

我国商贸流通产业竞争力评价及影响因素研究

刘丽君（上海财经大学浙江学院 浙江金华 321013）

中图分类号：F724 文献标识码：A

内容摘要：目前，我国商贸流通业发展迅速，已经初步具备了纵深发展的条件，但是总体而言，我国商贸流通业的综合竞争力依然较为落后，与发达国家相比存在着较大差距。就全国总体形势而言，我国整体以及三大地区的效率呈现着波浪式的发展，并且宏观上波动趋势较为一致。而在这其中，东部地区商贸流通业效率是最高的，而中西部地区效率较低，且两者趋势也较为接近。此外，对外开放程度和产业结构都可以正向提升商贸流通业的效率水平，而资本存量与政府财政支出的比重则对商贸流通效率有着负向影响，且在这一过程中，城市化的水平也对流通效率有着明显的提升作用。

关键词：流通业 竞争力 提升途径

引言

商贸流通业是国民经济的重要组成部分，它不仅贯穿于国民经济的各个方面，而且在现代社会中，所占的地位越来越重要。目前我国经济呈现平稳发展，但是并没有实现第二次飞跃，主要是因为商贸流通业不能完全适应国民经济的发展，无法满足国民经济的需求，呈现滞后发展的特征。所以，时代的发展必然要求对商贸流通业进行变革，最重要的就是解决流通效率问题。但是这几年经济的发展，使得各个行业都发生了变革，第三产业的发展更加迅速，相对应的要素成本也呈现大幅度增长的态势，所以必须对商贸流通业的流通效率问题进行探讨，实现其成本节约，成为国民经济的重要推力。

想要提升流通效率，就必须对它的影响因素和测量方法展开研究和分析，学术界也十分关注这方面的发展。查阅相关的流通效率文献，可以发现效率低下是流通业中普遍存在的问题。不少学者都对该问题的解决进行探讨，比如邢小军、周德群就对农产品国际贸易中的效率问题进行了研究，采用DEA模型分析样本，通过相关的分析数据可以发现农产品国际贸易不发达的原因是因为农产品本身的流通能力低下，无法适应贸易的发展。

商贸流通产业竞争力研究的理论基础

（一）商贸流通产业相关概念界定

由于我国对商贸流通产业的理论研究还不够深入，所以没有统一的定义，本文从两个方面介绍商贸流通产业。从商业角度来说，它占有重要的地位，因为传统的、占有大规模的零售业和批发业是它的主要行业；从商品贸易过程来说，它主要为与它密切联系的服务行业进行接触，其中包括餐饮业、住宿业和仓储物流业。

产业竞争力目前也没有统一的定义，它主要是在经济

活动的各个方面对比分析而产生的，当前经济全球化进程不断加快，各国产业都在不断转型和升级，以增强自身产业竞争力，这种激烈的竞争环境中，所表现出来的潜力和能力指的就是产业竞争力，所以它的高低代表了一个地区或者是一个国家的经济能力或者经济地位。

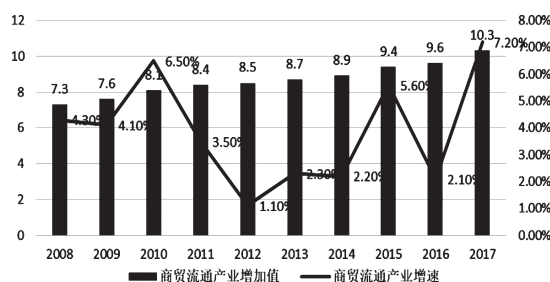
因为商贸流通业本身就没有统一的定义，所以本文中该产业的竞争力也是通过对比而得到的，概念的属性是相对的。商贸流通产业竞争力指在商品贸易流通过程中表现出来的竞争优势，不仅体现在商品的生产环节，而且还体现在商品的销售环节等内容上，它的判断标准往往以区域为依据，所以有明显的区域特征。它是通过对比分析该行业中各个区域在激烈的市场环境下所表现出来的状态以及在流通环节中竞争力的大小，来作为它的主要内容。

