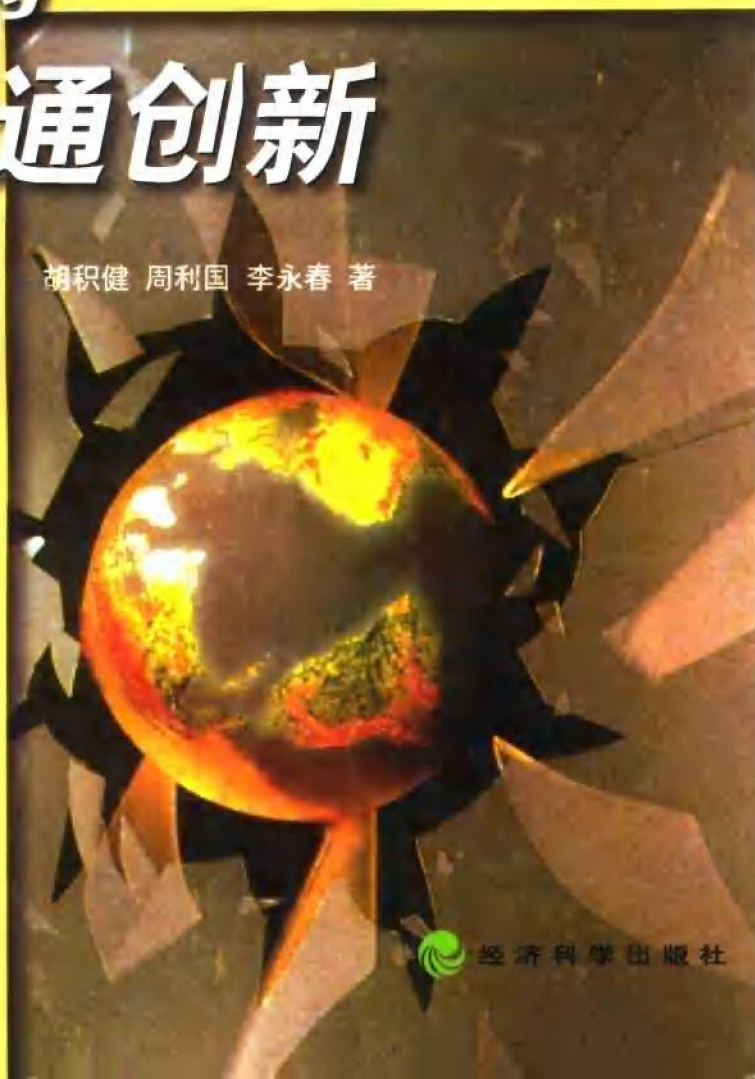


国家社会科学基金“八五”重点项目

面向市场 的 流通创新

胡积健 周利国 李永春 著



经济科学出版社

MIANXIANG SHICHANG DE LIUTONG CHUAN

国家社会科学基金“八五”重点项目

面向市场的流通创新

——我国商品流通理论与实践

胡积健 周利国 李永春 著

经济科学出版社

责任编辑：武士靖

责任校对：徐领弟

版式设计：周国强

技术编辑：潘泽新

面向市场的流通创新

胡积健 周利国 李永春 著

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

北京印刷一厂印刷

出版社电话：62541886 发行部电话：62568479

经济科学出版社暨发行部地址：北京海淀区万泉河路 66 号

邮编：100086

*

850×1168 毫米 32 开 7 印张 170000 字

1999 年 2 月第一版 1999 年 2 月第一次印刷

印数：0001—4000 册

ISBN 7-5058-1678-0/F·1185 定价：10.80 元

图书在版编目 (CIP) 数据

面向市场的流通创新：我国商品流通理论与实践/胡积健等著. —北京：经济科学出版社，1999. 2

ISBN 7-5058-1678-0

I. 面… II. 胡… III. 商品流通—研究—中国 IV. F724

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 02370 号

目 录

第一篇 商品流通与社会经济环境	1
一、商品流通与市场.....	1
二、商品流通与生产力	18
三、商品流通与产业结构	23
四、商品流通与法治	30
五、商品流通的国际环境	35
第二篇 我国商品市场运行分析	43
一、“八五”期间我国商品市场运行分析.....	43
二、“九五”初期我国商品市场运行分析.....	68
三、进一步发展我国商品市场的政策建议	78
第三篇 我国商品市场供求分析	90
一、卖方市场下商品供求的基本态势	91
二、从卖方市场向买方市场的跨越	99
三、买方市场下的商品流通运行.....	106
四、向稳定的长期的买方市场迈进.....	114

