# 现代流通业的发展及其战略地位

## —兼论江苏流通集团的发展

冗 水

**内容提要** 社会分工的发展和工业化的深化推动了流通业的发展与变革。现代流通业在国民经济发展中具有重要的战略地位。处于工业化中后期阶段的江苏，其现代流通业的发展关键在培育一批强大的流通集团。

**关键词** 工业化 流通业 战略地位 企业集团 发展

冗水，江苏省社会科学院研究员 210013

流通直接连接着生产与消费，是现代社会再生产过程中必不可少的环节。随着社会经济的发展，流通在国民经济中的地位和作用越来越突出。正如有的学者所言，21 世纪是商业时代，人类社会发展正沿着三次社会大分工的历史轨迹，从农业社会进入工业社会，迎来商业社会，后工业社会实质上是商业社会。发达国家早已跨进商业社会门槛，市场经济的不断发展也将使我国步入商业社会，因此，我们需要重视和研究流通问题。

### 一、工业化进程中流通业的发展与变革

流通业是社会大分工的产物。在工业革命以前的漫长时期，流通业的发展是缓慢的。18 世纪 70 年代第一次工业革命以来，社会分工的发展和工业化的深化推动了流通业的快速发展与变革，流通业的发展与变革也促进了工业化的进一步发展。

在工业化 I 期阶段，流通的主要特点是初级大量销售和批零分离，其中批发商与零售商的最终分离，是流通业发展与变革的最重大成果。机器大工业的大批量生产和运输、通讯、仓储条件的改变等，为批发商的最终独立创造了条件。

在工业化 II 期阶段，流通的主要特点是大量销售、追求规模经济性和速度经济性。随着大量生产的发展，大众消费时代已经到来。大量生产与大量消费之间潜伏着矛盾，解决这种矛盾就引起流通业的进一步发展与变革。批零分离以后，批发业与零售业各自业内的分化进一步发展。批发领域向新兴批发业转变，出现了一系列中间商，如代理商、佣金商、经纪公司等；制造商为了提高效率，越来越多地对销售过程进行控制和干预，谋求大量生产与大量销售的结合，出现了制造商的分销机构，批发商在流通领域的支配地位开始动摇；各类批发市场得以产生和发展。这一时期的零售领域变革剧烈，先后发生了三次零售革命：第一次零售革命始于 1852 年，第一家百货商店在法国诞生，它引入了现代企业制度及其经营管理方式，为现代零售业的发展奠定了基础；第二次零售革命始于 1862 年在美国出现的连锁商店，它为零售业的组织化和集约化经营开辟了一条途径；第三次零售革命始于 1930 年在美国诞生的超级市场，它引入了专业化和社会化生产方式，并为其后运用电子信息技术及信息化管理创造了条件。

在工业化 III 期阶段，流通的主要特点是大量销售、追求服务经济性和速度经济性。随着社会化大生产的发展，以及制造商生产规模和零售商经营规模的扩大，批发商日益受到来自大制造商和大零售商的严峻挑战，批发中间环节被大大缩短；为了适应挑战，批发企业通过变革与创新来开拓新的经营服务领域。零售业通过变革使新型零售组织不断出现，如折扣店、便利店、专卖店、仓储店、特许加盟店、大型综合超市、购物中心等多种业态；二战以后，西方零售组织还呈现出大型化、组织化、集

www.yangtze.org.cn

团化等基本特征。社会分工的发展使原来依附于商流过程的物流过程逐渐从商流中分离出来，成为独立的物流产业，也成为除制造业、商业外的“第三利润源”。在一些高度工业化的西方国家，物流业已成为国民经济中举足轻重的现代产业。电子计算机技术在流通领域的广泛运用，使商品流通向“电子商业”模式转变，网上交易方兴未艾；也使流通业的技术装备水平和信息化管理水平大大提高；还使原来依附于商沐、物流的信息流职能终于分离出来，成为独立的商务信息业。

与工业化进程相伴随的上述流通业的发展与变革，在西方发送国家经历了 200 多年时间。西方发达国家出现的新型流通业态在我国都已经出现，我国的流通业仅在几十年时间就基本实现了跨越式发展。这一方面得益于我国工业化的快速发展，另一方面得益于经济全球化和我国对外开放的基本国策。当然与西方发达的流通业相比，我国还有较大的差距。

## 二、现代流通业在国民经济中的重要战略地位

长期以来，我国重视生产，轻视流通，致使流通业占 GDP 的比重一直徘徊在较低的水平上，近年来平均在 14%以下。这不仅落后于一些发达国家，也落后于一些发展中国家。中国已进入工业化扩张期，现代流通业的发展也随之加快，其在国民经济中的地位日益突显，我们应当科学地认识流通业的重要战略地位。

