

网络经济背景下浙江省专业市场转型升级研究

郑红岗 郑勇军

【摘要】网络经济背景下，以电子商务为代表的新型网络贸易形式对传统专业市场形成巨大冲击，同时也为专业市场的转型升级提供了战略性的历史机遇。如何利用网络新技术和新模式实现创新驱动，成为推进专业市场转型升级的重要抓手。本文基于对浙江省专业市场转型升级的内涵、意义、现状研究基础上，从创新理论视角提出技术驱动、服务驱动和供应链驱动实现浙江省专业市场转型升级的“三化模式”，即：电商化、国际化、集成化。研究有助于推进浙江省专业市场转型升级，为破解专业市场转型难、升级慢等难题提供理论支撑，为推动浙江经济实现“干在实处，走在前列”提供策略参考。

【关键词】专业市场，网络经济，新常态，转型升级，互联网+，供给侧改革

网络经济时代，以电子商务为代表的新型网络贸易对传统专业市场形成巨大冲击，同时也为专业市场转型升级提供了战略机遇。如何利用网络新技术和新经济模式实现创新驱动发展，已成为我国政府和企业的关注焦点。以专业市场为代表的流通产业是服务业最重要的组成部分，在国民经济中承担着承上(生产)和启下(消费)的重要作用^[1-2]。专业市场转型升级不仅能提高产业自身竞争力，而且对我国经济调结构、促增长，实现制造产业转型升级具有重大现实意义^[3]。从国内外经济发展经验看，创新是提升竞争力、开拓市场、提高效益的重要动力。同时，创新不仅仅局限于生产制造领域，越来越多的创新来源于以商贸流通为代表的流通领域。李骏阳(2010)指出国际零售巨头正是依靠新型的业态和组织形式，在先进的技术支持下将零售商店开到了全世界，挤垮了许多东道国本土的零售企业。因此，针对“新常态”下浙江省专业市场转型升级进行研究，对实现浙江经济“升级版”具有重大战略意义。

一、专业市场转型升级内涵

郑勇军(1996)将专业市场定义为“以现货批发为主、集中交易某一类商品或若干类具有较强互补性和互替性商品的场所，是一种大规模集中交易的坐商式的市场制度安排”。随着互联网经济时代的到来，电子商务交易模式对传统专业市场形成巨大冲击，使得专业市场从成长期发展到成熟期，部分市场已经表现出衰落期的特征，专业市场的转型升级已到了刻不容缓的战略选择阶段。一般来说，转型升级可以从转型和升级两个层面来理解。转型是一种状态向另一种状态的转变，即企业在不同产业之间的转换和不同发展模式之间的转变。升级是企业迈向更具获利能力的资本和技术密集型经济领域的的能力过程，即企业在产业链和价值链上位置的提升，一般通过创新和整合来实现。前者表现为转变行业，后者表现为改变模式。但无论从哪个层面看，转型升级都包括由低技术水平、低附加值状态向高技术水平、高附加值价值状态演变的过程。宋则(2004)指出流通产业发展需要从“小散差乱”的数量扩张阶段转向“三个提高”的新阶段(提高流通质量、提高流通效率、提高流通竞争力)。李骏阳(2010)指出流通业发展道路方面需要从外延式发展向内涵式发展转变，并进而将流通业内涵式发展的实现方式分为制度创新、技术创新、组织创新和业态创新^[4]。网络经济时代的专业市场的流通功能不仅没有减弱，而是变强了，网络经济赋予了专业市场更丰富和更新型的流通功能。^[5]在此基础上，本研究将网络经济背景下专业市场转型升级定义为：专业市场从线下交易模式向线上线下一多种市场模式融合发展，从单一交易平台向现代化商贸服务综合集成商发展的过程。现实中专业市场转型升级却面临着“转不

基金项目：国家商务部 2015 部级重大课题“互联网经济背景下流通升级研究”；商务部 2015 专项课题“电子商务能否拯救专业市场？——互联网时代专业市场网络分销平台建设研究”；教育部人文社科重点研究基地-浙江工商大学现代商贸研究中心“电子商务应用能力对商贸企业国际化绩效的影响——以浙江省为例”

