

中国人民大学“十五”“211工程”建设目标志性成果

流通产业组织

LIUTONG

CHANYEZUZH

马龙龙 主编

清华大学出版社

中国人民大学“十五”“211工程”建设目标志性成果

流通产业组织

LIUTONG
CHANYEZUZH

马龙龙 主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书将系统的介绍流通产业结构理论,重点研究流通产业所表现出的宏观比例性关系和特征,分析流通产业伴随流通市场和流通技术发展而出现的结构性演变规律及其原因,通过对流通产业结构的历史、现状以及未来的动态研究,寻求流通产业结构发展变化的一般规律,为国家规划未来的流通产业结构构建理论支撑,也为国家制定流通产业结构政策提供理论依据。本书内容涉及流通产业的结构分解及研究方法;流通产业内各组成部分的技术经济联系;市场化、工业化和国际化过程中流通产业内部结构演变规律;欠发达国家流通产业结构调整政策的制定;国内流通产业发展趋势和国际流通产业结构变动方向等。

本书作为流通经济学研究生系列教材,是教育部“211 工程项目”中国人民大学流通重点学科建设的标志性成果之一。本书适合于流通经济学专业师生及流通业人士阅读。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

流通产业组织/马龙龙主编. —北京:清华大学出版社,2006.3
ISBN 7-302-12563-5

I. 流… II. 马… III. 商品流通—研究 IV. F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 011113 号

出 版 者:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机:010-62770175

地 址:北京清华大学学研大厦

邮 编:100084

客户服务:010-62776969

责任编辑:徐学军

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

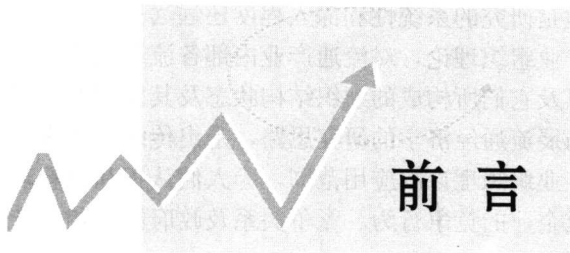
开 本:185×260 印 张:20.5 字 数:407 千字

版 次:2006 年 3 月第 1 版 2006 年 3 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-12563-5/F·1469

印 数:1~3000

定 价:48.00 元



当产品以耗费最小的劳动生产出来后，还须以最快的速度 and 最低的费用进入消费领域。流通作为实现产品价值的手段和途径，是提高社会经济活动效率的重要保证。因此，流通效率是影响整体社会经济效率提高的重要方面。如何消除阻碍经济活动发展的瓶颈、促进产品价值实现，一直是流通经济学的核心问题。流通经济学家们运用各种理论与方法对此核心问题进行了研究。但是，传统流通经济学的研究更多关注于宏观与微观层面，即流通体制、流通宏观调控政策、流通企业管理等方面，对于流通产业中观层面的研究较少，尤其缺少的是运用现代产业经济学理论和方法对流通产业的研究。

流通产业效率的提高除有赖于微观企业组织优化及劳动效率的提高之外，产业组织优化对于流通产业效率提高及其向高级化演进具有重要意义。产业组织理论是现代经济学的重要分支，它关注各个产业内部、不同市场结构中企业的行为和相互之间的关系，其核心命题是垄断、竞争与规模经济之间的关系，通过研究寻求既充分利用规模经济优势、又充分鼓励产业内部竞争，避免因垄断或者过度竞争而引起的低效率，最终优化产业内资源配置的途径。

自西方产业组织理论引入我国后，国内对产业组织的研究很长时间内容集中于理论的介绍和对制造业产业组织问题的分析上。20世纪90年代中期以后，我国流通经济学者开始将现代产业经济学的研究成果应用于流通领域，并开始对我国流通产业组织状况进行分析。有些学者对流通企业竞争行为作了案例性描述；有些学者对日、韩、美、法、德等国的流通产业组织政策作了介绍性研究。这些研究都具有一定的理论、



现实价值和借鉴意义，但是研究的系统性和深入程度还远远不够。

本书旨在运用现代产业组织理论，对流通产业内部各流通组织（企业）之间的相互关系，以及它们所构成的组织结构状态及其发展变化过程进行研究。目的在于拓展流通经济学的研究思路，走出传统流通理论的研究范式；同时延伸产业组织理论的应用范围，为人们认识和解释现实经济运行中流通产业或企业的竞争行为、竞争关系及政府制定相关产业组织政策提供理论依据。

