

关于推进我国现代流通体系建设的几点建议

黄国雄

内容提要: 商品流通体系是一个庞大的系统、复杂的过程,不仅直接关系到生产和生活,而且也关系国民经济各个部门的运行效率和效益。建立和完善我国商品流通体系是一个深化改革的过程,本文从十个方面对此进行论述,提出了构建具有中国特色、统一开放、畅通可控、机制有序商品流通体系的构想。

关键词: 商品流通 创新发展 城乡市场

作者简介: 黄国雄,中国人民大学商学院教授、博士生导师,100732。

中图分类号: F724 **文献标识码:** A **文章编号:** 1002-8102(2011)03-0005-06

中国商品流通体系的改革走过不平凡的30年,并在改革创新中得到发展,初步建立起适应社会主义市场经济发展水平的流通体系。但是,由于商品流通是一个庞大的体系、复杂的过程,关系到生产和生活,关系到整个国民经济的运行和效益,涉及到千百万经营主体和广大群众的切身利益,依据市场经济内在规律和中国国情,深化改革,调整关系,转变发展方式,完善和提升现代商品流通体系建设,仍然是“十二五”规划的重点和在相当一段时期内商务部门的基本任务。

中国商品流通体系建设的目标应该是:建立和完善具有中国特色的统一开放、畅通可控、竞争有序的现代商品流通体系,重点应处理好以下十个方面的关系。

一、建立与完善以市场机制为核心的流通产业运行机制

深化改革,发展多种经济形式,以国有资本控股参股的大型流通产业为主导,以民营经济为基础,适当引进外资为补充,允许个体经济存在,大力发展股份制企业,建立与完善市场机制与能人机制相结合的长效运行机制。

第一,流通产业是国民经济运行的基础,流通领域是一个竞争性行业,关键在于“通”和“活”,可以不要国有国营,但不能没有国有商业资本,这是社会主义市场经济的性质所决定的。发挥国有参股控股的大型流通企业在市场中的主导、引导和示范作用,可以保证社会主义经济协调、稳定、持续、有序地发展。

第二,要以民营商业为基础,这是消费结构的多层次性、市场的多变性和零售企业的分散性所决定的。民营商业点多面广,摆布分散,经营灵活,形式多样,能够适应市场不断变化的客观需要;同时,也是充分利用民间资本发展中国商业的一种有效途径,实现多种经济长期共存、互补、共荣。

第三,在流通领域引进外资是对外开放的重要形式,也是我国加入世贸组织的基本要求,并已取得巨大成绩。对内资企业的挑战、冲击都是客观存在的,关键在于如何有利、有度、有节,重点在于制定反垄断法,对市场占有率要有量的限制,防止外资对零售市场的支配和控制,同时要制定城市网点管理规划,达到控制总量、规划增量、调整存量、优化质量的目的,以优化资源配置,完善城市功能,发挥城市特点,达到服务生产生活的目的。

第四,个体经济的存在是我国长期的经济现象,在我国现实的条件下,它不仅可以弥补大型流通企业在经营网点、经营时间、经营品种和服务内容上的不足,适应低收入阶层客观需要,也是解决就业、缓解社会压力的重要途径,是农业人口城市化的重要选择。因此,允许、宽容个体经济存在是

长期的任务。

第五,公司治理要实施能人机制与市场机制相结合。能人机制的发挥要有宽松的市场环境,它受到时间、空间和体制性的限制,不可能长期存在,但市场机制的运行同样需要一个有效驾驭市场的主体。只有两者有机结合,才能建立长效的运行机制,保证流通企业有效、持续、不断的发展。

二、建立和完善多层次的社会商品需求体系

以完善小康型社会需求为主体,稳定温饱型阶层的基本需求,积极推进富有商品市场的形成,有条件地发展奢侈品市场,建立和完善多层次、多元化、多结构的商品需求体系,建立扩大内需、稳定增长的长效机制。

