

直击

Focus on Business III

Professor HongTao With The Media

洪涛教授与媒体

Professor HongTao With The Media

商业焦点III

Focus on Business III

潘 岩☆编

经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

商业

Focus on Business III

Professor HongTao With The Media



Professor HongTao With The Media
洪涛教授与媒体

商业焦点III

Focus on Business III

潘 岩☆编



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

直击商业焦点Ⅲ：洪涛教授与媒体/潘岩编. —北京：
经济管理出版社，2011.8

ISBN 978-7-5096-1589-8

I. ①直… II. ①潘… III. ①商业经济—研究—中
国 IV. ①F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 180937 号

出版发行：经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话：(010)51915602 邮编：100038

印刷：三河市海波印务有限公司 经销：新华书店

组稿编辑：张永美 责任编辑：任爱清

责任印制：杨国强 责任校对：陈颖

787mm×1092mm/16 26.75 印张 470 千字

2011 年 10 月第 1 版 2011 年 10 月第 1 次印刷

定价：69.00 元

书号：ISBN 978-7-5096-1589-8

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部
负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010)68022974 邮编：100836

前 言

近几年来，我的生活包括授课与演讲、撰写专著与论文、接受记者采访等。记者采访是其中一个很重要的内容，每一次记者采访，我都非常认真地对待，对每一个问题都认真回答，因此许多记者遇到问题喜欢向我咨询，慢慢地我结交了很多记者朋友。有时，他们也将我在一些论坛上的发言整理后在媒体发表。据不完全统计，2011年9月7日经 Google.com.cn 搜索，“北京工商大学洪涛”有 31.9 万条；经 Baidu.com 搜索，有 16.8 万条。自 2009 年 6 月 20 日我在网易财经上开博，至今已有 90 万多的点击率。

每次记者采访或者将我的发言在媒体上发表后，我都将其收藏起来，或者粘贴在我的博客上。时间长了，就形成了许多资料，于是我就有了一个将其收集起来的想法，既是记录我生活的一个内容，又积累起了我与记者们的感情。

从这里，我们可以看到许多焦点问题，我将本书取名为《直击商业焦点Ⅲ——洪涛教授与媒体》，这是第三本。已经出版的第一本书内容包括消费储值、折价竞争、外资进入、商品交易市场、市场服务中心、食品安全、进场费、品牌市场等许多问题；第二本书涉及 12 个方面内容，第一部分为流通产业与商品交易市场，第二部分为零售业及其竞争，第三部分为尾货市场创新及规范发展，第四部分为电子商务与网络经济，第五部分为连续 6 年丰收前提下的粮食安全，第六部分为品牌与品牌竞争，第七部分为价格竞争与市场规范，第八部分为农村流通新局面及区域连锁，第九部分为餐饮业与食品安全，第十部分为超市竞争与发展，第十一部分为金融危机及其形势分析，第十二部分为综合热点问题；第三本书内容涉及流通产业与商品交易市场、零售业发展与竞争、尾货市场管理与规范发展、电子商务与网络经济、超市竞争与发展、品牌与品牌竞争、农产品流通体系发展与惠农工程、扩大国内消费与消费转型升级、北京国际商贸中心建设以及一些热点评析、演讲与观点等。

在记者的采访文章中有我的观点，也有同行的观点；有相同的观点，也有

不同观点的争论、交锋。还不时地显现出我于1993年在中国社会科学院的CASS精神，即为了真理而不屈不挠的奋斗精神，讨论问题不搞人身攻击，CASS精神时时影响着我的学术生涯。

《直击商业焦点Ⅲ》也从另一个角度反映了我的学术思想和生活，通过这三本小集子总结我54年的人生，总结我自1986年开始的25年研究生涯，是非常有意义的事情。

我于1975年上山下乡，1978年回城到天门粮机厂工作，1980年进粮食局机关，1993年4月20日晋升为高级经济师，1993年考入中国社会科学院攻读博士学位。特别是1986年我的第一篇论文入选“首届中青年流通经济理论讨论会”，自此，我结识了许多尊敬的老师和优秀的同事。多年来，我得到了博士生导师贾履让教授、陶珮教授的悉心教导，跟随万典武教授参与社会调研，从中学会了许多做人的道理和做学问的方法，在此我衷心地感谢导师。多年来，我也得到了许多同仁的支持和帮助，我衷心地感谢你们。同时，我也感谢我的妻子熊德慧女士无私的奉献。该书也献给我年迈的父母，为了儿子的事业和工作，即使病了也不告诉我，以免影响我的工作，这些我都铭刻在心！