作者简介：郑红岗，男，浙江省“2011 协同创新”-浙江工商大学商贸流通体系建设协同创新中心专职研究人员，博士研究生，主要从事商贸流通和组织行为研究；
郑勇军，男，浙江工商大学现代商贸研究中心教授，主要从事区域经济发展和产业组织等领域研究。

动、升不了”的尴尬。网络经济时代的专业市场到底是应该“放任自流”，让专业市场逐渐衰弱和消亡；还是应该“积极作为”，出台政策、引导和鼓励专业市场引入现代流通方式实现功能创新和服务升级？这是一个事关浙江省乃至我国经济发展的重要议题。

二、专业市场转型升级对浙江的意义

发挥浙江省专业市场的先发优势，加快推进新一轮专业市场转型升级，促进浙江经济率先实现“供给侧结构性改革”改革成功，将成为推进经济结构调整和产业转型升级的重要抓手。

1. 专业市场转型升级是打造浙江现代化商贸流通体系，实施“供给侧结构性改革”的战略需要。认识流通业的先导作用，对于转变观念和发展模式，提高市场运行绩效，对国家和区域经济发展具有重要意义^[6]，尤其对“供给侧结构性改革”的成功实施具有战略意义。当今世界已进入以流通为中心的时代，经济发展的关键已从造出好产品，转变为能否卖得出商品、卖得好商品^[7]。有研究指出，浙江省传统产业集群对专业市场存在较大的依赖度^[8-9]，正因为有强大的商品交易网络，才造就了“浙江制造”销售环节少、批量大、流通快，集群内部专业化分工程度高，才造就了“浙江模式”的成功。未来的竞争是供应链之间的竞争，流通企业与生产制造企业各自的利益最终取决于双方供应链的综合竞争力^[10]。因此生产制造企业的转型升级首先有赖于流通模式的转型升级。通过专业市场转型升级打造服务于传统制造业和广大中小微企业的生产性综合服务平台，对浙江省经济实现“新常态”下产业转型升级具有重要的战略意义。

2. 专业市场转型升级是浙江省积极参与“一带一路”“互联网+”国家战略的有力抓手。产业的国际化发展一般需要经历内向国际化到外向国际化的发展路径，浙江省部分专业市场的发展已完成从本地化辐射到全国连锁化经营阶段，但在“预国际化”阶段出现了停滞不前的状况，造成专业市场国际化战略始终难以取得关键性进展，影响了“内外贸一体化”进程的推进。当前，我国也在积极布局“一带一路”“互联网+”等一系列重大国家战略部署，“中国(上海)自由贸易试验区”等一批开放经济特别功能区的正式启动，使浙江省专业市场迎来新一轮国际化发展的战略机遇。专业市场国际化发展对推进浙江省产品走出去，实现“内外贸一体化”和“走出去”具有重大战略意义。浙江省专业市场国际化发展基础较好，义乌是国际贸易综合改革试点城市，杭州、宁波、金华是全国跨境电子商务试点城市，温州地区拥有良好产业集群优势，舟山-宁波港是国际型大港，全省拥有杭州跨境电商综合保税区、舟山港综合保税区、宁波保税区、义乌国际陆港等一批重要的跨境贸易功能区，拥有义乌小商品城、绍兴轻纺城、海宁皮革城、永康科技五金城、中国塑料城等一大批国际化基础较好的专业市场，紧紧抓住新一轮国际化和网络经济快速发展的历史机遇，以打造全球采购中心为抓手，加快推进专业市场转型升级，理应成为浙江省“干在实处，走在前列”的重要战略选择。

3. 专业市场转型升级是推进“大众创业，万众创新”，实现“新常态”下浙江产业转型升级的战略需要。金祥荣(1998)认为，遍布浙江全省的1000多家专业市场具有降低交易费用，提高流通效率，促进中小企业发展的重要作用。但同时，通过浙江省专业市场交易品种统计数据的分析不难发现，浙江省大多数专业市场仍集中以服装、鞋帽、小家电、生活日用品等低附加值的终端消费品为主，虽然也存在少量以生产资料和高档工业制成品为代表的商品交易市场，但其交易半径和产品辐射能级往往较低，不具有龙头带动作用。互联网经济时代的交易模式和业态创新日新月异，线上线下融合发展将成为历史趋势，尤其是随着网络交易体验的进一步提升，那些功能弱、服务差、低附加值的“包租婆”式专业市场势必会面临淘汰，通过“大众创业，万众创新”培育新型“互联网+专业市场”的流通组织是实现浙江省专业市场内涵式发展的关键所在。