（二）产业竞争力理论

竞争力是在参与双方或者多方不断竞争的过程中所表现出来的能力，这种能力必须是优于其他参与者的。产业竞争力也有自身的理论体系，在理论的发展过程中，主要分为三个阶段，第一个阶段是绝对优势理论，第二个阶段是比较优势理论，第三个阶段是竞争优势理论。

1. 绝对优势理论。绝对优势理论最早由英国经济学家亚当·斯密提出，出现于地域分工学说中。这个竞争理论主要内容是：每一个地区或是国家在生产产品的过程中，

图1 2008-2017年商贸流通产业增加值及增速图



必然会有自己的优势条件，这些优势条件必然会为他们创造出巨大的价值，他们可以凭借这种竞争优势超越其他产品，在市场中占据更大的地位，并且生产的实际成本耗费较少，这就是绝对优势理论。该理论指的是只要有竞争优势的产品，必然会获得巨大的利润，但是在实际的生产过程中，发现这个理论并不能与现实情况相适应，所以它存在一些不足。

2. 比较优势理论。比较优势理论是由大卫·李嘉图提出的，它建立在亚当·斯密研究发现上，对地域分工学说进行了完善和补充，弥补了它的缺陷和不足。该理论的对象是两个国家在产品生产过程中的成本差异，通过对这两方面的生产成本进行分析，证明了比较优势理论的价值和意义，它可以作为贸易流通过程中的重要指导。它的主要内容是：对比分析某个国家生产的产品并不具有优势，但是依然可以通过其他的方法进行获利，它获利的途径一方面可以生产和出口具有最大比较优势的产品；另一方面可以在进口的环节上，选择比较劣势最大的产品，这两个途径都可以为该国带来利润。

3. 竞争优势理论。竞争优势理论是由波特确立的，他指出规模经济理论和比较优势理论并没有对产品竞争力的来源进行明确说明，所以这两个理论都存在很大的缺陷。从规模经济理论上来讲，它的主要问题在于对竞争优势没有进行全面的阐述，将生产要素作为竞争过程中的决定性因素是不理智的，无法代表整体的竞争能力。所以说产业竞争力指的是同一产业在不同国家和地区的不同竞争环境中表现出来的竞争能力，这种能力就是产业竞争优势。

售总额大约在 12000 亿元左右，2017 年的销售总额突破了 30000 亿元，同比增长了 11%，2017 年相对于 2010 年来说，社会消费品零售总额增长了 2.5 倍；截止到 2017 年的 12 月份，社会消费品零售总额累计已经达到了 366262 亿元，同比增长 10.20%，增速迅猛。2013 之前，我国商贸流通产业增长缓慢，基本上呈现平稳增长的态势，2013 年之后，随着电子商务的发展，我国商贸流通产业也在快速腾飞，根据商务部的相关数据显示，2017 年我国商贸流通业增加值达 11.2 万亿元，成为国民经济的重要支柱性产业（见图 1）。截止到 2017 年 12 月份为止，我国的商品销售总额已经达到了 34734 亿元，同比名义增长 9.4%，其中，限额以上单位消费品零售额 17409 亿元，增长 6.7%。商品销售总额增长最快的地区是北上广一线城市以及比较发达的一些二线城市，尤其是在电子商务的带动下，网上商品的销售贡献率日益增长，已经成为主要的带动力量。其中商品交易最密集的地区主要是长三角和珠三角地区。

