

现代日本商品市场 分析与借鉴

申恩威 著



中国物资出版社

现代日本商品市场 分析与借鉴

申恩威 著

中国物资出版社

(京)新登字 090 号

图书在版编目(CIP)数据

现代日本商品市场分析与借鉴/申恩威著。—北京:中国物资出版社,1995.12

ISBN 7-5047-1128-4

I. 现… II. 申… III. ①商品流通-市场-日本-研究
②商品流通-市场-日本-经验 IV. F733.133

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 13522 号

现代日本商品市场分析与借鉴

申恩威 著

中国物资出版社出版

(北京月坛北街 25 号 100834)

北京国马印刷厂

新华书店北京发行所发行

850×1168 毫米 大 32 开 10 印张 260 千字

1995 年 10 月第 1 版 1995 年 10 月北京第 1 次印刷

印数:3000 册

ISBN7-5047-1128-4/F·0415

定价:15.00 元

序 言

在市场经济条件下,商品市场在市场体系中处于基础和核心地位。在推进我国市场经济体制建设中,关键在于建立健全市场体系,而加速商品市场培育则更应是当务之急。商品市场的发育有两种方式,一是按照市场成长规律,依据一定增长周期的自然、缓慢的市场自发发展方式;二是政府遵循市场成长规律,缩短市场发育周期,催化市场发育过程,推动市场跨阶段发展。目前,在我国现有的经济条件和市场基础下,完全可以实现在政府推动下使商品市场加速发育。

在推进我国商品市场加速发展中,有效的途径之一就是借鉴外国,特别是发达国家的经验,这样一方面可以汲取其他国家在市场发展过程中已有的经验和教训,少走弯路,加快市场向成熟化过渡;另一方面,可以直接吸收西方国家发达市场中现存的、已成型的市场制度、市场组织形式、市场运营方式、宏观调控方法等,这样便可以跨越市场自然发育的若干阶段,在高起点上建立现代化的商品市场。

日本与我国一衣带水,在文化、风俗、社会、政治、经济等方面有着渊源的历史关系,同时目前日本又是我国最大的贸易伙伴。因此,两国商品市场有着更大的相容性,日本经验更加适合于我国特点。研究和分析以及了解日本商品市场特点,总结其成功经验和教训,对于促进我国商品市场发展具有现实意义。

本书对现代日本商品市场的形成过程、基本状态、市场结构、市场组织形式、运营方式、宏观调控制度、主要商品流通方式、交易惯例、流通产业政策体系、市场保障制度、市场国际化进程以及市

场主要缺陷等,进行了系统、全面和深入地分析和论证,并针对我国目前商品市场建设提出了一些建设性的建议,具有相当的参考价值。

商品市场是社会经济生活中的中介纽带,也是经济规律作用与市场机制调节的依托,其经济内含极为丰富,因此本书的内容不可能涵盖日本商品市场的全部,主要侧重于对中国市场建设的借鉴性和应用性上。书中的观点和结论是申恩威同志在日本考察研究一年,在占有大量资料的基础上提出的,虽然是一家之言,但我相信它对于推动我国商品市场理论研究,加速商品市场发育是十分有意义的。

贾履让

1995. 7. 25

目 录

第一章 日本商品市场的地位及规模	(1)
一、 流通部门在国民经济中的地位	(1)
二、 日本居民消费水准及构成	(6)
三、 日本商品市场物价状况	(10)
四、 日本商品市场进口依存度	(14)
第二章 日本零售商业的构造及特征	(17)
一、 日本零售商业的主要形态及特征	(17)
二、 日本零售商业的总体特征	(41)
三、 日本零售商业今后发展动向	(46)
第三章 日本批发业的构造和特征	(51)
一、 日本批发商业发展概况	(51)
二、 日本批发商业的形态	(57)
三、 日本几种特殊的批发形态	(62)
四、 日本批发商业的特征	(69)
五、 目前日本批发业面临的环境及发展动向	(74)
第四章 日本农产品批发市场	(79)
一、 日本农产品批发市场的形成及发展过程	(79)
二、 日本农产品批发市场的分类	(85)
三、 日本农产品批发市场的形成基础及其功能	(87)
四、 日本农产品批发市场的组织形式	(89)
五、 日本农产品批发市场的交易原则	(92)
六、 日本农产品批发市场的管理	(95)