第四篇 商品价格的运行与管理..... 129

 一、我国商品价格运行的基本轨迹..... 129

 二、我国价格管理的基本对策..... 146

第五篇 商品流通的组织与调控..... 177

 一、我国商品流通组织与调控的沿革..... 177

 二、商品流通创新..... 185

 三、商品流通调控..... 206

第一篇 商品流通与社会经济环境

改革开放使我国的经济、社会发生了翻天覆地的变化，经济的增长带动了投资的增长和消费的增长，为我国商品市场提供了持续稳定发展的基础，我国的社会商品流通也发生了深刻的变化。1997年我国的社会商品流通实现了由卖方市场向买方市场的跨越，社会商品流通已从供给约束转变为市场约束，这标志着我国正在进行一场深刻的流通革命。这场流通革命主要包括两个方面的内容：一是实现由传统计划经济体制下的卖方市场向社会主义市场经济体制下的买方市场的转变，二是实现由传统商品流通向现代商品流通的转变。目前我国已基本实现了第一个转变，流通革命取得了阶段性成果，但是流通领域的一些深层次矛盾也逐渐凸现出来，一方面目前的买方市场还是初级的，还需要发展、完善，另一方面实现第二个转变的任务还很艰巨。本篇主要从社会经济环境的大视角出发，分析我国商品流通从卖方市场向买方市场跨越的理论与实践，探讨我国商品流通继续深化改革的途径。

一、商品流通与市场

（一）商品流通的市场实现

自从提出建立社会主义市场经济体制后，“市场”成为使用

频率最高的词汇之一，市场也是市场经济的核心，因此我们研究商品流通理论与实践，首先要研究商品流通与市场的关系问题。

市场有广义和狭义之分。狭义的市场是指商品交换的场所，买卖双方在一一定的地点进行商品交易。广义的市场则是指实现现实交换和潜在交换的一切活动的集合。与狭义的市场相比，广义的市场不强调有无固定的场所，而是强调进行商品交换的活动。广义的市场所交换的商品不仅包括有形的商品，如粮食、服装、钢铁等，而且包括无形的商品，如服务、劳动力、技术、产权等；不仅包括现实的交换，如商店中的柜台交易，而且包括潜在的交换，如商品交易所中的期货交易。广义的市场突破狭义的市场在空间、时间等方面的局限，适应市场经济发展的需要，形成大市场的观念。按照大市场的观念，我们研究商品流通时，既包括有形商品的流通，也包括无形商品的流通，从长远看应重视正在发展中的服务市场等；既包括现实的商品流通，也包括潜在的商品流通，从长远看应重视正在发展中的期货市场等。

商品流通是指以货币为媒介所进行的商品交换。商品流通有三种形式：简单商品流通、发达商品流通和现代商品流通。简单商品流通是商品流通的直接形式，是生产者之间或生产者与消费者之间以货币为媒介直接进行的商品交换。发达商品流通是商品流通的间接形式，在生产者与消费者之间出现了专门从事商品交换的商业或商人。可以看出，简单商品流通与发达商品流通交换的客体相同，都是商品，交换的媒介也相同，都是货币，两者之间的区别在于从事交换的主体不同，简单商品流通生产者与消费者是交换的主体，发达商品流通除了生产者与消费者之外，商业也成为交换的主体，在商品流通中发挥着主导的作用。商业是生产力发展到一定程度，社会分工进一步专业化的产物。商业的形成，使商品流通实现了质的飞跃，从简单商品流通发展到发达商品流通。生产力的发展促进了市场的发展，市场运行机制的现代化，则使商品流通实现了新的飞跃，从发达商品流通发展到现代

商品流通。现代商品流通是商品流通的高级形式，是以市场为核心进行的商品交换，市场成为现代商品流通的灵魂。发达国家在市场经济体制下，已经进入了现代商品流通。我国正在建立和完善社会主义市场经济体制，正在向现代商品流通迈进的过程中。