重点商贸行业现状。2017 年 12 月城镇消费品零售额 2.98 万亿元，同比增长 9.3%；乡村消费品零售额 4981 亿元，同比增长 10.1%。2017 全年，城镇消费品零售额 31.43 万亿元，同比增长 10.0%；乡村消费品零售额 5.20 万亿元，同比增长 11.8%。乡村市场依然保持着比城镇市场更高的增速。2017 年我国餐饮业收入 39644 亿元，同比增长 10.7%。2017 年全年餐饮收入高于社会消费品零售额 0.5 个百分点。近几年我国的餐饮市场和旅游市场异常火爆，成为拉动经济增长的重要力量，餐饮业带动了一些批发零售业的发展，不仅增加了零售商的数量，而且还带动了相关产业的发展（见图 2、图 3）。

基础商业设施现状。据商务部相关的数据显示，截止到 2017 年末，我国便利店、购物中心、超市销售额增长较快，增速分别为 7.7%、7.4% 和 6.7%；专业店、百货店销售额增长较慢，增速分别为 3.1% 和 1.3%，百货店增速较上年下降 2.1 个百分点，专业店增速比上年提高 2.8 个百分点。

我国大型商业网点在区域的地理分布上具有显著的差异，东部的大型商业网点密度远远大于西部地区，这主要是因为东部人口众多，人们的销售需求大，从而拓展了消费市场，大型商业网点的分布比较密集。东部的商业网点主要积聚在三大区域，第一是长三角地区，该地区主要的商业城市有上海、苏州、杭州、南京，形成一个巨大的辐射圈；第二是珠三角区域，该地区的商业城市主要有广州、珠海、深圳，这些城市的商业网点分布比较密集，并且所辐射的面积巨大；第三个是京津冀地区，尤其是北京、天津的辐射带动作用，推动了商业网点的建设。

我国商贸流通产业发展现状

主要商贸指标现状。我国 2010 年的社会消费品月零



我国商贸流通产业竞争力影响因素

地区人均 GDP。地区人均 GDP 是影响一个地区商贸流通产业竞争力的重要因素。它不仅可以衡量一个地区生产能力水平和整体发展状况，也是人民生活幸福与否的表现。它与商贸流通产业竞争力同向变化，人均 GDP 越高，那么在商贸流通产业所表现出来的各方面的水平也就越高，它不仅体现在商贸流通业的生产水平上，而且还影响着流通水平和消费水平。根据目前我国经济发展状况而言，东西部的人均 GDP 有明显的差异，西部人均 GDP 水平低下，无法为商贸流通产业的发展提供基础，所以说在中西部商贸流通业发展必然会面临很多的问题，每一个问题都是它的重要影响因素，比如说流通的动力、交通网的建设、消费能力等，都会对一个地区的商贸流通业产生影响。

城镇居民人均可支配收入。城镇居民人均可支配收入代表一个地区城镇人口的收入水平，它是一个平均值，体现出该地区人们的生活水平。城镇居民人均可支配收入对很多方面产生着重要的影响，首先，人们收入水平的提高必然会使购买能力增加，这就影响了消费市场的各个方面，不仅代表了人均的消费水平、消费数量，而且还会影响一个地区的消费结构，从而对商贸流通产业的发展起着不同作用。城镇居民人均可支配收入水平与商贸流通产业呈正相关关系，他们两个呈现同向变化的特征，所以说判断一个地区商贸流通产业的竞争力，离不开对城镇居民人均可支配收入的分析和研究。

劳动生产率。社会生产力水平的高低影响劳动生产率的高低，从而对商贸流通产业的产出水平也起着重要的影响作用。他们两者之间也是正相关的关系，商贸流通产业的效率随着劳动生产率的变化而变化，两者同方向变化。所以说想要提高商贸流通的竞争力，必然需要提高劳动生产率，这就需要从教育层面和人才层面来打造自己的优势，经济的发展与教育水平密切相关，教育水平越高，培养出来的人才越多，那么人才带动区域发展的能力就越强。