七、日本农产品批发市场面临的环境及课题·····	(96)
第五章 日本的商品交易所及期货市场·····	(101)
一、日本的商品交易所及期货市场的发展概况·····	(102)
二、日本商品交易所的性质·····	(106)
三、日本商品交易所的设立程序·····	(109)
四、日本商品交易所的组织机构·····	(113)
五、日本商品交易所的交易·····	(116)
六、日本期货交易的受委托业务·····	(121)
七、日本期货交易纠纷的处理体系·····	(127)
八、日本期货市场管理体系·····	(130)
九、日本商品期货市场今后发展的趋势·····	(135)
第六章 日本的大米市场·····	(138)
一、日本大米市场供需变迁·····	(138)
二、日本大米管理制度的形成和演变·····	(140)
三、日本原有大米流通体制的基本构成·····	(145)
四、日本现行大米管理制度的基本结构·····	(152)
第七章 日本几种主要商品的流通渠道·····	(159)
一、日本家电产品流通渠道·····	(159)
二、日本酒类流通渠道·····	(167)
三、日本医药品流通渠道·····	(173)
四、日本化妆品流通渠道·····	(176)
第八章 日本的流通政策·····	(181)
一、日本流通政策的展开·····	(181)
二、日本流通政策体系·····	(187)
三、日本流通中的政府介入及规则·····	(192)
四、日本流通政策的变动趋向·····	(202)
第九章 日本的商业惯例和市场开放·····	(208)
一、日本的市场闭锁性与商业惯例·····	(208)
二、日本的主要商业惯例及特征·····	(211)

三、 日本改善商业惯例的基本方向	(225)
第十章 日本商品市场的信息系统	(229)
一、 POS 系统(销售时点信息管理系统)	(229)
二、 VAN 系统(附加价值通信网)	(233)
三、 EOS 系统(联机订货系统)	(238)
第十一章 日本商品市场的物价管理	(246)
一、 日本商品市场物价管理组织体系	(246)
二、 日本商品市场物价管理方式	(249)
三、 日本的物价政策体系	(254)
第十二章 日本的消费者保护制度	(259)
一、 日本消费者保护的发展概况	(259)
二、 日本消费者保护行政机构	(262)
三、 日本消费者保护法律体系	(268)
四、 日本消费者保护的主要措施	(273)
五、 日本消费者保护制度的特色	(281)
第十三章 日本进口管理制度及商品市场国际化	(284)
一、 日本进口管理制度	(284)
二、 日本的进口贸易管理方法	(290)
三、 日本商品市场开放的基本对策	(292)
第十四章 日本经验对中国的借鉴	(301)
一、 中日两国商品市场的相容性	(301)
二、 日本商品市场建设的成功经验总结	(305)
三、 日本商品市场建设中值得汲取的教训	(310)

第一章 日本商品市场的地位及规模

在西方诸发达国家中,日本是一个以“国家控制”型而著称的市场经济国家,而对商品市场的控制更为明显,政府除通过调节市场,保障市场正常运转,充分发挥市场的产品实现、平衡供需、配置资源和优化产业结构等经济功能外,还侧重于通过调控市场达到稳定价格、保护中小商业企业、维护消费者利益和实现充分就业等社会目标。战后以来,以中央政府为主体构建起来的严密的市场法律体系、严格的市场管理规则以及细腻的行政指导手段等形成的市场调控系统和管理制度,为日本经济的腾飞及稳定发展提供了有利的市场环境和条件。90年代以后,日本商品市场进入了高度成熟化时期,市场功能充分完善,并在国际化潮流推动下,日本政府开始大幅度地对原有市场规则进行调整和缓和,松动政府对市场直接控制力度,市场自动调节能力显著增强。特别是近几年来,由于日美贸易摩擦急剧升级,日本难以通过出口推动景气复苏,国内市场需求越来越成为经济增长的主要动力源。因此,随着内需主导型经济体制的确立和完善,商品市场的地位和作用也日益强化起来。

一、流通部门在国民经济中的地位

在市场经济条件下,以市场为轴心而运动的社会经济构造系统随着商品经济的发达程度的提高,不仅作为经济系统的整体,而且作为系统构成要素的国民经济各部门、各环节对市场或流通的依存性愈来愈强。从另一个角度讲,流通部门在社会经济中的地位和作用,基本可以反映出—个国家的国民经济发展水平。日本是一个高度发达的资本主义市场经济国家,流通部门在国民经济中居