从市场运行的角度看，商品流通的实质是商品的市场供给与市场需求在动态运行中达到均衡的过程。商品流通是商品在市场上以货币为媒介进行交换，因此对商品流通来说，有两个要素始终是必要的：进入流通的商品和进入流通的货币。在商品市场中，进入流通的商品形成市场供给，进入流通的货币形成市场需求。市场供求有三种情况，第一种情况是市场供给与市场需求基本均衡，商品流通的市场实现顺利完成；第二种情况是市场供给小于市场需求，通常称之为卖方市场，在这种情况下，过多的货币购买力追逐相对不足的商品，或者是商品的价格上涨，或者是部分货币沉淀下来，转为储蓄（包括手持现金）、投资等，才能使商品流通在市场的实现；第三种情况是市场供给大于市场需求，通常称之为买方市场，在这种情况下，较多的商品追逐相对不足的货币购买力，或者是一部分商品退出市场，形成库存，或者是商品降低价格，才能使商品流通在市场实现顺利完成。以上分析都是指市场的自发调节，除此之外，国家也可以通过宏观调控手段实现市场供求的均衡。在卖方市场下，国家可以通过发放票证的方法控制需求总量，还可以通过进口商品增加供给总量，使市场供求在总量上达到均衡；在买方市场下，国家可以通过扩大投资需求、增加居民消费需求、增加政府支出、增加出口等，来增加需求总量，还可以通过产业政策限制长线产品的生产，减少供给总量，使市场供求在总量上达到均衡。总之，通过市场调节或者通过国家的宏观调控，使商品的市场供给与市场需求达到均衡，商品流通才能完成市场的实现。

（二）我国商品流通改革的市场取向

社会主义市场经济体制的建立和完善，使商品流通从附属性地位上升到主导性地位，成为资源配置、实现经济高效率运行的关键环节。从卖方市场向买方市场的跨越，标志着我国商品流通改革取得了巨大成功。买方市场的出现使我国经济发展的主要障碍由生产领域转移到流通与消费领域。在新形势下我国商品流通改革面临着更加繁重的任务，商品流通改革的市场取向更加突出，改革的深度、难度更加明显。在新形势下，我国商品流通改革有以下三个方面的任务：

第一，商品流通改革第一阶段的目标是以市场需求为导向。商品流通改革是在商品短缺的卖方市场的基础上开始的，面临的主要困难是供给约束，由于经济的高速增长，我国已经告别短缺，出现买方市场，市场约束成为主要问题，因此以市场需求为导向，是商品流通改革第一阶段的目标。市场需求可以分为最终需求和中间需求，最终需求包括消费需求和出口需求等，中间需求包括生产领域对原材料、能源和各种固定资产等的需求。市场需求最主要的是最终需求，受亚洲金融危机的影响，1998年我国商品出口明显下降，因此最终需求主要的是国内的消费需求。改革开放以来，我国城乡居民消费水平稳步提高，恩格尔系数逐步下降，城镇居民由1985年的52.3%下降到1997年的46.4%，农村居民由57.8%下降到55%，城镇居民人均消费已开始进入到国际上认可的中等水平，居民消费比重逐步提高，政府消费比重逐渐下降，消费需求正以较高幅度增长。城镇消费将从千元级向万元级、十万元级消费发展，农村消费将从百元级向千元级、万元级发展；城镇居民的主要消费热点是商品住宅、小轿车、微电子产品、服务性消费，农村居民的主要消费热点是改善住房质量、家庭设备用品、农用车等农业生产资料等。从消费结构看，正由数量型向质量型转变，由温饱型消费结构向小康型消费结构

