

第一章

城市的商品流通与商业

一、商品流通的新课题

大城市是人口非常集中的地方，因此城市既是文化的中心，也是经济的中心。现代化的生产系统都需要一定的生产规模，也需要大规模的消费市场。大城市的人口集中正好提供了这种“大众消费市场”。随着经济的发展，收入水平的提高，城市居民对消费的需求出现多样化和高级化的趋势。生产领域的技术革新和消费领域的变化都给流通领域带来新的课题。

第二次世界大战以后几十年时间中，日本经历了一个迅速发展和急剧变革的过程。在 60 年代日本出现了“流通革命”现象，商品流通的机构和结构发生了巨大的变化。在经济高度增长期间，流通领域的发展常常落后于生产领域的发展，不能及时满足人民消费

的需求。但是,包括批发业和零售业的商业部门,各种经营方式和销售方式的变革一般首先是在大城市出现,然后逐步普及到全国各地。

日本企业在流通领域的经营革新和技术革新,在很多方面都借鉴了美国的先进经验,并在日本的经济环境和市场条件之下,将引进的经营方式和先进技术不断地进行改进,加以创新。80年代开始,我国经济进入到了高度增长期,商品流通领域面临着很大的课题。日本经济高度增长期所遇到过的一些流通问题与我们面临的流通领域的新课题在很大程度上是相似的。从这个意义上来说,对战后几十年日本商品流通的发展过程和企业成长的考察分析是有较大的借鉴意义的。在具体阐述日本的大都市的商业流通问题之前,我们先来看一下日本经济在流通领域里所面临过的一些重要问题。

1. 就业问题和中小零售商店

日本经济在第二次世界大战中受到了惨重的打击,商业也是如此。战争期间,国家全面控制了各种物资的价格,并且因为生活物资极端缺乏,政府通过发放票证的方式直接控制了消费。所以,零售商店成了一种发放物资的机关,大批的商店经营者、工人和职员都被迫转换到工厂去生产物资,或者被迫上了战场。

战败后,被破坏的商品供应体制一时难以恢复,又因为基本生活物资严重不足,GHQ(联合国军总司令部)和日本的新政府对日常生活必需品实行了定额分

配制。这种强制的控制一直到 1950 年 4 月才全面放开。当时，日本的一般老百姓不得不到“黑市”上去购买非法高价的商品，以维持自己的生活。大批的复员军人和战争寡妇将手头可以变卖的东西拿到“黑市”谋求收入。这种“黑市”既补充了当时的供应不足，更重要的是它吸收了包括复员军人和战争寡妇在内的“潜在失业者”给他们提供了就业的机会。

随着经济复兴的进展，正规的生活必需品零售市场也得到了恢复。特别是在一部分大城市里，供应日常生活用品、食品和副食品的“零售集市”取代了“黑市”。大批的潜在的失业者参加到了零售行业中。如图表 1-1 所示，在 50 年代日本的第一产业劳动人口比率接近于 50%，制造业约为 20%，而商业的劳动人口比率不到 12%。但是，1947 年到 1957 年的 10 年期间，日本全产业增加的就业人口的 50% 以上是由商业部门吸收的，其大部分又是在零售业就职的。战后，日本没有出现过严重的失业问题，其中一个重要的原因是商业部门提供了大批就业机会。

经济复兴时期，日本城市的规模逐步扩大，经济增长促使农业劳动人口转移到了工业和商业部门。因为零售业是一种比较容易加入的产业，所以在第二产业还没有完全恢复的过程中，大批的劳动人口拥向了商业。与其他发达国家相比，日本的零售商店的平均就业人数非常小，其历史原因是在原来就不很发达的零售商业中，过剩地加入了一大批既没有多少资金又没有经验和技能的“潜在性失业者”。在其他产业的就业

机会还不充分的时期里，中小零售业和服务行业被认为是一种吸收‘潜在性失业者’的行业。

因此，一直到 80 年代的后半期，日本的流通政策和商业管理的一个中心课题就是如何促进中小零售商店逐步走向现代化。特别是在大城市，中小零售商店的发展问题同时是一个如何解决就业机会的重要问题。1994 年上海市的零售业城镇个体和农村集体、个体劳动者有近 13 万人，国有、集体和其他经济单位零售从业人员的 30 万人中也有一大批是中小零售店的职工。从这点来说，日本的中小零售业的发展和政策管理有值得借鉴的经验和教训。