第一,我国从温饱型社会进入小康社会时间不长,基础还不巩固,市场空间很大,许多适应小康社会的商品和服务尚待开发;同时,应该看到这部分阶层是社会人群的主体,既是大量存在,又在不断增加和扩大,不断适应和满足主体人群的社会需求就成为我国当前生产企业和商业企业长期且又是当务之急的中心任务。

第二,我国是发展中的国家,仍有相当阶层的人群过着温饱型的生活,包括下岗、待岗职工,低保人员和低收入的退休老人以及进城打工的农民群体,靠政府救济的弱势人群,他们的商品需求仍然满足于基本温饱需要,只能依靠小商品市场、农贸市场和街头小摊满足自己的基本需要,廉价、低档、就近是他们的基本要求,对于满足这一消费群体的商业业态和供应形式要宽容、要引导,要允许它们的存在,为它们创造必要的生存条件;不顾现实条件,一味求大、追洋、攀高,必然损害这一消费群体的基本利益。

第三,我国已有相当部分的群体进入富有型的社会阶层,这是改革的伟大成果,是社会发展的必然趋势。随着我国经济的迅速发展,他们对衣食住行期望值高,追求时尚、品牌、档次,这是必然的。必须注意这种变化,尽量满足他们日益提高的生活需要,发展有特色的中高档百货、奥特莱斯和品牌专门店。

第四,中国已成为仅次于日本之后的世界奢侈品消费的主力军。但据调查,这部分消费群体的56%是在境外购买,而境内不足44%。因此,有条件的地方要发展奢侈品市场,有重点地引进世界名牌,并在税收上做出相应调整,使更多的奢侈品消费留在境内,培育奢侈品消费的供给和需求主体,逐步培育宽松的消费环境,逐渐发展成为世界名牌的中心。

三、以城市市场为主体,建立双向开拓的商品市场体系

以农村市场为基础,以中小城市市场为主体,以中心城市市场为主导,依托各种不同区域的城市群,积极开拓国际市场,建立双向畅通、互动互补的多层次商品市场结构。

第一,农村市场永远是我国商品市场的基础,不能因为城市化的进程而改变它的固有作用,不能用农村人口的比例变化来动摇它的基础性,而以它生产和提供食穿用的商品,满足人们永远摆脱不了的基础需要;“米袋子”、“菜篮子”是民生的根本问题,是我们永远关注的重点,只有解决14亿人口的吃饭问题,中国经济才能持续、稳定地发展;发挥和重视农村市场的基础性作用,是流通产业永恒的主题。

第二,中小城市点多面广,集聚了大量的人口,是走中国城市化道路的重要途径;其吸纳大量的农村人口,与广大农村市场建立最广泛的联系,是联结城乡的巨大平台,是提高市场的节点,是城市群的基础;它的规模和业态、功能配备直接关系多数城乡人口的生活和质量。

第三,要充分发挥中心城市市场在我国市场的主导作用,它不仅是我国经济繁荣的象征,经济发展的窗口和名片,也是经济发展的集中表现;它引导和创造社会的新需求,是商品流通的节点,关系到商品流通的效率和效益,同时,关系到城市人民的生活和宜居环境的构建。

第四,以中心城市为核心构建规模不一的城市群,达到资源共享、优势互补、城乡互动、共同发展的目的,这对于构建不同区域的市场体系,形成不同规模的商品交换中心,建立以横向流通为主要形式的商品流通渠道,促进区域经济协调、稳定、持续的发展,会发挥极为重要的作用和规模效应。

第五,开辟双向的流通体系,本着双向开拓市场的原则,既要重视国内市场的开拓,也要重视“走出去”的战略,利用我国商品、劳务和资本的多重优势,积极创造条件,开拓国际市场,建立内外互动、开放统一、双向交流的商品流通体系。

四、建立和完善城乡一体化的商品流通渠道

以农产品流通为主体,以农业生产资料流通为先导,推进多元化的农村工业品市场的开拓,建立城乡互动、双向畅通的城乡一体化商品流通渠道体系。

第一,农产品流通直接关系到城市生产和生活的需要,关系到农民的收入和增长速度,是整个商品流通的基础。要建立和完善“三链一体”农产品批发市场,建立从生产、采购、加工、储存、运输到交易的多元化产业链,从地头、加工厂和交易市场推行无缝隙、少环节的供应链管理,直达运输,节约成本,提高农产品加工附加值,把利润留在农村,最大限度提高农民收益,实现农产品价值的最大化。