转变。城镇居民食品消费和家庭设备用品消费所占比重下降，娱乐教育文化服务、居住、交通通讯、医疗保健消费增加。农村居民生活消费比重下降，但食品、居住仍为主流，农业生产性消费比重上升，文教娱乐用品及服务发展较快。适应消费需求的变化，我国的消费环境也相应发生了变化，对住宅、汽车、医疗保险等已开始使用信用消费，不同档次的商厦、连锁店、仓储式商场、购物中心等满足了不同层次的消费需要，它们注重建设商业文化，以提高消费需求的品位。研究消费需求，引导消费需求，培育新的消费热点，是市场需求的主流，因此我国应调整消费政策，引导、鼓励消费，拓展消费领域，稳步发展信用消费，大力发展个人购房、购车抵押贷款以及购买耐用消费品和大型农机具的分期付款等。此外，还要注重居民的消费预期。经济、社会的发展，各方面改革的深化，对居民的消费预期必然产生影响，住房制度改革、医疗制度改革、教育制度改革、社会保障制度改革等，使居民不得不考虑未来购买商品房、医疗、养老、子女上学等方面的支出，从而减少即期的消费支出。消费预期形成市场的潜在需求，减少了市场的现实需求。当然重视消费需求也不能忽略中间需求，中间需求主要决定于投资需求，从我国实际情况出发，目前主要是增加基础设施、农田水利建设等方面的投资，决不能在制造业方面再搞重复建设。

第二，商品流通改革第二阶段的目标是以市场竞争为导向。经过近 20 年的改革开放，我国已告别短缺经济，出现了供大于求的买方市场。当然刚刚出现的买方市场还是初级的买方市场，市场需求受到抑制，市场结构存在不少问题，但是从总体上看，确实已经明显出现商品供大于求的格局。据原国内贸易部对 613 种主要消费品的统计，1997 年下半年供求平衡和供大于求的商品占 98.4%，其中供求基本平衡的商品有 408 种，占 66.6%，供大于求的商品有 195 种，占 31.8%，已接近 1/3。不仅消费品市场出现买方市场，1997 年生产资料类商品和一些基础产品也

出现了供大于求的格局。据统计，1997 年末全国批发零售贸易企业生产资料类商品库存额 2293 亿元，比上年增长 12.7%，全年生产资料类商品进口总额 921.5 亿美元，比上年下降 11.7%，主要生产资料类商品消费量下降，其中钢材下降 2.7%，铝材下降 16.2%，汽油下降 13.9%，柴油下降 11.2%，钢铁等原材料企业由于积压严重，已实行限产压库，电力部门由于用电下降，一些发电机组不能满发，煤炭销售困难，库存过大，铁路货运也出现运量不足的现象。买方市场的出现必然对商品流通带来深刻影响，在买方市场环境下，市场约束代替了供给约束，商品流通的主要任务是开拓市场，通过市场竞争，争取更大的市场份额。1997 年为了争夺市场份额，我国家电市场出现了激烈的市场竞争，使国内家电市场的格局发生了明显变化，市场份额向国内名牌集中。据 1997 年对国内 600 家大中型商场家电商品市场情况的调查，微波炉前 10 个品牌（格兰仕、LG、富士宝、松下、上海松下、蚬华、康宝、三星、惠而浦、安宝路）的市场占有率为 92.88%，其中第一位的格兰仕微波炉市场占有率为 46.6%；电冰箱前 10 个品牌（海尔、容声、新飞、美菱、上菱、长岭、三星、华日、松下、华凌）的市场占有率为 91.58%，其中第一位的海尔电冰箱市场占有率为 30.28%；洗衣机前 10 个品牌（海尔、小天鹅、荣事达三洋、爱妻号、小鸭、金羚、水仙、威力、西门子、LG）的市场占有率为 91.29%，其中第一位的海尔洗衣机市场占有率为 27.68%；冷柜前 10 个品牌（海尔、澳柯玛、星星、白雪、新飞、宏祥、阪神、齐洛瓦、中意、华美）的市场占有率为 90.78%，其中第一位的海尔冰柜市场占有率为 42.1%；组合音响前 10 个品牌（新科、松下、飞利浦、索尼、建伍、胜利、爱华、星球、格林、三星）的市场占有率为 82.64%，其中第一位的新科音响市场占有率为 26.49%；VCD 前 10 个品牌（新科、万利达、爱多、三星、先科、蚬华、松下、德加拉、厦新、实达）的市场占有率为 81.53%，其中第一位的

新科 VCD 市场占有率为 35.48%；彩电前 10 个品牌（长虹、康佳、TCL、松下、金星、飞利浦、创维、熊猫、厦华、海信）的市场占有率为 80.49%，其中第一位的长虹彩电市场占有率为 24.96%。