1．流通业将成为我国经济持续增长的发动机和增长潜力最大的产业之一

我国人均 GDP 达到 1000 多美元，根据国际经验，人均 GDP 一旦突破 1000 美元，居民的消费结构将进一步转型，我国经济增长方式将由原来的投资拉动型向消费拉动型转变。居民消费需求的不断增长是国民经济持续增长的原动力，而居民消费需求的大量实现，离不开商贸流通业的发展。现代流通业能够有效地解决大量生产与大量消费之间的矛盾，具有引导需求、发掘需求、创造需求的功能，因此，流通业将成为我国经济持续增长的发动机，也将成为我国国民经济实现良性循环的推进器。

从全球发展的趋势来看，产业价值链向服务产业的延伸使现代流通业成为世界财富集聚最快的行业之一。在世界 500 强排名中商贸流通企业占 10%，在美国 50 强排名中流通企业占 20%；世界零售巨头沃尔玛在美国 500 家最大公司的排名中连续三年名列榜首；在 2001 年的全球富豪排行榜上，前 10 名中有 6 名来自于商贸流通企业。国内专家预测，在未来 5 年中，销售额 1000 亿元的中国企业将率先出现在流通企业。

2．流通业成为国民经济发展的先导产业

在工业化早期，受生产力水平的制约，产品供求处于卖方市场格局，此时是生产占主导地位，流通依赖于生产；但到工业化中后期，生产的发展使产品供求处于买方市场格局，居于生产和消费中介地位的流通业具有天然的市场和信息优势，流通企业按照消费需求采购什么，生产企业就生产什么，生产对流通的依赖使流通上升到主导地位。我国已经进入工业化中期或中后期阶段，自上世纪 90 年代中期以来，产品买方市场格局已经形成，流通引导生产的格局也逐渐形成，流通业正成为引导我国其他产业发展的先导产业。

除市场供求关系变化外，流通主导生产格局的形成，还因为流通业态革命、企业规模经营而导致流通企业的垄断化趋势，一批大型或巨型流通企业凭借分布于区域、国家甚至全球的庞大的连锁经营网络和市场份额控制着生产企业。例如，美国三大零售企业的销售总额合计占美国市场份额的 70%以上，其采购行为足以左右生产企业的经营活动。

3．流通业成为事关我国经济安全的产业

在流通业对外开放的条件下，流通主导生产的格局还会影响其他产业的安全。一方面，流通领域对外开放使我国流通产业已经实现了跨越式发展；另一方面，流通业对外开放过度会影响国内其他产业经济安全的负面影响也不能忽视。这种负面影响

www.yangtze.org.cn

在拉美国家早已出现，对外资的过度引进冲击了拉美国家的民族商业，进而影响了其经济主权，我们应当引以为戒。

虽然，我国于 2004 年底才全面开放分销领域，但是引进外资的失控使分销领域的全面开放已经提前，外资零售集团已经完成在我国的战略部署，并形成领先优势。它们普遍看好中国市场，今后几年是其大举扩张、联合、兼并和重组的关键时期，经济发达的长三角地区将成为外资争夺最为激烈的区域。美国麦肯锡咨询公司曾经预言：未来 5 年内，中国 60%的零售市场将被 3-5 家国际巨型零售集团所控制。外资零售集团都拥有国内企业所不具备的全球统一的产销链，在许多国家自有品牌产品达到总销售额的 30-60%。假如我国的流通渠道由外国资本占主导，国内供应商不但成为被挤压利润的对象，还会沦为外商贴牌生产的加工厂。外国一家媒体曾预言：谁控制了一个国家的流通业，谁就控制了该国经济，也就拥有了该国。中国正在成为世界加工厂，中国的制造业要不受外国资本的控制，必须牢牢掌握自己的商业主权：要使国家、民族商业一方面在国内商业中占有主导地位，另一方面在国际市场中占有适当的份额。为此，要加快培育一批强大的流通集团。

## 三、江苏流通集团的发展

江苏正处于工业化发展的中后期阶段，根据工业化发展的规律，现代流通业的发展应当加快。近年来，江苏的流通集团发展较快，出现了一批在全国有知名度的流通集团，进入“2004 年全国零售百强企业”排行榜的江苏企业有 9 家；进入“2004 年全国连锁百强企业”排行榜的江苏企业有 6 家。2005 年上半年，江苏进入全国连锁销售前 30 强排行榜的企业有 4 家：苏宁电器集团（第 3 名）、苏果超市（第 6 名）、江苏五星电器公司（第 12 名）、江苏文峰大世界（第 18 名）。在激烈的市场竞争中，江苏企业的排名均比去年底提升，显示了江苏知名流通集团发展的实力。

