波动的紧迫性

对我国零售商业景气波动的研究,既涉及到一系列重大的理论问题,也涉及到一系列重大的实际问题;既涉及到政治、经济、社会的各个领域,也涉及到经济体制、市场机制、交易行为的方方面面。从历史的角度,站在一个全新、开放的高度,重新认识我国零售商业景气波动的规律、特点和性质,这对于我们在新世纪、新形势下把握零售商业跳动的脉搏,进行卓有成效的决策和管理,是极为必要的。

(一) 对我国现阶段零售商业景气波动在认识上存在的偏差

长期以来,关于中国经济的周期循环,特别是零售商业的景气波动,曾经是我国理论界一个讳莫如深的话题,在认识上也存在着种种误区:

1. 认为经济的周期循环,特别是零售商业的景气波动,是资本主义制度的产物,是由资本主义的基本矛盾决定的在其经济运行过程中必然出现的经济特征,而在公有制为基础、计划管理为手段的社会主义经济发展过程中,不会存在经济的周期循环和零售商业的景气波动,以至于长期以来这一问题成为了一个无人问津的学术禁区。

进入20世纪80年代以后,中共十一届三中全会以来倡导的解放思想、实事求是、大胆突破的观念,尤其是在80年代中后期和90年代中后期,我国经济出现了超高速增长后的“滑坡”现象和市场“过热”后的疲软情形,才促使人们开始在新的高度上审视这一问题并进行重新思考。经过一系列的实证分析表明,在我国及前苏联、东欧的经济发展过程中,都普遍存在着零售商业景气波动现象。就中国经济发展过程而言,无论是在经济发展的早期起步阶段,还是在社会主义工业化基础奠定以后,无论是在经济体制改革前的高度集中的计划体制条件下,还是在改革后的社会主义市场经济逐步发展的过程中,甚至无论是在政治运动频繁的年代,还是一心一意进行现代化建设的时期,零售商业景气波动都客观地存在着,不以人们的主观意志为转移。这就使我们更有理由认为:在社会主义经济管理实践中真正的误区不完全在于没有搞好综合平衡,而在于我们未能深刻认识到景气波动是零售商业运行的客观规律。事实上,在零售商业发展的全过程中,它既具有超阶段、超体制、超时空的普遍性,又具有与发展阶段和体制特征相一致的特殊性,经历着一个又一个“发展→高潮→衰退→低潮→再发展”的无穷往复过程。

2. 将我国零售商业实际上存在的景气波动一概视为失误,并总是争取静态宏观的定性把握,而不是从动态发展过程出发进行量化快速跟踪。从而导致了零售商业发展采取一种追求线性增长、绝对风平浪静的理想化思维方式,而自然就不会去研究如何遏制零售商业超