我国市场环境的变化已经把市场竞争导向提上了议事日程。市场需求导向与市场竞争导向有着本质的区别，前者只看到市场新的需求，后者不但看到市场新的需求，还看到争夺市场需求的竞争对手，从而更加重视提高自身的竞争力。在这方面，我国商品流通存在的主要问题，一是当新的市场需求出现时，盲目投资，一拥而上，使供给很快就超出了有限的市场需求；二是对市场需求缺乏市场细分，把商品的市场需求当作企业自身的需求，目标市场脱离实际，市场定位雷同。因此，随着买方市场环境的出现，商品流通应逐步转向以市场竞争为导向，加强市场调研，不但调查研究市场需求状况，而且要调查研究竞争对手的情况，重视提高自身的竞争力。

第三，商品流通真正以提高流通效率为中心。市场经济讲求效率，商品流通无论是以市场需求为导向，还是以市场竞争为导向，都应当重视提高流通效率。首先要减少流通环节。商品流通的任务是以货币为媒介在市场上尽快实现商品交换，流通环节减少，流通速度就能加快。过去商品批发分为一、二、三级，人为地增加流通环节，目前我国已建立起各类批发市场，包括中心批发市场和地方批发市场，自发地形成合理的市场流向，避免了不必要的流通环节。其次要降低流通费用。1997 年我国国有商业系统综合毛利率为 10.36%，流通费用率为 12.55%，每销售 100 元商品，毛利与费用倒挂 2.19 元，这是国有商业系统亏损的一个重要原因。为了降低流通费用，应采用现代先进的贸易方式，通过电子数据交换系统（EDI），实现无纸贸易；调整流通企业的组织机构，提高从业人员素质，减少非业务人员；采用集装箱等现代运输方式，降低运输费用、保管费用；合理投保，避

免意外灾害带来的风险等。最后要充分利用市场信息。商品流通离不开市场信息，商品流通的市场实现在很大程度上依赖于市场信息，如商品供求信息、价格信息、客户信息、利率信息、期货信息等。善于掌握、利用市场信息，流通企业就能在激烈的市场竞争中掌握主动，游刃有余。流通企业在市场信息方面的投入会得到几倍以上的回报。

(三) 我国商品流通的市场结构

市场经济的运行与市场结构有关。市场结构的特征主要有以下四个方面：交易者的数量，商品的单一性（即交易的商品的质量是否相同），出入市场的自由程度，交易者得到信息的程度。按照市场结构的特征，可以把市场划分为四种类型：完全竞争市场、完全垄断市场、垄断竞争市场、寡头垄断市场。从我国商品流通的实践看，改革开放之前政府完全垄断市场，国有商业、国有粮食企业、国有物资企业、供销社等垄断城乡商品的流通，很多商品凭政府发的票证供应，商品流通成为一种政府行为。流通体制改革从恢复、发展集体商业、个体商业、城乡农贸市场开始，放开对经营范围的限制，发展多种经济成分、多种经营方式，逐步放开市场竞争，开始形成垄断竞争市场。从字面上看垄断竞争市场是垄断加竞争，实际上垄断竞争市场不是垄断与竞争平分秋色，而是以竞争为主，更接近于完全竞争市场。垄断竞争市场与完全竞争市场之间的差别主要在商品的同质性上。在完全竞争市场上，商品是单一的、无差别的；而在垄断竞争市场上，商品存在着差别。对垄断竞争市场而言，一方面卖主能够自由进入市场，卖主的数目很多，因而存在着竞争；另一方面，不同卖主的商品存在着差别，形成不同的品牌，因而卖主能在一定的市场范围内形成一定程度的垄断。

改革开放以来，我国商品流通的市场结构发生了很大的变化，主要有以下几个方面：

1. 所有制结构。

以公有制为主体，多种所有制经济共同发展，是我国社会主义初级阶段的一项基本经济制度。我国商品流通的市场结构必须坚持以公有制为主体，在此前提下允许发展其他所有制，一切符合“三个有利于”的所有制形式，都可以而且应该为发展社会主义商品流通服务。改革开放以来我国商品流通企业的所有制结构见表 1-1。

表 1-1

比 重 所 有 制 年 份	国 有	集 体	合 营	个 体	其 他
1978	54.60	43.27		0.13	2.00
1985	40.42	37.17	0.30	15.35	6.76
1990	39.59	31.70	0.49	18.91	9.31
1994	31.93	20.75	0.43	28.45	18.44
1995	29.85	19.31	0.36	30.32	20.16
1996	27.23	18.43	0.51	31.98	21.85
1997	23.28	17.47	0.54	34.85	23.86

