

· 中国经济科学前沿丛书 ·

中国商业理论前沿 II

Frontier of the Theoretical
Development of China Commercial Economics

郭冬乐 宋 则 主编

社会科学文献出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国商业理论前沿 II / 郭冬乐, 宋则主编. — 北京: 社会科学文献出版社, 2001. 6
(中国经济科学前沿丛书)
ISBN 7-80149-512-8

I. 中… II. ①郭…②宋… III. 商业经济—经济理论—中国 IV. F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 10764 号

· 中国经济科学前沿丛书 ·

中国商业理论前沿 II

主 编: 郭冬乐 宋 则
责任编辑: 叶灼新 屠敏珠
责任校对: 赵 冉
责任印制: 同 非

出版发行: 社会科学文献出版社
(北京建国门内大街 5 号 电话 65139963 邮编 100732)
网址: <http://www.ssdph.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所
排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司
印 刷: 北京隆华印刷厂

开 本: 889×1194 毫米 1/32 开
印 张: 15
字 数: 336 千字
版 次: 2001 年 6 月第 1 版 2001 年 6 月第 1 次印刷
印 数: 0001—5000

ISBN 7-80149-512-8/F·149 定价: 34.00 元

版权所有 翻印必究

《中国商业理论前沿 II》

主编、作者

主 编

- 郭冬乐 中国社会科学院财贸经济研究所研究员、博士生导师，中国商业经济学会、中国市场学会副会长
宋 则 中国社会科学院财贸经济研究所商业室主任、研究员、博士生导师

作 者

- 第一章 丁俊发 中国物资流通协会常务副会长、研究员
韩志继 国家经济贸易委员会研究室副处长、博士
第二章 向 欣 国家经济贸易委员会贸易市场局副局长、博士
第三章 荆林波 中国社会科学院财贸经济研究所电子商务研究室副主任、副研究员、博士
第四章 刘 勇 中国社会科学院工业经济研究所副研究员、博士
第五章 蔡文浩 兰州商学院经贸学院院长、副教授、博士

《中国商业理论前沿 II》主编、作者

· 中国经济科学前沿丛书 ·

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

- 第六章 于淑华 中商集团商业经济研究中心副主任、研究员
- 第七章 何明珂 北京工商大学商学院副院长、教授
张学艺 美国宾夕法尼亚州立大学斯密尔商学院博士
- 第八章 李 飞 北京商业干部管理学院教授、北京锐迪流通经济研究所所长
- 第九章 张广瑞 中国社会科学院旅游研究中心主任、研究员、博士生导师
林 森 中国社会科学院旅游研究中心助理研究员
- 第十章 温桂芳 中国社会科学院财贸经济研究所价格室主任、研究员、博士生导师
骆 珊 中国社会科学院财贸经济研究所助理研究员
- 第十一章 郭冬乐 中国社会科学院财贸经济研究所研究员、博士生导师，中国商业经济学会、中国市场学会副会长
赵 萍 中国社会科学院财贸经济研究所 博士生
陈 忠 中国社会科学院财贸经济研究所 博士生
- 第十二章 宋 则 中国社会科学院财贸经济研究所商业室主任、研究员、博士生导师