第二,对农业的投资品,包括农药、化肥、种子、塑料薄膜和大型农机具,提倡产销直接挂钩,封闭式管理,防止假农药、假化肥、假种子混入流通,并采取仓储商场形式,进行会员制专点经营、低价销售,进行必要的技术指导,建立安全畅通、可逆、低价的农业生产资料流通体系,以维护农民的切身利益。

第三,允许夫妻店、村头铺、个体小商贩存在,积极引导农民进入流通,组织各种形式的专业协会、专业公司和农合组织参与商品流通,使之成为农村市场的主体。在广大农村要提倡农民自主经营、自我服务、自负盈亏,把原始商业资本积累留给农民,促进农村产业结构的调整,自行消化农村的农业人口。

第四,大力提倡和推广多种形式的“农超”对接,包括“超市+基地”、“超市+农企”、“超市+农户”,以及“超市+联购”,以最短路线、最快时间、最低的成本做到建立多种形式和多条流通渠道、实施“利农、惠民、益企”三得利的民生工程,是农产品流通的最佳渠道选择。

五、完善服务体系,构建宜居环境

商业服务是“特殊”的商品,它是商品交换的前提和条件,是商业产生和存在的基础,是一个复杂的行业、庞大的体系,既有传统的,也有现代的。要提升和完善传统的生活服务业,积极促进家务劳动社会化,创造条件发展现代服务业,以满足人们发展需要和享受需要,建立一个多层次适应宜居环境需要的商业服务体系。

第一,商业服务实现价值,创造价值,商业服务就是价值,商业是为服务而产生、为服务而发展的,服务是商贸服务业的基本职责、神圣任务、永恒主题,要增强服务观念,落实服务措施,立标兵、树典型,全面推动商贸服务水平、服务质量、服务方式的提高。

第二,要完善传统生活服务业与发展现代服务业相结合,营造方便、舒适、宽松的生活环境,引进和开拓现代服务领域,丰富群众生活内容,把提高服务质量作为发展商贸服务业的中心任务来抓。

第三,要把扩大服务内容与提高服务质量相结合。随着人民生活水平的提高,我国商贸服务业也处于升级换代的新阶段,要积极开拓新的服务领域,扩大服务内容,促进服务方式的转变。同时,还要着重提高服务质量,改善服务方式,在完善满足基本服务需要的同时,创造条件,推进服务业的升级换代,适应人民生活水平提高以后对服务的新要求、新需要。

第四,服务既要创新也要发展,既要重视国内市场的需要,又要重视国际市场的开拓,特别要适应服务产业“走出去”的客观要求,加强培训,提高素质,扩大服务外包,增强劳务出口,实施中餐国际化战略,充分发挥中国传统服务的优势。

六、建立以横向流通为主要形式的商品批发体系

以经营关系国计民生重大商品的国有控股公司为主导,以各类批发市场为基础,提倡厂家直营直批,鼓励连锁企业兼营批发,完善重要物资储备制度,构建以横向流通为主要形式的多层次批发体系。

第一,批发是商品流通的主渠道。批发体系的规模和结构直接决定商品流通的深度和广度。社会主义市场经济必须坚持国有资本对关系国计民生重大商品的主导作用,建立大型的能够双向开拓的批发公司,加强和完善重要物资的储备制度,以保证在突发事件、大型灾害中政府对市场进行必要的干预和控制,确保广大群众的基本生活需要,确保国民经济持续、稳定、安全运行。

