



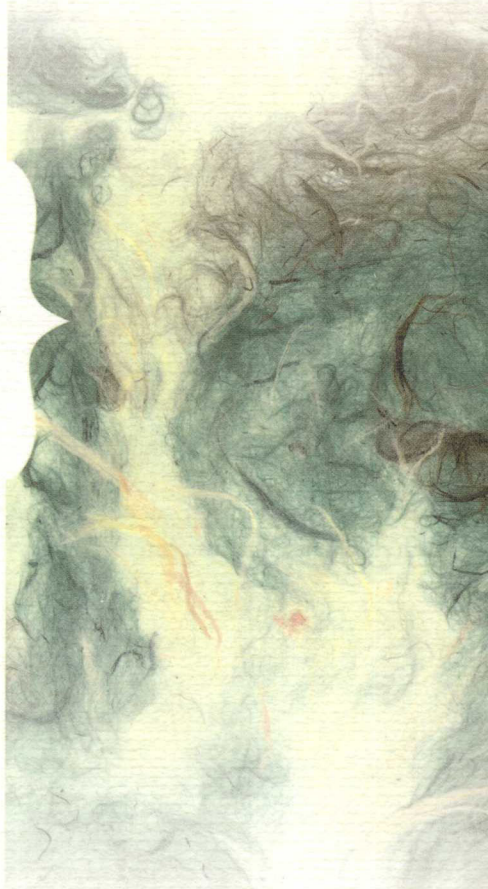
羊城学术文库·经济管理系列



商品流通空间论

Theoretical and Empirical Study on
Commodity Circulation Space

晏宗新 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



羊城学术文库·经济管理系列



商品流通空间论

Theoretical and Empirical Study on
Commodity Circulation Space

晏宗新 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

商品流通空间论/晏宗新著. —北京: 社会科学文献出版社, 2012. 7

(羊城学术文库)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 3422 - 3

I. ①商… II. ①晏… III. ①商品流通 - 研究 IV. ①F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 100946 号

· 羊城学术文库 ·

商品流通空间论

著 者 / 晏宗新

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 社会政法分社 (010) 59367156

责任编辑 / 赵慧英 关晶焱

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

责任校对 / 谢 华

项目统筹 / 王 绯

责任印制 / 岳 阳

经 销 / 社会科学文献出版社营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

印 张 / 14.4

开 本 / 787mm × 1092mm 1/20

字 数 / 251 千字

版 次 / 2012 年 7 月第 1 版

印 次 / 2012 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 3422 - 3

定 价 / 45.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

“羊城学术文库”

总 序

学术文化作为文化的一个门类，它是其他文化的核心、灵魂和根基。纵观国际上的知名城市，大多离不开发达的学术文化的支撑——高等院校众多；科研机构林立；学术成果丰厚；学术人才济济，有的还产生了特有的学术派别，对所在城市乃至世界的发展都产生了重要的影响。学术文化的主要价值在于其社会价值、人文价值和精神价值，学术文化对于推动社会进步，提高人的素质，提升社会文明水平具有重要的意义和影响。但是，学术文化难以产生直接的经济效益，因此发展学术文化主要靠政府的资助和社会的支持。

广州作为岭南文化的中心地，以其得天独厚的地理环境和人文环境，其文化博采众家之长，汲中原之精萃，纳四海之新风，内涵丰富，特色鲜明，独树一帜，在中华文化之林中占有重要的地位。改革开放以来，广州成为我国改革开放的试验区和前沿地，岭南文化也以一种崭新的姿态出现在世人面前，新思想、新观念、新理论层出不穷。我国改革开放的许多理论和经验就出自岭南，特别是广州。

在广州建设国家中心城市，培育世界文化名城的新的历史进程中，在“文化论输赢”的城市未来发展竞争中，需要学术文化发挥应有的重要作用。为推动广州的文化特别是学术文化的繁荣发展，广州市社会科学界联合会组织出版了《羊城学术文库》。



