

现代流通经济学

周小珍 编著

兵器工业出版社

内容简介

本书通过阐述商品经济发达国家的流通变革过程及其发展规律,现代流通系统构成,以及现代流通组织管理与运作方式,研究现代流通效率问题,研究流通企业如何增强经营能力以适应和推动流通变革,在提高社会流通整体效率的同时获得企业发展。全文共九章,分为四大部分,分别讨论现代流通的基本概念和流通机能;现代流通结构,批发业和零售业的类型、经营方式及其发展理论;现代流通系统,即商流、物流、信息流系统特征及其发展趋势;以及西方和我国政府的流通政策。

前 言

随着我国经济改革的深化和社会主义市场经济体制的逐步形成,流通在国民经济中,以及在整个经济体制改革中的重要地位和作用越来越明显。尤其是在90年代以后,我国流通业发生了从组织结构到运作方式等的全面变革,或者说,我国现阶段正在进行一场深刻的流通革命。由于流通连接着生产和消费,它的变化自然要影响到社会经济、社会生活各个方面。从发达国家的经济发展轨迹看,流通革命是一国经济发展到一定阶段、一定水平的必然现象。发达国家流通革命产生的社会经济条件 and 基本标志在各国具有同一性,我国目前的流通业的变化,正越来越明晰地表现出这些征象,也显示出发展过程中必然出现的一些问题,即发达国家流通变革中曾遇到过的类似问题。同时,由于我国社会和市场特性,也存在一些表现我国国情的特殊性问题。因此,强化这方面的理论与实践的研究显然十分必要。

本书旨在介绍发达国家流通革命过程及其基本理论,研究现代流通系统构成及其发展趋势,结合我国流通业的发展,提供流通组织管理模式与流通运作方式的参照物。一方面从社会商品流通大循环全貌,阐述流通的系统性和整体性,另一方面从流通企业经营的角度,研究其经营运作及与其它经济部门的衔接。全文共有九章,分为四大部分内容:第一部分(第一、第二章)讨论现代流通的基本概念、流通机能与流通活动;第二部分(第三、第四、第五章)讨论社会流通结构、流通业(主要是批发业和零售业)的类型与经营,及其发展理论;第三部分(第六、第七、第八章)讨论现代流通系统,即商流、物流、信息流系统构成及其发展趋向;第四部分(第九章)讨论政府的流通政策,研究发达国家的流通政策构成和我国改革

以来的流通政策的主要内容。

在本书的写作过程中,得到法国朋友克里斯蒂娜·百乐根(Christiana Pellegrin)女士的热心帮助,在此表示深深的谢意。她作为职业市场咨询师,具有丰富的流通理论与实践知识,为我提供了一些非常有价值的国际流通领域发展的最新资料。

感谢日本九州大学商学部教授大村幸生先生。这本书的最初构思,就是我在日本学习时,在大村先生的指导下形成的,并将激励我在这个领域继续探索。

感谢我国著名经济学家、中国社会科学院美国研究所研究员茅于軾先生对我的写作的关心、鼓励和指导。

还要感谢我的同学和朋友,中国人民大学工商管理系教授王以华女士、首都经贸大学工经系副教授董力为先生、北京化工集团总公司进出口公司的江岩女士、中国长城计算机集团公司的姜立伟先生、北京轻工业学院经济管理系95级研究生张彦民同学对我的热情支持和帮助。感谢所有支持和帮助过我的人们。

由于水平有限,文中有不足之处,恳请各位专家、读者批评指正。

作 者

1997年1月于北京

目 录

第一章 绪论	(1)
§ 1. 流通的含义	(1)
§ 2. 现代流通与现代流通经济学	(5)
第二章 流通机能与流通活动	(8)
§ 1. 流通机能与流通环境	(8)
§ 2. 商的流通机能	(9)
§ 3. 物的流通机能	(16)
§ 4. 信息的流通机能	(22)
§ 5. 辅助的流通机能	(29)
第三章 流通结构	(41)
§ 1. 流通结构的概念	(41)
§ 2. 流通机构接近法与流通渠道类型	(48)
第四章 批发业与批发经营	(58)
§ 1. 批发概念	(58)
§ 2. 批发机构的变化	(67)
§ 3. 批发业的形态	(70)
§ 4. 批发企业经营	(81)
§ 5. 发达国家批发业发展的比较	(89)
第五章 零售业与零售经营	(92)
§ 1. 零售概念与机能	(92)
§ 2. 零售业形态类别与经营	(96)
§ 3. 零售业发展的理论简介	(135)
§ 4. 零售结构分析	(144)
第六章 现代商流系统	(154)