第二,改革开放而兴起的各种类型的批发市场和商品交易市场,是以产业集群为依托,以专业生产为基础,发挥区位优势,有一定规模且服务功能齐备,配送网络形成,已成为地方性、区域性、全国性的商品交易中心;它以横向流通为主渠道,对于密切城乡关系,促进地区之间的交流,对具有中国特色的批发体系的形成起到不可替代的作用;要提升批发市场的服务功能,推行现代化管理,普及 IT 技术,改变摊位制的经营模式,建立和健全以配送为中心的流通体系。

第三,积极发展电子商务,网上交易,发挥大型厂矿企业直销、直营、直运业务,推广供应链管理,把现货交易、即期交易与远期订货交易多种交易形式相结合,充分发挥厂家在商品流通中的骨干作用。

第四,提倡连锁企业兼营批发,这不仅可以扩大连锁赢利的空间,同时,可以利用自身掌握的商品资源、仓储设施、配送条件和网点优势,担负传统二级、三级批发功能,开展批发业务,面向机关团体,面向社会服务,为更多零售网点提供批发和配送业务。

七、构建多元化的物流配送体系

以连锁商业物流配送为主导,以完善批发市场配送为先导,积极发展网购配送,充分利用社会资源,鼓励厂家直配,发展三方物流,推进供应链管理,建立多元化、多流向、多种交通形式的综合应用的物流网络。

第一,现代物流不仅仅是运输概念,它是随连锁商业发展而兴起的物质配送体系,面向零售网点,服务于终端消费者,用最短距离、最快的时间、最低的运输费用,完成从配送中心到零售网点、从厂家到商店、从商店到消费者手中的商品最近的流转过程;是流通产业推进现代化管理的重要内容和标志。

第二,连锁配送体系。连锁经营不同于传统的零售模式,即通过统一采购、统一配送的形式,把零星分散的零售网点连成线、结成网、形成片,产生规模效应,最大限度地降低成本,让利于民,因此,连锁的核心在于配送,在于社会成本的节约,在于通过物流配送而产生的网络经济,在于 IT 技术装备的信息沟通。

第三,网购配送体系。网购作为一种新型的业态,是消费的新潮流,正以飞快的速度向前发展,且比例在不断上升,范围在不断扩大。但网购一定要以快捷、安全的配送为前提条件,一是可以及时送到,满足消费者方便购物;二要保证质量,建立和完善退换货制度,确保消费者的切身利益;三是要建立和健全支付制度,保证资金运行安全;它是吸纳电话购物、邮购、电视购物的诸多优势和特点,发挥视频作用,充分应用配送条件而形成的一种新兴的商业业态。

第四,厂家配送体系。对于厂家直销、厂商联销形式,要建立和健全厂家送配货制度,及时补

货,及时配送;也可以委托连锁公司的配送中心,实行代配代送,采取多渠道的物流配送方式;推行功能组合,以最低成本、最快速度实现商品转移过程。

第五,三方配送体系。要充分利用社会资源,进行有机整合,促进第三方物流健康、有序的发展,建立多元化、多方向的物流网络,可以按运输方式、运输路线或商品分类组织专业运输公司,定向输送商品。

八、建立各有特色的城市商业体系

城市商业应以市中心为主导,以社区商业为基础,以商业街和商品交易市场为特色,积极创造条件,有重点地发展购物中心,允许个体户存在,构建多层次的城市商业体系。

第一,以城建市、以市兴城,城市一体、协调发展。市中心是城市的形象,是城市的窗口,集中反映城市经济发展的水平。它应是以一个或若干个大型百货为主导,若干条商品专业街或专业店、专门店为陪衬,形成多业态、多业种集聚地,以时尚、品牌、功能引导城市消费新潮流,是城市居民和外来消费者首选的购物场所;

第二,社区商业是城市商业的基础,直接关系到群众的生活,它应与广大消费者建立最广泛、最直接、最密切的经济联系,是一项最具体、最现实的民生工程。社区商业要立足就近、方便、廉价、周全,满足社区居民的最基本需要为特征,构筑社区居民宽松、舒适的生活环境。