商品流通空间论

《羊城学术文库》是资助广州地区社会科学工作者的理论性学术著作出版的一个系列出版项目，每年都将通过作者申报和专家评审程序出版若干部优秀学术著作。《羊城学术文库》的著作涵盖整个人文社会科学，将按内容分为经济与管理类，文史哲类，政治、法律、社会、教育及其他等三个系列，要求进入文库的学术著作具有较高的学术品位，以期通过我们持之以恒的组织出版，将《羊城学术文库》打造成既在学界有一定影响力的学术品牌，推动广州地区学术文化的繁荣发展，也能为广州增强文化软实力、培育世界文化名城发挥社会科学界的积极作用。

广州市社会科学界联合会

2012 年 5 月

目 录

CONTENTS

第一章 绪论	001
第一节 问题的提出	001
第二节 两大立足点：系统观和结构观	003
第三节 贸易与空间	004
第四节 我国商品流通历史变迁与发展趋势	006
第二章 商品流通空间的内涵、机理与效应	014
第一节 商品流通空间理论内涵	014
第二节 商品流通空间运行机理	017
第三节 商品流通空间效应	025
第三章 商品流通空间结构	028
第一节 商品流通空间结构分析	028
第二节 商品流通空间结构优化	033
第四章 商品流通空间系统	041
第一节 区域内商品流通的系统分析	041
第二节 区域间商品流通的系统分析	046
第三节 商品国际流通的系统分析	052



第五章 商品流通体系：分工视角	056
第一节 商品内在要素的专业化体系.....	056
第二节 同质商品的分工组合.....	064
第三节 信息化条件下商品流通体系的发展变化.....	078
第六章 商品流通竞争：规模视角	092
第一节 规模经济：走向竞争的市场发育规律.....	092
第二节 改革开放以来我国商业规模结构的 变动趋势.....	097
第三节 商业规模结构优化：依据与对策.....	099
第七章 商品流通运行：货币流通视角	106
第一节 商品流通与货币流通的分离与独立.....	107
第二节 信用条件下的商品流通与货币流通.....	115
第三节 虚拟经济条件下商品流通与货币流通的关系.....	129
第八章 商品流通运行：物流视角	137
第一节 物流的一般理论内涵.....	137
第二节 供应式物流到订购式物流：物流组织 功能演进.....	141
第三节 从行政区域组织到经济区域组织：我国物流 体系创新.....	147
第九章 商品流通空间运行：内外贸的一体化	151
第一节 内外贸一体化.....	152
第二节 国外商业企业的进入及其应对.....	162
第三节 国内商业企业的跨国经营.....	174

第十章 中国商品流通空间结构实证分析·····	187
第一节 度量商品流通空间指标的说明·····	187
第二节 中国商品流通空间结构特征分析·····	189
第三节 中国商品流通空间结构优化·····	197
第十一章 商品区际流通的实证研究	
——以苏、皖为例·····	201
第一节 苏、皖区际商品流通的状况分析·····	201
第二节 促进苏、皖商品区际流通发展的若干政策性 建议·····	210
第十二章 区域内商品流通研究：以安徽省为例·····	215
第一节 安徽商品流通发展现状概述·····	215
第二节 安徽省流通业发展中存在的主要问题·····	222
第三节 安徽省流通业发展战略与流通空间主体构建·····	227
第四节 地方市场体系建设：以蚌埠市为例·····	237
第十三章 广州市流通空间与商业布局合理化·····	245
第一节 基于国际竞争的广州市流通空间构想·····	246
第二节 基于广东省中心城市的广州市商品流通 空间分析·····	253
第三节 基于城市本身的广州市商业布局·····	258
第四节 商业规划与广州市商业布局合理化·····	264
主要参考文献·····	275
后 记·····	278

第一章

绪 论

第一节 问题的提出

市场化取向的改革既要求尽快消除原先高度集权的计划经济体制以及那种体制的行政性强制，又要求尽快建立功能完善、信息灵敏、机制健全的社会主义市场经济体制，发挥市场在资源配置中的基础性作用。流通作为连接生产和消费的经济活动，“可以说流通的作用就是市场机能本身”^①，市场机制作用的最外在表现形式就是商品贸易的繁荣和商品流通空间的扩张。