三、浙江省专业市场转型升级的瓶颈

虽然社会各界对专业市场转型升级的必要性和紧迫性已有充分认识，但在实际过程中仍然面临思维方式难转变、重交易轻服务、重投入轻应用、重商户轻客户等一系列难题，阻碍专业市场转型升级的体制性障碍、政策性障碍仍然存在，特别是对专业市场转型升级的路径选择、转型方向的认识还不够统一，各市场主体之间存在的问题和矛盾还比较尖锐和突出，主要表现在：

1. 影响专业市场转型升级的体制机制瓶颈依然存在。组织模式的转型升级是业务转型升级的基础和保障，业务转型能否成功，根本上取决于组织模式转型能否成功。随着专业市场功能和业态转型升级，组织结构必然需要率先进行相应调整，同时也要求市场经营户必须具备与之相应的经营理念和操作技能。而更为深层的是，互联网生态下的经营文化与传统产业环境下的经营文化有着很大程度的不同，对传统专业市场的主办者和商户而言，无疑提出了更高的要求。尤其是一些传统专业市场，缺乏市场化经营的体制机制，对新型商业模式和技术的接受能力较低，经营理念落后、经营模式单一，市场管理能力较弱，高素质的商贸管理人员不足，都严重阻碍了专业市场的转型升级。

2. 技术创新能力不足阻碍了专业市场转型升级。世界经济正在经历一场由互联网、物联网、云计算、大数据等技术发展引发的新一轮产业革命，这场革命深刻影响着生产、交换、分配、消费等方面。与其他领域相比，流通领域已成为新技术、新应用、新模式渗透最深、最广的领域。然而，专业市场在技术创新能力方面却不容乐观，大部分专业市场在基础设施投入、技术研发、技术应用、人才培养等方面还远远落后，部分市场在转型升级中只关注于新技术、新模式的应用，对经营户的营销理念、品牌运营、企业管理、供应链管理等知识和能力重视不足，从而导致新技术应用效果不佳。

3. 配套服务功能缺乏阻碍了专业市场转型升级。由于历史原因，绝大多数专业市场仍以铺面转售、转租等模式为主，市场主体只负责提供经营场所，服务方面则仅发挥物业管理(水电、卫生、停车等基本服务)功能，产业化配套不健全，尤其是一些重要的供应链服务不完善，严重阻碍了专业市场转型升级进程，致使市场经营户往往处于“被转型、被升级”的尴尬局面，这就造成很多专业市场的转型升级只能处于低级阶段，无法完成向现代化流通组织转型升级的目标。

4. 市场综合化程度低阻碍了专业市场转型升级。专业市场中集聚了大量的中小企业和个体商户，商户之间各自为战，没有形成规模效应和互补效应，反而因为持续低价、低质竞争，造成产业转型升级缓慢，阻碍了专业市场和商户的主动创新能力。现阶段专业市场发展，广大中小经营户都由自己承担产品的采购、供应、销售、仓储、配送等全部职责，这就导致单个经营主体流通成本高、流通效率低、创新能力差的现象普遍存在，专业市场主办方在物流配送功能、包装服务功能、商品检测、营销展示、结算等服务匮乏阻碍了专业市场的转型升级。