于重要地位,这可以从以下三项指标的分析中反映出来。

(一)商业产值占国内生产总值的比重

1992 年日本国内生产总值(实质)为 420 兆多日元,其中商业(批发业和零售业)产值近 59 兆日元,占国内生产总值的 14%,仅次于制造业(31.1%)和服务业(14.1%),居于第 3 位。从时间序列来看,战后直到 1980 年,日本商业产值在国内生产总值中的比重一直处于上升趋势。但在 1980 年达到最高峰(15.3%)以后开始回落,至 1989 年下降到 13.5%。虽然这一时期商业产值在总量上逐年都有较大幅度增长,但由于在经济低速增长时期,商业构造经过不断调整,效率提高以及商业以外的服务业等其他第三产业增长速度加快,导致商业产值在国内生产总值中的比重难以攀升。进入 90 年代,日本商品市场进入高度成熟期,商业发展也进入稳定增长阶段,商业产值占国内生产总值的比重开始逐步回升,至 1992 年已达到 14.0%。主要原因是服务业、金融业、运输业、通讯业和房地产业等部门的增长速度放慢、停滞或回落,而商业的发展较为稳定,推动了商业产值在国内生产总值中的比重回升。值得一提的是,这种回升是在商业的构造合理化(流通机构规模扩大、流通渠道缩短)的前提下达成的,更能反映出在产业结构高度化进程中,商业部门在国民经济中地位的提高。商业产值占国内生产总值的比重变动情况见表 1—1。

表 1—1 商业产值占国内生产总值的比重 单位:10 亿日元

年 份	国内生产 总值(A)	(A)增长 率(%)	商业(批发零 售)产值(B)	(B)增长 率(%)	比 重 (B)/(A)(%)
1983	292701.5	2.7	41861.4	3.1	14.3
1984	305187.1	4.3	42019.7	0.4	13.8
1985	320397.2	5.0	42835.8	1.9	13.4
1986	328816.3	2.6	44251.8	3.3	13.5
1987	342315.2	4.1	46963.3	6.1	13.7
1988	363567.1	6.2	49684.7	5.8	13.7
1989	380709.4	4.7	51483.9	3.6	13.5

〈续表〉

年 份	国内生产 总值(A)	(A)增长 率(%)	商业(批发零 售)产值(B)	(B)增长 率(%)	比重 (B)/(A)(%)
1990	399043.1	4.8	55255.5	7.3	13.8
1991	416038.3	4.3	57254.8	3.6	13.8
1992	420809.2	1.1	58985.9	3.0	14.0

资料来源：日本经济企划厅：《国民经济计算报》，1994年版。

（二）商业从业者数占社会从业者总数的比重

根据日本总务厅统计调查部劳动力统计课的统计，1991年日本15岁以上就业人口总数将近6370万人，其中第一产业占6.7%，第二产业占33.9%，第三产业占58.9%。第三产业中商业就业人口为1433万人，占社会从业者总数的22.5%。这意味着每5个就业人口中大致就有1人就业于商业部门，从而反映出商业领域在提供就业机会上的重要社会功能。

从国际比较来看，商业就业人口在产业类别就业人口的比重1989年日本为22.8%，美国为20.60%，英国为20.60%，德国为14.8%，法国为17.0%，如表1—2所示。

表1—2 就业人口的产业类别构成比(1989年)

	日本	欧美平均				
			美国	德国	法国	英国
农林水产业	7.6	3.8	2.9	3.7	6.3	2.1
制造业	24.2	22.9	18.5	31.5	21.1	20.4
电力、煤气、水道业	0.5	1.1	1.3	1.0	1.0	1.1
建筑业	9.4	6.8	6.5	6.7	6.8	7.2
批发、零售业	22.8	18.3	20.6	14.8	17.0	20.6
运输、通讯业	5.9	5.9	5.6	5.7	6.4	5.7
金融保险不动产业	7.8	10.0	11.3	7.9	9.6	11.2
服务业	21.0	30.5	32.6	27.8	31.1	30.6