第三,城市规模不在大小,而在于特色,在于个性的张扬,在于优势的发挥。任何一个城市都是一部发展史,既有历史的沉淀,又有现代的文明。关键在于如何把传统文化的沉淀与现代文明有机结合。街不在长,路不在宽,楼不在高。商业街在很大程度上体现城市的特色,包括步行街、特色街和传统一条街,既是城市历史发展沉淀,又体现现代文明的集中程度,应成为城市的亮点。商业街要功能齐全,交通方便,进的来,出得去,聚得来,散得开,成龙配套,显示特色。

第四,城市存在的各种类型的农贸市场、小商品市场、尾货市场,甚至定期不定期的跳蚤市场,它与城市居民生活有密切的联系,开门早、价格便宜、挑选方便,是退休、老年人和低收入阶层都经常光顾的购物场所。应该允许其存在,加以扶持、规范,完善基础设施,使其更加贴近生活、贴近居民。

第五,购物中心的存在和发展,各种商业综合体的出现,都是经济发展的必然结果。它不仅是一种业态,更重要的是一种生活方式。由于它体量大、功能全、商品档次较高,是经济发展、群众收入到一定程度的产物。购物中心的发展要多样化,多主题化,多规模化,既要超前规划,又要适当控制,不能一味求大、求全、求高,要因城制宜,因地段制宜;重点发展社区化、个体化、主题化的中小型购物中心。

第六,大量个体户的存在不仅是中国特有现象,也是世界经济发展不平衡、收入不平均、消费需求不一致而存在的普遍现象。一方面它是就业的重要途径,另一方面又可以在时间、空间、经营方式上填补其他商业业态存在的不足。个体户的管理关键在于引导、在于自律、在于规范。

九、构建多层次、多形式的农村市场体系

以“万村千乡”农家店为示范工程,充分发挥它在农村市场的主导和示范作用,发展新供销网点、邮政供应点和农口专业店,扶持村头铺、连锁店和个体户经营,结合新农村建设,完善农村社区生活网点,建立以农民自我服务为主体的多形式的农村市场体系。

第一,“万村千乡”农家店工程是战略性措施,已取得巨大成就,但它不仅仅是网点工程,而更重要的是示范工程,发挥它在农村市场的主导地位,发挥引导、示范和骨干作用,树立样板,构建平台,成为城乡双向流通的互动平台、工业品下乡的集散平台、农产品集聚的收购平台、农村零售网点的示范平台。

第二,中国农村市场面对的是几亿农民,区域广泛,差别大,要动员多方力量发展农村网点,包

括新供销网点、邮政网点和农业部门的推广站、种子站等销售网点;不同业种,不同业态在农村开展有序的竞争,不仅可以解决广大农民买难和卖难问题,而且从多方面满足了他们自己的需求。

第三,充分发挥农民在农村市场的主体作用,这不仅引导农村进入流通,有利于促进农村产业结构的调整,从事农产品深加工,参与农产品交易,从事农村日用工业品的销售,扩大农村的网点,调整农村的产业结构,吸纳更多的农村劳动力,走出一条具有中国特色的城市化道路;同时,通过农民自我服务、自主经营、自负盈亏,把一部分商业资本积累留给农民,可增加农民扩大再生产的能力。

第四,结合新农村建设,在乡镇所在地,或以农村较大型的交易市场为基础,或在交通要道的邻里中心,规划和打造农村社区商业中心,以中小型百货或综合超市为主导,建立农产品收购站、农业生产资料供应站,完善面向农民的服务功能,逐步集聚农村养老、托儿、医院、学校等公共事业,集聚三产,充实二产,提升一产,促进农业集约化、产业化和规模化经营。

十、创新发展,完善业态体系

以百货店为主导,以超市为基础,积极发展专门店、专业店和网上购物,构建适应不同地区、不同需要的便利店、便民店,有重点地发展多种形式的购物中心,创新业态,构建具有中国特色的业态体系。

第一,商业业态是零售企业的经营方式和存在的形式,各有经营的特点和卖点,各有自己的消费群体,消费重点在不同时期可能有所侧重,但不存在规律性的生命周期,各业态之间是分工、互补、共生的关系,适应不同消费对象,适应发展的不同阶段和不同地区,而且,业种在不断扩大,业态在不断创新,经营形式在不断改变。