中国式的过渡经济是以向企业分权、向地方分权的双分权为基本特征的。这种分权在强调了企业和地方积极性同时，也加强了地方的经济性利益，在未有效建立宏观调控体系的时候，出现了产业结构趋同和地区封锁，结果是地方相对独立的经济利益所要求的商品流通的扩张性，和地区经济利益矛盾冲突，市场容量增长波动及市场发育和流通产业发展滞后共同作用造成的商品流通空间的封闭性同时并存。“克服由高度集中的计划管理及过度的政府干预所造成的对经济的人为的‘后天性扭曲’，并不意味着

^① 〔日〕铃木武：《现代流通政策与课题》，中国商业出版社，1993，第19页。



着能够同时消除由市场经济的低度发达所导致的‘先天性扭曲’”^①。这种先天性扭曲，是因为中国历史上从未存在一个发达的市场体系，在通过经济体制改革放松了政府对经济活动的种种管制并采取了积极鼓励市场性经营活动的措施之后，在很多地方新近出现的，并不是基于现代分工关系而形成的发达的商品市场体系，而是在过去传统小农经济的基础上形成的那种以原始运输手段和非现代方式进行的交易活动和非统一的全国商品流通空间。与此同时，流通空间扩展的体制与机制仍不完善，当前我国流通过费用高企已成为不争的事实，流通成本在单位产品最终销售价格中所占比重，平均达到 50% ~ 70% 甚至更高，成为我国扩大内需、增进消费的新障碍。^② 基于以上两大背景，本书试图回答以下三个层次的问题。

第一层次：从商品流通空间的概念出发，分析商品流通空间的实质，以及影响商品空间扩展的支持性和制约性因素。

第二层次：结合我国商品流通空间的现实条件，具体探讨怎样通过结构优化，系统优化来实现商品流通空间结构的合理化和高度化，为区际商品流通发展和建立在国内统一市场基础上的商品国际贸易提供一个现实的理论框架。

第三层次：不同类型的商品，不同的影响商品流通的内生因素，对商品流通空间运行表现出不同的规律性要求。本书试图从分工、规模经济、货币流通、物流、内外贸一体化等多个视角对商品流通空间的运行进行分析。

基于上述理论，本书对我国商品流通空间结构、区际商品流通、区域内（省）流通主体框架构建、城市流通空间结构与布局优化等进行了选择性的实证分析。

① 中国社会科学院日本研究所和“中日流通业比较研究”课题组：《中日流通业比较研究》，中国轻工业出版社，1993，第 17 页。

② 王涛：《政策不合理被指推高流通费用》，《经济参考报》2011 年 8 月 23 日。

第二节 两大立足点：系统观和结构观

商品流通空间转移是商品的供应者（生产者）、商品的需求者（消费者），以及连接商品供给和商品需求的商品经营者（批发商和零售商）的一系列活动的整体。一切经济活动都要落实到一定的地理空间范围，并受到空间经济规律的制约。从单个组成部分来看，又具有各自的运动特点和运动规律。如批发业追求大规模经济优势，布点相对集中，而零售业主要是直接服务于消费者，布点趋于分散。各个组成部分又是相互联系相互制约，共同实现商品流通。商品流通空间作为整个经济运行系统的一部分，又要受各种环境的制约，如经济发展水平、交通运输状况、经济体制等。从系统论来看，作者研究的商品流通空间活动可视为一个复杂的动态有机系统。系统的观点是商品流通空间活动的最基本观点。以此而论，商品流通空间活动的探索并不是孤立地研究商品流通空间的经济现象或问题，而是将置于某一空间尺度上的商品流通加以考察，试图探索商品流通空间经济系统在外部环境的影响下，内部各子系统之间的相互关系如何发生变化，从而研究商品流通空间系统健康运行的条件、特点和规律性。