§ 1. 商的流通渠道	(154)
§ 2. 商的流通系统	(167)
§ 3. 垂直的流通系统时代	(181)
第七章 现代物流系统	(188)
§ 1. 物流与运输现代化	(188)
§ 2. 储运一体化的现代物流	(192)
§ 3. 物流革新对流通业的影响	(197)
§ 4. 企业物流系统设计	(199)
第八章 现代信息系统	(215)
§ 1. 流通业的信息化	(215)
§ 2. 批发业的信息化	(219)
§ 3. 零售业的信息化	(224)
§ 4. 信息化流通系统的特征	(231)
§ 5. 信息技术对流通管理的贡献	(235)
第九章 政府的流通政策	(240)
§ 1. 流通政策的概念和作用	(240)
§ 2. 现代市场经济与政府宏观调控模式	(244)
§ 3. 国家宏观经济政策对流通企业的影响	(248)
§ 4. 发达国家政府的流通政策	(258)
§ 5. 改革以来中国的流通政策	(270)

第一章 绪 论

§ 1. 流通的含义

关于流通的含义有多种表述。公认的看法,商品的流通即以货币为媒介的商品交换。这里划定了流通产生的时间界限——货币的出现。因此,我们不妨从货币的产生来考察流通的起源。

一、生产和消费的分离与再结合

我们的祖先从事采集、狩猎以及部分原始的种植活动,以维持生存。产品有了剩余,人们拿来交换。最初的交换表现为有限的地域集团(部落)内部的产品分配。即所得物品用于维持地域内部人们的生存需要。这是一种自给自足的社会经济形态。生产(供给)和消费(需要)表现为同一主体。交换的可能性促使部分人专门从事某种生产活动,即促进了社会分工。人们在不同地域形成生产单位,从事不同的产品生产,造成生产与消费的分离。人们需要进行交换以完成两者的再度结合。最初的物物交换只限于近距离的双方。人们发现,要完成交换,必须把握对方的期望,同时还有交换物的空间移动等等问题。货币的出现,使交换范围得以扩大,即扩展到三方、多方、多阶段商品交换。特定的交换地“市”的逐渐形成,使人们得以使用货币在这一个固定区域获得各种各样的物品。以货币为媒介的交换是一方付出货币,获得物品(买方);另一方付出物品,获得货币(卖方)。而作为买卖双方并没有规定性。卖方需要再度使用货币寻求它所需要的物品。货币的介入使原先意义上的交换双方不再见面。人们把货币为媒介的交换称为交易。同时物质产品运输业的形成,解决了远距离交换的问题。

生产与消费的距离不断拉大。作为消费者,谁也不再考虑每日

消费的物品具体由谁生产,由谁转运到零售店。从这里,我们看到的生产与消费的分离,具体表现为:①主体的分离(生产者与消费者);②场所的分离(生产地与消费地的距离);③时间的分离(生产时间与消费时间的差异);④数量的分离(许多产品是大量生产,而消费者小量使用);⑤信息的分离(生产者不了解消费者的具体要求,消费者不了解生产者的意图及其付出的辛苦)等等。为了解决这种妨碍人们正常生活的现象,人们使用货币媒介进行一系列使分离的生产与消费的再结合的活动。我们把这类活动称为流通活动。

二、商的流通、物的流通与信息的流通

一系列的流通活动完成了生产与消费分离的再结合。

首先,关于主体的分离。商品从生产者经过批发商(可能经几级批发,也有不经批发商的情况)转移到零售商手中,最后由零售商转送给消费者,从而实现生产与消费主体的再结合。商品在商人之间进行的连锁性交易过程,即不断完成所有权转移的活动称为商的流通。