资料来源：日本银行：《国际比较统计》。

在战后日本工业化过程中，就业人口的产业分布变动最显著的特点是第一产业(主要是农业)的就业人口处于急速减少的趋势。1950年第一产业就业人口占社会全产业就业总人口的比重为

48.5%，1970年降至34.0%，1990年又减少到7.1%。第一产业就业人口的流出成为经济高度增长时期重化学工业规模扩张的主要劳动力补充源。但是经济高度增长期结束以后进入稳定发展时期，第一产业的就业人口仍然以较快的速度下降，不过其主要流向已从第二产业转向第三产业。

从第二产业来看，日本战后特别是经济高度增长时期，以重化学工业为核心确立起加工贸易型的经济结构体制。随着工业规模的扩大，对劳动力的需求必然相应增加，但是该产业又是高科技和尖端技术的生产和应用领域，在产业规模扩张的同时，劳动生产率以更快的速度提高，相当程度抵消了对劳动力在数量上的需求。因此，在经济高度增长时期，第二产业就业人口数量以及在社会全产业的就业人口总量的比重虽然也以较快的速度提高，但增长幅度较之第三产业要低。经济高度增长时期结束以后，整个就业结构发生了重大变化。从1970年起，在社会就业人口总量中，第二产业所占比重转向下滑趋势，由1970年的34.0%下降到1980年33.6%，1990年进一步降低到33.2%。主要原因是通过经济低增长期的经济结构调整和产业合理化，第二产业资本有机构成提高所致。

日本的第三产业就业人口战后以来，无论是在数量上，还是在社会就业人口总量中的比重中，都以较快的速度持续增加和提高。1950年第三产业就业人口占社会总就业人口的比例为29.6%，1960年上升到38.2%，到70年代中期已超过50%，1990年进一步增长到近60%。主要原因是随着产业高度化发展，金融、保险、不动产、交通、通信、公共事业等部门规模扩大，吸收了相当数量的就业人口，同时作为劳动密集型产业的商业和服务业的发展，已成为容纳社会过剩人口和新增劳动人口的蓄水池。

日本商业的重要特征之一就是零散性，从总体结构上看与其他部门相比效率较为低下，由此在劳动力雇佣方面历来发挥着重要的社会功能。1950年商业就业人口占社会总就业人口的比率为

11.1%，1960年上升到15.8%，1970年又增加到19.3%，到1980年增至22.8%，但以后这一比重开始下落，到1990年下降到22.4%。原因主要有：一是第三产业中，商业以外的以服务业为主的其他部门就业人口吸收量增大，超过商业部门；二是由于商品市场逐步趋于成熟化，商业吸纳就业人口的能力开始减弱；三是商业总体规模结构趋于扩大，劳动生产率提高，对劳动力新的需求相应降低。但是从商业部门就业人口的数量上看，进入90年代以后增加的速度还是较快的。根据日本总务厅统计局调查部劳动力统计课《劳动力调查报》的统计，1991年商业（包括饮食店）的就业人口已达1433万人，1993年又增加到1448万人，占社会总就业人口总数的比重回升到22.5%。

从图1-1的全产业及商业就业人口的推移过程来看，基本反映出经济高度化进程中的就业人口的一般变动规律。

（三）商业企业数占社会企业总数的比重

根据日本总务厅统计局调查部经济统计课的《事业所统计调查报告》，1991年日本社会企业总数为675万家左右。其中批发企业数为48万多家，零售企业数为159万多家，两者之和约占社会企业总数的30.67%。但从企业规模来看，商业部门企业结构以中小型为主，占商业企业总数的98%，特别是个人经营的“生计店”占商业企业总数的55%，明显反映出商业企业构造的零细性特点。因此，日本商业部门的劳动生产率在国际比较中较为低下，以1991年为例，如果日本商业劳动生产率为100的话，美国则为145，^①两者相差极为显著。

日本商业企业的构造特点，较为适应于发挥调剂就业人口产业分布的功能，最大限度地吸收从其他产业部门中剥离出来的过剩就业人口，特别是为学历、技能和素质较低的劳动者提供了较为充分的就业保障，同时也为流动性就业人口提供了临时性中转就

