

商品交易市场研究丛书

河北省重点学科建设基金资助出版

(河北经贸大学贸易经济学科、企业管理学科)

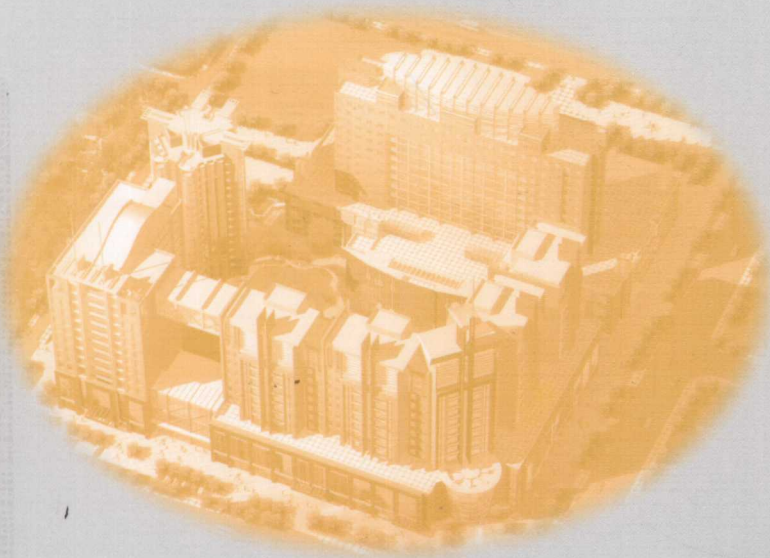
主编/纪良纲 副主编/孟华兴 王春和 刘华光

商品交易市场

宏观分析

刘东英 卢燕 史俊仙/编著

Shangpin jiaoyi shichang
hongguan fenxi



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

商品交易市场研究丛书

河北省重点学科建设基金资助出版

(河北经贸大学贸易经济学科、企业管理学科)

主编/纪良纲 副主编/孟华兴 王春和 刘华光

商品交易市场

宏观分析

刘东英 卢燕 史俊仙/编著

Shangpin jiaoyi shichang
hongguan fenxi



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

商品交易市场宏观分析/纪良纲主编. - 北京: 中国经济出版社, 2009. 12

(商品交易市场研究丛书)

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9420 - 1

I. 商… II. 纪… III. 国内市场 - 产业经济学 - 研究 - 中国
IV. F723

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 135036 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 刘建生 (电话: 010 - 68308643)

责任印制: 张江虹

封面设计: 任燕飞书装设计工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京金华印刷有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 印张: 7.5 字数: 200 千字

版 次: 2009 年 12 月第 1 版 印次: 2009 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 9420 - 1/F · 8302 定价: 25.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换,
电话: 68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878



前 言

在本丛书所有参与者的共同努力下,《商品交易市场研究丛书》终于出版了。在本丛书出版之际,首先要感谢本丛书编写的倡议人——浙江市场战略研究所所长齐东先生。2007年冬季,在对正定国际小商品市场建设项目进行调研论证期间,我们有幸结识了齐东先生,并达成一个共识:小商品市场作为我国商品流通组织的一个主要业态,目前的研究是比较凌乱的,缺乏系统性研究;加之商品交易市场从业人员的素质相对偏低,很多从业人员都是直接从农民转化过来的。因此,编写一套相应的丛书对于小商品市场的发展是一件非常有益的事情。于是双方围绕着编写的框架、编撰的内容进行了认真的研讨。为了使本丛书理论与实践结合得更为紧密,在齐东先生的热情邀请下,丛书的主要编写人员一行9人专门到小商品市场的典范——义乌国际小商品市场进行了为期8天的调研,调研期间大家边看边沟通,对后期的写作受益匪浅。由于种种原因,本丛书的出版几经反复,耽搁时间较长,但无论如何我们不会忘记齐东先生的贡献!