图表 1-1 日本各产业从业人口比例的变迁

产 业 \ 年 度	1950	1960	1965	1970	1975	1980
农林水产业(%)	48.3	32.6	24.6	19.4	13.9	10.9
矿业建设业(%)	6.0	7.3	7.8	8.0	9.2	9.8
制造业(%)	15.9	21.9	24.2	26.0	24.9	23.7
批发业零售业(%)	11.2	15.9	18.0	19.2	21.3	22.8
其他第三产业(%)	9.9	10.3	12.1	12.7	14.0	14.1
服务业(%)	9.2	12.0	13.2	14.7	16.4	18.4
其他(%)	0.1	0.0	0.1	0.0	0.3	0.3

资料来源 总理府统计局《国势调查报告》。

2. 建立大规模销售体制

1955—1965 年是日本经济增长最快的时期。50 年代初期，战败了的日本借助美国的援助和支持复兴了原有的经济基础，同时又大量引进了美国的先进技术。石油化学、合成纤维和钢铁产业等重工业引进的

新技术牵引了整个日本经济的飞速发展。1960年日本政府制定了“国民所得倍增计划(1961—1970)”的长远规划。随着国民收入的增加,对家用汽车、家用电器、个人住宅的需求急速扩大,企业竞先在耐用消费品领域进行了大量的设备投资。

消费品生产领域的技术革新和大规模生产体制的形成,给流通机构带来一个新的课题。原有的批发机构没有充分的经营资源,资金、设备、人才、经营方式和经营能力等,满足生产厂家大规模销售的要求。零售市场常常出现不顾成本的廉价竞争,严重影响了生产厂家和商业企业的经济效益,同时零售企业的廉价竞争严重阻碍了现代化大规模生产体制的正常发展。生产厂家为了安定市场开始推行市场营销政策。

建立大规模销售体制,同时排除市场的廉价竞争,稳定产品的市场价格是当时生产厂家的市场营销目标。只有实现这个目标,生产厂家才能回收投下的设备资金,并在市场成长的前提下进行各种新的投资,不断扩大生产。

50年代生产厂家借鉴和引进了美国企业的市场营销管理的方式和经验。特别是带寡占性质的大型生产厂家对流通领域进行直接的或者间接的干预,通过投入大量的宣传广告费用和进行全国性的推销活动,逐步确立了厂家独自的名牌声誉。为了维护其市场地位,这些大型生产厂家常常直接参与批发、零售等各种活动。

进入60年代后,大众消费社会又促使了新型零售

企业的出现。超市等新兴的自选、连锁店方式的新兴零售企业飞速成长。新兴的大型零售企业不仅仅与原有的零售企业之间发生了各种冲突，而且与大型生产厂家在价格政策方面也产生了对立。

因此，我们在分析日本大都市的商业流通的时候，既有必要了解生产厂家的市场营销管理，更重要的是有必要了解新型零售企业的发展和经营方式。关于带有寡占性质的大型生产厂家和大型零售企业商业活动的法制管理方面，会产生不少新的问题。了解日本在这方面的经验教训，对大城市的商业经营管理人员和商业行政管理人员来说都是有益的。

3. 物价上涨和消费者权益

战后日本消费物价指数年年上涨，但是在经济高度增长初期的一段时间里，工资水平的提高一直超过物价上涨的幅度。因此，物价上涨并没有在社会上引起强烈的反对。实际上，1955年至1968年的14年间，日本的平均工资水平大约提高了3倍。如图表1-2所示，批发物价指数在这期间一直非常稳定，而消费物价指数上涨的幅度每年都在5%以上。消费物价持续上涨的主要原因是生鲜食品价格的高涨。这个问题在人口不断增加的大城市更为突出。

1962年发表的《流通合理化设想》和1965年的《经济白皮书》指出，消费物价指数持续上涨的一个原因是因为流通过程中的费用成本的增加，并提出稳定物价的一个基本途径是进行流通机构的“合理化”——

流通结构的高度化和商业企业经营的效率化。可以说当时日本政府提出流通合理化政策的时代背景就是因为生鲜食品为主的消费物价问题。但是，物价上涨与流通产业的不发达有多大的关系？当时日本对这个问题也有过争论。结论是大批零小个体商店的存在本身并不是物价上涨的原因，原因主要在生产环节和批发环节。而零售市场的重要问题是商品与服务的质量。

图表 1-2 60 年代日本的批发物价指数和
消费物价指数的上涨幅度

年 度 指 数	1963	1964	1965	1966	1967	1968
批发物价指数(%)	1.8	1.0	0.9	1.3	1.4	1.3
消费物价指数(%)	7.5	5.6	6.3	6.0	5.6	5.5