每平方公里公路线路里程。商贸流通业的发展离不开地区的交通体系和交通网，每平方公里公路线路里程是交通基础设施的一个重要表现，只有基础设施建立的更加完善，那么这个地区的经济发展才有坚实的基础。落后的和不完善的基础设施对于商贸流通业有非常重要的影响，最直观的影响是商贸流通的速度和效率，如果商贸流通业不够发达，那么该地区的经济发展就会缺少活力，国民经济会呈现更加不平衡的发展状态。一个基础设施完善的地区，会通过商贸流通业的发展带动周围地区的发展。公路是每个地方最基础的设施，所以它具有普遍性和代表性。将单位缩小到每平方公里，就会减少分析数据的误差，使得出来的结果更加准确和完整。

我国商贸流通产业竞争力影响因素实证分析

本文以长三角地区为样本，在对长江地区商贸流通产业竞争力的影响因素进行分析的过程中，采用了 Eviews6 横截面模型的方法，具体结果如表 1 所示。

模型表达式为： $y=1.22E-05XAGDP+0.000169XCI-7.99E-06XLP+0.687904XAH+29.7044XAP$ 。根据表 1 得知， $R^2=0.95$ ，这充分说明了模型有较好的拟合度，并且对于各因素具有很强的解释能力，以下是根据回归结果得到的结论：第一，低于 10% 显著水平的地区人均 GDP，对于商贸流通产业竞争力的影响较弱，两者之间的相关度不高，这就表明地区的经济发展水平并不一定对商贸流通产业产生影响，不能直接下结论。第二，在 5% 显著水平左右的人均可支配收入，对地区的商贸流通产业有正面的影响，并且居民的购买力与人均可支配收入正相关变化，收入水平越高，消费能力也越强；收入水平越低，消费能力也越低。可支配收入越高，不仅可以带动批发零售业的发展，而且还可以带动住宿餐饮业的发展，这是因为人们吃饭聚餐的次数越来越多，闲暇时间的旅游活动安排也十分密集，成为重要的流动消费群体，除此之外，现在人们养成了网购的习惯，它们的购买能力决定了仓储的发展状况。所以说，商贸流通产业的发展离不开人们消费能力的贡献。第三，10% 显著水平左右的劳动生产率对商贸流通产业竞争力的相关度不高，两者之间的关系并不紧密，这是因为商贸流通产业需要专业的人才和先进的技术。第四，5% 显著水平下的每平方公里公路线路里程与商贸流通产业的发展联系不大，在 10% 水平下的每平方公里公路线路里程对商贸流通产业的发展关系较大，这表明商贸流通产业的发展依赖于完善的交通体系和基础设施。同时，交通体系越完善，对商贸流通产业的推动作用越显著，要加强海陆空多种运

表 1 商贸流通产业竞争力影响因素回归分析表

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	-3.148263	0.643813	-4.89002	0.0045
AGDP	1.22E-05	9.45E-06	1.291913	0.2529
CI	0.000169	5.29E-05	3.193181	0.0242
SCL	-7.99E-06	4.30E-06	-1.85722	0.1224
AH	0.687904	0.277815	2.475806	0.0561
AP	29.70445	6.072957	4.891267	0.0045
R-squared	0.945568	Mean dependent var		0.012987
Adjusted R-squared	0.891136	S.D. dependent var		0.545313
S.E. of regression	0.179924	Akaike info criterion		-0.29011
Sum squared resid	0.161863	Hannan-Quinn cri ter.		-0.07308
Log likelihood	7.595624	Durbin-Watson stat		-0.42692
F-statistic	17.37149			2.432483
Prob (F-statistic)	0.003539			

输方式基础设施的建设,这样才能扩大商贸流通业对当地经济的带动作用,协同发展,形成整体的竞争优势。

我国商贸流通产业竞争力提升策略

(一) 加快流通体制的创新步伐

提升我国商贸流通产业的竞争力,需要从多个方面进行改革和创新,首先要做的就是改革过程中不断创新体制,需要应用最先进的管理理念,打破传统的思维模式,用最科学的技术来进行转型和升级,这样才能够使流通业的竞争能力得到提高。提升流通业的竞争能力,必然离不开流通业的管理制度,需要对该制度进行完善和升级,使条理更加清晰,使目标更加明确,这样才能在实际的流通过程中发挥制度的规范和带动作用。产业的发展离不开政府的帮助和扶持,改革和创新需要更加宽松的发展空间,这就要求政府转变自身的作风,创造一个更加宽松和包容的环境。市场环境也需要规范,既要发挥国有企业的带动作用,又要为民营企业提供发展的空间,这样才能够贯彻落实我国以公有制为主体、各种经济共同发展的基本经济政策,只有各种经济参与者共同努力,明确分工,才能为我国的经济市场注入更多活力。