流通产业具有许多与制造业不同的经济特性，为了对流通产业组织状况做出准确的判断，我们不能直接套用产业组织理论中关于制造业的实证研究成果。流通产业是服务产业的重要组成部分，因此它必然会表现出服务产业的一些经济特性；同时，该产业拥有大规模的流通网络，因而又呈现出与网络产业相似的经济特性。因此，流通产业可以被称为经济网络型服务产业。本书与其他产业组织研究和流通经济学研究的不同之处，就在于运用产业组织的基本理论与研究框架，针对流通产业的网络经济和服务经济特性进行了创新性研究，突出地体现了在流通产业组织中不同于一般制造性产业的地方，从而更能真实地反映流通产业市场的结构与绩效，有助于判断流通企业竞争行为的有效性和促进流通产业内资源配置效率提高的关键所在。

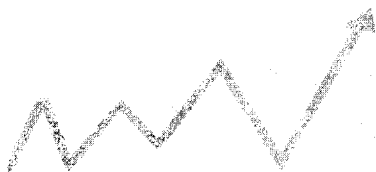
在本书内容的设计方面，并没有对流通产业组织的每个方面进行面面俱到的论述，而是选取了部分重点内容进行阐述，主要包括：流通产业的规模经济、流通产业集中度、流通产业的同质化与差异化竞争、流通产业进入退出、流通企业定价、流通产业技术创新、流通产业纵向市场关系、流通产业成长。

本书与《流通产业政策》、《流通产业结构》一起，共同构成流通经济学研究生系列教材。这套教材是教育部“211工程”项目“中国人民大学流通重点学科建设”的标志性成果之一。

在本书的写作过程中，我的学生裴艳丽博士不辞劳苦，书中很多章节都凝结着她的智慧与心血；博士生李智和段黎在书稿的修改方面也做了大量工作。参与各章写作的还有：杨晓宁、张小刚、高筱兰、孟旭、郭艳、姚蕾、朴海兰、杨庆广等人。由于时间和水平所限，书中难免存在不足和错误之处，恳请广大读者提出宝贵意见。

马龙龙

2005年10月于中国人民大学



目 录

第一章	流通产业组织概论/1
	第一节 流通与流通产业/1
	第二节 流通产业组织/8
	第三节 本书的研究框架/23
第二章	流通产业规模经济/28
	第一节 流通产业规模经济的基本概念/28
	第二节 流通产业规模经济的影响因素/39
	第三节 流通产业规模经济的来源/42
	第四节 流通产业规模经济的实证研究/51
	案例：规模经济与范围经济的体现——沃尔玛/55
第三章	流通产业集中度/60
	第一节 流通产业集中度的基本理论/60
	第二节 流通产业集中度的计量与评价/72
	第三节 流通产业集中度的影响因素/87
	案例：超市产业集中度分析——以 20 世纪 90 年代末 上海情况为例/94
第四章	流通产业同质化与差异化竞争/97
	第一节 流通产业同质化竞争/97



