



流通革命与 流通现代化

徐从才 等 著

 中国人民大学出版社



流通革命与 流通现代化

徐从才 等 著

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

流通革命与流通现代化/徐从才等著.

北京: 中国人民大学出版社, 2009

ISBN 978-7-300-10689-2

I. 流…

II. 徐…

III. 商品流通-研究

IV. F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 073880 号

流通革命与流通现代化

徐从才 等 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京新丰印刷厂

规 格 155 mm×230 mm 16 开本

版 次 2009 年 8 月第 1 版

印 张 18.25 插页 2

印 次 2009 年 8 月第 1 次印刷

字 数 260 000

定 价 36.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

课题负责人：徐从才

课题组成员：晏维龙 高觉民 石 奇 韩 耀 原小能

张春法 李 颀 刘 洁 盛朝迅



目 录

	绪 言..... (1)
	一、流通革命的历史演进和 表现形式..... (2)
	二、流通结构调整..... (4)
	三、流通组织创新..... (7)
	四、流通国际化 (11)
	五、流通现代化 (14)
第一章	流通革命的历史演进 (18)
	第一节 概述 (18)
	第二节 产业革命 (21)
	一、技术创新决定论 (22)
	二、制度创新决定论 (30)
	第三节 消费革命 (34)
	第四节 流通革命 (39)
	一、以连锁为特征的第一次 流通革命 (41)
	二、以电子商务为特征的 第二次流通革命 (45)



第二章

流通结构调整(一)——零售业结构调整和

发展趋向 (49)

第一节 零售功能及零售商地位转变 (50)

一、零售功能概述 (50)

二、中国零售业功能转变 (52)

三、零售商终端控制地位凸显 (54)

第二节 零售产业结构转型:由粗放型到集约型 ... (59)

一、零售产业布局结构转型:功能多样化与
城乡一体化 (60)二、零售业业态结构转型:传统与现代的
整合 (62)

三、零售业技术结构转型:多元复合型 (66)

第三节 零售竞争结构转型:从过度竞争到有效
竞争 (69)

一、零售业市场进入有序 (70)

二、竞争策略多元化 (71)

三、内外贸一体化 (74)

四、建立开放、统一、有序的国内市场 (76)

第四节 零售规制转型:从无序到有序 (77)

一、规制的机理研究 (77)

二、我国零售业规制的现状 (78)

三、我国零售业的合理规制 (80)

第三章

流通结构调整(二)——批发业结构调整和

发展趋向 (81)

第一节 供应链与批发业的进化 (81)

一、供应链的理论内涵 (81)

二、供应链中的批发商形态 (82)

第二节 我国批发业的发展状况及存在的问题 (84)

一、我国批发业的发展阶段 (84)

二、我国批发业发展的现状·····	(85)
三、我国批发业存在的问题分析·····	(86)
第三节 我国批发业发展面临的挑战·····	(88)
一、传统批发业的生存空间越来越小·····	(88)
二、批发业面临重新创业·····	(89)
三、经济发展现实的制约·····	(90)
四、政策层面的制约·····	(91)
第四节 批发业结构调整基本思路·····	(92)
一、现代经济条件下批发业的定位·····	(92)
二、批发企业的关系再造、功能再造·····	(94)
三、批发业的组织创新、技术创新、制度 创新·····	(98)
四、批发业与物流业的整合创新·····	(104)

第四章

流通结构调整(三)——物流业结构调整和 发展趋向·····	(108)
第一节 加快物流业的社会化、系统化、信息化 进程·····	(109)
一、我国物流产业发展的阶段性特征·····	(109)
二、物流业社会化、系统化、信息化的辩证 发展·····	(109)
第二节 用制度创新推进物流业社会化进程·····	(112)
一、物流分散化现状及形成机理·····	(112)
二、实行制度创新,推进物流业社会化·····	(116)
第三节 用组织创新推进物流业系统化进程·····	(121)
一、内部系统化:多环节的整合·····	(121)
二、外部系统化:商流、物流、信息流的协调 发展·····	(126)
第四节 大力发展和应用电子商务技术,推进 物流业信息化进程·····	(128)
一、电子商务与物流业的发展·····	(128)