(二) 积极引导和扶植现代流通产业的发展

商贸流通业的发展离不开积极的引导和扶持,它主要包括以下三方面的内容:

第一,政府给予政策优惠,帮助和扶持商贸流通业的发展。建立和完善商贸流通业的基础设施是一项巨大的工程,必然需要政府的鼎力相助,这就需要政府根据商贸流通业的发展现状,制定一些措施和政策,为商贸流通业的发展提供资金支持,疏通筹集资金的通道,减少税收;完善相应的基础设施,引进先进的科学技术,做好对该行业的社会保障工作;打造一个更加开放包容的商业环境,对一些重要的物流基地和商贸中心进行重点培育,使它们的优势可以得到充分发挥,形成一个巨大的产业链,使辐射作用达到最佳。

第二,完善基础设施建设。每一个行业的发展都离不开基础设施建设,尤其是商贸流通业,对于流通基地、商贸中心、物流枢纽等基础设施的要求更高,所以需要做好

好合理、科学的规划和建设工作。目前我国电子商务行业发展迅速,一方面需要建设完整和强大基地,另一方面,还需要对网络硬件进行维护,需要加强对网络方面的建设工作,完善数据分析和收集的系统、扩大网络覆盖面积、提高信息的传输速度,这样才能够促进电子商务的发展。

第三,增强流通产业的决策水平。商贸流通过程中需要进行大量的决策,这些决策离不开国家的宏观调控,政府各部门要加强对流通过程的管理和控制,建立和完善相关的管理机制,采用科学合理的方法进行宏观调控,同时要做好各部门的协商工作,这样才会增强决策的完整性和全面性。

(三) 大力发展现代连锁、培育流通业规模效益

商贸流通业是一个完整的体系,它具有强大的带动作用 and 辐射作用,所以必须从现在连锁企业入手,打造一体化的产业链条。我国过去经济发展,主要是通过数量扩张来实现的,形式过于粗放,已经不适合现代发展的要求,所以必须由传统的追求数量转移到追求质量的道路上来,这样才能够使得商贸流通行业做大做强。这就需要依靠市场的力量,统一我国的大型零售商,团结小规模零售商,可以采取兼并重组的措施来形成强健的、多元化的零售业模式,这样可以提高商贸流通行业的效率和速度,使每个地区的优势更加突出,提高整体的流通竞争力。

参考文献:

1. 杜洁思. 重庆市商贸流通产业竞争力评价及影响因素研究 [D]. 重庆工商大学, 2016
2. 黄岩, 武云亮. “互联网+”背景下我国商贸流通业竞争力比较分析 [J]. 商业经济研究, 2017 (19)
3. 陶怡. 区域商贸流通业市场竞争力评估——以江苏省南通市为例 [J]. 商业时代, 2016 (20)
4. 麦琼丹. 我国各地区批发零售业竞争力评价与思考 [J]. 商业经济研究, 2016 (8)
5. 周梁. 政府干预对我国本土商贸流通产业竞争力提升的作用路径 [J]. 商业经济研究, 2016 (3)
6. 邹樵, 肖世妹. 基于 AHP 的文化创意产业竞争力评价指标体系设计 [J]. 统计与决策, 2017 (24)
7. 王菊红, 周勇. 试论城乡商贸流通产业发展与流通企业竞争力提升 [J]. 商业经济研究, 2016 (12)