第二节 流通产业差异化竞争/107

案例一：华润万佳亏损/123

案例二：解析凯玛特倒闭/125

第五章 流通产业进入退出/129

第一节 进入退出壁垒概述/129

第二节 流通产业进入退出壁垒/144

第三节 我国流通产业进入退出壁垒的实证分析/153

案例：家电流通业的进入壁垒/160

第六章 流通企业定价/165

第一节 流通企业的定价原理/165

第二节 流通企业的价格竞争行为/176

第三节 流通企业的不正当价格行为/181

第四节 流通现代化对企业定价行为的影响/192

案例：凯玛特 VS 沃尔玛/200

第七章 流通产业技术创新/206

第一节 技术创新概述/206

第二节 流通产业技术创新/213

第三节 流通产业技术创新与市场结构/224

案例：创新的亚马逊/237

第八章 流通产业纵向市场关系/240

第一节 垂直一体化/241

第二节 垂直交易限制/250



第三节 买方主导纵向市场关系/261

案例：旅行社之间搭便车问题/272

第九章 流通产业成长/279

第一节 流通产业的成长方式/279

第二节 我国流通产业的成长现状/289

第三节 流通产业成长的影响/299

案例：日本 7-11 公司的成长/307

参考文献/315

第一章

流通产业组织概论

流通产业组织，即流通产业内企业间的竞争与合作关系，是本书研究的核心内容。流通产业组织问题既有与其他产业相通之处，又因流通在经济活动中的独特地位和作用，具有其独特性。下面我们首先研究界定有关流通的基本概念与原理、流通产业的外延与内涵、流通产业组织的含义；然后介绍产业组织理论的发展，并通过流通产业的经济特性看流通产业组织研究的特点；最后提出本书的研究内容与框架。

第一节 流通与流通产业

流通产业作为重要的产业部门，联结着生产与消费，满足消费需求并指导消费，地位日益凸显，成为经济运行不可或缺的重要组成部分，并影响着其他产业的发展。

流通产业基本概念

从简单的商品交换开始，历经简单的商品流通、发达的商品流通，商业的最终出现标志着以商业为主体的流通产业的形成。

(一) 流通

在涉及本书所研究的流通概念时，我们有必要回顾马克思在《资本



论》中提出的有关流通的理论。它是一笔值得借鉴的宝贵理论遗产，也是我们在当今时代研究流通的重要理论基础。

1. 马克思流通理论

马克思的流通理论是从研究商品交换开始的。最原始的交流形式是物物交换，其表现是 W—W，即在一次完成商品交换的过程中，只有两种商品参与，只涉及两个交换者。之后简单的、偶然的价值形态逐渐扩大。马克思认为：“交换的不断重复使交换成为有规则的社会过程，因此，随着时间的推移，至少有一部分劳动产品必定是有意为了交换而生产的”，并且“随着进入交换过程的商品数量和种类的增多”，用“第三种商品”媒介两种商品的交换就成为必要。^① 他所说的“第三种商品”是货币，可以作为所有商品的一般等价物来媒介交换过程。

货币出现之后，物物交换就发展为以货币为媒介的商业交换，就是商品流通。货币使商品“买”和“卖”的过程分离，即把交换过程分成两个相对独立的过程。简单的商品流通形式出现了，其表现是 W—G—W。一个是商品转化为货币 W—G，这是卖的过程；另一个是把货币转化为商品 G—W，这是买的过程。对商品所有者来说，“卖”这一过程极为重要，因为只有把商品转化为货币，才能实现商品的价值，才有能力去实现接下来的“买”这一阶段。所以，“卖”是“商品的惊险的跳跃”，“这个跳跃如果不成功，摔坏的不是商品，而一定是商品的所有者”^②。因此，在商品交换的第一阶段，存在非常大的风险。而商品经济越发达，社会分工越广泛，市场竞争越激烈，风险就更大了。

马克思提出了商品流通的概念，“每个商品的形态变化系列所形成的循环，同其他商品的循环不可分割的交错在一起，这全部过程就表现为商品流通”^③，并指出“流通是商品所有者全部关系的总和”^④，“流通将表现并解决商品交换过程中所包含的矛盾”^⑤。

马克思还指出，流通具有相对独立性，商业资本是有“独立资本的形态”^⑥；并且流通具有相当重要的作用，“流通过程是总再生产过程的一个阶段”，“生产过程已完全建立在流通的基础上”^⑦，“在商品生产中，流通和生产本身一样必要，从而流通当事人也和生产当事人一样重要”^⑧。

2. 本书流通概念

更多学者主要从流通媒介生产与消费的职能出发为流通作定义。美

① [德] 马克思：《资本论》，第1卷，106页，北京，人民出版社，1975。

② [德] 马克思：《资本论》，第1卷，124页，北京，人民出版社，1975。

③ [德] 马克思：《资本论》，第1卷，131页。

④ [德] 马克思，恩格斯：《马克思恩格斯全集》，第23卷，188页，北京，人民出版社，1995。

⑤ [德] 马克思，恩格斯：《马克思恩格斯全集》，第13卷，77页。

⑥ [德] 马克思：《资本论》，第3卷，305页。

⑦ [德] 马克思：《资本论》，第3卷，311、367页。

⑧ [德] 马克思，恩格斯：《马克思恩格斯全集》，第24卷，14页。



国学者克拉克 (F. E. Clark) 认为“流通由生产向消费的人的转移和商品本身的实质转移两个过程组成”；日本学者田岛义博将流通定义为“商品从生产者到消费者转移的现象或为转移而进行的活动”；江尻弘认为，流通的客体不仅是商品，还包括无价值的部分，如废弃物的转移，因而将流通客体扩展为产品；日本商业学会定义委员会则定义为“流通是产品从生产者到消费者的社会性、经济性转移”；铃木武将流通定义为“在生产者与消费者之间，通过人、场所和时间展开的架桥活动”。