	二、应用电子商务技术, 加快物流业信息化 进程	(130)
第五章	流通组织创新	(136)
	第一节 流通组织创新的内涵	(136)
	一、中国流通组织的基本特征	(136)
	二、流通组织的适应性创新	(140)
	三、流通组织创新演化机理	(145)
	第二节 从三个视角看流通组织创新	(153)
	一、产权、契约关系变动与流通组织创新 ...	(153)
	二、企业边界变动与流通组织创新	(163)
	三、垄断、竞争格局变动与流通组织创新 ...	(169)
	第三节 流通组织创新的几种形式	(181)
	一、商业连锁公司	(181)
	二、供应链组织(分销网控制)形式	(185)
	三、流通合作: 本质规定及其实现形式	(190)
	四、新型商人雇主制	(197)
	第四节 商品交易市场及其创新	(201)
	一、商品交易市场的概念界定及分类	(201)
	二、商品交易市场的社会经济功能	(203)
	三、我国商品交易市场的发展状况	(205)
	四、创新商品交易市场的对策分析	(208)
第六章	流通国际化	(212)
	第一节 流通国际化的必然趋势	(212)
	一、流通国际化的动因	(212)
	二、流通国际化的表现形式	(213)
	第二节 我国流通业对外开放的历程、特征及 问题	(216)
	一、流通领域对外开放的历程	(216)
	二、外资进入对我国流通业的影响	(219)
	三、流通领域对外开放过程中存在的问题 ...	(224)

	第三节 WTO 条件下流通领域对外开放的适度保护	(227)
	一、对流通产业适度保护的必要性	(227)
	二、流通产业保护与开放的协调	(229)
	三、流通产业保护的途径和形式	(232)
第七章	流通现代化	(239)
	第一节 流通市场化与市场制度化	(239)
	一、流通市场化的主要内容	(239)
	二、流通市场化的归宿是市场制度化	(247)
	第二节 交易关系信用化与法制化	(250)
	一、交易关系信用化的作用和意义	(250)
	二、新经济下我国信用活动的现状分析 ...	(252)
	三、信用化的交易关系需要法制来规范 ...	(254)
	第三节 流通手段信息化	(255)
	一、电子商务背景下流通地位的变革	(256)
	二、电子商务下的流通渠道	(257)
	三、电子商务下的连锁组织	(259)
	四、电子商务环境下物流业的现代化	(261)
	第四节 全球化背景下的流通现代化	(263)
	一、全球化背景下的流通国际化趋势	(263)
	二、国际化条件下我国流通业发展面临的问题	(265)
	三、国际化条件下我国流通业发展的对策	(268)
	参考文献	(271)
	后 记	(283)



绪 言

“流通革命”一词最早是由日本学者林周二在 20 世纪 60 年代提出和阐明的。它主要指的是日本超级市场和连锁经营的出现会带来零售经营方式的变革，即推动零售店铺的大型化，缩短商品的流通渠道。后来的研究者也多是从事零售经营方式变革的视角出发，探索流通革命的内涵和变化。一般认为，在零售经营的发展史上，共经历过三次大的零售变革。第一次是百货商店的产生；第二次是超级市场的出现；第三次是商业连锁店的发展。这种分析范式比较符合流通业发展的历史，因为零售经营方式确实是流通变革的主要表现形式，也是影响流通效率的主要因素。但革命是指事物发展过程中产生的深刻质变，流通革命就是指流通方式发生的深刻质变，即流通过程中采用的技术手段、经营方式、组织结构和制度创新的总和，因此，我们需要根据经济发展的历史演进和逻辑分析来系统地研究流通革命的内容及其产



生过程。本书从流通革命的历史演进和逻辑发展过程出发,探讨了流通革命的内涵及其表现形式,并结合我国流通业发展的现实,在新的流通革命背景下,指出了我国流通业如何通过结构调整和组织创新来培育新的国际竞争力。

一、流通革命的历史演进和表现形式

流通方式是对产品或劳务由生产领域向消费领域运动的客观状态以及所采取的具体运动形式的反映,是生产方式和消费方式在流通中的具体表现,因而,流通方式的变革必然会伴随着生产方式与消费方式的变革而产生。技术革命和产业革命的推进深深改变了社会的生产方式和人们的生活方式,消费革命则改变了人们的消费方式,与此相对应,作为生产和消费中介的流通方式也必然会发生革命性的变化。同时,在“大量生产—大量消费”的经济模式确立之后,流通方式对生产和消费的影响力也在不断增强,因此,我们可以对“流通革命”作一个初步的定义:受到产业革命与消费革命制约,并对产业革命和消费革命起到能动作用的流通方式变革,既以产业革命为变革的动因,又以产业革命为变革的基础。