系统的性质不仅由要素和环境来决定，还要由结构来决定。结构直接决定系统的质，结构的改变是系统质变的标志。根据现代系统论的观念，商品流通空间经济系统中各种事物的量与质的关系要通过空间结构起作用，商品流通空间经济系统的功能与效益，也要受空间结构的制约。现代系统理论还告诉我们，空间经济结构中起关键作用的是最弱的要素而不是最强的要素。这是因为商品流通空间经济结构是靠整体功能发挥作用的，而整体功能发挥的程度，往往是由其中最差的要素来决定，一个要素受限制，其他的要素再强也难以发挥应有的作用，这就是空间经济结构的最小限制因素规律。这条规律提示人们在改善和协调商品流通空间经济结构点、



线、面三要素的关系时，不仅要注重各要素的合理化，更要注重滞后因素的高度化。现代经济的增长发生于空间，受空间结构的影响，并反馈于经济增长。坚持结构观是本书分析的第二个立足点。

第三节 贸易与空间

关于贸易与空间关系的渊源可追溯到德国传统的古典区位理论，德国经济学家杜能（Tunen，1826）从区域地租出发探索因地价不同而引起的农业分带现象，撰写了巨著《孤立国同农业和国民经济的关系》，创立了农业区位论。20世纪初，资本主义进入垄断阶段，德国经济学家韦伯（Weber，1909）提出了工业区位论，撰写了《工业区位论》。30年代初，德国地理学家克里斯塔勒（Christaller，1933）根据村落和市场区位，提出中心地理论。稍后，另一德国经济学家勒什（Losch，1940）利用克里斯塔勒的理论框架，把中心地理论发展成为产业的市场区位论。总的看来，农业区位论和工业区位论立足于单个厂商的区位选择，着眼于成本和运费的最低。中心地理论和市场区位论立足于一定的区域或市场，着眼于市场的扩大和优化。这些区位论都采用新古典经济学的静态局部均衡分析方法，以完全竞争市场结构下的价格理论为基础来研究单个厂商的最优区位决策，因而又叫古典区位论。

将区位理论与国际贸易密切联系起来的是奥林（Ohlin，B. G.）的名著《区际贸易与国际贸易》（1933）。奥林开拓了贸易与区位理论关系的新领域，指出：“区位理论比国际贸易理论更为广泛，贸易理论的一大部分可以看作是区位理论的一小部分。”然而，大卫·李嘉图的比较成本理论，通过将环境差异弱化为土地生产力的差异，有效地将空间因素从他的分析体系中剔除了。萨缪尔森（1983）说：“李嘉图的贸易理论传统上假设要素流动的可能性为0，而商品在国家或地区间流动的可能性为100%。”正是因为李嘉图模型和比较成本的重大影响，主流经济学理论中几乎将空间因

素剔除出去了。从这个意义上来说，大卫·李嘉图的比较优势理论在空间经济学发展的历史上形成了一个消极的分水岭。

随着建模技术的升级，一些原先被忽略的因素可以重新纳入到自由的框架中，从 20 世纪 90 年代开始，西方区域经济理论在不完全竞争和规模报酬递增的框架下获得新发展，最活跃的领域是新经济地理学。迪克斯特与斯蒂格利茨（Dixit and Stiglitz, 1977）建立的垄断竞争模型为将空间因素纳入西方主流经济学的分析框架奠定了基础，新经济地理学由此产生。新经济地理学的研究大约可分为两个发展方向：一是用新方法对区位选择进行再研究，二是以新方法为基础，用“空间”观点分析区际贸易。主要代表人物有克鲁格曼（P. Krugman）、藤田（Fujia）、莫瑞（Mori）、瓦尔兹（Walz）、马丁（Martin）、沃纳伯尔斯（A. Venables）等。克鲁格曼试图通过建立一个不完全竞争市场结构下的规模报酬递增模型，把区域经济理论研究纳入主流经济学。

对于经济地理的研究，克鲁格曼解释说有三个重要的理由：首先，国家内部经济活动的区位本身就是一个重要的主题，对于美国这样的大国来说，生产的区位是和国际贸易一样重要的问题；其次，在一些重要的情形中，国际经济学和区域经济学之间的界线变得越来越模糊了，譬如用标准的国际贸易范式来谈欧盟成员国之间的关系就越来越没有意义了；最后，也是最重要的原因，20 世纪 80 年代的新贸易理论和新增长理论，告诉人们一个新的经济学世界观，却很难从贸易、增长和商业周期中找出令人信服的证据，来说明这就是世界经济实际运行的方式，但研究国际国内经济活动的区位时，这样的证据就不难找到，因此，经济地理为新贸易理论、新增长理论等提供了一个思想和实证的实验室。