三本小集子是一个总结，又是一个纪念；是一个回忆，又是一个鼓励，它记录了许多难以忘掉的东西，让我拥有许多继续回忆的资料，同时也给我以憧憬。现实是美好的，未来是美好的，永远记住美好的，忘掉不快乐的，使我们的生活充满阳光、充满乐观！

在这里，我也要感谢第一本书的主编——赵煜，第二本书的主编——郭庆，第三本书的主编——潘岩。

洪 涛

2011年9月7日

目 录

第一部分 流通产业与商品交易市场	1
第一章 流通产业发展及改革	3
第二章 流通创新型人才培养	11
第三章 商品交易市场发展新趋势	17
第二部分 零售业发展与竞争	25
第四章 零售行业发展状况	27
第五章 商业网点规划	43
第六章 零售市场竞争日趋激烈	61
第七章 零供关系与物流业发展	71
第八章 内外资并购与重组	85
第九章 零售市场管理与规范	105
第三部分 尾货市场管理与规范发展	123
第十章 尾货市场管理与规范发展	125
第四部分 电子商务与网络经济	149
第十一章 得网民者得天下	151
第十二章 物流配送水平与电子商务发展	163
第十三章 网购市场亟须规范化	167
第五部分 超市竞争与发展	183
第十四章 低碳超市成行业发展趋势	185

第十五章 内外资超市并购	189
第十六章 支招超市发展	193
第六部分 品牌与品牌竞争	207
第十七章 品牌运营	209
第十八章 品牌竞争	223
第十九章 服务竞争	235
第七部分 农产品流通体系发展与惠农工程	239
第二十章 农产品流通体系	241
第二十一章 家电下乡拉动农村消费	287
第八部分 扩大国内消费与消费转型升级	291
第二十二章 加快国内消费转型升级	293
第二十三章 假日消费	309
第九部分 专题	313
第二十四章 北京打造国际商贸中心	315
第二十五章 中国经济发展	335
第十部分 综合	359
第二十六章 其他热点评析	361
第二十七章 演讲与观点选摘	383

第一部分 流通产业与 商品交易市场



流通业被誉为“现代经济的血脉和神经”，历经改革开放 30 多年的发展，流通业已经发展成为我国国民经济的重要产业，在维持经济稳定、劳动者就业、税收等方面发挥了重要作用。

值得关注的是，流通产业“十二五”发展规划已从部级上升为国家级。按规划，我国要在“十二五”期间建立起中国特色的现代流通产业。洪涛教授主要在三方面接受了记者的采访。

1. 流通产业发展及改革

(1) “十二五”流通产业规划方面，洪涛教授认为应该突破部门概念，将规划对象确定为流通产业，而不是商贸业，从流通体系的角度来规划，建立积极、统一的流通产业政策，同时将规划的重点放在城乡、区域和多民族统筹方面。

(2) 民资“新 36 条”鼓励民资进入商贸流通领域，有利于为流通业创造公平竞争、平等准入的市场环境。

(3) 在经济结构转型过程中，行业协会要加快自身改革，尽快提升服务能力。

2. 流通创新型人才培养

目前流通经济拥有 8000 万~11000 万产业大军，基本上适应了社会发展的需要。但随着社会和流通经济的快速发展，社会需要更多多层次、多类型的贸易经济人才，需要多层次、多规格的培训存在。

