

第二部

商业主权论

代雨东 著

全商

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业主权论/代雨东著. —北京: 中国财政经济出版社,
2002.5

(全商; 2)

ISBN 7-5005-5747-7

I. 商… II. 代… III. 商业经营-主权-研究-中国
IV. F720

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 026636 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@dre.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京外文印刷厂印刷 各地新华书店经销

850×1168 毫米 32 开 9.875 印张 235 000 字

2002 年 5 月第 1 版 2002 年 5 月北京第 1 次印刷

印数: 1—5000 定价: 18.80 元

ISBN 7-5005-5747-7/F·5054

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

序 言

代雨东先生所著的《全商》第一部《中介商业论》在不久前已经出版，并被北京有关部门推介为“2002 首届北京图书节”的推荐书目。我曾为《中介商业论》一书作序，现在雨东先生又将《全商》第二部《商业主权论》送我案编，令我欣然命笔。

当前市场上，研究商业问题的书籍并不算少，但进行创新研究的书籍却不多。而即将出版的《商业主权论》一书，应当是一项创新性研究成果：

一是立意新。综观商业方面的研究成果，从主权角度进行研究的论著是罕见的。雨东先生“敢为天下先”，从中国商业开放的现状和经济全球化的背景出发，提出了商业主权和主权商业等范畴，可谓立意之新颖。

二是观点新。在《商业主权论》一书中，雨东先生提出了若干重要理论观点。比如，“商业主权度”观点，认为一个国家在商业方面是否拥有主权，可以用商业主权度来衡量。商业主权度受到一个国家或者民族对商业企业的直接控制权、对市场的间接控制权和对国际市场的参与权等因素的影响，并可以根据一定的数学模型对商业主权度进行量化。这些思路和提法都是原创性的，是很具新意的。

三是体系新。商业主权问题是一项崭新的研究领域，如何对该问题进行研究，是一个值得探讨的问题。雨东先生在《商

◇

《全商》

第二部《商业主权论》

业主主权论》中提出了一个较为系统合理的研究体系，可谓体系新。

四是有创见。书中引用了大量的统计资料，并得出了很有说服力的结论。比如，书中指出：据销售增长率和利润增长率统计资料，大约5~8年的时间，外资商业企业的销售额将会与内资商业企业的销售额平分秋色。如果以60%作为主权商业体系的分界点的话，就销售额份额而言，大约到2005~2008年中国的主权商业体系将不复存在。这些结论是很有震撼力的，也是很有说服力的，因为这并非主观推断，而是统计数据证明了的。

当然，作为一项新的研究成果，还有一些需要进一步探讨和完善的地方。但作为一项颇具创新性的研究，又实属难能可贵。

是为序。

李金轩

二〇〇二年四月于人大林园

◇

《全商》

第二部《商业主权论》

导 论

新的世纪是商业的世纪，新的时代是服务的时代。随着生产力的发展和科学技术的进步，商业已经成为国民经济的主导产业，商业主权已经成为国家主权的重要组成部分。在全球化进程中，在加入 WTO 的背景下，重视与完善主权商业体系将是商业发展的历史性选择。

主权是一个法学概念，是同民族国家相对应的概念。国家主权的内容包括政治主权、经济主权和文化主权等方面。经济主权中将包括工业主权、农业主权、商业主权和金融主权等范畴。

商业主权与主权商业是两个密切相关的概念。商业主权是指国家的、民族的商业在国内商业中占有主导地位，表现为直接的商业企业控制权和间接的市场控制权两大方面；主权商业是指国家的、民族的商业之整体，是同外资商业相对应的概念。商业主权是一个政治属性的概念，主权商业是一个经济属性的概念。商业主权是实现主权商业的手段，主权商业是商业主权的目標。一个国家或者民族只有拥有了商业主权，才能建立起主权商业体系。

研究发现：根据销售增长率和利润增长率统计资料，大约 5~8 年的时间，外资商业企业的销售额将与内资商业企业的销售额平分秋色。如果以 60% 作为主权商业体系的分界点的话，就销售额份额而言，大约到 2005~2008 年，中国的主权

商业体系将不复存在，这并非危言耸听。如果说，中国的商业阵地不愿像诸如日用洗涤品市场、感光材料产品市场和饮料产品市场那样全线崩溃的话，就应当从政府到企业、到民众都要增强商业主权意识，为完善中国的主权商业体系和建立商业主权体系而全力以赴。