既然不同阶段的买卖活动形成,商品必须按时完好地转送到买方手中,通常由于交易多属成批量,多次购买,卖方有必要设置仓库储存商品,进行捆包,加工,保管,并保证在需要的时候采用适当的运输手段将商品送到顾客手中。这里,储存和保管完成了生产与消费在时间上分离的再结合,而运输完成了场所分离的再结合,这种对商品的储存、保管和分运的过程或活动称为物的流通。

而生产物与消费物的数量的分离的再结合是由商的流通与物的流通机能共同实现的。人们熟知,当今社会各类零售店每日每时要销售成千上万种的生活用品,而要每日生产数以千万计产品的生产者,对分散在各地的消费者进行直接销售是根本不可能的。由于批发商介入其间,他们将商品成批购入,再向各地零售商分送,最后由消费者就近按所需品质、数量购买,从而实现了大量生产与小量消费的数量分离的再结合。

所谓信息的分离,即供需期望的分离。生产与消费主体的分离,使生产者不了解消费者的真正要求,消费者不清楚生产者能否提供令自己满意的产品。而这两者若不统一,必然发生社会经济的浪费现象。而中间商(批发、零售机构)能够为生产者收集信息(如市场调查),并能够向消费者提供生产者产品情况(如广告、推销),从而实现供需期望的统一,即完成信息分离的再结合,这种信息的传递过程或活动称为信息的流通。

由商的流通、物的流通、信息的流通,以及其他辅助的流通共同构成的流通活动实现了生产与消费分离的再结合。社会上专门从事流通活动的流通业,行使其流通功能。像社会自然分工中出现的其他行业一样,参与实现产品的社会价值,因而流通活动同样具有生产性。

简而言之,由于经济的发展,产生了生产与消费距离拉大的倾向,流通(包括商的流通、物的流通、信息的流通、辅助的流通等内容)是使两者进行有机再结合,从而提高社会财富的效用。流通具有商品从生产者向消费者转移的现象和活动的双重含义。这是狭义的流通概念。

三、以货币为媒介的动态的社会商品交换关系的总和

从上面的讨论,可以看出商品流通不同于物物交换场合下的、各个孤立的、间断的交换行为,而显示为相互交错,相互制约的一系列社会经济联系链条。商品交换通过货币从一个人到另一个人手里的传递而实现。因此说,商品的社会流通是一个动态的、连续不断的、无限循环的社会总体参与的交换过程。这是广义的流通概念。

四、本书的研究对象

人类的经济活动,说到底,应是以社会大众受益为目的。无论是生产活动,流通活动,还是支持这类活动的金融保险和其他服务活动,表面上看,是企业自身的经营活动。实际上,受益者应包括消费大众。企业所得是作为企业活动对社会所作贡献的报酬。利益

应作为一种结果而不是目的。流通的原本目的,是使生产的产品保持完好的状态,高效地、合理地、经济地、快速地转达到消费阶段,最大限度地满足人们各种各样的需求。这需要生产者、批发商、零售商、仓储业者、运输业者,以及与流通相关连的其他业界的共同配合,各自完成份内的流通工作,实现流通机能。而任何一方的不配合,不协调,都会使流通成本上升。

现实中,各方面都存在许多问题。如所提供商品自身对需求的适应性、供应的及时性、适量性、价格的公正性等等。解决这些问题,是人们的共同愿望。人们努力寻求各种办法,提高流通效率,如采用最新科技成果,改变流通方式和手段,更新组织机构,加强社会监督,实行政府调控和立法等。当今的发达国家都是以高效的流通为特征。因为它可以降低社会成本,抑制物价,便利人民生活,提高社会效益。

一般地说,衡量流通活动成果的标准有两个,一是流通成本。流通成本的变动性反映流通活动对社会贡献具有极大弹性。成本上升会造成社会财富的巨大浪费,成本下降直接给企业带来利益,同时可以抑制或降低物价,使消费者所得产生增大的效果。因此可以说流通是一个最具社会潜力的经济领域。流通合理化、现代化首先要降低流通成本。二是商品提供的便利性、快捷性和适应性。这是消费者在现代生活中对流通服务的基本要求(消费者不仅只要求廉价)。因此,现代先进的流通形式可以获得更多的销售额。