3. 商品交易市场创新

改革开放以来,我国商品交易市场已经发生了深刻的变化,不仅仅是摊位制市场,至今已有 35 种商品交易市场模式,形成了具有中国特色的商品交易市场。2010 年我国商品交易市场的模式创新进入一个新的阶段,据不完全统计,现有创新模式有:电子交易市场、园区型市场、街区型市场、城市综合体市场、摩尔型家居市场、商贸城市场、物流园区型交易市场、连锁型市场、集群市场、产业链市场成为当前创新型市场,具有较大的发展空间。洪涛教授认为,我国商品交易市场主题为:规模控制、结构调整、交易升级、管理创新。

同时,针对有人将大宗商品交易划为期货市场与现货市场的中间市场的观点,洪涛教授持否定意见。他认为,大宗商品电子交易是现货,而不是“中间市场”,也不是“准期货”,如果不将其归为现货交易市场,就有可能将其带入歧途,甚至“葬送”大宗商品电子交易市场这种新的业态。

第一章 流通产业发展及改革

文章来源：北京商报商业周刊

题 目：流通规划需破除部门阻隔

作 者：洪 涛

时 间：2010年8月18日

流通业被誉为“现代经济的血脉和神经”，但地域分割、地区保护主义等均制约着流通企业跨区域发展，商流、物流、资金流等无法全国流通。日前，流通产业发展被纳入规划，我国要在“十二五”期间建立起中国特色的现代流通产业。

那么，“十二五”期间编制国家流通产业发展规划，需要突破部门的概念。流通规划的对象不应是“商贸业”，而应是流通产业，这更恰当。从产业角度看，流通是指商流、物流、信息流，以及与之相适应的资金流、消费流，但是资金流并不等于金融业，而是指流通产业与金融业相关的业务，流通业与金融业既相互交叉又有不同的边界。因为金融业还包括保险等业务体系，流通的组织载体是流通产业。

将流通产业规划提高到国家级规划的层面，如果采用商贸业作为规划的对象就会明显降低其规划的层次。当前商贸业仅仅指批发、零售业已经不能够反映流通业发展的现状，如我们在制定“商贸物流业”发展规划的时候，将粮食、烟草、食盐等排除在外。甚至冷链也不包括在其中，具有典型的部门色彩与部门性质，是明显的小流通概念。

长期以来，我国缺乏积极的、统一的流通产业政策，快速消费品、粮食、烟草、盐业等产品属于不同的政府职能部门来进行管理，如商务部、国家发改委、粮食局、文化部、药品监督管理局、供销社等部门，商品流通条块分割非常严重，缺乏统一的流通产业政策，这种状况在“十二五”流通规划中应该得到解决。

笔者认为，“十二五”流通规划的重点应放在城乡、区域和多民族统筹方

面。中国共产党十七大提出了许多工作统筹,其中流通规划的重点应放在城乡统筹、区域统筹、民族统筹方面。2010年,我国城乡居民收入差距已经达到3.22:1,社会消费差距已经达到6.52:1,目前城乡人口差距在减少,农村7亿多人口,但是2亿流动人口,使城市与农村人口数量接近,所以应用动态的观点来研究流通问题、规划流通发展。

具体规划上看,“十二五”流通规划应从流通体系的角度来规划。目前,我国流通体系正由传统流通体系向现代流通体系转变,完善的流通体系由横向流通体系与纵向流通体系构成。具体来说,横向流通体系由7个体系组成现代流通体系:生产资料流通体系、日用工业品流通体系、农产品流通体系、再生资源流通体系、生活服务体系、商务服务体系、信息服务体系。从纵向来说,流通体系由6个层次构成,如流通组织、流通渠道、商品市场、流通管理、流通法律、流通宏观调控构成。

最后,“十二五”流通规划还需要规范概念。比如现在媒体上有消费额占GDP的比重等说法、餐饮销售额占GDP比例的说法、房地产销售额占GDP比例的说法是不规范的,应考虑的是其增加值,按国家统计局的统计规范进行比较。