目 录

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 先导产业：流通产业的转化目标（代序言） | 刘国光 |
| 第一章 加入 WTO 与中国商品流通业发展 | 1 |
| 一、国内外商品流通业的比较 | 2 |
| 二、加入 WTO 后中国流通业的环境分析 | 10 |
| 三、加入 WTO 对中国流通业的挑战、 机遇与发展 | 19 |
| 四、需要深入研究的几个问题 | 28 |
| 第二章 电子商务与流通革命 | 40 |
| 一、电子商务概述 | 41 |
| 二、电子商务创造了全新的商务模式 | 56 |
| 三、电子商务对流通功能产生革命性影响 | 63 |
| 四、电子商务更新了市场概念，大大加速 流通国际化进程 | 72 |
| 五、电子商务催生零售业态的革命 | 76 |
| 第三章 商业模式及其价值评估 | 84 |
| 一、商业模式的界定与研究意义 | 84 |
| 二、国外对商业模式的研究 | 86 |
| 三、B2B 商业模式的分析 | 90 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 四、B2B 商业模式的评价 | 99 |
| 五、中国 B2B 商业模式的发展特点 | 106 |
| 第四章 商业增长问题研究..... | 110 |
| 一、增长效益与增长模式..... | 110 |
| 二、增长的动力源泉..... | 116 |
| 三、增长中的结构变动..... | 123 |
| 四、商业发展对国民经济发展的贡献..... | 130 |
| 第五章 商业制度创新研究..... | 137 |
| 一、商业制度的内涵及外延..... | 137 |
| 二、商业制度创新以制度要素的重新组合为 主要过程..... | 149 |
| 三、商业制度创新的各层次目标和内容..... | 157 |
| 四、商业制度创新的动力机制..... | 165 |
| 第六章 特许连锁经营研究..... | 185 |
| 一、特许连锁经营理论、组织体制及其特征..... | 186 |
| 二、特许连锁经营的基本哲学与经营原则..... | 196 |
| 三、特许连锁经营的产生、发展及其对社会 经济发展的贡献..... | 203 |
| 四、特许连锁经营发展中存在的问题及发展 战略..... | 218 |
| 五、特许连锁经营的理念与发展趋势..... | 223 |
| 第七章 供应链理论研究..... | 231 |
| 一、供应链基本理论探讨..... | 232 |
| 二、供应链管理的实施与实践..... | 249 |
| 三、中国企业实施供应链管理的环境及 | |

| | |
|-------------------------|-----|
| 对策分析..... | 262 |
| 第八章 零售业态问题研究..... | 270 |
| 一、零售业态的涵义..... | 270 |
| 二、业态个体研究：零售业态的演化规律..... | 282 |
| 三、业态群体研究：零售业态的布局结构..... | 294 |
| 第九章 可持续旅游发展的理论与实践..... | 306 |
| 一、可持续旅游发展的定义及其进程..... | 307 |
| 二、有关可持续旅游发展的争论..... | 312 |
| 三、生态旅游..... | 319 |
| 四、实现可持续旅游发展的途径..... | 335 |
| 五、结 语..... | 337 |
| 第十章 公共物品定价理论..... | 338 |
| 一、公共物品的涵义..... | 339 |
| 二、公共物品的管理..... | 348 |
| 三、公共物品的定价：一般理论..... | 354 |
| 四、公共物品价格管理体制及其改革..... | 365 |
| 第十一章 信用消费问题研究..... | 386 |
| 一、信用消费概述..... | 386 |
| 二、信用消费的理论诠释..... | 392 |
| 三、信用消费的作用..... | 395 |
| 四、推动信用消费发展的制度因素..... | 399 |
| 五、中国信用消费的发展..... | 409 |
| 第十二章 商品市场反垄断理论研究..... | 418 |
| 一、市场经济发达国家反垄断理论与实践的 | |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 新概括和新动向..... | 418 |
| 二、中国经济体制转型时期特殊垄断现象的 理论分析..... | 424 |
| 三、中国反垄断需要采取特殊对策的理论 解释..... | 445 |
| 后 记..... | 456 |

先导产业：流通产业的 转化目标（代序言）

中国社会科学院特邀顾问 刘国光

党的十一届三中全会以来，在邓小平理论指导下，中国各方面取得了巨大成就。在这个时候，回顾 20 年改革的历程和取得的成就，总结改革的经验，以指导未来的工作，有着特别重要的意义。

一、经过 20 年改革，流通领域发生了 10 个方面的重大变化

中国经济体制改革从一开始就是市场取向的改革，改革的根本任务就是要实现从传统的计划经济体制向社会主义市场经济体制的转轨，改革始终是以建立市场机制为着力点。因此，流通体制的改革就自然而然成为体制改革的一个非常重要的组成部分。经过 20 年的改革，中国商品流通体制同其他体制一样，都发生了翻天覆地的变化。主要有以下 10 个方面的重大变化。