资料来源 日本经济企划厅《经济要览》。

50 年代和 60 年代初期，日本的零售市场上也普遍存在伪劣商品、虚假广告、诱骗销售的现象。仅一次牛奶中毒事件就造成 133 人死亡，约 1.2 万人中毒。当时“，不管货的好坏 便宜就行”的思考方式在商业活动中非常盛行。

市场经济中，以利润为原动力的企业的短期行为甚至违反社会公众利益行为的出现是不可避免的，问题是如何形成有效的治理和监督企业的机制。企业与消费者个人之间存在有巨大的信息误差，消费者个人与企业的直接对抗是不可能真正解决上述问题的。因此，一方面是要提高消费者个人的意识 加强消费者教

育；另一方面是制定各种保护消费者权益的法律制度和政策。日本的消费者、特别是家庭主妇自发形成的各种团体成为了一种有力的社会力量，来监督和对抗企业的短期行为和违法行为。在保护消费者权益这点上，日本吸收了很多美国的先进经验。到 70 年代日本政府才开始重视建立保护消费者权益的法律制度和政策。但是，后者的法制并不是非常有成效。消费者运动的中心是在大城市里 因此 商业管理的很大一部分而且非常重要的工作就是如何保护公众和消费者的权益。

4. 大城市的过度密集和交通拥挤

如果说以上三个问题还不是大城市商业流通特有的问题的话 那么 ,下面将论述的两个问题是世界各大城市所共同面临的现实问题。

首先，过度密集对大城市的商品流通和商业管理带来了许多难题。世界有代表性的大城市东京的过度密集问题 在 60 年代初期就已经出现了，至今仍没有找到一个好的解决方式。但在城市的规划和建设中 如何合理安排城市内部的物流设施 日本在这方面有很多经验。

1955 年，东京拥有的家庭小汽车共 24 万辆，1960 年增加到了 60 万辆，1965 年又增加到了 118 万辆，10 年中增加了近 5 倍。大城市的货物运输主要依靠各种型号的卡车。但是，因为市内道路建设跟不上汽车增长的速度 市内交通堵塞严重 交通事故频繁发生 结

果使市内运输的效率逐年下降。一天一辆货车的往返次数由 1960 年的 4.2 次降到了 1965 年的 2.7 次 而一次的载货量由 12.9 吨降到了 9.0 吨 一次市内运输的时间由 2.5 小时增加到了 3.4 小时。平均运输效率降低了 30%—40%。

交通拥挤所引起的各种问题出现得最早的是大城市，问题最严重的也是大城市。原来采用的交通管制的方法，诸如禁止在马路上停放车辆、划定单向行车道、禁止右转弯等已无法改善市内交通的秩序和效率。1960 年大阪市实施了新的对策，限制大型车辆进入交通密集的市区里。随后，东京也实施了同样的对策。但是，市区内的市内运输的效率依然逐年下降。

交通量和交通秩序的管制既然不可能解决市内交通拥挤和运输效率下降 为了彻底解决这个问题 东京都和日本政府提出了建设“流通中心”的方案 指出要在城市的整体规划中，重新调整市区内的流通设施。在交通拥挤和运输效率不断下降的情况下，大型企业为了降低物流成本纷纷建设了各种“物流中心”。特别是对大型超市企业和各种零售连锁店来说，保障企业内部物流的畅通无阻 降低物流成本 是提高经营效益的一个重要途径。在本书里，我们将着重介绍在大城市中建设各种流通中心的基本思路和各种政策规定。

5. 新市区建设与老市区改造

经济增长期间，日本的人口向太平洋沿岸的大城市如东京、大阪、名古屋周围集中，特别是东京地区的

人口集中带来了很多问题。首先，城市内部的人口分布发生了变化。1960 年到 1965 年的 5 年期间，东京地区的人口增加了 311 万人。人口增加部分主要集中在离城市中心 20 公里以外的郊区，随后人口的增加逐渐推移到离市中心 30 公里以外的郊区。与此同时，城市中心 10 公里圈内的人口反而年年减少。这种“同心圆”现象在经济增长期城市规模急速扩张时一般都会出现。

从图表 1-3 我们可以看出，东京 50 公里圈内的人口在 1955 年至 1965 年的 10 年间净增了近 600 万人口，新市区吸收着更多的增加部分。

图表 1-3 东京圈内的人口增加 (1955—1965 年)