四、浙江省专业市场转型升级的动力模式

(一) 技术驱动型

与其它发达国家相比，浙江省专业市场采用的流通技术仍相对落后，大量交易仍处于“三现”(现场、现货、现金)交易阶段，信息化应用程度偏低。在互联网经济时代，电子商务、物联网、大数据、云计算等领域的技术创新已成为各行业转型升级的核心驱动力，而现阶段这种核心驱动力首先表现为“互联网+”与产业的广泛融合。^[11]任保平(2012)基于1997—2009年我国商贸流通业发展方式的统计分析，对商贸流通业发展方式进行了综合评价，并对转变路径进行了研究，结果显示技术进步在多数年份的贡献超过了50%，甚至有部分时间跨度内技术进步对商业发展的贡献达到100%以上；而单纯的劳动要素投入已经在我国商贸流通业的增长中不占主导地位，并得出结论：我国商贸流通业的发展已经步入资本驱动与技术驱动的发展阶段。尤其是近几年，电子商务以每年超过50%的增长速度发展，不管是“互联网+”还是“+互联网”都不断为商业世界注入全新的思维模式和商业实践，已成为促进产业转型升级的核心驱动力。电子商务对于贸易类企业而言是一种动态性、应用性的能力，贸易类企业应用电子商务对内部和外部进行资源和流程的再配置，提升和扩展企业的贸易机会，并且最终促进客户价值的创造。义乌(中国)小商品市场的“义乌购”、海宁皮革城“海皮城”、四季青服装市场的“网上四季青”、中国轻纺城的“网上轻纺城”等实践都已经取得一定成功。因此，要实现专业市场的转型升级必须要加强“互联网+”建设，提高专业市场在电子商务、物联网、移动技术、大数据等新技术领域的应用能力，加大对网络基础设施、服务配套、人才培养等方面的投入力度，通过新技术推进专业市场在流通体系、流通方式、流通效率方面实现跨越式发展，解决专业市场现代化水平低的发展难题。

(二) 服务驱动型

李冬琴(2001)认为零售企业经营的特殊性和特殊的技术轨道决定了零售企业的创新应具有的特征是,以服务创新为主导、管理创新为支持、渐进型创新为手段、以降低成本为创新目标、注重对先进管理技术的消化吸收、利用战略联盟实现经营创新。目前,国内诸多专业市场在服务创新方面进行了一些有益尝试,取得了一定的成效,但系统化程度不高,转型升级的战略定位和途径还不清楚,尤其是从“卖产品”向“卖服务”转变的过程中还存在诸多误区。专业市场的服务升级中往往缺乏长期性、系统性的战略规划,对服务的理解还有待深入,顾客是谁,哪些服务,如何服务等方面还存在严重的误读。服务是现代社会创新发展的重要动力源,是建设流通强国和创新型国家的重要引擎,也是浙江省专业市场转型升级的加速器和孵化器,理应在专业市场转型升级的过程中发挥重要作用。如海宁皮革城就通过引入时尚设计、时尚展会、质量认证体系等服务在市场内部解决了招商与发展难题,使得市场的产品品牌和服务得到了消费者的认可。实施服务驱动是当前浙江省专业市场转型升级的基础,对专业市场的资金、人才、机制、环境、模式等诸多创新具有核心驱动作用。

(三)供应链驱动型

供应链(Supply Chain,简称 SC)是指产品生产到完成需要经过许多个厂家(例如供应商、制造商、销售商)进行原料提供、产品生产和商品销售而形成的链状的供需过程。在平台经济理论视角下,以专业市场为代理的商贸平台处于供应链的中间环节,是一种商贸活动平台型组织,其通过整合商流、物流、信息流、资金流,为供给侧的制造商和需求侧的采购商提供交易全过程的商贸综合性服务,而整个平台经济的“效益”很大程度上取决于“商贸平台”的核心作用。即:供应链运行的动力源是供应链的核心企业。在商贸流通领域,以专业市场为代表的商品交易市场处于供应链的核心地位,要发挥现代供应链的重要作用,核心就在于发挥资源整合优势,形成规模效应和集群效应,从而驱动整条供应链运行。因此,专业市场在整个“供给侧改革”过程中具有独特的供需双方资源整合能力,具有促进产品销售和就业吸纳能力,可以根据市场需求向制造商发出产品生产要求,从而推动整条供应链实现高效运转。由此可见,专业市场的转型升级中“供应链驱动”是一种重要的策略选择,但就目前而言,浙江省专业市场在供应链一体化方面虽然也做了一些尝试,但很多还停留在表面,对供应链的理解和整合能力还有待强化。

五、浙江省专业市场转型升级的建议

专业市场转型升级已处在不进则退的十字路口,面对复杂多变的外部环境,加强顶层设计和规划引导尤为关键。根据对浙江省专业市场发展现状和内外部环境的研究:国际化、电商化和集成化应成为浙江省专业市场转型升级的主导方向,而技术驱动、服务驱动和供应链驱动是实现浙江省专业市场转型升级的动力来源。实施“三化”战略,不仅能使专业市场扩大销售规模、拓宽销售渠道、扩充产品品类、提升产业竞争力,更是加快浙江省经济转型升级的重要抓手,是实现“供给侧改革”的核心环节。