文章来源:北京商报

题 目:首届贸易强国论坛开幕 流通业国际化遇起步尴尬

记 者:王晓然

时 间:2010年11月2日

10月31日,在北京工商大学主办的首届“贸易强国论坛”上,众多专家纷纷提到我国流通产业在刚起步阶段频遇的尴尬。

我国流通产业的行业结构包括纯商业结构(批发、零售和批零兼营)、餐饮业结构、商业服务业结构、售后服务修理业等居民服务结构、物流配送业结构、电子商务结构等。

广东商学院流通经济研究所所长王先庆认为,外资商业模式不可全效仿。外资商业企业在华享受“超国民”待遇,货款、进场费一路“飞行加油”。但是,此“通道费用”模式能否被国内企业所效仿值得探讨。中国流通业是“小商业”的王国,需要自我自发地转变,零售业需要走出一条规范化的道路,然后进入规模化轨迹。

商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍指出,国内流通企业信息化投入

远远不够。中国流通业国际化刚刚起步，现代化程度不高，物流水平也普遍较弱。目前，中国的零售企业在国际化上还处于摸索阶段，偶尔通过并购涉足海外市场的，也是使用当地的团队，缺乏自己培养的海外管理人才。中国企业国际化的路还远。并且，从现代化水平来看，国际大企业对信息科技化的投入占销售额的比例为1%，国内流通企业仅为0.4%。

“很多内贸企业缺乏真正的商业精神。”中国人民大学商学院教授王晓东说，流通领域长期靠出租货架资源和收取高额进场费等低劣的流通方式搞无风险经营。内外贸市场的规则、机制、结算方式等诸多差异令内外贸企业难以对接，未来还有很长一段路要走。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛认为，传统流通业在我国流通领域中所占比重较大。经过近10年发展，配送业务才得以发展，仍面临进展缓慢、设备落后、信息化程度低等状况。配送规模小、物流网点没有统一布局，多镇地区的配送普遍效率低下；配送中心现代化程度、机械化程度低，不能广泛使用发达的交通设施；配送中心功能不健全，信息未得到充分的加工和利用，离信息化还有一定差距。

我国流通产业仍不具备规模优势。以连锁企业为例，我国目前仍没有能与家乐福、沃尔玛等抗衡的大型超市。在流通业较为发达的上海、北京，有着物美、华联等本土超市类企业，但数目多、规模普遍较小。而且流通企业作为服务型企业，单体扩大有一个规模临界点，超过这一点，规模的扩大反而会导致效益的降低，因此流通企业规模效益主要是通过连锁这种组织形式来实现。由于我国流通企业自身实力以及体制性障碍等原因，大多数没有采用连锁经营方式，经营规模受到极大限制。

文章来源：中国商报

题目：“十二五”流通产业规划重在城乡协调

记者：王立勇

时间：2010年6月15日

“十一五”规划成绩显著，“十二五”规划令人期待。在日前北京工商大学举办的“走向复苏：中国经济与世界”国际学术研讨会上，北京工商大学教授洪涛撰文指出，“十二五”流通体系发展战略应重在城乡流通业协调发展上。引起了诸多业内人士的共鸣。

改革开放以来，伴随着流通体制的改革，流通产业已经成为引导我国国民

经济发展的先导性产业，城乡之间多角度、多环节的联系越来越依靠商品流通的组织模式、管理渠道、基础设施现代化的流通。但 2007 年以来，由于受到国际金融危机的影响，我国出口下降甚至出现连续 10 个月的负增长；2004 年以来粮食 6 年连续丰收，却同时也带来了供过于求的困境；许多产业趋同导致的产能过剩，都需要进一步统筹城乡。

洪涛表示，虽然 2009 年农村社会消费品零售总额迅速增长，并且增速超过城市，但从 1997 年到 2007 年，中国城乡收入差距不断拉大并突破 1 万元大关。据统计，2008 年城乡居民收入差距为 3.31 : 1，但到 2009 年却扩大到 3.33 : 1，绝对差距由 11020 元扩大到 12022 元。2010 年城乡消费市场为 6.52 : 1，城乡流通过程中出现的商品进不来、出不去的“围城”现象仍然十分严重。如何创新城乡流通体系，协调城乡流通产业，应该成为“十二五”流通产业发展战略的重要着力点。