本丛书由河北省商业经济学会组织编写,河北经贸大学党委副书记、副校长,河北省商业经济学会会长纪良纲教授担任主编;副主编由河北经贸大学工商管理学院副院长孟华兴教授、院长王春和教授、商学院院长刘华光教授担任。丛书各分册的主编和参编人员分别由河北经贸大学商学院、经济研究所、工商管理学院的专家教授担任。这些同志长期从事商品流通与市场的研究,有的对商品交易市场也有很深入的研究,丛书编写人员也经常参加商品交易市场的调研和论证工作,这是我们敢于担纲此丛书的重要





基础。

关于商品交易市场的研究,应该说近些年成果不少,但都是分散而为,不成系统,至今尚未形成成型的商品交易市场理论研究体系。由此而言,我们的丛书也是一种创新。本丛书从基础和实用两方面入手,编写了侧重于理论的《商品交易市场宏观分析》《商品交易市场产业组织》和侧重于实务的《商品交易市场经营管理》和《商品交易市场营销技术》。

《商品交易市场宏观分析》以商品交易市场在经济系统中的地位和作用为研究目标,在追溯其发展历程之后,重点分析了商品交易市场的产业特性,从理论与实践两个方面分析了商品交易市场对区域流通力的贡献、对区域劳动力市场发育的促进作用以及与区域内关联产业的互动发展模式。此外,对商品交易市场规范化发展的前景进行了展望。

《商品交易市场产业组织》首先从商品流通的角度分析了商品交易市场的定位和性质,其次深入研究了商品交易市场的生态系统、基本构成、组织模式和组织设计;并进一步探讨了商品交易市场内部组织机构的运行机制,包括商品交易市场的内部经销组织、内部物流组织、内部中介组织等,最后对商品交易市场的信息化建设和国际化发展进行了研究。

《商品交易市场经营管理》从商品交易市场经营者的角度,研究有形商品市场运行、变化与发展的基本规律,帮助商品交易市场经营者掌握商品交易市场管理的基本规律,为经营者认识市场并进而提升市场管理水平提供参谋与指导。

《商品交易市场营销技术》重点探讨了商品交易市场的营销过程及方法,从多角度、多方位系统阐述了商品交易市场的营销技术及其创新等,同时还介绍了商品交易市场通过营销手段塑造良好形象的路径等。

我们深知,在商品交易市场理论与实务的研究上,这仅仅是一个起步,我们的丛书还不成系统,内容也还不完善。商品交易市场





问题探索的每一项成果都是大家实践调研和理论思考的结晶,我们愿意付出进一步的努力。著名商业经济学家黄国雄先生为本书作序,我们备受鞭策和鼓舞,在此表示诚挚的谢意!感谢为本丛书的出版付出辛勤劳动的中国经济出版社的刘建生老师和各位朋友,感谢河北经贸大学工商管理学院和商学院给予的人力和财力支持!

本丛书的读者对象为主管商贸流通的政府官员、商品交易市场管理人员、经营业主和有志于从事商品交易市场经营管理工作的大中专学生,也可供商品交易市场研究人员参考。

由于时间仓促,在编写过程中肯定有不足之处,恳请读者多提宝贵意见。

《商品交易市场研究丛书》编委会

2009年8月12日





商品交易市场

——具有中国特色的市场交易体系(代序)