范 围 \ 年 度	1955	1965
50 公里圈内(万人)	1274.4	1871.5
老市区(万人)	870	1206
新市区(万人)	1110	1491

资料来源：石田赖房《日本近代都市计划史研究》，1987 年，柏书房。东京圈新市区包括东京都和周围的七个县（行政区划上相当于中国的省）。

人口的集中给城市商业管理带来的问题有两种：一种是新市区建设了各种新村后，为了满足居民的需要，必须建设各种配套商业设施。大型的新村住宅基地的建设使得整个城市的规划和各种城市功能系统发生了巨大的变化，特别是市内交通体系的变化给新型

的零售企业提供了一个很好的成长机会。

另一种是对老市区的改造问题。要将原来建在市中心的工场、批发市场搬移到新市区进行合理的配置，而且还要在市内建设各种配套的商品流通设施。老市区的零售机构的重新配置是一个更重要的问题。调节原有商业机构与各种新型商业机构之间的利益，成为日本大城市商业管理政策上的中心问题。作为这方面的基本法规《大店法》的运营和实施给日本大城市商业流通带来巨大的影响。

二、商业管理的基本出发点

从日本的情况来看，大部分的主要产业在 60 年代建立了现代化生产方式。大都市的人口集中在消费领域也形成了大规模消费需求。但是，上面所述说的就业问题、不正当竞争问题、大城市过度密集问题以及城市居民生活基础设施的配套问题，在经济增长过程中各国都会遇到。我们如何去正确理解并吸收日本的经验教训呢？在中日两国经济发展的条件和时代背景存在着很大差异的前提下，我们需要对日本大都市的商业流通进行认真的考察和分析，然后才能作出正确判断。

1. 促进革新和维持竞争

在本书中，我们将通过对日本流通企业的经营和大城市的商品流通管理的各个细节进行考察和分析，

达到两个目的：一个目的是要详细论述日本现代大都市商业的分类与特点，并从零售企业和批发企业经营管理的角度来考察日本商业的发展过程和企业成长；第二个目的是要通过考察和分析日本大城市的商品流通管理来具体阐述现代市场经济的本质。

现代市场经济的本质是通过革新和竞争，实现资源利用和资源配置的效率。首先，以利润追求为原动力的个人和企业进行的各种革新是实现和提高资源利用效率的基本途径。“革新 (innovation)”这一概念在经济学中占有非常重要但又比较特殊的地位。在这里革新是一个包括技术革新、组织革新和制度变革等广义的理论概念。其次，竞争机制是实现资源配置效率的最基本的手段。现代市场经济的完善程度体现在促进革新和维持竞争的各种制度和机制的有效性上。在经济发展过程中，首先是要通过法律形式健全促进革新和维持竞争的各种制度。而政府行政管理部门的一个主要职能是保证各种制度的有效性。

对自由公平的市场竞争带来的问题——在理论上称之为‘市场的失败’的各种问题有必要由政府部门来替代。在第一节中论述的五个问题就是大城市地方行政部门在商业管理方面所面临的现实问题。对这些问题的对策在很大程度上是通过政治的形式，也就是说通过调整社会上各种利益集团之间的关系，达到一种妥协的解决。

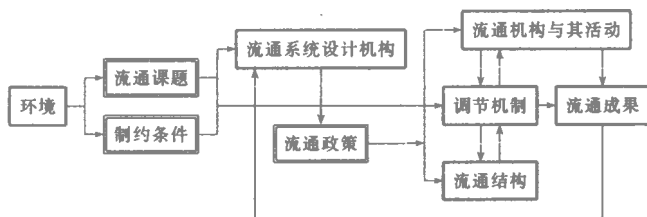
我们从以上这些观点出发，来考察和分析日本大城市的商业流通与商业管理。我们的很多基本观点依

据流通系统理论。为了使读者对流通系统理论的内容有一个整体的理解，下面提示一个流通系统分析的理论框架。

2. 商业流通系统分析的理论框架

图表 1-4 是我们采用的一个流通系统分析的理论框架。这个框架由以下几个概念组成：流通课题、制约条件、流通系统设计机构、流通政策、流通机构以其活动、调节机制、流通结构和流通成果。箭头的方向表示这些组成部分之间的关系。