工业革命的推进改变了社会的产业结构和组织形式,实现了以制造业为主体、以大规模生产为特征的新的经济结构形式。在产业结构上,农业实现了产业化,传统手工业得到机械化改造,制造业成为经济的支柱产业,科技成为一个经济体竞争力的核心;在组织形式上,深化了专业化分工与社会分工,大批量、标准化、规模化的流水线生产成为工业化时代的典型生产组织形式。与工业革命相适应,消费结构和消费形式也发生了根本性的变革。在结构上,实现了低层次需求向高层次需求的转变,电视机、洗衣机、电冰箱等大量耐用消费品走进了千家万户;在形式上,表现为大量消费的特征,消费者把消费品尤其是耐用消费品数量的扩张作为追求目标。那么,与工业革命和消费革命相联系,流通领域也发生了深刻的变革,出现了以连锁为特征的第一次流通革命。在结构上,形成了以超级市场为主,批发市场和大型零售百货商店并存的状况,满足不

同层次的消费者需求；在组织形式上，以连锁为特征的经营方式与工业化大规模生产方式相适应，创造了一种用规模效益实现较低售价，再用低售价扩大规模的良性商业循环，并利用其在价格上的优势而迅速扩展。因此，我们可以说，无论是工业革命、消费革命还是流通革命，其表现形式都是结构的变化和组织的创新，而且这三个领域中革命的推动因素是相互影响、相互制约的。

当前，新的技术革命在产业和消费领域都引发了新的变革。从技术特征、变革形式以及应用领域上看来，我们可以将现阶段正在进行的技术革命称为“信息革命”，其发展经历了计算机的发明、微处理器的面世、互联网的兴起这三个阶段，并将计算机的运用从单一的数据管理发展为复杂的信息管理。这场信息革命直接导致了传统工业时代组织机构的变革，要求以信息化技术来进行组织创新与机构改革，推动了信息全球化与经济全球化的发展，在产业结构、经济体系、组织体系、社会结构等众多方面，对生产者和消费者都产生了极其深远的影响。在产业结构上，传统工业在国民经济中不再占有支配性的地位，服务业及各种信息、知识产品的生产成为经济增长的主要力量。同时，传统工业通过信息化改造，实现了产业升级，造就了信息化的第二产业。信息革命也催生了微电子、软件、互联网、数据通信和移动通信等新兴产业。在组织形式上，敏捷制造和供应链动态管理成为信息革命下的典型组织形式，这种组织形式不仅可以同样发挥大规模生产的低成本优势，而且可以以更快的速度对市场作出反应，为消费者提供多样化的个性化产品。

上述生产领域的变革也是与新的消费革命相伴随的。在新的消费革命下，消费结构主要表现为从衣食的消费为主转向以住行娱乐的消费为主，消费者开始注重商品的质量和品位，消费形式呈现出多样化、个性化的消费倾向。与技术革命和消费革命相适应，当前在流通领域也出现了以电子商务为特征的第二次流通革命。电子商务的出现使供给与消费的联结具有更高的效率和更低的成本，能够快速反映市场需求，并且提供便利交流的信息服务体系，以求在信息共享的基础之上实现利润分享。



我国流通业的发展历程也是与上述产业革命、消费革命和流通革命的进程相一致的。但由于我们是转型中的发展中国家，当前又面临全球化浪潮，因此在流通领域就表现为第一次流通革命尚未全面完成，第二次流通革命又扑面而来，出现了第一次和第二次流通革命并存的局面。同时，流通的国际化、流通的现代化也与流通革命的推进相伴随，使得我们当前的流通结构调整和流通组织创新面临综合性的挑战。

二、流通结构调整

流通结构调整是流通革命的重要组成部分，能够直接反映出生产与消费的结构变革，并且通过技术创新与制度创新，以升级更新后的技术结构和高效率、低成本的经营方式，使供给与需求更便利地联结在一起，在适应产业革命与消费革命需要的基础上促进经济结构的进一步调整和发展。根据不同的部门划分，我们可以从零售业、批发业、物流业这三方面，对流通结构调整作出有针对性、具体性、现实性的论述。

改革开放 30 年来，我国已经彻底摆脱了短缺经济，进入了生产相对过剩的时期。零售业作为直接面向市场需求的专业化流通组织，已经掌握了流通渠道的主导权，这就在客观上为零售业功能的转变创造了有利条件，即从单纯的满足需求转变为引导、创新需求和组织生产，在日益凸显出零售商终端控制地位的基础上，促成了零售业结构的全面转型与调整。

在零售业布局结构上，调整的趋势表现为功能多样化和城乡一体化。前者是指城市出现的商务中心区（CBD）、商业街（HOPSCA）、社区商业、商业区等新型布局结构，后者则是指以“中心城市—规模城镇—乡村”的发展模式，通过强化中心城市的基础设施与服务功能，来加强中心城市对周边城镇及乡村的带动和辐射作用。