黄国雄

商品交易市场是中国改革的产物,是农村经济的深刻变革和农村产业结构调整的必要产物。农村的联产承包责任制极大地解放了生产力,大批农村劳动力需要有新的生存空间,加上当时的市场短缺、供应不足、城乡居民新的需求无法得到满足,内外条件的有机结合,催生了一个新型的市场模式——商品交易市场,并以其强大的生命力在神州大地上迅速发展。商品交易市场产生和发展的意义已经超出市场本身,开辟了亦农、亦工、亦商具有中国特色的城市化道路:第一,它打破了长期以来存在的“左”的思想禁锢,挣脱了不准弃农经商观念的束缚,摆脱了“早市”“鬼市”的阴影,使传统的集市贸易合法化、规模化和常态化;第二,它从货郎担、小摊位发展到地方性和区域性的商品交易中心,以至影响全国和世界的专业批发市场;第三,它从农户家庭副业的生产,发展到一大批专业户、专业村和产业集群的形成,成为地方经济发展的支柱,形成了多层次的批发市场体系,改变了农村的产业结构;第四,它从家庭劳动分工开始,扩大了就业范围,在工业生产领域和商品流通领域吸纳了大量的农村劳动力,加快了我国的城市化进程;第五,它从大量的小农队伍中催生了一批具有交换观念、生产技巧和现代市场意识的劳动大军;第六,它不仅使一部分农民先富起来,产生示范效应,推动农村各项改革的深入,还使得整个农民阶层的收入有了很大改善;第七,它改变了商品交易的格局和流向,通过发挥传统二、三级批发企业的功能,成为现代化中国批发体系的基





础;第八,它从简单的仿造到营造具有全国影响力的品牌,产品质量不断提高,为全国乃至全世界提供质优价廉的商品;第九,它从单一的以农民为主体发展到包括多种经济形式、多元化投资主体、各种商品类型齐全共同存在的市场格局,在经济发展中发挥着重要的作用。

总之,经过 30 多年的发展,中国商品交易市场有了相当的规模,发挥了重大的作用,但也面临着新的环境和新的挑战。第一,我国多数地区的工业化水平得到较大的发展,产品集中度提高,产品更加丰富,竞争空前激烈,商品交易市场面临着买方市场条件下的竞争压力的挑战;第二,消费水平的提高和消费观念的转变,消费需求正从数量型满足转向质量型满足,商品交易市场面临着商品品质和品牌的挑战;第三,市场环境已发生巨大变化,对商品的服务、经营环境、基础设施、物流配送提出新的要求,商品交易市场面临着优质化服务的挑战;第四,摊位制的经营模式、手工操作、效率低下,传统的简单赢利模式和落后的交易方式,面临着现代新业态规模连锁化的挑战;第五,传统的商品交易市场缺乏科学的规划,现代经营管理能力和现代科技手段的应用不到位,面临着软实力短板的挑战。

商品交易市场的发展在面临挑战的同时,也有着很好的发展机遇,商品交易市场正进入一个完善、提升、创新、发展的历史机遇期。在这个关键时候,由河北商业经济学会、河北经贸大学工商管理学院和商学院组织编写的《商品交易市场研究丛书》的出版,不仅填补了商品交易市场理论研究的空白,而且在指导商品交易市场实际工作方面回答了以下问题:商品交易市场在中国发展的历程曲折、道路坎坷、成功良多;面向未来有很多隐患和问题,要有危机意识,只有在软、硬实力都不短板的情况下才能赢得可持续发展,本丛书用典型的成功实例回答了如何发展、发展什么、有多大发展空间以及怎样才能实现转轨变型、提升及换代、提高现代化的经营管理水平,等等。

河北省是我国商品交易市场发展较早的省份,对中国商品交易市场的发展提供了很多成功的经验,作出了很大的贡献。20世纪80年代初期,笔者有幸受中央农村政策研究室的委托,带领包括本书作者在内的100多名北京商学院的师生对河北省十大专业市场进行调研,包括安国药材、白沟箱包、高阳棉布、蠡县皮革等,亲身感受它们的产生和发展,深受启发和教育。现在他们又组织一批学有成就、专业有成的专家教授和博士,在深入调研了浙江义乌、北京大红门、杭州四季青、虎门富民、武汉汉正街、沈阳五爱市场等基础上编著了本丛书,尤其是本丛书作者长期近距离研究位居全国十大市场之列的石家庄南三条小商品市场和新华集贸市场,并与浙江市场研究所有长期的学术交流合作,他们既有流通领域深厚的理论功底,又有长期深入的实践工作。在上述基础上编写《商品交易市场研究丛书》,不仅填写了相关理论研究的空白,也对商品交易市场的发展提供了切实可行的实践指导,不仅对于从事商贸流通及相关专业的师生,尤其对于从事商品交易市场经营的管理者值得学习借鉴。