^① 日本劳动省：《平成六年版劳动白书》。

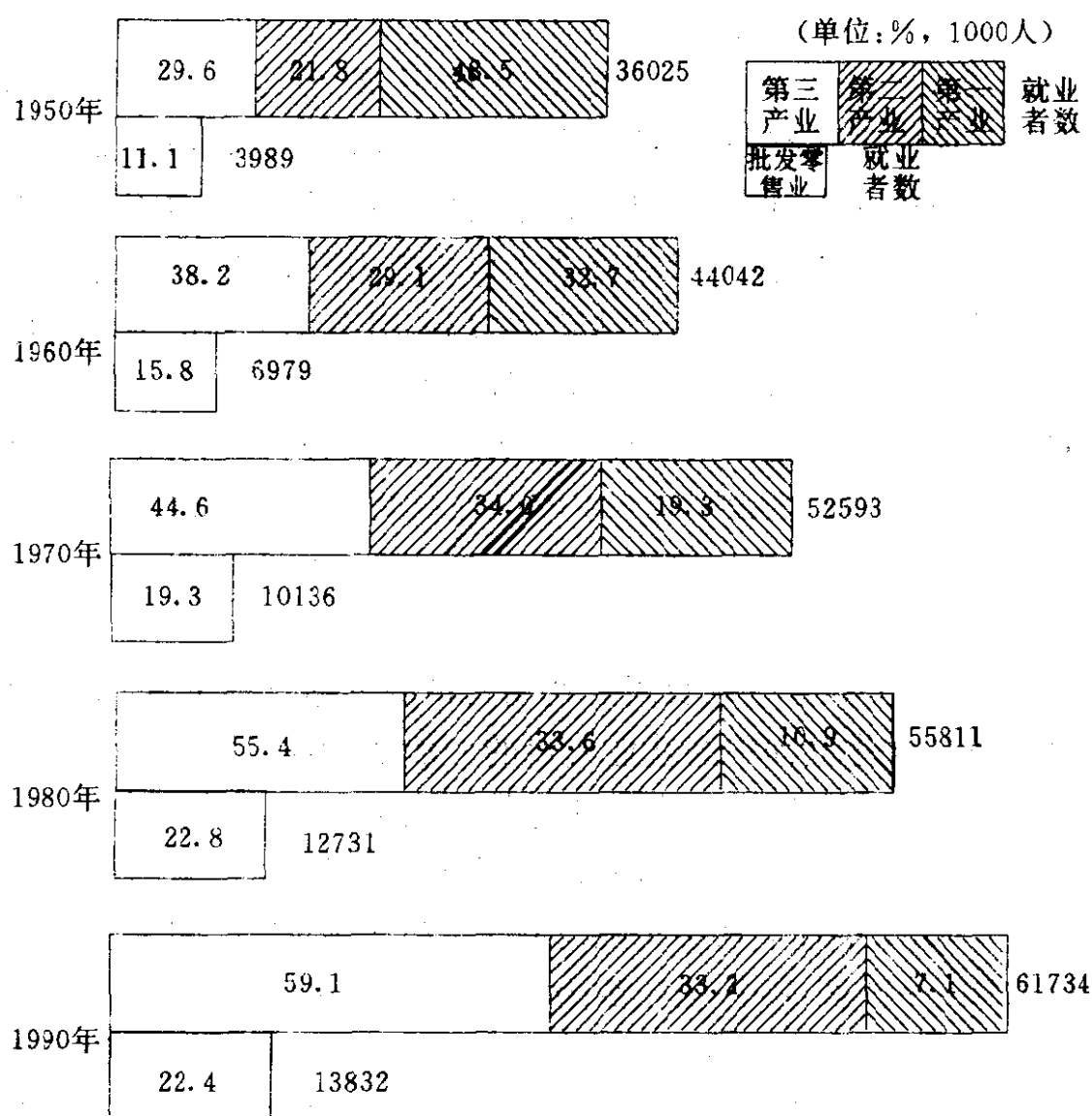


图1-1 全产业及商业就业人口的推移

资料来源:日本总务厅统计局:《我国的人口概论》。

业机会。因此,日本商业部门的企业构造是与产业特点相联系的,不仅可以充分发挥社会就业功能,同时也为社会总体产业结构合理化、效率化提供条件。

二、日本居民消费水准及构成

1992年度日本国内生产总值达到36689多亿美元,仅次于美国(59202亿美元),但已大大超过德、法、意、英等发达国家。而从人均国内生产总值来看,日本为29524美元,超过美国的23215美元(见表1-3)。