本书的研究认为，流通是产品从生产者到消费者转移的社会的、经济的移动过程，不仅包括物品本身的移动，还伴随着商品所有权的转移，但不包括无价值的不能再利用的废弃物的转移，因为废弃物转移的两端并不是生产者与消费者。定义中所谓社会性的移动，是指人们为了克服时间和空间的矛盾而进行的物品的位置移动；所谓经济性的移动，是指在整个移动过程中，物品的效用有所增加，附加值有所提高。所以，商品流通既是商品实体的流通过程，也是商品价值的流通过程。本书以下涉及的概念和原理都是以这一流通的基本概念为基础的。

不论是马克思主义经济学，抑或是包括本书在内的其他著作中关于流通的定义，都阐明了商品流通的重要意义。一切经济活动的关键都在于耗费最小的劳动生产出产品，并以最快的速度 and 最低的费用使产品进入消费领域，而流通就是实现产品价值的途径。生产和流通具有不同的经济职能，生产决定流通，因为没有生产就没有流通的客体，流通的规模和速度归根结底是由生产决定的。但流通过程具有相对独立性，甚至反过来影响生产，决定生产出的产品价值的实现，对生产和再生产起着连接和纽带的作用。没有流通，生产也无法进行。

(二) 流通产业

关于流通产业的内涵与外延，研究者们有各种不同的认识。我们认为在产业经济研究中，对流通产业范围的定义不能过于宽泛，否则无法明确我们的研究对象。

1. 流通产业范围

研究者们关于流通产业的外延与内涵的认识极不统一。林文益教授认为“流通产业是指整个流通领域里所包含的产业部门，主要有商业、物质贸易业、仓储业、邮电通讯业、金融业、保险业等”，将流通范围扩展到资金与信息的流通，以至于涵盖了服务产业的大部分；张绪昌教授认为流通产业包括“流通加工业、流通配送业、流通信息业、流通仓储业、流通科技业及其他相关行业”。

广义的流通业包含零售、批发、制造、物流和金融业等诸多行业。而我们认为，单纯的资金与信息流通服务于整个社会的生产与生活，而且是无形要素，与有形的商流与物流存在较大区别，不应包括在流通产业范围内；劳动、土地等生产要素的流转也应被排除于流通产业之外。



因此,与前述流通的定义相对应,流通产业应包括交易流通与物流业,即包括专门从事媒介商流的批发业、零售业,以及从事物流的运输、仓储业及综合物流服务业等;还应包括生产者利用自产商品的剩余流通能力为其他企业服务的情况。如果消费者组成消费合作社,专门以流通活动为业,也应纳入流通产业中。

2. 流通组织与流通主体

构成流通产业的主体是流通组织。所谓流通组织是指专门以流通活动为业的社会组织,也称为流通业者,它们通过自身的商品买卖活动使商品从生产领域向消费领域转移,实现商品交换的职能。根据前文所述流通产业的范围,流通组织包括批发商、零售商、运输业者、仓储业者、消费合作流通组织、生产者流通组织等。而流通中的主体除去流通组织外还包括生产者、消费者与流通管理协调机构等。

流通产业的主体以获得销售效益为主要目的,通过购进、定价、销售、运输、储存、流通加工、包装、售后服务等经营活动,一方面取得经济效益,另一方面实现满足消费需求的社会效益。其主要形式有流通业单体组织(作为法人实体的单个流通企业)、流通业复合组织(单体组织之间的相互联合,如纵向联合和横向联合等)、商业群(多个单体组织或复合组织在一定空间内形成的紧密联系,如商业街、商业中心、商品市场等)、流通网络。