(一)以培育一批国际采购中心为目标,加快推进专业市场的“国际化”发展

众多学者对以浙江义乌(中国)小商品市场为代表的专业市场研究证明了国际化是专业市场转型升级的重要方向,是符合比较利益原则的必然选择。同时,专业市场国际化必须经历一段较长的准备阶段,即“预国际化”阶段,浙江省的专业市场通过多年发展大多已经完成了“预国际化”准备,积累了一定的国际化基础。因此现阶段专业市场转型升级应以扩大国际商流为突破口,在做大做强有形市场的同时,积极探索发展网上平台和国际分销网络建设,配合我国“一带一路”战略实施,积极探索建立境外连锁市场的有效途径,最终形成国际采购型专业市场体系。

1. 大力发展国际市场采购模式。随着全球一体化进程的加快,国际市场采购成为必然趋势。专业市场要发挥其资源整合的优势,改革传统交易方式和经营方式,培育现代化的专业市场经营主体,积极对接国际采购渠道、国际采购标准、国际采购展会,创新市场业态组合,优化市场的国际化环境,着力提升专业市场作为国际采购基地的影响力。同时,加快对义乌市场采购模式的推广力度,重点引导专业市场与跨境电子商务融合发展,通过在专业市场内引入跨境电子商务服务功能,引导市场经营户对接国际采购市场。

2. 加快网络体验型国际采购市场建设。随着网络经济时代的到来，7*24 永不落幕的网上国际会展采购成为了现实，市场采购体验对国际采购具有决定性影响，浙江省专业市场应发挥阿里巴巴等国际网络平台的本土优势，积极利用乌镇国际互联网大会、G20 峰会、亚运会等国际会议的品牌带动作用，率先培育一批产业特色鲜明、国际知名度高、国际影响力大的网络体验型国际采购市场，形成国际网络采购的线下体验集聚优势，同时推动各专业市场主动走出国门与国际网络平台对接，通过设立国外市场体验区等模式争取更多国际网络采购需求落户浙江。

3. 积极建设蛛网式国际化大分销体系。选择代表性强、国际商流大的专业市场开展国际分销配送业务，为国际采购商提供一站式服务，并逐步建设蛛网式国际分销体系。积极发展与蛛网式国际化大分销体系相适应的国际仓储、物流、快递、服务网络，加快专业市场内部对运输、仓储、货运代理、船务公司等配套企业进行资源整合，加快培养国际商贸人才，尽快建立完善的信息系统，及时有效地向线上线下国际采购商提供信息。

(二) 以培育线上线下融合的专业市场为目标，加快推进专业市场“电商化”

经过多年的积累和发展，浙江省传统专业市场在产品资源、商户资源、消费者资源等方面都已形成各自独特的竞争优势，这些竞争优势不仅适用于线下市场经营，同时也是网商、网货等网上竞争力的潜在优势。以专业市场为基础的电子商务集聚区建设已经成为各地促进专业市场转型升级和发展电子商务产业的有力抓手。

1. 对专业市场进行电商化改造。基于专业市场产品特点和优势，一方面可以在市场内部提供相对集中的电商经营场所，针对电商发展要求对市场空间进行功能性改造提升，吸引网商商户；另一方面，专业市场要根据电子商务发展软环境的需求，在市场周边建设专业的电子商务园区，主动为市场经营户提供专业的电子商务服务。另外，专业市场也可以发挥自身在供应链中的优势地位，通过资源整合，为市场商户进行网商创业所需的创客服务、金融服务、物流服务，推进以专业市场为基础和依托的电商产业园、电商企业总部、电商物流园、配套产业园等多种类型的电子商务集聚区建设，探索专业市场—电商平台—电商服务业—制造业基地的“1+1+1”融合发展新模式。