现代流通显示了许多新特征,同时也产生了许多不同于传统流通的新课题。本书主要以狭义流通为研究对象,考察流通机能和机构形态。从流通企业角度,讨论商流、物流、信息流的基本理论及其协调动作方式。考察流通的演变,分析现代流通特点和发展趋向。鉴于流通的社会整体性和连续性,研究范围必然还要涉及与流通活动相关的其他社会经济因素,如消费者权益,政府政策等。

§ 2. 现代流通与现代流通经济学

现代流通业的发展越来越引起人们关注,可以说,流通业已成为影响人们生活方式的核心产业。流通业的发展,反映着人类生活的演化。

一、商业与流通业

商业与流通业两个词,经常被人们作为同义词来理解并交互使用。实际上,两者有着明显不同的含义。在西方发达国家,由于历史的原因,流通业(distribution)已作为技术语言,来替代商业(commerce)。流通业者也在取代商人。这种称谓的区别在于:①社会形象的变化:二战前,商业或商人,一直作为一种被否定的社会形象而存在。由于他们不从事生产活动而赚钱,被视为不劳而获,获取不义之财。人们蔑视经商,在文化渊源越深的国家(如法国等),这种状况越明显。战后,西欧和日本发生了类同美国 30 年代的流通革命,各种各样的新型商业销售形式替代了传统形式,如“超级市场”、“购物中心”、“折扣商店”、“仓储商场”等;还有各种无店铺零售形式,如自动售货机、通信贩卖,直至发展到现在的电视、电脑联网销售等等。新型销售形式排除了许多不必要的中间流通环节,可以实现大量销售造成的最低成本价格,给消费者带来实惠和便利。人们逐渐改变了对商人的看法,认识到他们存在的重要性。人们将这些新型商人称为流通业者,以强调其革新形态;②活动内容的不同:据西方一些国家国民收入和生产核算帐户定义,商业是一种转售活动,即是不含运输在内的购买产品再卖给第三者的转售活动,其中也包含一些辅助性操作,如包装等。因而,服务业中一些如面包房、旅馆、饭店、理发、洗染、汽车修理等被人们视同商业网点的单位,在国民核算帐户上不列入商业。而流通活动则将其包括其中,因为它包括使商品和服务向消费转移的全过程。从行业角度看,流通业应是包括商业、部分服务业、仓储业、运输业等行

业在内的综合性产业；③高技术产业形态：在西方，人们将现代流通业称为高技术产业。由于流通业采用各种新技术成果进行运作，信息联网技术，光谱阅读，自动化装卸等，它从根本上改变着企业的经营方式和人们的生活方式。

二、商业学、市场学和现代流通经济学

现代流通业的发展自然带来学术界的激烈讨论，出现了各种研究专著，如日本 70 年代的流通论、流通经济论，80~90 年代的流通系统论，现代流通论等各种流通论著。其研究内容与商业学和市场经营学多有联系，也有区别。这里作一下不太成熟的比较。

（一）现代流通经济学与商业学的联系及区别

从理论上讲，商业学与现代流通经济学研究内容基本一致（如日本理论），对其称谓的变化可以看作一个历史的界限，如同以流通业者替代商人。标志现代生产与消费衔接的新特点。由于新技术的介入，现代流通各方面参与者的联系，更紧密、更系统也更具互控性。现代流通经济学与商业学比较，更强化了或者说扩展了信息的流通研究和整个流通系统的研究。现在，现代流通经济学作为一个新学科异常活跃于经济研究领域。在日本，其基本理论与运作早已被确认，一些高等院校同时设置商业学、流通系统论和流通情报系统论、流通政策论等课程（作为商科研究生必修课），从而构成现代流通经济学整体研究内容。目前我国高等院校一般还没有将其作为专门学科设置课程。