希望参与丛书编写的专家学者,不要满足于这套丛书研究取得的成绩,继续深入跟踪研究我国商品交易市场的发展走势,为商品交易市场的发展进一步提供理论上的指导,为促进我国商品流通发展和繁荣国民经济作出更大贡献。

(黄国雄同志系中国人民大学教授、博士生导师,著名商业经济学家,商务部市场运行专家,中国商业经济学会原副会长)



目 录

第一章 商品交易市场的产生与发展 1

第一节 商品交易市场产生的历史条件及其中国特色 1

一、商品交易市场的概念与分类 2

二、商品交易市场产生的历史条件 7

三、商品交易市场在发展过程中的中国特色 13

第二节 基于商品交易市场的社会服务体系的形成 18

一、政府服务体系 18

二、社区服务体系 21

第三节 商品交易市场的发展轨迹 23

一、改革以前商品交易市场发育和发展的基本情况 23

二、改革开放以来商品交易市场发展的几个阶段 24

三、商品交易市场的发展现状 27

第四节 商品交易市场发展所面临的问题及发展趋势 30

一、商品交易市场发展所面临的问题 30

二、商品交易市场的发展趋势 33

第二章 商品交易市场的产业分析 39

第一节 商品交易市场具备的产业特性 40

一、单个商品交易市场正在成为真正意义上的企业 41





二、基于商品交易市场的社会协作体系已经形成	51
三、商品交易市场之间的竞争与合作关系具有 产业组织的性质	53
第二节 商品交易市场产业发展的影响因素	55
一、需求因素对商品交易市场发展的影响	55
二、供给因素对商品交易市场发展的影响	57
三、制度与政策对商品交易市场发展的影响	59
第三节 商品交易市场产业竞争格局	60
一、商品交易市场的产业状态及其竞争战略选择	60
二、商品交易市场产业的进入与退出分析	62
第四节 商品交易市场产业布局	65
一、商品交易市场布局原则	66
二、商品交易市场产业布局应遵循的规律	69
三、商品交易市场产业布局的影响因素	70
第三章 商品交易市场对区域流通力贡献分析	72
第一节 区域竞争力与区域流通力	72
一、区域竞争力	72
二、区域流通力	75
三、区域竞争力与区域流通力的关系	81
第二节 商品交易市场对区域流通力贡献的理论分析	84
一、商品交易市场对商流力的贡献	85
二、商品交易市场对物流力的贡献	85
三、商品交易市场对资金流力的贡献	86
四、商品交易市场对信息流力的贡献	86
第三节 商品交易市场加强区域流通力的案例实证	88
一、中国义乌小商品城的成功范例	88



二、发展中的石家庄南三条小商品交易市场	94
第四章 商品交易市场促进劳动力市场发展分析	97
第一节 商品交易市场的就业带动作用	97
一、商品交易市场的直接就业带动作用	98
二、商品交易市场的间接就业带动作用	100
第二节 商品交易市场的就业层次与人才培养	102
一、商品交易市场的就业层次	102
二、商品交易市场的人才培养	106
第三节 商品交易市场促进就业的案例实证	113
一、义乌商品交易市场培养出大批现代企业家	113
二、义乌商品交易市场及周边企业创造了大量的就业机会	117
第五章 商品交易市场与关联产业互动发展分析	118
第一节 产品本地化对区域内产业发展的影响	118
一、产业与市场的关系	118
二、产地型市场与区域内产业发展的互动	121
第二节 商品交易市场对产业跨区域的引力	125
一、商品交易市场与区域外产业的联系	125
二、商品交易市场对区域内外产业联动发展的中介作用	126
第三节 依托商品交易市场的产业发展案例实证	131
一、海宁、桐乡两地产业与市场互动协调发展	131
二、虎门服装在产业与市场的相互作用下成长	134
第六章 商品交易市场的规范化发展	139
第一节 国际商品交易市场的发展经验	139
一、日本商品交易市场发展经验	139