资料来源：根据《中国统计年鉴 1998》有关资料计算。

从表 1-1 可以看出，1978 年公有制流通企业占 97.87%，其中国有单位占 54.6%，超过一半。随着改革的深化，各种非公有制企业所占的比重逐年增加，在邓小平视察南方讲话的影响下，自 1993 年开始，我国商品流通的市场结构开始有了较大的变化，1995 年非公有制企业的比重超过一半，达到 50.84%。公有制企业所占的比重虽然下降，公有制流通企业仍是我国商品流通的主渠道，控制着大中型流通企业和批发业务。我国商品流通的市场结构将继续沿着以公有制为主体，多种所有制共同发展的方向进行调整。

2. 城乡结构。

我国商品流通的城乡结构有两种类型，第一种按城镇、乡村划分，第二种按市、县、县以下划分。

我国商品流通第一种类型的城乡结构见表 1-2。

表 1-2

年 份 比 重 城 乡	1980	1985	1990	1993	1995	1996
城 镇	44.41	41.53	45.00	55.40	56.84	56.53
乡 村	55.59	58.47	55.00	44.60	43.16	43.47

资源来源：根据《中国统计年鉴 1998》有关资料计算。

表 1-3

年 份 比 重 城 乡	1980	1985	1990	1993	1995	1997
市	34.28	43.54	46.85	57.97	60.02	60.99
县	18.66	17.13	16.11	16.37	14.16	12.82
县以下	47.06	39.33	37.04	25.66	25.82	26.19

资料来源：根据《中国统计年鉴 1998》有关资料计算。

由表 1-2、表 1-3 可以看出，由于城市商品流通改革快于农村商品流通改革，城镇社会消费品零售总额所占比重逐年增加，1993 年超过一半，达到 55.40%，乡村社会消费品零售总额所占比重则逐年下降；市社会消费品零售总额所占比重逐年增加，1993 年超过一半，达到 57.97%，县及县以下社会消费品零售总额所占比重逐年下降，县以下下降的更为突出。我国人口 70% 以上在农村，农村消费品市场有着巨大的潜力，开拓农村市场有着广阔的前景。

3. 地区结构。

根据 1997 年各省（直辖市、自治区）社会消费品零售总额计算出的我国商品流通的地区结构，见表 1-4。

表 1-4

序号	地 区	社会消费品 零售总额 (亿元)	比重 %	序号	地 区	社会消费品 零售总额 (亿元)	比重 %
1	广东	2918.7	10.69	17	吉林	619.7	2.27
2	江苏	2118.1	7.75	18	江西	558.5	2.05
3	山东	1914.2	7.01	19	天津	535.0	1.96
4	浙江	1757.2	6.44	20	重庆	507.9	1.86
5	辽宁	1450.6	5.31	21	山西	503.9	1.85
6	河南	1358.8	4.98	22	陕西	490.5	1.80
7	湖北	1345.3	4.93	23	云南	467.1	1.71
8	上海	1325.2	4.85	24	内蒙古	367.9	1.35
9	四川	1212.4	4.44	25	新疆	310.4	1.14
10	河北	1195.1	4.38	26	甘肃	278.5	1.02
11	北京	1051.5	3.85	27	贵州	265.5	0.97
12	湖南	1041.6	3.82	28	海南	133.4	0.49
13	福建	987.7	3.62	29	宁夏	71.2	0.26
14	黑龙江	880.2	3.22	30	青海	66.7	0.24
15	安徽	859.8	3.15	31	西藏	32.6	0.12
16	广西	673.7	2.47				

资料来源：根据《中国统计年鉴 1998》有关资料计算。

表 1-4 按各省（直辖市、自治区）1997 年社会消费品零售总额的大小顺序排列，可以看出，我国商品流通的地区结构由东向西递减，东部沿海省（直辖市）所占比重大，前八位的省（直辖市）所占比重为 51.96%，超过全国的一半，后十位的省（直辖市、自治区）所占比重只有 9.1%，不如广东一个省所占的比重高。这反映出我国商品流通市场取向的改革东部沿海地区发展较快，地区之间存在明显差距。因此在保持东部沿海地区改革势