二 流通产业基本原理

流通具有购销、储存、运输、流通加工、信息、资金融通、风险承担、促销等多项职能,已经渗透到经济运行的各个方面。

(一) 流通职能

提出本书所使用的流通的概念之后,接下来我们首先简要论述流通的职能。所有的流通活动都是流通职能实现的过程。流通职能是流通经济理论最基本的组成部分,研究流通职能是我们研究一切流通活动的出发点,是正确认识现代流通活动的前提,有助于揭示流通运行规律。并且,流通职能是否顺利得到实现是评价流通产业效率或者说绩效的一个重要指标。因此,研究流通职能是十分必要的。

1. 流通职能的代表性理论

由于出发点不同,研究者们对于流通职能的表述也不一而足。美国学者瑞恩(F. W. Ryan)研究认为,在十几种对于流通职能概念的表述中,提出了大约120种流通要素。综合学术界的各种理论,对流通职能概念具有代表性的表述有以下几种:

美国哈佛大学教授肖(A. W. Shaw)提出5种流通职能:风险承



担,商品运输,金融运营,销售,收集、拣选、整理。肖可以说是分析流通职能的第一人。

威斯康星大学教授韦尔德在肖的研究结果的基础上,从流通过程中流通职能与流通机构之间的关系角度考虑,提出7种流通职能,即购买、保管、风险承担、金融、商品调整、销售、运输。

借鉴前人的研究成果,美国学者克拉克(F. E. Clark)大体采用了韦尔德的分类法,从宏观经济的角度对流通职能做了分类,他的分类法对以后的流通分类体系产生了较大的影响。

(1) 交换职能(商流职能):销售、购买;

(2) 实物转移职能(物流职能):运输、保管;

(3) 辅助职能:金融、风险承担、市场信息的收集与分析、标准化。

此外,日本的学者也对流通职能作了比较详细的研究,比较有代表性的分法有三分法和四分法等,比如久保村隆佑和荒川佑吉等的三分法^①:

(1) 结合需求和供给的职能:市场评价、商品调整、信息传递、交易;

(2) 物的转移职能:运输、保管;

(3) 辅助职能:流通金融、流通风险承担。

随着流通业的发展和流通机构规模的扩大,流通的职能也发生了重要变化。以往在流通产业分散化的状态下,流通机构主要发挥着衔接产需的职能;而如今的大型流通机构的经营业务范围已从流通扩展、延伸到生产领域,它们和生产企业合作,共同创造价值,在很大程度上甚至发挥着引导、组织生产的重要作用。这在一定程度上影响了流通企业的市场行为,使其出发点不仅仅着眼于流通领域,也要在考虑生产领域影响因素的基础之上活动。

日本学者铃木武在其著作《现代流通政策和课题》一书中,对两种情况下的市场(第一种在交易中不存在流通业者,生产者向消费者直接销售;第二种在交易中存在流通业者,其介于生产者和消费者之间)进行分析后发现^②,如果因为流通业者的存在和作用产生了直接销售中没有的市场机能,可以说这种市场机能就是流通机能。流通机能包括诸如产品齐全形成机能、信息传达机能、危险负担机能、运转机能等。通过强化上述机能,可以使流通企业的成本降低并取得较好的社会效益。流通企业的竞争就是以个别企业实现这些机能为契机产生的。

铃木武在其著作中指出的流通机能即我们通常所说的流通职能。他强调由于流通业者的存在,流通媒介了商品的生产 and 消费,从而产生

① 姚林:《现代流通论》,35页,北京,中国财政经济出版社,1999。

② [日]铃木武著,王哲、陈晋译:《现代流通政策和课题》,124页,北京,中国商业出版社,1993。



了直接销售产品的过程中所没有的流通职能。流通职能具有十分重要的作用。

2. 综述

根据以上所述的流通职能分类体系,为了尽可能囊括流通的主要职能,我们把流通职能概括为以下四大类:

(1) 商流职能

又可称为商品的所有权转移职能。商品流通的实质是商品从生产者向消费者的转移,需要调节商品供给与商品需求之间的矛盾,使需求和供给相适应,最终完成商品交换。

(2) 物流职能

流通中的物流是指商品实体的空间与时间运动过程,即企业采购原材料等生产资料在加工与制造过程中物质资料的流动过程,与产品脱离生产过程、经由流通领域最后到达用户的运动过程的综合。流通的物流职能既包括空间运动如运输,又包括时间运动如储存。