（二）现代流通经济学与市场经营学的联系及区别

市场经营学自产生以来，经过各国实际检验，已成为世界公认的、成熟的、重要的管理学科之一。其内容也有了相对的规定性。大体上看，市场经营学理论是从微观经济角度，研究企业（主要是工业企业）的市场经营问题，对流通问题只作为企业市场营销策略组合的一个因素进行研究，即比较多的从工业企业的角度，考察研究如何选择合适的中间商和有利的储运形式完成销售。流通经济学将经济的生产、流通、消费统一到流通活动中进行研究。由于流通

做为生产与消费的衔接体,它的社会的整体性和连续性,规定了流通经济学的研究角度更为宏观;流通结构是纵向的社会性结构;流通机能要通过一系列流通企业和经济单位共同实现。并且,流通经济学比较侧重于从流通企业角度考察市场营销策略,这样也可以将其看做为市场营销学的并列学科。近些年来,现代流通问题在日本的讨论颇为集中,然而作为学说至今尚无严密的学术定义,但其研究内容基本已形成规范。

现代流通与现代流通经济学的最佳前景在于:当今时代是电子信息时代,如同以往的蒸气时代、钢铁时代、电气时代一样,在社会经济发展中,总有一个时代象征行业领先。而流通业所有的运作几乎都表现为对外联系形态,现代信息手段使流通业已在社会经济群体中显示出令人信服的优势。现代流通经济学的研究也必定更加成熟和发展。

思考题:

1. 何谓狭义的流通概念?
2. 何谓广义的流通概念?
3. 试述本书的研究对象。

第二章 流能机能与流通活动

§ 1. 流通机能与流通环境

我们知道,流通是对生产与消费进行有机的再结合。这种结合是通过表现为具体活动的流通机能来实现的。

一、流通机能

流通机能大体可分为如下四个方面:

1. 商的流通机能:即买卖交易机能,通过一连串的买卖双方的交易活动,使商品所有权(包括使用权,如租赁)不断转移而形成供需结合,这是流通的本质机能。

2. 物的流通机能:即通过商品的时间和空间的转移,克服供需在时间、地点、数量上的分离状态,包括运输、保管、装卸以及流通加工(捆包、包装)等活动。

3. 信息的流通机能:为保证商流、物流的顺利进行,所进行的信息的收集、处理、传递活动。

4. 辅助的流通机能:主要包括流通金融和风险负担机能。它作为商流、物流、信息流的支持机能,共同实现商品的社会转移。

上述这些机能活动的运行结果,可以创造出各种经济效用。如同生产机能通过形态变化,创造出形态效用一样,流通机能独立创造出使用或占有方面的效用、时间效用和场所效用。事实上,生产机能的形态效用与流通机能上述的效用是密不可分的,它们共同构成社会经济效用。

二、流通环境

流通活动是在一定的环境条件下进行的,其机能构成、组织机构的形成与变化,以及活动内容的调整等,都受到周围环境的影响。

响。

(一)宏观环境

1. 社会经济环境:政治、经济、文化、风俗习惯、意识形态,以及国际关系等。这类因素相互关联,并且经常处于变动状态,时时对流通各方面产生影响。

2. 企业经营环境:物价、劳动用工状况、行业间及行业内部竞争,以及资源等变化。这类因素对流通企业经营有直接影响。

3. 自然环境:气候条件影响,风、火、水等意外灾害对流通物的质和量的影响。

5. 科学技术的发展:现代信息业的发展导致信息社会化,促使流通产生质的变化。信息化促使现代社会国际联系越来越紧密,显示出国际社会化特征,流通也显示出更强的广域性和系统性。

(二)微观环境

1. 流通对象的变化:即流通物的不断变化,现存商品的改良与淘汰、商品价格变化、新产品的出现等,导致流通方式、流通策略发生变化。

2. 流通业的变化:批发、零售阶段的业种(行业种类)、业态(行业形态)间的相互联系及力量对比,以及新业态的出现,促使社会流通产生结构性变化。

3. 流通服务业的变化:行情调查、广告、金融、保险、信息处理等机构的发展变化,导致其对流通业支援能力的变化。

4. 区域环境的变化:流通各区域(国内流通各省区,国际流通各国间)行政政策的区别,产业结构,消费文化特点及其变化等;不同区域的流通环境差异很大。因而,流通活动方式,机械设置,机能运作等,必须考虑环境条件的影响。