在零售业业态结构上，调整的趋势表现为传统与现代的整合。在传统类型的百货商店与新兴的大型超市、连锁商店、仓储商场、便利店、专卖店、目录展示店并存的情况下，取得业态多元化的均

衡发展,并且一方面注重业态组合以发挥“集团商圈”的效力,一方面在承认业态发展具有梯次性的前提下合理规划后进地区的零售业发展,另外还要根据零售业自身发展和社会现实环境的需要来进行内涵型或外延型的业态融合。

在零售业技术结构上,调整的趋势表现为向多元复合型的转变,即坚持提高流通效率与扩大就业相结合,而不能有失偏颇,在推进流通标准化、机械化、自动化的同时提升劳动者素质,以促进零售业技术结构转型的可持续发展。这也是根据我国零售业技术现有水平与存在问题而作出的判断,有利于对零售业技术行业分布不合理、区域分布不合理、资本构成不合理、劳动构成不合理的现象进行改善。

在零售业竞争结构上,调整的趋势是从过度竞争转变为有效竞争,在良性竞争中从整体上提升我国零售业的竞争实力,以便应对2004年12月11日分销领域全面开放后的国外零售业巨头冲击。这就需要做到零售业市场进入有序化、竞争策略多元化、内外贸一体化中的待遇平等化,建立起一个开放、统一、有序的国内统一市场。

除了以上零售业结构的四种基本形式,政府规制在零售业结构调整中的重要作用也必须加以正视,需要一个从无序向有序的转变,其无序主要表现在对外资零售商实行不平等的“超国民待遇”,对大型零售商刻意拖欠供货商货款并抬高进场费的行为没有明确约束,对市场上信息不对称而导致消费者利益受损的现象没有进行及时缓解。因此合理有序的政府规制就应当在创建自由的、契约化的法制环境的条件下,形成一个公平竞争的市场秩序,并且从大局和整体出发,制定一个目标长远的商业规划。

在信息化条件下,供应链概念在现代企业资源规划(ERP)理论中获得深刻的发展,包含了增值链的概念。由于增值链中链级众多,而这种运作大部分在计算机网络上进行,所以国外把从制造商到零售店之间的增值链直接称为增值网。现代批发业的进化形态——以配送中心为节点的增值网,便由此而来,这也是我国批发业结构调整的根本目标。我国在经历了计划经济时代的批发垄断时期之后,自改革开放以来一直停滞在无序批发时期,这种情况至今



没有好转。这是由于我国尚处于新体制形成的初期，传统批发业对于新体制的建立尚未完全适应，因此当前的首要任务就是重塑中国社会主义市场经济条件下的批发业和批发体系，大胆吸收国外先进经验，立足中国特色的现实基点，塑造一个适合中国市场经济的批发业和批发体系。但是，传统批发业的生存空间日益缩小，在经济现实和政府政策的双重制约下，不论是制造业的批发代理商，还是商业转制后的批发站，或是个体私营批发公司，都在商业批发业严重萎缩，批发企业的技术、管理手段落后，批发企业规模过小且集中度低，市场交易秩序混乱等问题之下难以做大规模，更难以获得发展。只不过因为中国市场的地域广大，零售商和制造商之间的业务联系很少能越过中间环节，众多批发企业才可以勉强生存下去。这样看来，我国批发业不得不面临着在结构调整中重新创业的境地，将资金调配视为流通领域的一个由制造业、批发业、信息业和银行之间相互协调的系统工程，通过发展连锁经营，以及依赖电子订货系统和配送系统进行商品优选来获得新生。这就需要在现代经济条件下明确批发业的定位，对批发企业进行商品流通渠道诸环节组织之间的经营关系再造，以及建立一条健全高效的流通高速公路。在批发业的结构调整中进行技术创新、制度创新和组织创新势在必行，根据现代物流配送中心是国际流通体系主要业态这一现实，将批发业与物流业进行整合创新。实现批发功能在创新中的转换，成为新的经济增长点。

我们可以从社会化、系统化、信息化这三个角度辩证地看待物流业的发展：社会化是物流业的发展趋势，因为物流业的产生本身就是经济发展到一定阶段，社会分工不断深化的产物；系统化是物流业的发展前提，因为物流是一种系统化的经济活动，所以物流业的发展应该是整体系统的提高，而不是某个行业独立的发展；信息化是物流业的发展目标，这是信息经济时代以电子商务来提升效率、降低成本的必然要求。我国的物流业目前尚处于起步阶段，主要制约因素就是物流资源的分割和物流业的分散化经营，不能满足物流业社会化发展的要求，物流业内部的不平衡发展和系统性缺乏也影响电子商务的应用，虽然起步较早，但是缺乏整体性，没有形成持