(3) 信息流职能

流通连接着供给和需求,是供求信息汇集的枢纽。流通信息来自于商流、物流等运动,并反映流通运动的状态。流通业需要搜集、整理、分析各类信息,为经营者提供决策依据;同时也要在供需双方之间传递信息,促进供求的协调统一。

(4) 辅助职能

总结以往学者对流通职能的定义,我们认为流通的辅助职能可以分为风险承担、资金融通、标准化和促销四种。这四种职能虽然不直接参与商品所有权和商品实体的转移,却可以保障这两种转移顺利进行,所以把它们称为辅助职能。

(二) 流通渠道

流通职能的一个重要方面是商品的所有权转移(商流),而商品所有权转移的路径就是商品的流通渠道。在商品所有权转移的同时,伴随着商品实体的转移(物流),同时还发生着供求信息的传递(信息流)。

流通渠道的类型在一定程度上体现了流通主体之间的博弈,不同的流通渠道显示出流通主体之间不同的力量对比情况。而流通主体之间的相互关系正是流通产业组织的研究对象,因此我们需要对流通渠道进行研究。

1. 概念

商品流通渠道是指产品从生产者经由各个环节的流通机构向消费者转移时所经过的流通路线以及经济组织。

2. 类型

从不同的角度出发,可以把商品流通渠道分为不同的类型。

(1) 按照商品从生产领域向消费领域转移过程中有无中间商的介



入,可将商品流通渠道划分为直接渠道和间接渠道。

直接渠道是商品从生产者直接流通过到消费者,没有任何中间商的介入;间接渠道是指流通过程中经过一家或多家中间商后转移到消费者手中。

(2) 按照商品流通渠道的宽度,即渠道里每个层次中同种类型的经济组织(中间商)数目的多少,可以分为以下几种:

① 以生产者、消费者的分布划分:

直流状态,即单一的生产者的产品适合单一消费者的需求。

合流状态,即若干生产者的产品满足单一消费者的需求。

下游合流状态,即某一生产者的产品满足若干消费者的需求。

合分流交叉状态,即由于商品的品种、规格、花色、档次的多样化以及消费需求的多样化,商品在流通领域里既有集中,又有分散。大多数消费品的流通渠道就是如此。

② 以中间商的分布划分:

独家分销状态,即只有一家中间商专司销售。

选择性分销状态,即借助几家精心选择的中间商负责销售。

密集性分销状态,即通过尽可能多的中间商销售商品。

(3) 商品流通渠道按前面所述的职能结构划分,可以分为以下几种:

① 产销合一渠道。生产者直接把商品销售给消费者,不需要中间商的介入,生产者承担商品流通所需的全部职能,如集市贸易等。

② 产销结合渠道。由生产者和流通企业先后有序地共同组织和完成商品流通的全过程;生产者以推销或者销售机构的方式分担一部分流通职能,然后由中间商分担其他流通职能。如生产者经营产地批发,中间商经营中转地、销地批发、零售等。

③ 产销分离渠道。由流通部门组织商品流通的全过程,承担运输、储存、融资、担险等商品流通所需的全部职能。大部分日用消费品的流通就是如此。

流通渠道采取何种形式不仅与商品的属性、市场的情况、生产和消费的因素有关,还与流通产业内部中间商的因素有关,中间商的规模、组织和能力都会影响流通渠道。如果中间商规模大、组织程度高、能力强,则可选择产销分离的渠道,承担全部流通职能。这就充分体现出流通产业组织的结构状况。

(三) 流通产业的业态、业种

从不同的角度(如流通主体承担的流通职能、所处流通环节、所经营的商品和经营的形式等)对流通产业进行分类,可以把流通主体分为不同的类型。而从流通产业的业态、业种出发,是对流通主体进行分类的一种重要的方法。对流通机构按业态、业种进行分类,是考虑到了流



通主体所经营商品种类的不同和经营形式的不同。本书在以后几章中所采用的流通主体分类方法即是按照业态、业种对流通产业的主体进行分类，并且在 SCP 范式下讨论流通产业的集中度等指标时涉及的流通主体也需要根据业态、业种对其进行划分。