一是所有制结构的变化。由改革前单一的公有制转变为多种所有制和混合所有制结构，实现了流通主体的多元

化。到 1997 年，在社会商品零售总额中，包括国有经济和集体经济在内的公有制经济成分只占 40.8%，包括私营经济、个体经济等非公有制经济占 59.2%。所以，商品流通已成为民营化比重最大的一个行业领域。

二是商品管理方式的变化。绝大部分商品流通由改革前受国家指令性计划控制变为在市场上自由流通。目前，除粮食、棉花、烟草、盐等少数消费品实行国家订购、国家委托收购、国有公司专营外，其余所有消费品已全部放开。国家计划控制的生产资料商品，从 1980 年的 800 多种减少到 1998 年的 5 种，而且在这 5 种生产资料商品中，计划控制程度大大降低。

三是商品价格形成机制的变化。由过去实行的固定销售区、固定作价、层层倒扣差价、全国统一价格的做法，转变为基本上由市场供求关系决定价格。在改革过程中，曾经实行双轨价格的商品，基本上都已实现并轨。除少数关系国计民生的重要商品由国家定价或提供指导价，如限定最高价、最低价外，90~95%的商品价格已经放开。

四是经营渠道的变化。由改革前一、二、三级批发加零售的固定的纵向进销渠道，演化为多渠道、少环节、开放式的营销网络。销售渠道的多元化打破了国有批发行业的垄断局面，现在工业直销份额扩大到 70% 以上，一种以市场内在规律为基础的新型产销关系和购销渠道已经基本形成。

五是经营业态的变化。由过去封闭式、一对一的传统型柜台销售为主要特征的百货单一业态，转变为多种业态并存的新格局。到 1997 年，全国连锁公司有 1000 多个，连锁店铺 15000 多家，仓储式商场 800 余家，各种形式的超市、便民店、专卖店纷纷涌现，邮购、电视直销也开始有所发展。

六是投资体制的变化。由改革前财政统一拨款兴建商业设施，转变为多渠道融资投资，确立了多元化投资主体。1996年全国批发网点200多万个，只有19.7%的国有经济网点是国家投资形成的；24.6%的网点是由集体经济、联营经济、股份制经济等混合所有者投资形成的；52%的网点是由个体经济、外商投资经济、港澳台经济以及其他经济等私有制经济投资形成的。全国零售贸易业网点共有1396万个，其中个体经济投资的已占到92.5%，国有经济和集体经济加在一起尚未超过6.65%。

七是市场构成的变化。由改革前以商品市场为主，转变为有形商品市场得到长足发展，要素市场和各种无形市场也应运而生，如资本市场、劳动力市场、广告市场、服务中介市场、拍卖市场、网络市场等。期货交易等新的交易形式也已出现，并在发现价格和形成价格中发挥了一定作用。

八是国家宏观调控方式。以行政计划手段为主的直接调控逐步转变为以经济手段、法律手段为主的间接调控。同时也保留了必要的行政调控手段。如对特殊商品粮食，建立了中央储备制度，实行资金封闭运行，根据市场余缺进行吞吐调节、平抑市价。对重要商品建立风险基金、价格调节制度等，保证国计民生的重要商品的市场平衡。国家已经可以越来越多地运用税收、利率、货币、财政等经济手段、经济杠杆来调节市场供求关系。

九是企业产权制度的变化。一批企业由过去不可移动、不可分割、不可转让的静态实体转变为可分割的、可交易的、可转让的动态产权结构，走向了资本市场。在商品运营的同时也进行资本运营。这是商业企业建立现代企业制度进程的一个明显标志。目前，深沪两市上市公司商业企业约占10%左右。

十是企业经营管理方式的变化。如企业由坐等上门、坐等成交的传统营销方式转向现代的、动态的营销方式，各种适应顾客个性化需求的经营方式应运万里生。经营的市场化、企业的信誉化、品牌化服务的价值化都成为企业追逐的目标。许多商业企业由传统的企业内部静态管理转为动态管理，建立了动态营销业务流程，并且逐步把电子信息技术、物流配送技术等现代化技术手段引进企业经营过程，逐步推动商业自动化和现代化。