多少年来，人们总是认为商业从属于工农业部门，是次要的产业部门。但随着生产力的发展，科学技术水平的提高，物质产品的不断丰富，商业已经成为国民经济的主导产业，是否拥有主权商业体系将关系到国民经济的命运。

就当前来看，许多企业的发展，重要的不是受到生产的制约，而是受到流通的制约。出现这种现象的主要原因是，中国的市场已经由以前的卖方市场发展到目前的买方市场。2001年国家经济贸易委员会对600多种商品的统计结果表明，只有几种商品供求紧张，绝大多数商品处于供过于求或者供求平衡的状态。

在这样一种情况下，经济的发展速度将主要地不是取决于生产，而是取决于流通渠道是否畅通和流通手段是否领先。也就是说，一个国家是否有高效的主权商业体系，将直接制约着本国经济的发展。

商业的重要性还关系到国家的安全。如果说一个国家的商业部门、一个国家的市场被外资控制，那么这个国家的工业也必将被外资控制，最终国家的经济将被外资控制，国家主权也可能随之丧失。建国初期，中国对民族资本进行改造时，就采用了统购包销、加工订货等方式，就是从流通领域入手对资本的生产进行控制。历史经验表明，谁控制了商业，谁就控制了市场，谁将是全球市场竞争的赢家。如果中国的商业被外资控制，中国的主权经济也就走到了崩溃的边缘。因此，是否拥有主权商业体系，将关系到国家经济的成败、关系到国家主权的

存亡。

中国现有的商业体系仍然处在主权商业体系的范围。但研究表明,如果不迅速筑起抵御外商进入的强大防线,不及时采取有效的应对措施,约5~8年左右的时间,中国的主权商业体系将不复存在。如果主权商业体系不复存在,又必将危及包括主权工业和主权农业在内的整个主权经济体系的存亡。因此,各级政府部门、实业界的仁人志士、理论界的专家学者等,都应当高度重视中国主权商业体系的完善问题,并应当通力协作,采取必要的应对措施。

尽管外商进入将给主权商业体系带来巨大威胁,但也应当看到贸易自由化本身是一个机遇与挑战并存的过程。只要我们善于迎接挑战,积极寻求机遇,中国的主权商业体系在外商的冲击下,不但不会垮掉,反而会更加富有竞争力,并将更加强大。

鉴于对以上问题的思考,本书对主权商业问题进行了论述。该书由十章组成,其逻辑结构是:

第一章“全球化聚焦国家商业主权”和第二章“商业开放唤醒商业主权意识”主要阐述商业主权提出的国内外背景情况;

第三章“商业主权的历史警钟长鸣”是从历史角度论证主权商业对政治、经济、文化等方面带来的深刻影响;

从第四章到第八章分别从“国家主权、经济主权、科技主权、消费主权、文化主权”等角度对商业主权问题进行了具体分析论证;

第九章“完善中国主权商业体系”分析了中国主权商业体系现状及发展趋势,并提出了完善中国主权商业体系的具体举措——建立起遍布城乡的大物流中介商业网络,以打造出与跨国商业抗衡的“中国商业航空母舰”;

第十章“由主权商业走向人本商业”指出了未来商业的发展方向是充分满足人们的多方面需要，在伦理道德成为人们自觉行动的条件下，使人类需求的满足达到“无家庭观、无区域性和无约束”之境界。

笔 者



目 录

序 言	李金轩
导 论	笔 者
第一章 全球化聚焦国家商业主权	(1)
第一节 经济全球化与商业格局的变化	(2)
第二节 全球化中的国家经济安全问题	(13)
第三节 经济全球化进程中商业主权问题的提出	(19)
第二章 商业开放唤醒商业主权意识	(28)
第一节 商业开放回眸	(30)
第二节 外商抢占中国商业阵地	(35)
第三节 商业主权意识的觉醒	(40)
第三章 商业主权的历史警钟长鸣	(51)
第一节 商业繁荣与萧条的交替演进史考察	(52)
第二节 当代经济安全与商业主权的个案分析 ——东南亚金融危机	(68)
第三节 21 世纪商业主权的警钟再次敲响	(77)
第四章 商业主权是实现国家主权的重要手段	(86)
第一节 何谓国家主权	(87)
第二节 国家主权是各国和世界经济发展的基石	(100)
第三节 国家主权与商业主权	(108)
第五章 商业主权是经济主权的主导支柱	(118)