2. 完善专业市场电子商务支撑体系。鼓励发展适合专业市场自身特点的网上交易模式，加强移动互联网、物联网、大数据、云计算等技术应用，完善市场在交易、质量认证、移动支付、物流配送等方面的支撑体系，加快建设专业市场管理信息系统、商务大数据系统、联网监测监管系统等，提升全省市场的信息化水平。在与电子商务融合过程中专业市场要从简单的提供交易转变为提供综合集成服务，从单一的平台服务(线上或线下平台)向综合集成服务商转变，为商户和消费者提供智慧商贸、智慧物流、用户体验等功能，重点推进线上的单一交易功能与线下实时服务功能相融合。

3. 打造线上线下融合发展的 O2O 模式。专业市场电商化发展要重点关注线上线下同步、体验式服务、一站式服务。专业市场的 O2O 建设要由关注交易数量向关注交易质量转变，从关注交易向关注客户体验转变，从关注商户向关注客户转变。不仅要强调 O2O 的交易功能，更要强化线上线下有机整合，依托专业市场产品特点和区域特色打造与之相匹配的网络分销体系，利用专业市场的传统资源优势，构建专业市场主体-电商平台-产业集群(产业集群、行业协会)-服务商相结合的一体化 O2O 生态体系。

(三) 以培育大型商贸流通企业为目标，加快专业市场的“集成化”发展

1. 深化浙江省专业市场改革步伐。专业市场要主动通过混合改革方式，加快体制机制改革，重点推动大中型专业市场通过参股、控股、联合、兼并、合资、合作等方式，充分利用国内外资本，整合创新资源，提高创新能力，形成一批世界级的具备较强国际竞争力的网络平台运营集团、大型批发零售集团、物流集团等，提升专业市场在国际上的话语权。

2. 鼓励和支持专业市场以品牌输出、管理输出等多种形式，在国内建设一批连锁分市场，构建“一中心多节点”的蛛网式配销网络。积极培育市场的商品展销、信息收集和发布、仓储和物流配送等功能的同时，积极实施产业链延伸计划和商业模式

创新计划。一方面推动专业市场由单一的交易功能向研发设计、时尚展示、信息加工、配套服务等全产业链延伸，另一方面探索专业市场与电子商务平台、商贸综合体、超市、连锁便利店等业态融合发展的新模式，创新专业市场业态组合，推动专业市场向现代商贸综合服务集成商转型。

3. 鼓励和支持专业市场与贸易、零售、加工制造、配套服务等企业抱团发展。鼓励和推动专业市场采用电子商务、现代物流和供应链管理、智慧商贸等先进技术和经营理念，提高专业市场在流通体系中的核心作用，实现不同模式、不同业态、不同渠道之间有机融合和协调发展，建立更加顺畅、便捷和高效的现代流通体系，提高浙江省专业市场的核心竞争力，实现专业市场的转型升级，最大程度地发挥其在现代流通体系中的巨大作用。

参考文献：

- [1]刘国光.把流通业从末端行业转向先导行业[J].商业经济文荟,1999(2):7-8.
- [2]黄国雄.流通新论[J].商业时代,2003(1):13-14.
- [3]郑承志.金融危机背景下扩大消费的流通创新研究[J].商业时代,2010(3):18-20.
- [4]李骏阳.中国流通业发展方式转变问题研究[J].中国流通经济,2010(4):11-14.
- [5]向欣.电子商务与流通革命[M].北京:中国经济出版社,2000:76.
- [6]王德章,朱艳丽.现代流通业在区域经济中的作用[J].商业经济,2006(2):3-5.
- [7]郑勇军,肖亮,牛言瑜,等.现代流通业发展与新型城镇化--以浙江省为例[J].商业经济与管理,2014(3):2-11.
- [8]陆立军,郑小碧.基于协同演化效应的专业市场与产业集群互动创生机制研究--以“义乌商圈”为例[J].浙江工商大学学报,2010(4):51-57.
- [9]郑勇军,金小星.专业市场与产业集群互动发展实例研究[J].商业时代,2007(4):99-100.
- [10]李骏阳.中国流通业发展方式转变问题研究[J].中国流通经济,2010(4):11-14.
- [11]郑红岗.“十三五”时期中国流通升级的审视与剖析--“网络经济时代的流通升级战略学术研讨会”会议综述[J].财贸经济,2016(2):159-161.