1. 流通业态

从业态的角度对流通主体进行分类，是根据流通主体的经营方法——商品销售方式进行的分类。不同流通主体的运作结构、商品结构、价格策略、店面形态、服务程度、经营规模、区域分布等不同，形成了各种业态。按照这种分类方法，可以对流通产业中的零售、批发、物流等行业进行进一步的细分。

如零售业的业态划分有众多标准：

以运作结构划分，可以分为独立商店、连锁商店、自愿连锁店、零售商合作组织、特许经营店、出租部门、消费合作社、商店集团等。

以商品结构划分，可以分为专业商店、百货商店、超级市场、超级商店、超级市场、便利商店等。

以价格策略划分，可以分为普通商店、折扣商店、仓储式商店和目录商店等。

以店面形态划分，可以分为有店式和无店式两种。其中无店式主要有自动售货机、上门推销、邮购、网络、电话订购与电视订购、购物服务公司等。

还有众多的分类角度，在此不一一罗列。

2. 流通业种

从业种的角度对流通主体进行分类，是根据流通主体所经营商品的种类进行的分类。同类商品或者具有相似的自然和经济特性的商品，在流通经营中需要类似的经营方法。按照这种分类方法，流通业种可分为生产资料流通业与消费品流通业（根据商品的最终用途），工业产品流通业与农业产品流通业（商品的生产来源）等。

生产资料流通业可以进一步分为工业原料、建筑材料、机械设备等；消费品流通业又可细分为食品流通业、服装流通业、日用品流通业、家用电器流通业、文化办公用品流通业、化妆品流通业和药品流通业等。

第二节 流通产业组织

流通产业组织研究流通产业内部各流通组织（企业）之间的相互关系，以及它们所构成的组织结构状态及其发展变化过程。我们对流通产业组织的研究建立在产业组织理论上。



产业组织理论

产业组织理论是一门理论和实践相结合的经济理论，主要研究同一产业内部各企业之间的市场关系，以及垄断、竞争与规模经济之间的关系。它关注优化资源配置的问题，研究如何既充分利用规模经济的优势，又充分鼓励产业内部的竞争，避免因为垄断或者过度竞争而引起的低效率。

(一) 产业组织与产业组织理论

英国著名经济学家马歇尔在其出版于 1890 年的名著《经济学原理》中，提出了第四生产要素——组织的概念，这是对法国经济学家萨伊的三个生产要素（劳动、土地和资本）的一个补充。他所提出的组织的概念，既包括了企业内的组织形态，也包括了产业内企业之间关系的组织形态，还包括了产业之间的组织形态，甚至还包括国家组织等。

但后来所广泛使用的产业组织的概念，只是指其中第二个层次，即产业内企业之间关系的组织形态。可以说，马歇尔是产业组织概念的最先提出者。

在我国，学者们对产业组织有着各种定义。杨治（1985）认为，产业组织理论中的产业的概念仅仅指生产同一类商品的生产者在同一市场上的集合，这些生产者之间的关系就是所谓的产业组织^①；李悦（1998）认为，产业组织或称工业组织，是指工业或产业内部的各企业相互关系所构成的组织结构状态及其发展变化过程^②；杨公朴、夏大慰（2002）认为，产业组织是指同一产业内的企业关系结构，这种关系结构主要包括交易关系、资源占用关系、利益关系和行为关系^③；臧旭恒等（2002）认为，产业组织理论是运用微观经济学理论分析厂商和市场及其相互关系的一门学科，是研究企业结构与行为、市场结构与组织，以及市场与厂商相互作用和影响的一门新兴应用经济学分支。^④

马歇尔在研究大规模生产及企业的经营管理等问题时，注意到了“规模经济”这一现象，并且认为追求规模经济的结果是垄断的发展，而垄断又能破坏价格机制，阻碍其发挥作用。因此，规模经济和垄断成了一对如影随形的矛盾，即后来人们所称的马歇尔冲突。这样，马歇尔又揭示出产业组织的基本矛盾，因此许多人把他奉为产业组织理论的鼻祖。

① 杨治：《产业经济学导论》，137页，北京，中国人民大学出版社，1985。

② 李悦：《产业经济学》，354页，北京，中国人民大学出版社，1998。

③ 杨公朴，夏大慰主编：《产业经济学教程修订版》，7页，上海，上海财经出版社，2002。

④ 臧旭恒，徐向艺，杨蕙馨主编：《产业经济学》，71页，北京，经济科学出版社，2002。