第一节	商业主权是经济主权的主导支柱·····	(120)
第二节	市场安全是商业主权的主要表现形式·····	(132)
第三节	商业主权是实现国家经济安全的关键环节 ·····	(148)
第六章	科技主权是商业主权的先导·····	(156)
第一节	科技与科技主权·····	(158)
第二节	科技主权是商业主权的先导·····	(168)
第三节	发展高科技产业,掌握高科技主权·····	(178)
第七章	商业主权是消费主权的基础·····	(186)
第一节	消费主权问题的提出·····	(187)
第二节	实现消费主权的障碍及对策·····	(194)
第三节	商业是实现主权消费的最佳方式·····	(207)
第八章	文化主权是商业主权的升华·····	(219)
第一节	文化与文化产业·····	(221)
第二节	多元文化与文化安全·····	(226)
第三节	文化主权是商业主权的升华·····	(233)
第九章	完善中国主权商业体系·····	(244)
第一节	中国主权商业体系现状分析·····	(246)
第二节	中国主权商业体系面临的巨大挑战·····	(259)
第三节	完善中国主权商业体系的对策思路·····	(262)
第十章	由主权商业走向人本商业·····	(275)
第一节	人本商业社会的前景·····	(276)
第二节	丰富的人本商品使人类个性化需求得到充分 满足·····	(281)
第三节	人本商品供应的先进手段·····	(286)
第四节	实施人本商业的有效管理·····	(289)
第五节	人本商业的发展趋势·····	(296)
后记	·····	(303)

第一章 全球化聚焦 国家商业主权

在全球化时代，主权的概念及作用形式都发生了变化。当今维护国家主权越来越侧重于经济方面，而商业主权成为实现经济安全的重要手段。当我们把全球化的注意焦点聚焦于商业，就会发现商业越来越成为国与国之间相互协调国际社会的主旋律，与此同时，国家经济不安全问题集中暴露于流通领域，并通过商业流通向社会再生产和社会经济生活各环节、各方面传导和扩散……

20 世纪末，全球化浪潮的风起云涌，各国的发展都被纳入了世界的轨道。全球化不仅带来了更多的机遇与利益，也带来了各种问题与挑战，迫使各国调整政策以适应全球化的要求。全球化与国家主权的冲突日益凸出，全球化对国家的经济主权、政治主权、文化主权和商业主权造成了不同程度的冲击与影响，传统的国家主权理论遭受侵蚀。由于各国所处的发展阶段和所面临的国际环境不同，对这一概念的理解，存在着迥然不同的理论与作法。经济发达的国家为在全球范围内发挥大国的影响力，力图抛弃传统的国家主权理论，认为主权已成为其履行“国际义务”和“国际合作”的严重障碍；发展中国家在全球化浪潮中，为维护自身的独立自主权，不仅应坚持国家主权的完整性和不可干涉性，坚持绝对主权的立场，而且还要反对西方国家干涉主权的各种企图。如何正确处理这一关系，决定着我国经济能否健康、持续、快速地发展。

第一节 经济全球化与商业格局的变化

一、经济全球化实质及趋势

全球化是当今世界经济发展的必然趋势。全球化(globalization)这一概念是 1985 年提奥多尔·拉维特在其《市场全球化》一文中首次提出来的。全球化的概念众说纷纭，比较公认的看法认为：全球化是指当代人类社会生活跨越国家和地区界限，在全球范围内展现的全方位的沟通、联系、相互影响的客观历史进程与趋势，是以经济全球化为先导的经济、政治和文化的全球性整合运动。

经济全球化是指世界各国、各地区通过密切的经济交往和

经济协调,在经济上相互联系和依存、相互渗透和扩张、相互竞争和制约已发展到很高程度,形成了世界经济从资源配置、生产到流通和消费的多层次和多形式的交织和融合,使全球经济形成一个不可分割的有机整体,各国通过出口向国外进行经济扩张,尤其是通过对外直接投资建立子公司,使国际分散的经济活动在功能上实行一体化。可以说,经济全球化就是生产要素在全球范围的流动以及在全球范围内进行资源配置,逐步削弱各种障碍和壁垒,获取最大利益。