二、社会主义市场经济条件下，商品流通业的地位和作用将由社会生产中的末端行业升位为先导行业

20年来，中国流通改革有了重大突破，取得了历史性成就。但是，在我们这样一个经济基础比较薄弱、市场发育又比较落后的国家，建立适应社会主义市场经济要求的流通体制任务还是十分艰巨的。目前，中国商业在国民生产总值中的份额还不到10%，不仅落后于当今世界上一些发达国家，也落后于一些发展中国家和新兴工业国家。商业劳动力份额在整个劳动力中只占7%左右，这个数值大体相当于美国19世纪70年代，日本、德国19世纪末的水平。这也说明了中国国民经济商品化、货币化、市场化程度还很低，商业发展还缺乏比较坚实的经济基础和比较成熟的统一市场。面对这种情况，我们要进一步认识流通业的地位和作用。必须深刻认识到流通是反映一个国家综合国力和人民生活水平的晴雨表，是不断启动市场、促进需求和消费不断升位的一个助推器。

改革开放以来，随着中国消费者主体整体向上移位，

过去生产者是主体，现在是消费者权利向上移，买方市场逐渐形成。消费者主体地位的确立，商业作为消费启动市场经济运行起点，将会转化为周而复始的经济增长的新起点。也就是在把不断的即期需求、潜在的需求转化为消费行为的过程当中，商品流通业将从计划经济体制下的一个末端行业，升位为社会主义市场经济体制下的一个先导行业。过去我们的经济叫资源约束型的经济，现在是市场约束型的经济；过去是供给约束型经济，现在变为需求约束型的经济；商业在社会生产中的地位就提高了，将由末端地位升为先导地位。在社会化大生产、大流通中，商业会发挥更加明显的作用。随着计划经济体制向市场经济体制的转轨和产业结构的调整，消费对经济增长的贡献越来越大。1997年消费对于GDP增长贡献率是58%，承担了相当部分消费转化为职能的商业同GDP增长相关性会更加密切。

我们还要看到，面对亚洲金融危机，中国政府采取了积极的、扩张性的财政政策和适当的货币政策来扩大内需，加大投资拉动经济的力度，这是必要的。但是，启动需求不能仅仅依靠投资需求，还要依靠最终需求。没有最终的消费需求，投资需求也是不能实现的，最后也可能导致多余生产能力和增加积压库存，为增加积压库存而生产是没有必要的。扩大内需不仅仅限于依靠投资需求，也不能够坐等投资需求的乘数效应。鉴于当前机制转化和市场形势的特点，投资乘数效应不如过去那么显著。所以应着手多方面开拓消费需求，特别是潜力巨大的农村市场需求。因此，中国商业面临着把投资乘数效应所产生的有效需求转化为消费的任务，还必须承担多方面开拓消费需求的任务。

总之，在社会主义市场经济条件下，进一步推进中国

流通体制改革应着力解决以下几个问题。

第一，以马克思主义流通观和邓小平流通思想为指导，认真研究经济全球化条件下，中国转向市场经济体制后的流通理论。由于种种原因，对流通理论的研究是我国一直比较薄弱的环节。传统的政治经济学把社会再生产过程分为生产、分配、交换、消费四个阶段，流通被比较狭义地看做是交换，把流通过程和生产过程看成是两个截然不同的过程，流通过程不创造价值、剩余价值，而且直到目前为止我们对流通问题的研究一直还没有完全冲破传统的“苏联模式”的政治经济学的思路，我们需要大胆地探索和创新。流通领域的同志们在从事研究工作和实际工作的同时，都要重视理论研究，尤其要下功夫研究社会化、国际化、信息化的大流通理论，以便出现更多更好的研究成果，逐步形成完整的理论体系。

第二，努力研究具有前瞻性的适应社会主义市场经济体制的流通框架。主要包括流通组织体系、商品营销方式体系、商品市场体系、宏观调控体系、流通法律体系、流通行政管理体系等等。按照大流通理论整体设计，分阶段组织实施，争取在 10 年之内形成基本框架；20 年之内形成完整的成熟的流通体系，真正与世界经济全面接轨。