二、西欧地区商品交易市场发展经验	143
三、世界范围内商品交易市场发展的几种典型模式	146
第二节 我国商品交易市场规范化发展的目标模式	147
一、推动商品交易市场朝专业化、市场化运作模式发展	148
二、建立连锁模式下的商品交易市场终端网络体系	149
三、融入大宗商品的采购分销渠道网络体系	150
四、加快电子商务等新型商业模式的应用	150
第三节 我国商品交易市场规范化建设措施	151
一、我国商品交易市场规范化发展过程中存在的问题	151
二、商品交易市场规范化发展的措施	152
第七章 商品交易市场支撑体系构建	159
第一节 商品交易市场的支撑体系构成	159
一、商品交易市场在整个经济系统中的地位	159
二、商品交易市场支撑体系构成要素	162
第二节 商品交易市场的投融资环境	164
一、商品交易市场的投资主体	164
二、商品交易市场的融资渠道	165
第三节 商品交易市场的技术环境	167
一、体现型技术环境	168
二、非体现型技术环境	170
第四节 商品交易市场的物流环境	173
一、我国物流行业发展的现状	174
二、物流行业对商品交易市场的支撑作用	175
第五节 商品交易市场的对外开放环境	179
一、开放是我国流通产业的发展趋势	179
二、我国商品交易市场的对外开放	180

第六节 商品交易市场的政策和法律、法规环境	182
一、法律、法规环境	183
二、政策环境	184
第八章 商品交易市场发展的政府管理	187
第一节 商品交易市场的资源特性	187
一、财富创造性	187
二、要素组合性	189
三、劳动结合性	190
第二节 政府管理在确立交易市场资源地位中的作用	190
一、政府管理提升商品交易市场品质	191
二、政府管理促进商品交易市场与支撑产业的协调发展	192
三、政府管理降低商品交易市场交易成本	193
第三节 政府管理目标的演变	194
一、抑制、取缔商品交易市场	194
二、将商品交易市场作为国营商业经济的补充	195
三、做大商品交易市场带动一方经济发展	196
四、做强商品交易市场,实现全国大流通格局,参与国际商品 市场竞争	196
第四节 商品交易市场政府管理政策	198
一、商品交易市场的产业组织政策	198
二、商品交易市场产业布局政策	207
三、完善我国商品交易市场布局的政策措施	213
参考文献	221
后 记	222

第一章 商品交易市场的 产生与发展

改革开放以来,在中国的商品流通领域一个值得关注的现象,就是商品交易市场群落的发展壮大:“总汇九州货,云集天下客”,武汉的汉正街以“小商品的河流”而文明海内外,被誉为“中国改革开放的缩影”;温州的纽扣市场的商流物流,已经辐射到全中国和整个东南亚;成都的荷花池市场成为西南几大省主要的小商品集散地;山东的寿光农副产品批发市场则以每天几百辆汽车的吞吐量向全国各地配发着新鲜蔬菜;特别是浙江义乌小商品市场,多年来的经营额更是一直高居全国同类市场的榜首……

商品交易市场作为我国社会主义初级阶段的历史产物,改革开放 30 年来得到了快速的发展,它适应了我国生产力发展水平较低、工农业生产普遍规模小、集中度低、缺少品牌的特点,以为商品经营者常年进行商品交易提供固定场所、设施和服务为目的,对促进工农业的生产发展、活跃商品流通、丰富人民群众的物质生活起到了重要作用。

第一节 商品交易市场产生的历史 条件及其中国特色

我国著名的经济学家董辅初先生对市场有过一段非常精彩的评述:“市场不是哪个人发明的,但却是人类的一项伟大的创造。有了市场,人们就有了最便利的交换彼此的劳动及其成果的途径;有了市场,人们便找到了能促使资源配置优化的机制,市场是人类