经济全球化的实质就是经济规则的全球化。所谓经济规则就是经济运行的制度或制度安排。“制度是一个社会的游戏规则,更规范地讲,它们是为决定人们相互关系而人为设定的一些规则。”^①就世界经济的范畴来讲,经济规则既包括由各种微观跨国经济主体所形成的市场运行规则,也包括由世界贸易组织、世界银行、国际货币基金组织及其他国际条约组织制定的各种宏观经济制度或规则。无论是微观规则还是宏观制度,也无论是正式的或是非正式的规则,对世界各国,各经济主体经济行为的约束力越来越强。这些带有全球化性质的经济规则,使世界各经济主体的经济活动走向规范化和全球化,为各国之间经济合作和经贸关系的稳定、健康、发展创造了良好的条件,支撑经济全球化的全过程。

经济规则全球化实际上具有两层意思:一是有效的制度(如市场制度、国际组织的各种经济政策、公约协定)在全球范围得到拓展;二是随着经济规则全球化进展,世界经济主体非理性活动得到抑制,世界经济秩序总体将逐渐从混乱无序向结构有序转化。“众所周知,没有社会秩序,一个社会就不可

① 诺斯:《制度,制度变迁与经济绩效》,上海三联书店1994年版,第5页。

能运转。制度安排或工作规则形成了社会秩序，并使它运转和生存。”^① 同样，没有世界经济秩序，世界经济就会危机丛生、风险不断、摩擦加剧、制裁频繁。世界经济规则形成了世界经济秩序，并使它运转和生存，正如金本位制曾支撑二战前的世界经济运行，布雷顿森林体系促进了二战后世界经济的发展，关税和贸易总协定规范了国际多边贸易制度一样。因为，经济规则为经济主体进行交易行为时降低了交易费用，使经济主体在交易中反反复复地讨价还价的行为最少化；经济规则为经济主体提供了一种框架的尺度，为经济主体跨国交易减少了未来的不确定性。可以认为，经济全球化的发展过程，恰恰是世界经济规则进步的过程及其发挥作用的过程。当今，市场经济制度日益成为世界各国和世界经济普遍的体制和机制模式，市场经济体制的扩张推动了经济全球化发展，市场经济规则的全球化造就了世界经济新秩序。因此，市场经济规则的全球化成为经济全球化的本质特征。

尤其是二战后，市场经济以前所未有的势头向发展中国家和社会主义国家推进，随着以信息技术为中心的高科技革命迅猛发展，经济全球化更加迅速地向深、广方向发展并发生质的剧变。在经济运行方式逐步靠拢、相互融合的大背景下，一个名副其实、全球规模的世界市场才真正形成，从而使经济全球化趋势成为当代世界经济最鲜明、最显著的特征，成为世界经济运行的主旋律，给世界经济带来了新的活力。

真正的经济全球化的时代已经到来，尤其是随着技术进步、新的国际分工、金融全球化和贸易自由化可获得有效推进、跨国公司的发展、一体化从功能性走向制度性、世界经济

① 布罗姆利：《经济利益与经济制度》，上海三联书店 1996 年版，第 55 页。

运行的规则网络基本形成,世界经济进入全球化发展阶段。在经济全球化进程中,能迅速作出反应,进行适应性改革的国家和企业,不仅要适应本国市场体制的运行规律,而且要适应国际规范化的市场经济的运行规律,还要善于把变化中的机遇变成竞争的优势。

(一) 全球化是一个客观的历史发展过程

全球化过程所以发生,首先在于世界各地自然资源、自然环境的差异性。这种差异性产生了相互沟通和交流的客观需要。随着社会的进步,这种相互交流日益迫切,交流的对象日益广泛,交流的手段日益增多。而交流的过程就是相互取长补短的过程,就是增大共识和共性的过程,也就是走向全球化过程。这个过程严格地说,从有了商品交换就开始了,但直到进入发达的商品经济资本主义经济之前,这个过程是极其缓慢的。资本主义世界市场和机器大工业的建立,使这个过程开始加速,到二战后,由于新科技革命和跨国公司的大发展,全球化过程空前加速了。