续发展力与规模经济。因此,我们应该将社会化、系统化、信息化视为一个逻辑统一体,作为我国物流业调整与发展的思路。具体而言,物流业的结构调整还是要落实在制度创新、组织创新与技术创新之上。制度创新有利于物流业社会化进程的推进,它首先要求政企分开,由行政性分工向经济性分工转变,其次要求摆脱计划经济的企业运作模式,实现企业的物流合理化,最后是建立健全社会信用模式,逐步树立物流企业信用。组织创新有利于物流业系统化进程的推进,可分为内部系统化与外部系统化,前者要求以产权为基础、资本为纽带来加强内部重组,后者要求在实现商流、物流、信息流协调发展的基础上联合制定全面的、一体化的内外部计划。技术创新有利于物流业信息化进程的推进,同时也为社会化和系统化提供了必要的技术支撑体系,条码技术、射频技术、电子数据交换(EDI)构成了物流信息系统的基础,特别是 EDI 技术尤为关键,有利于数据信息的及时交换以及对市场需求的准确预测,因此需要大力发展基于互联网的 EDI 技术在物流业的应用,将架构区域性、行业性的综合物流信息网络和设立现代物流管理系统,作为物流业信息化发展的现实目标。

三、流通组织创新

流通组织创新是流通革命的另一重要组成部分,是在既有状况之下,为适应生产与消费等社会经济环境的变化而对商品流通环节、方式及手段进行改造或重新塑造的过程。从流通的社会经济地位来看,作为社会经济结构变动中的中介性关联因素,流通组织的变革和创新过程必然具有适应性质,包括适应生产结构以促进工商一体化(或农工商一体化)的形成,适应消费结构以促进现代销售网络的形成,以及适应生产结构和消费结构以促进流通组织内部批零一体化的形成。

在引入市场规则的条件下,流通组织创新可以从产权关系与契约关系变动的角度来加以理解。产权约束一般有三种形式,即间接约束、直接约束和自我约束,民营商业大都采取第二或第三种形式,



国有商业则要在国有资产保值增值的基本原则下,除了重要的产品由国家经营外,其余依市场运行规律进行竞争,实行间接约束。目前,国有及国有控股商业产权约束中存在着所有者“缺位”、委托代理的责权利关系不清,以及产权约束低效等一系列问题。因此,在产权约束下的流通组织创新,需要进行所有权的定位和经营权的激励,以形成科学的内外治理结构。契约约束下的流通组织创新实际上就是流通组织内外运行机制的创新,因为交换行为在经济上体现为交易,而在法律上体现为契约,所以流通组织外部机制创新就必然包括行政权约束、合同约束、法律约束和道德(信用)约束等方面的创新,而流通组织内部机制创新就是指建立起激励、监督和治理等能起到合理内部约束作用的契约机制。在市场经济当中,产权约束与契约约束的效用就是使流通组织在制度上进行改造,使其在产权关系和契约关系的改革中不断地进行适应性变迁,以形成新型的流通组织。

从组织形式变动的角度来看,流通组织创新就是企业边界的重新划定。基于国内外的研究现状,在以流通企业边界变动促进流通组织创新的问题上有三点值得注意:第一,尽管“门店复制”式的扩张是目前主要的流通组织创新形式,但仍不能忽视产业融合条件下的流通多角化扩张;第二,并不是所有的流通组织创新都适合将边界“做强做大”,而应以最佳效益为基准确立企业的边界,只要不违背效率原则,即使是使流通企业边界变小的“分立式产权重组”,也可以视为一种组织创新;第三,在理解流通企业边界时还应注意其边界的“模糊性”,这不是企业边界的模糊化,而是指企业边界交叉处可随时改变其产权的不确定性,流通组织创新经常发生在这样的“边缘地带”,例如,虚拟企业的出现和企业间的电子商务往来,还有在长期且不完备的交易契约下形成的动态战略联盟等。

我国市场上垄断、竞争格局的变动对流通组织创新具有重要的影响。目前我国流通产业的垄断具有两大特征,其一是“搭便车式的垄断”,即商家的垄断性来源于厂家的垄断性;其二是自然垄断与行政垄断的结合,主要存在于资源短缺性的批发业和服务业,特别是与物资、能源相关的批发业,以及与水电产业相关的流通业。在