表 1—3

主要发达国家的国内生产总值

单位:百万美元

	1990 年		1991 年		1992 年	
	国内生产 总值	人均国内生 产总值	国内生产 总值	人均国内生 产总值	国内生产 总值	人均国内生 产总值
日本	2957884	23963	3361936	27137	3668907	29524
美国	5464795	21866	5610800	22204	5920200	23215
德国	1500743	23726	1587349	24845	1788860	27586
法国	1194761	21059	1195839	20961	1319838	23005
意大利	1095122	18997	1149902	19900	1222962	21122
英国	975819	16997	1008434	17493	1042426	18020

资料来源:日本经济企划厅:《国民经济计算年报》。

1994 年以来,在日元持续升值的影响下,日本人均国民收入已跃居世界第一位。1993 年度日本家庭平均月收入为 57 万多日元。在家庭消费支出结构推移中(如表 1—4)显示出用于食品的支出占较大的比重,但从变动趋势来看逐年趋于降低,恩格尔系数 1985 年度为 25.6%,1990 年度降至 24.1%,1993 年度进一步降低到 23.2%。^① 日本家庭用于食品的支出比重较高的原因主要是作为主食的大米以及蔬菜、水果、鱼、肉类等基础消费品价格奇高所致。从表 1—5 可以看出,日本主要食品价格大大高于其他西方国家。而推动恩格尔系数降低的因素主要有两个方面:一是社会就业面扩大,妇女、高龄者就业率提高,加上单身者增加,很大一部分用于投向商品市场购买食品的消费支出转入外食产业,即在外就餐的比重提高;二是随着国内市场的开放,并且在日元升值的利益驱动下,商品经营者纷纷从国外大量进口廉价商品,进而带动了国内食品价格水平降低。而且近年来日本经济增长处于低落时期,家庭收入增幅放慢,消费者价格趋向越来越强烈。不仅是食品,整个

^① 根据日本总务厅统计局编的《家计调查年报》算出。

商品市场包括家具、生活用品、服装等的消费都处于低落状态，消费支出的比重连年递减。与之相反的是面向商品市场以外的消费支出处于不断增长趋势。居住方面的支出提高反映地价、房租不断上涨；水电、煤气、交通、通信、医疗、保险和教育支出的增加，反映公共基础收费的上升；教养和娱乐费用支出的增长，反映出成熟社会的余暇时间扩大，消费者追求生活质的充实和提高了的倾向。

表 1—4 10 大消费项目的支出构成变动

项 目 \ 年 份	1970	1975	1980	1985	1990	1992
食 品	32.2	30.0	27.8	25.7	24.1	23.7
住 宅	5.3	5.1	4.7	4.7	5.0	5.7
水电煤气	4.1	4.1	5.3	5.9	5.1	5.1
家具生活用品	5.1	5.0	4.2	4.2	4.0	3.8
服装、鞋帽	9.3	9.0	7.5	7.0	7.2	6.8
保健、医疗	2.6	2.4	2.4	2.4	2.6	2.6
交通、通信	5.5	6.6	8.5	9.7	10.1	10.0
教 育	2.7	2.7	3.6	4.2	5.1	5.3
教养、娱乐	9.2	8.5	8.5	8.7	9.6	9.7
其他消费支出	24.0	26.7	27.3	27.5	27.3	27.3

资料来源：日本经济企划厅调查局：《消费动向调查年报》(1992 年)。

表 1—5 主要食品价格的国际比较
(各城市的价格水平为 1 的条件下东京的价格)

	纽约	伦敦	巴黎	汉堡	多伦多
1990 年	1.22	1.14	1.19	1.15	1.26
1991 年	1.41	1.35	1.43	1.34	1.35

资料来源：日本农林水产省：《东京及海外主要食品的零售价格调查结果的概要》
1992 年 5 月 26 日。

从消费支出对不同类别商品及服务的投向变动来看，总体趋

势是服务支出增长快于商品支出增长,服务支出比重持续提高,1992年已达到38.5%,如图1—2所示。这种倾向是社会服务化的必然结果,但也包括服务价格上升幅度快于商品价格的因素。