农村流通是当前一个热点问题。近几年来，国家为了促进农村流通先后出台了许多政策法规，如商务部“万村千乡”、“双百市场”、“农超对接”、“信福工程”、“三绿工程”等，农业部“百百万”工程、“信息化村示范工程”，质量检验检疫总局“5520”工程，全国供销合作总社的“新网工程”，2009 年 5 月 23 日，交通运输部等 6 部委联合下发了《关于推动农村邮政物流发展意见》。但是，农商产业链条没有形成，更不要说实现城乡统筹的目标。

洪涛认为，由于我国政府机构改革需要有一个长期的过程，因此，应充分发挥商务部为主导的宏观调控下的农村流通体系，使许多部委出台的政策连为一个有机整体，当这些政策形成一个整体后，就可以避免部门之间、城乡之间相互对立、不能协同的问题。目前来看，许多单个条例都具有合理性，但往往在综合性方面相互抵消，没有形成合力。像农产品进项税政策原本很好，但由于各部门、各地方各归其政，在执行过程中就存在很多问题。

据统计，在 2009 年的社会物流中，农产品物流量较小，远远低于社会发展需求。2009 年全国农产品物流总额近 2 万亿元，同比增长 4.3%，但相比较前两年 17% 的增长率，增幅明显下降。而且，尽管农产品物流总额呈逐年增长趋势，但农产品物流占全部物流的比重却在一直下降。2009 年仅为 2.01%。

洪涛说，当前农产品流通体系面临五大问题：一是小生产走向大市场难，二是生产主体发育难，三是农产品进超市难，四是农产品物流及冷链体系打造难，五是农产品基础设施建设也难。这一方面与目前的体制性障碍有关；另一方面与城乡龙头市场的牵引、辐射作用不强，资源要素流动和农村劳动力转移

失衡以及仓储物流企业的整体实力不强也分不开。

基于此,洪涛建议,国家和各地方政府应该扶持一批大型流通企业做强做大,支持一批特色商品交易市场集群发展,发展一批规模大、标准化、有品牌的农副产品生产基地,建设一批现代化的物流园区,积极推进流通主体参与网上交易,完善绿色流通环境。当然,健全社会信用体系,建立良好的市场秩序也刻不容缓。

另外,也有业内专家建议,发展农村现代流通体系,应以现有流通网络为基础,发展双向流通模式,将工业品下乡和农产品进城对接起来。整合供销社、邮政、粮食系统的网点资源,提高其配送能力,将其作为“万村千乡”工程的基础,提高农村流通网络的利用效率。引导参与“万村千乡”工程的大型企业建立“连锁超市采购联盟”,充分发挥连锁超市团购的作用。

不过,洪涛指出,大力完善农产品流通体系。促使城乡流通产业协调发展,就是建立多渠道的流通体系。农产品流通渠道有多种多样,如近两年来商务部所推行的“农超对接”就是一种。但是,农产品流通渠道不仅仅是“农超对接”,此外还有生产企业+农户、批发企业+农户、零售企业+农户、配送中心+农户、农产品协会(农产品技术协会)+农户、农产品合作组织+农户、配送+分销等多条渠道,目前有70%左右的农产品通过批发市场渠道进入各类渠道终点。

城乡经济社会的协调发展问题的关键在于打通城乡壁垒,坚持城乡互动原则,走“以城带乡、以乡促城、城乡结合、优势互补、共同发展”的道路。协调城乡流通产业发展,自然也不例外。

文章来源:中国商报

题目:顺应经济转型 行业协会价值重塑正当时

记者:胡斌

时间:2010年3月30日

改革开放以来,我国行业协会、商会(以下统称行业协会)发展较快,在提供政策咨询、加强行业自律、促进行业发展、维护企业合法权益等方面发挥了重要作用。日前,受国资委委托、由中国物流与采购联合会和北京工商大学联合举办的“行业协会服务能力研讨会”上,与会专家呼吁,在经济结构转型过程中,行业协会要努力适应新形势的要求,尽快提高服务能力。