第三，加快流通体制改革的步伐，加快商业从末端行业向先导性行业转化的过程。要努力提高商业的地位，积极推进流通企业改革，充分发挥商业的作用，按照“三改一加强”（改革、改组、改造、加强管理）的原则，以建立现代流通企业制度为目标，建立多元化的、产权明晰的流通主体。现代流通企业要学会资本运营，学会集约化经营，学会现代管理，学会创造无形资产，增强市场竞争力，特别是国际市场竞争力。要加快市场建设，尽快形成统一的、开放的、竞争有序的市场体系，大力发展消费

者的有效需求，特别是发展与实现潜在需求相适应的新型业态和组织形式，以启动国内市场需求为着眼点，推动经济结构的调整，真正发挥内贸在经济体制转轨中不可替代的作用。

要加快内贸部门的职能转换，内贸局提出的转换思路：要坚持一个开拓（开拓市场特别是开拓农村市场）；突出两个服务（为生产者服务，为消费者服务）；抓好三大商品（肉、菜、糖等重要生产资料和重要生活资料）；发展四种营销方式和流通形式（连锁经营、代理制、物流配送、再生资源 and 旧货流通），是很好的，向转化职能迈出了一步。要看到深化流通改革是一个非常复杂的系统工程，涉及范围很广，牵涉内容很多，要既积极又稳妥地探索前进。

第一章 加入 WTO 与中国商品流通业发展

丁俊发 韩志继

【作者简介】 丁俊发，男，1940年生。原国家国内贸易局副局长，现为中国物资流通协会常务副会长、研究员。长期从事商贸流通部门领导工作和流通理论研究。承担多项国家级、部级研究课题。先后在全国重要报刊上发表了几十篇有见地的论文，出版《流通经济学》、《跨世纪中国流通发展战略》、《商品流通热点探索》、《国内贸易经济管理》、《中国加入 WTO：流通业面临的机遇、挑战与发展》等专著。曾获第十届中国图书奖、部科技进步一等奖。

韩志继，男，1967年生。现为国家经济贸易委员会研究室副处长、经济学博士，中国战略发展研究会企业委员会特约研究员。主要从事流通、期货、消费领域的研究工作。发表论文 30 多篇，主编包括《政府机构改革》等 5 本著作在内的《世纪改革丛书》，参与 5 本专著的写作。曾获国家国内贸易局科技进步一等奖。

1978年，党的十一届三中全会，清算了长期以来党内左的路线的束缚，提出了对外开放的方针。在对外开放的 20 年里，中国走向了世界，让世界了解了中国。如果把这作为对外开放第一个里程碑的话，那么，中国加入

WTO 将使中国的对外开放进入第二个里程碑，对中国影响更广泛，意义更深远。加入 WTO 对中国的商品流通业或分销服务业也将产生重要影响。因而有必要对加入 WTO 与中国商品流通业发展问题进行研究。

一、国内外商品流通业的比较

(一) 市场流通体制的比较

从国际上看，市场经济体制并不是单一的，而是多样化的。由于经济水平、发展历史、文化传统、思想观念、地理位置等社会经济的背景不同，在选择经济体制的具体操作中，各国根据各自的国情，选择了不同的市场流通体制模式。

1. 以美国为代表的自由市场经济模式，强调市场配置的竞争性，政府对经济采取了比较自由放任的态度和宽容的经济政策，民间企业在市场竞争中有较大的自由度和灵活性，市场竞争充分

在流通领域，政府管理市场流通的目标主要体现在制定各种法律和法律的贯彻上，通过反垄断、反倾销、反不正当竞争实现贸易的公平；对关系到国计民生并且市场风险较大的极少数重要商品，政府通过给生产者一定的财政补贴，实现市场供求的稳定。如农产品价格补贴、支持农产品的销售和出口，对个别消费品实行了价格申报制度。

2. 以德国为代表的社会市场经济管理模式，实行“市场竞争”与“社会公平”相结合

政府对市场的管理不像英、美两国那样松弛，在物价管理上采取比较严格的控制措施，包括邮政、公共交通等