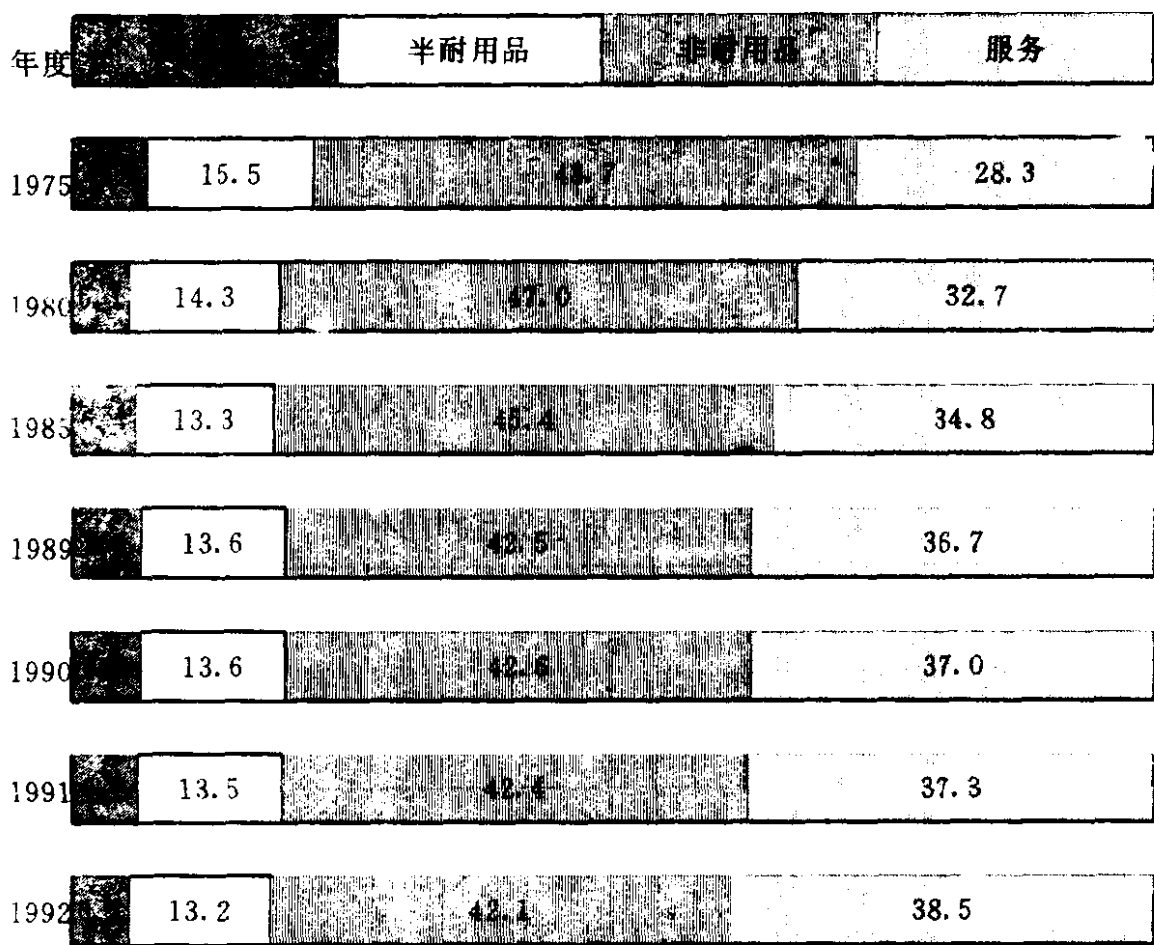


图 1—2 消费支出对不同类别商品及服务的投向结构变动

注：半耐用消费品——服装、书籍、钢笔、皮包等；非耐用消费品——食品、医药品、教科书、圆珠笔、玩具、报纸等。

资料来源：日本经济企划厅调查局：《消费动向调查年报》（1992年）。

在消费支出对不同类别商品的投向变动中，耐用消费品比重下降得最快，从1989年的7.1%下降到1992年的6.1%，表明耐用消费品市场饱和以后，尚未出现可以充分刺激消费需求的新商品上市。半耐用消费品同非耐用消费品的消费需求状况大体一致，比重处于降低趋势，反映市场较为平稳，波动不是很大，但是对这些商品的较为经常性的需求发生了内在的转化，不断移向于服务领域。这种趋势不仅反映在消费支出投向商品市场的比重降低，而