第二,大型百货业是城市的名片和窗口,是与城俱在的业态,随着经济的发展,其经营形式、区位特点、规模大小可能有所变化,但其在零售市场的主导地位不会改变;精心管理、精品经营、精诚服务是它的特点;它以时尚、精品、信誉、功能、环境优化在引导城市消费的新潮流,在零售市场中发挥主导、引导、示范和排头兵的作用。

第三,积极发展专门店。以品牌为支撑,以单店独立存在为主要形式,专门销售或经营某一品牌的商品,或者由厂家在市场直接开设,是构成商业街或购物中心的一道风景线。它环节少,价格相对低,同样品牌要比大店便宜,而且款式比较集中,便于群众挑选。

第四,要因因地制宜地发展便利店和便民店。以24小时营业为其特点,统一经营、统一配货,商品档次相应要高,以白领阶层和一定收入水平的消费者为对象,因气候、区域等原因,开设要具有一定条件,应有重点地发展。结合我国国情,要提倡多开具有符合国情、以连家铺为主要形式的便民店,其布局零星分散,成本低,方便购买,也是安排就业的重要途径,应充分鼓励其发展。

主要参考文献:

1. 黄国雄:《建立具有中国特色的日用工业品流通体系的构想》,《国际商业》2010年第5期。
2. 黄国雄:《加强流通理论创新,推动流通产业快捷发展》,《中国流通经济》2010年第4期。
3. 黄国雄:《论流通发展方式的转变》,《北京工商大学学报》2010年第3期。

责任编辑:英欣

Abstracts of Selected Papers

Some Suggestions of Promoting the Establishment of Modern Circulation System of China

HUANG Guoxiong (School of Business, Renmin University of China, 100872)

Circulation system of commodities is a tremendous and complicated process, not only relating to production and life, but also affecting operational efficiency and effectiveness of every division in national economy. To establish and perfect the circulation system of China is a process of the deepening the reform. From 10 aspects, this paper discusses how to construct modern circulation system with Chinese characteristics, integration and openness, smoothness and control, as well as well order.

Keywords: Circulation of Commodities, Innovative Development, Urban and Rural Markets

An Empirical Analysis of Redistribution and Progressivity of Personal Income Tax in China

PENG Haiyan (Institute of Finance and Trade Economics, CASS, 100836)

Tax is an effective method of redistribution of incomes. By establishing mathematic model on tax redistribution and decomposition on progressivity, this paper examined data from 1995 to 2008 to analyze the redistribution effects and decomposition of progressivity on personal income tax (PIT) in China. Results show that redistribution effect of PIT is positive and increasingly strengthened, though still quite limited. The average tax rate is too low and the progressivity is decreasing. The scheduler pattern of income taxation leads to the decrease of progressivity of PIT. Wages and salary income tax are the main sources of progressivity. Allowance plays a main role in the progressivity of wages and salary income tax, then follows the tax rate structure, while social insurance makes a minor progressive or regressive contribution. Therefore, it is urgent to carry out comprehensive reform on PIT in China.

Keywords: Personal Income Tax, Redistribution Effects, Progressivity, Progressivity Decomposition

Media Coverage, Reputation Mechanism and Resignation of Independent Directors

Li Yan, Qin Yihu (School of Business, Renmin University of China, 100872)

Based on the panel data of Chinese listed firms which were negatively reported by media from 2006 to 2009, the paper studies the relation between media coverage and resignation of independent directors and further discusses the role of reputation mechanism between media coverage and resignation of independent directors. This study finds that the number of negative media has significant positive relations to the probability of independent director's resignation. The more influential of the media, the higher probability of resignation of independent director, which means media coverage play a positive role, while influential media play a key role. On this basis, this paper further shows that, after the media coverage, the more independent director cares his reputation, the higher probability of independent director resignation is, which means that reputation play a positive role in company governance of independent directors.

Keywords: Media Coverage, Reputation Mechanism, Resignation of Independent Directors