创造的,可是人类却创造不出一一种比市场更精巧、更有效、能够替代市场来合理配置资源的办法和工具。”^①尽管在新中国发展的历史上,对市场的认识走过弯路,但市场在资源配置上的效率最终得到了承认,其扎根在分工基础上的生命力也在新的体制下化蛹为蝶。没有人可以否认,我国现代市场体系的基础,正是改革开放 30 年来,在祖国大地处处开花结果的以集贸市场为主要标志的有形商品交易市场群落,及它们之间、它们和广大企业之间、它们和无数消费者之间的亲密而符合自然经济规律的关系。^②本章将对改革开放以来我国商品交易市场的发展轨迹作一个简单的回顾,意图总结其在中国产生和存在的必然性,及其发展的规律。

一、商品交易市场的概念与分类

(一) 商品交易市场的概念

商品交易市场是指经有关部门和组织批准设立,有固定场所、设施,有经营管理部门和监管人员,若干市场经营者入内,常年或实际开业 3 个月以上,集中、公开、独立地进行生活消费品、生产资料等现货商品交易以及提供相关服务的交易场所,包括各类消费品市场、生产资料市场等。^③2002 年 10 月 28 日上海市人民政府通过《上海市商品交易市场管理办法》,其中对商品交易市场有如下定义:“商品交易市场,是指由市场经营管理者经营管理、场内经营者集中进行现货商品交易的固定场所。”

商品交易市场提供的不仅仅是商品交易的场所,还是提供服务的场所。商品交易市场作为商品交易的场所,有交易主体、交易客体、交易载体等多种要素。场所体现经营定位,场所体现服务品

① 董辅礪. 用辩证的眼光看市场经济[M]. 北京:生活·读书·新知三联书店, 2002.

② 张经. 论现代市场体系若干问题[M]. 北京:中国工商出版社,2003.

③ 国家统计局. 2009 中国商品交易市场统计年鉴[M]. 北京:中国统计出版社, 2009.

质。商品交易市场不仅仅给生产者、批发商、零售商以及消费者提供一个商品交易场地,而且提供的是一个有一定服务质量的交易场地。各种交易主体在这种商品交易市场中的交易活动中,通过交易行为得到商品交易市场提供的服务。商品交易市场提供的服务通过向各种交易主体提供服务,促进商品使用价值的转移,完成了商品价值的实现,又将处于不同商品流通环节的商业劳动凝结于商品之中,促成了商品价值的增值。

(二) 商品交易市场的分类

1. 按照经营业态来分析,可以划分为广义的商品交易市场和狭义的商品交易市场

本书中研究的商品交易市场指的是狭义的商品交易市场,也就是如城乡集市、商业街、商品专业交易市场之类的市场;广义的商品交易市场除了上述市场之外,还应该包括杂货商店、专业商店、百货商店、超级市场、超级商店和特级商店、量贩店、批发公司等。

从我国当前的商业发展现状来看,虽然有“市场商场化”、“商场市场化”两种趋势,但是商场等广义商业业态与狭义的商品交易市场依旧存在明显的不同:

(1) 商场一般是一个商品所有者面对众多的消费者进行公开交易;而商品交易市场则是众多的商品所有者集中到一起,与众多的批发商、零售商以及消费者进行公开的、面对面的交易,能起到“发现价格、传递信息、加速周转”的作用。

(2) 商场是以自我经营为主,投资者自己利用经营场地进行购、销、运、存;而商品交易市场则是以经营服务为主,由入驻商户利用经营场地进行购、销、运、存,投资者只为入驻商户进行服务。

2. 按商品交易市场的经营客体划分,它可以分为综合型商品交易市场与专业型商品交易市场

综合型商品交易市场是经营若干类商品的市场,往往是商品经济发育水平不高的表现。