集聚出现在很多地理空间层面上，种类繁多。例如，小型的商店或饭店集中在邻近地区，集聚就发生了。城市本身就是集聚的结果，区域经济一体化也是集聚的一种形式。在经济学家眼里，这就需要一般均衡理论来解释这些现象。空间经济学中有三种模型：



区域模型、城市体系模型和国际模型。区域模型即中心—外围模式，经济的演化将可能导致中心—外围格局：制造业“中心”和农业“外围”。城市模型分析的是城市层级体系的演化；国际模型解释的是产业集聚与国际贸易，主要讨论国际专业化与贸易、产业集聚、可贸易的中间产品和贸易自由化趋势对一国内部经济地理的影响。

全球化已经并且仍将重塑经济地理，中国崛起正是在新一轮的全球化进程和全球制造业分工体系的重组中实现的。资本总是追求生产成本最小而产出最大的地方。在国际贸易里，为了出口而进行的生产不仅要节省生产成本，还要节省运输成本。这对于经济地理带来了两个后果：一是在全球制造业布局中，越来越多的制成品来自中国，因为这里有着相对质优价廉的劳动力；二是资本大量集中在中国靠近沿海的东部，而且这种生产的集聚还借助于规模效应自我加强。在此过程中，一个最为重要的经济现象就是农村劳动力从欠发达地区跨省流动到沿海地区。城市化和经济集聚交织在一起，加剧了中国区域和城乡发展问题的复杂性。由于受到土地和户籍等制度的制约，中国城乡和区域间生产要素（特别是劳动力）流动不充分，造成的结果是，城镇化水平严重滞后于工业化进程，经济的集聚程度和城市规模偏低，城乡间收入差距扩大。与此同时，城市内部形成明显的城市居民和外来劳动力的“新二元结构”。当前中国的城市化进程迫切需要解决的问题是，通过要素市场的培育，加强劳动力、资本、土地等生产要素的城乡间和地区间再配置，充分发挥流通的先导作用，促进制造业和服务业的进一步发展，形成以大城市和都市圈的发展来带动中小城镇的发展，不同规模、不同地区的城市分工协调、相互促进的格局。

第四节 我国商品流通历史变迁与发展趋势

社会主义市场经济是指在社会主义制度条件下发挥市场机制在资源配置中的基础性作用。而建立社会主义市场体系和有效发

挥市场在资源配置中的作用，必须解决好商品流通问题。从某种意义上说，商贸流通业是市场机制运行或者说发挥作用的基础领域。

一 计划体制下商品流通的特点

由于巩固政权的需要和出于按照经典社会主义理论设计理想经济模式的愿望，新中国成立后，对工商业进行了社会主义改造，在流通业中确立了国营部门的主体地位，在当时“生产、是商品”的认识下，作为“商品”的消费资料的流通，与作为“物资”的生产资料的流通严格区分开，并实行纵向专业管理。从而在新中国成立之初建立起了与高度集权的经济体制相适应的分配式商业组织体系。其特点主要有：

1. 从商业主体看，表现为公有制商业垄断下的部门四分离

随着新中国成立初期的社会主义改造，到1960年，我国国营商业和准国营的供销社的销售额就已在整个社会商品零售额中占了83.9%的比重。以后逐步形成公有制商业（国营和集体）一统天下，其他经济成分极少的局面。同时，根据计划的需要和生产资料不是商品的认识，划分了四个部门进行专业管理，即国营商业负责日用工业品的流通和对城市的消费服务，以及主要农产品的收购与经营；供销社系统负责经营农副产品和对农村生活、消费的服务；物资系统负责工业生产资料的分配；对外贸易系统负责一切商品的进出口贸易。在主体的产权特征上，是依据不同的行政层次，采取了专业的“条”与行政的“块”双重领导，重要商品的流通由上至下垂直管理，但各级专业局、公司在行政、资金、收入上又受地方行政领导，并同时承担组织本地区流通的任务，结果造成商业和物资仅仅作作为计划经济中的分配渠道而不承担经营责任，不能很好地在生产者和消费者之间起沟通作用。整个经济中经常出现由巨大的供求差距和库存的大量增加所产生的社会浪费。