(二) 全球化是一种世界各国相互依存关系的状态

全球化是形容世界各国在政治、经济、文化、社会等各方面相互依存的程度,形容世界各国相互联系和影响的紧密程度,形容各国之间由于利益的相互依存所产生的牵一发而动全身的关系。全球化是相对于“民族化”、“地区化”的概念。现在,人类社会虽然尚未摆脱“民族化”、“地区化”的意识和进程,但科学技术和生产力的发展,已经越出了“民族化”和“地区化”的窠臼,“全球化”被提到了议事日程。现在世界已经成为“地球村”,各国都是这个“村庄”的一个家庭,一个成员。任何一个家庭、一个成员的变动和变化,都将直接或间接地对这个“村庄”发生影响;反过来,这个“村庄”的任何变动和变化,也将直接或间接地影响到每个家庭和成员。现

在，任何一个国家都只能以不同的方式和不同的途径融入全球化过程，而不能脱离或退出这个过程。

（三）全球化过程是国家政治经济边界弱化的过程

人类社会自产生国家以后，以一定的地理疆域和主权为标志的国家一直是世界上行使政治经济活动的基本单位，疆域和主权不可侵犯一直是一个国家的基本权力。而全球化以一种不可抗拒的力量在不断地侵蚀、弱化和摧毁这个不可超越的政治边界和国家主权。全球化意味着“地理的终结”，全球化正在创造着“无边界的世界”。当然，如前所述，全球化是个漫长的过程，在这个过程中，政治边界只能弱化，而不可能完全消失，而且这个过程还将充满矛盾和斗争。

二、全球化浪潮中的商业变化

在人类迈入 21 世纪之时，以信息技术为支撑的全球经济一体化正加速形成，改变着人们生产方式、生活方式、思维方式，未来人类社会经济的发展趋势就是创新化、知识化、网络化、数字化、虚拟化、全球化。在这样一个变革的氛围中，商业流通的营销理念、管理手段、组织结构、经营业态、市场构成正在发生巨变，商业领域正面临一场前所未有的“商业革命”，以适应日益发展的全球化浪潮的需要。

（一）商业营销理念的革命化

从传统的物物交换到现代商品流通，人类社会已经经历了几千年的文明发展史。现代商业已成为一种独立的产业，它有自己的营销理念和价值取向，并且其营销理念随着社会经济的发展而不断地变化和发展。营销理念的不断更新是人类社会经济发展的必然要求。

经济全球化要求商业经营理念要由单纯注重经营者利益最大化，发展到使经营者、生产者、消费者，以及国家和社会整

体效益最大化,这反映了社会经济历史发展客观的必然性,反映出人类在商业营销活动中必然追求规模经营,走联合发展,寻求整体最优的发展道路。而今单纯的“顾客是上帝”似乎已成为过时的理念。一种以人为本,尊重人、关心人、方便人、为他人着想,真诚地帮助顾客等新的营销理念正在逐渐兴起,这种新的营销理念似乎正在改变买卖双方那种无商不奸的传统思维定式。现代商品交换已不仅是一种纯粹的买卖关系、服务者与被服务者的关系,而且还是一种精神交流。

(二) 商业企业管理手段和管理方式的自动化、科学化和现代化

现代科学技术是流通业发展的第一推动力。科技革命从对人的体力劳动的替代发展到对人的脑力劳动的替代,从对人的体力劳动的延伸扩展发展到对人的脑力劳动的延伸扩展,这是人类历史上的一场巨大革命,是商业形态转变的最根本的原因。科技革命使商业发展成为以信息和能量流通为主导的社会化大流通,随着科技的发展,流通业管理手段和管理方法的现代化和自动化已成为一种必然趋势。

以计算机和信息技术为中心的现代技术在商业流通中的应用,使商品跨越时空的流通更加迅捷和方便。电子货架监视系统、中心计算机存货控制和进货系统,使售货、计算、结账、补充货物等工作连续自动完成,使商业的科技含量不断增大,自动化程度不断提高。销售作业自动化、管理的最优化、信息流通标准化、商品选配自动化、商品流通自动化和会计记账标准化正随着科学技术的发展而不断提高。

在经济全球化中,商业延伸扩展到以往任何时代都无法达到的广度和深度。商业已成为一系列经济活动的集合,一切可以用来交换的、用于实现人们效用最大化的有形的和无形的、物质的和非物质的东西都成了商品,并进入流通,使商品流通