§ 2. 商的流通机能

商的流通机能,是流通的本质的机能,是经济主体为了供需结

合所进行的连续推进的所有权和使用权的权利转移活动。商的流通机能大致可分为购买机能与贩卖机能,两者共同发生作用。作为生产者,为了贩卖生产出的产品,要购买生产所需物品;流通业者,为了贩卖而进行采购。下面从这两个方面进行讨论。

一、商品计划与开发机能

要想生产和贩卖适合消费者(或用户)需要的商品,必须进行采购活动。生产者与流通业者的购买表现不同,生产者的购买是为了确保原材料、零部件的使用,批发商和零售商的购买是为了确保贩卖。

购买是一种决策活动,生产者采购之前要进行产品计划。对流通业者而言,是商品计划。必须认真考虑五个方面的适应性。即适当的产品,适当的场所,适当的时间,适当的价格和适当的数量。这里所说的适当,指对消费者服务的最佳状态。

购买者在购入商品和服务时,需要进行卖方信用调查,交易条件分析等多方面活动。通常,生产者的购买活动根据产品计划,包括新产品开发,现有产品改良与用途拓展,以及疲软产品淘汰计划。它反映出消费意向与企业技术实力的结合。制定好的产品计划,要求产品计划部门与研究开发部门、制造部门以及营销部门保持密切配合。

流通业者的商品计划,要反映消费者购买意向,但同生产者的上述产品计划有区别。它要接受生产者的产品,为选择、确定商品而进行各方面的计划,如购入商品的种类、品质、数量、时期、价格以及出售者和进货方式等。据此制定采购政策,其中包含如何进行的合理的在庫管理等。这被称为整体商品组合计划。

制定商品组合计划的重要问题,是确定采购商品的范围,即确定商品组合的幅度(种类)与深度(尺寸、色彩、形状、规格等),要考虑向采购商品的连续性要求和向无关联商品的扩张两方面发展。

流通业者采购形式有多种:

(1)从进货主体看,可分为单独进货与共同进货,独立的企业

有的单独进货,有的联合起来共同进货,以降低成本,发挥采购面的规模经济性。国际上许多零售业者结盟,组成连锁销售网,如综合超级市场等,共同出资设立采购公司,若干同业者统一计划,统一采购国内外各类商品。

(2)从采购量看,必须注意消费者少量需求的情况,近年的倾向是多品种、小批量、高频度采购。与此同时,一些连锁商店,由总部统一管理,承担采购权限和责任,为各店选购产品,统一进货,形成大量采购能力,从而使采购商品原价下降。

(3)从采购风险负担者看,①买断。这是通常的采购方法。从商品引渡的时点起,所有权移至买方,同时由买方负担在库风险;②委托进货(即代销)。商品引渡后所有权仍保留在供货方,进货方开始承担保管责任;③消化进货。按商品销售情况计采购量,即商品转卖以后才算进货量,且采购方不承担保管责任。②与③都由供货方承担采购风险。

二、价格决定机能

(一)价格决定

在商品流通过程中,价格的决定越来越倾向于特定的经济主体,在经济学的完全市场竞争模式下,需要量与供给量双方面的压力均等,在此作用下,形成市场的均衡价格。然而,在现实的市场经济中,产品的差别化愈趋明显(包括农、副、水产品),完全竞争模式的理想价格已不多见。在西方,耐用消费品产业形成垄断市场结构,其特征是价格由制造业利用可能的手段如市场营销组合独自进行控制。

1. 价格决定主体及其定价方法

关于价格由谁决定的问题。这要从流通过程每一阶段,每一可能的主体进行考察,有生产者、批发商、零售商、消费者和政府。对耐用消费品,多由生产者形成价格决定主体,如家电、汽车等行业。对生鲜食品,较多形成批发市场价格,主要由批发商控制价格。零售商的价格主导范围多为普通无商标小商品的开发、贩卖。对于消