2. 从商业客体看，商品的属性是根据用途来划分，且商品本身具有计划性特征

当时，根据用途将商品划分为“商品”和“物资”，在当时“生产资料不是商品”的认识下，作为“商品”的消费资料的流通，与作为“物资”的生产资料的流通严格区分开。同时，与商业主体特征相一致，商品本身具有计划性，表现在商业客体是由“三固定”（固定购销区划、固定供应对象、固定作价倒扣率）来确定的，而不是由市场供求自主决定。在这种人为分割并进行分级管理的体制下，各部门都有自己的流转环节。层层分配、调拨，形成了少渠道、多环节、条块割据的商品流通体系。

3. 从商业交易方式看，分配、调拨是其主要特点

由于专业的条与行政的块双重领导，重要商品的流通是由上至下垂直领导形成的，形成了“四级流转”（一级、二级、三级批发机构和零售店四个流转环节）的计划经济产品流通体制。基本排斥了其他交易方式。

4. 从商业范畴看，服务商业实质上是生活资料的分配机构

因而，在传统体制中，无论是理论上还是在实际工作中，对商业体系与商业结构的研究主要是从行政管理角度分析如何将分散的生活资料层层集中然后再渐次分配下去。这种体制下的商业与其说是经济行业，不如说是为了实物调拨与分配而不得不使用的一种工具。

总之，此时期商业和服务业被认为是“非生产性的”，从而受到轻视，并出现萎缩。流通系统被人为地分断成若干块，条块分割的复杂的商业、物资管理体制，造成了管理成本的庞大化和在一定程度上的对流运输、迂回运输等方面的浪费。

二 转轨时期我国商品流通的现状

在计划与市场配置资源的效率比较中，1978 年中国开始市场取向的改革，到党的十四大，明确提出建立社会主义市场经济体

制，并决定建立与之相适应的商业体系。其间的特点是承认国有部门的自主经营权，取消计划价格；允许厂家建立自身的销售机构；在各地建立了一批交易场所；恢复城乡集市贸易，鼓励商业、服务业和贩运活动；扩大对外开放，商业在量上得到极大扩张，初步形成“三多一少”的流通格局。随着对外开放和中国加入 WTO 的承诺，外资也改写了部分中国商业格局。

1. 从总体上看

主要表现在：①商业产业总量发展迅速。②在商品市场体系上，有形市场建设、批发市场、零售市场等诸方面得到极大扩张。③形成了百货商店、专业店、购物中心、超级市场、便民店、连锁店、仓储式销售、邮购、直销等多种业态并存的局面。④电子商务已对商业营销、采购和物流等提出了全新的概念和挑战，并受到关注。⑤对商品流通宏观实施间接调控。

2. 从结构特征看

表现为：①批零结构。批发业革命和零售革命已经发生。批发革命表现在商品流通的主导权已从批发向生产和零售转移。1980年代末中国已经发生涉及全国的“批发危机”，以批发为中心的消费品流通体系不复存在。零售革命主要表现为1985年以来兴建大型百货商场的热潮，1995年的销售净利润下降，表明以大商场为代表的第一次零售革命高潮已经过去，而连锁经营还处于初兴阶段。②所有制结构。商业所有制结构有了明显变化，非公有制占据极大份额。形成公有制商业、非公有制商业、外商投资企业等多元化市场主体。③商业企业规模结构。在企业规模上，出现了两极分化的特点，但流通的组织化程度相对较低。一方面是以谋生为特征的小商贩大量产生，另一方面已出现一批商业股份公司。但治理结构还不健全，至今还未出现具有垄断优势的企业，规模水平较低。

3. 从变化过程看

就中国经济发展而言，中国经济正进入一个以基础结构和重化工为中心的新经济增长期，就国际经济而言，这一时期的消费具有