提升服务能力刻不容缓

北京工商大学教授洪涛介绍说,我国目前有40多万家社会中介组织,其中有6万多家行业协会。洪涛认为,行业协会服务能力是行业协会所拥有的、实现行业协会目标的能力。具体来说,理论上包括:组织能力、要素性能力、协议性能力、影响性能力、获致性能力。实际上包括:代表能力、流通协议能力、监督管理能力、统计研究能力、狭义的服务能力。中国社会组织促进会副秘书长张高陵则认为,行业协会服务能力分为影响力、凝聚力、发展力、公信力四种力量。

会上,中国社会科学院财贸经济研究所副所长荆林波直言不讳地指出,行业协会的服务定位关键是对自己干什么要清楚,要知道服务主体是谁。行业协会发展不能指望政府,要靠自己,关键是要有自己的服务能力、研究能力。

荆林波认为,现在行业协会主要分为三类:第一类,收取会费;第二类,“发牌子”;第三类,有自己独立的产品。

事实上,前两种行业协会的生存发展空间越来越小。最近,湖北省物价局、省纠风办和该省100家行业协会负责人面对面,就即将开展的行业协会收费专项检查进行提醒。据不完全统计,湖北省级行业协会大约有800家。一些行业协会设立的五花八门的收费项目加重了企业负担。无独有偶,从1月中旬开始至4月底,山西也首次在全省范围内开展了行业协会收费专项检查。

相反,一些行业协会则拥有了更大的发展空间。日前,广州市举行首批行业协会评估授牌仪式。全市97家行业协会(商会)中,首批被授予4A级以上的行业协会共10家,它们将具有接受政府职能转移、政府购买服务和享受公益性捐赠税前扣除优惠政策等方面的资格。

“有的行业协会为什么强?因为他们有自己的产品,政府要向他们大量购买服务。”荆林波认为,行业协会的制度建设对于服务能力的提升也很重要。

中国连锁经营协会秘书长裴亮介绍说,中国连锁经营协会是靠制度解决问题,而不是靠人解决问题。分为两个层面:一是理事会,在运作方面强调理事作用,通过理事会做决策,确定工作重点、工作目标,与行业一起走;二是秘书处,一些企业的模式可以借鉴到行业协会,要调动协会人员的积极性,如

引进企业平衡计分卡对协会员工进行管理,引进激励机制、用人机制,核心是行业价值问题。

裴亮认为,行业协会的服务能力,主要是发挥桥梁作用,为政府、会员服务。服务包括产业之间关系的服务,会员之间合作的服务。桥梁作用是多角度的,在能力有限的前提下,要知道哪些该做,哪些不该做,需要取舍。

行业协会的地位问题

不过,与会的一些专家则表示,有“位”方能有“为”,我国行业协会面临法律法规不健全,政策措施不配套,管理体制不完善等诸多问题导致行业协会没有应有地位,制约了行业协会的发展。

国家工商行政管理总局市场规范管理司原司长张经提出,提升行业协会的服务能力,首先要解决行业协会的地位问题。“提高行业协会服务能力是一个技术问题,行业协会这几年发展不好,主要原因是法律法规不健全,政策措施不配套。”

洪涛也认为,行业协会存在的问题,当前最突出的问题是“无法可依”,他呼吁应引起社会的高度重视。

谈到政府政策时,张经认为,现在一些政府行政部门认为行业协会是可有可无的社会组织,按照西方国家在市场经济下对行业协会的定位,行业协会应该是与正式组织平行的非政府组织,要意识到行业协会在经济敏感问题中的“缓冲带”作用。

中国物流与采购联合会副秘书长余平介绍说,中国物流与采购联合会研究开发的全国制造业采购经理指数(PMI)已成为监测经济运行的及时、可靠的先行指标,得到政府、商界与广大经济学家、预测专家的普遍认同。“但是,政府这方面并没有资金的支持。”

此外,专家认为,行业协会管理体制还不完善。不过,中国社会组织促进会副秘书长张高陵透露,行业协会现行的主管部门和民政部门“双轨制”管理将改革为“单轨制”管理,即由社团管理机构单独管理。

或许,这将在一定程度上激励行业协会加快自身改革,有利于提高自身地位。