图表 1-4 流通系统分析的理论框架



资料来源 参照田村正纪《日本式流通系统》第 403 页编制，1986 年 千仓书房。

经济高度增长等环境因素的变化给商业流通带来很多新的课题，同时也会出现很多新的制约。流通系统设计部门面对这些课题和制约，需要制定各种必要的流通政策，而且按照情况的变化对政策进行调整。政府机构和行政管理机关在执行这些流通政策上起着重要的作用。除了政策方面的调节机制之外，竞争是

现代市场经济最中心的、也是最基本的调节机制。

流通机构指参与流通领域各种活动的企业和各种组织。他们有各种各样的形态。比如零售业。经济增长期中新型的零售企业形态不断出现，引起零售经营管理发生新的变化，这种革新常常对整个零售行业带来巨大的影响。面对生产领域和消费领域变化所带来的新课题，传统的零售商业显示出了明显的不适应性。而对引进了国外先进的经营管理方式的零售企业来说，这些新课题正是一种成长的机会。通过竞争机制和流通政策的调节，日本的零售业建立了具有现代经营特征的大规模销售体制。

流通结构是指构成流通系统的各个组成部分之间的关系。以生产厂家为主导形成的流通渠道也是流通机构的一个组成部分。具体的说有中小零售商业和大型零售企业之间的关系、大型零售企业与生产厂家之间的关系以及批发企业与生产厂家、零售商业之间的关系等。我们可以把这些关系分类为三种：(1)竞争关系；(2)对立关系；(3)分工协作关系。

依照图 1-4 的分析框架，我们将着重介绍日本的流通机构及其活动，并具体介绍大城市中的各种企业经营革新和流通机构变革的案例，同时论述日本流通业成长发展的过程和今后城市商业发展的趋势。我们将通过案例和发展过程的介绍来说明流通领域革新的重要性以及如何促进流通领域的革新。

根据我国的现实情况，我们还将着重介绍日本城市商业管理的流通政策体系、各种法律规定以及各种

执行实施法规的机构，并对日本商业管理的调节机制进行一个全面的介绍。在这些介绍中将重点说明竞争机制的作用和现代市场经济中调节机制的复杂性。商业管理的体系中，除了促进流通机构的发展之外，还有一个重要的组成部分是保护消费者的权益，对这点将作特别的介绍。

第二章

流通领域的经营革新

战后日本经济急速发展，与生产部门的效率化和技术革新的进展相比，流通部门一直处于一种落后的状态。1958年10月组成的“产业构造审议会流通部会”是日本通产大臣下属的一个咨询机关，明确了日本政府流通现代化的基本思路。此后，日本政府根据流通现代化的基本思想，不断推出了一系列的“流通合理化政策”、“流通近代化政策”和“流通系统化政策”。

现代市场经济发展过程中，流通产业的现代化有三个不同层次的内容：第一，各个企业为了提高自身的竞争能力，通过各种合理化和技术革新的手段，同时采用各种市场营销战略，形成独自の流通机构和流通渠道，不断改善其效益和有效性；第二，从原材料流通过产品批发，直至零售，各种商品、各种流通渠道需要不断地进行革新，改善整体的效益和有效性；第三，从整个国民经济发展来看，流通部门也需要不断改善其效益和有效性，才能适应生产部门和消费部门的发展。战后日本流通产业的发展，在以上三个方面都能给我

们提供不少的经验教训。

在这一章里，我们将从第一个层次来具体考察战后日本流通领域的经营革新的过程，阐明日本流通现代化中企业所起的重要作用。流通产业包括各种流通机构和各种流通渠道。下面，我们首先非常简单地考察一下日本流通产业的整体特征，然后选择有代表性的企业对零售经营形态的革新过程进行详细的分析。

一、日本流通产业结构的基本特征

进入 80 年代后，欧美国家的政府和研究人员对日本流通业进行了各种批判。作为这个方面的参考资料，中国社会科学院日本研究所“中日流通业比较研究组”撰写的《中日流通业比较研究》是一本很好的专著。流通部门主要分批发业和零售业。首先，我们从表 2-1 的统计数字对日本零售业的现状作简单的考察，同时与法国、英国和美国进行比较分析。从图表 2-1 我们可以看出日本零售产业结构有四个比较明显的特征：

第一个特征是企业规模的小型化。从零售店一年的平均销售总额来看，在 1979 年时日本的企业规模落后于法国、英国和美国，而且进入 90 年代以后也没有达到美国 70 年代的企业规模水平。在 50 年代初期，日本的部分学者就指出日本零售业具有这个特征。但是战后 50 年的今天，日本的零售业与其他先进工业国相比，其企业规模的小型化还没有得到改变。