1．江苏流通集团发展的主要经验

第一，发展连锁经营，做大企业规模。苏果从 1996 年年底开始尝试连锁经营，发展到现在已经达到 140 亿的销售规模（2004 年）；苏宁、五星均从 2000 年开始连锁经营，短短几年已经分别达到 220 多亿和近 100 亿的销售规模（2004 年）。

第二，细分市场，定位准确。苏宁、五星利用上世纪 90 年代以来我国居民消费结构升级、对家电产品消费需求剧增，而国际家电巨头还未敢涉足中国市场的黄金时期，定位于家电专业零售商，开拓市场空间，现在已跻身全国家电连锁企业前五强。苏果利用本土优势，以发展贴近百姓的社区店、便利店为主，并向广大农村地区发展，与洋超市、大卖场展开错位竞争，现已跻身全国零售企业和连锁企业前十强。

第三，政府适度扶持。现在已分别进入全国零售企业和全国连锁企业前 10 强的苏宁和苏果，在企业发展的初期，政府曾给予财政贴息等扶持，为企业的脱颖而出助了一把力。

第四，中心城市经济实力增强和现代化交通基础实施建设，为企业发展创造了条件。进入全国零售百强的江苏企业，多数生长于经济较为发达的地区和中心城市。南京市经济实力的提升和"一小时都市圈"的形成，加强了对周边的辐射能力，节假日里新街口商圈购物观光者中有五成左右来自于周边地区。

2．江苏流通集团发展中存在的主要问题]

第一，江苏流通集团整体发展的速度还不快。近年来，江苏进入全国零售百强和连锁百强的企业逐年减少，2001 年进入全国零售百强和连锁百强的江苏企业分别是 13 家和 9 家，2004 年则下降为 9 家和 6 家，这种状况与江苏的经济地位是不相称的。

第二，江苏流通集团的规模还不够大。2004 年江苏进入全国零售百强的 9 家企业的销售额占全国零售百强销售总额的 9.9%，而上海进入全国零售百强的 10 家企业的销售额却占总额的 21.5%，说明江苏企业集团的规模还不够大。据统计，2003 年江苏前



www.yangtze.org.cn

100 家贸易零售企业的零售总额为 480.94 亿元，占当年全省社会消费品零售总额的 13.5%，反映了江苏商贸零售业的规模比较小。世界发达市场的零售业集中度非常高，除上述的美国情况外，欧洲五大连锁企业的市场份额达到 70%，澳大利亚两大企业市场份额就达到 60%，因此，提高江苏流通企业的规模是流通产业现代化发展的趋势。

第三，江苏流通集团的市场份额正受到外资的严重挤压。据统计，2003 年江苏商业实际利用外资虽然只占总额的 0.12%，但是外资企业零售额占江苏的市场份额达到 4%左右；外资商业主要以连锁经营方式进入，它们在全省连锁门店中的比重为 23%，在全省连锁销售总额中的比重达到 27%；外资在苏南地区的市场份额较大，在大卖场业态已占有优势。据有关调查，目前外资大卖场在南京超市业态的市场份额已达到 36%以上，近年来外资卖场以 60%的增长速度在南京市场扩张，与此同时本土企业的市场份额在缩小，具有相同业态的苏果超市 2002 年在南京的市场份额还在 60%以上，2 年后则下降了近 10 个百分点。对消费者的抽样调查资料显示，外资卖场的竞争优势是价格低、品种多，这实质上反映了其在资金、管理、技术等方面的优势，这些恰恰是本土企业的劣势。外资商业事实上已经形成领先优势，竞争还会加剧，本土流通企业发展面临严峻挑战。

第四，江苏流通集团发展面临的主要制约因素。概述对江苏一些知名流通企业调查的情况，当前企业发展面临的主要制约因素有：一是缺乏资金和技术。企业连锁网络扩张，物流配送体系的扩大是关键，在物流业发展滞后的条件下，企业物流与信息设备及其技术升级的巨额投入成为永无止境的浩大工程，单个企业已经难以承受，物流信息系统建设滞后是企业发展的最大障碍。二是缺乏管理人才。企业规模扩张，并且要与在管理、技术等方面具有优势的外资企业竞争，需要大量商业管理人才，特别是高层次人才，但是目前这类人才匾乏，企业自己培养有困难。三是企业规模扩张中的最大困难是店址开发速度跟不上。四是连锁企业在网络扩张中不能集中统一纳税，增加了企业发展的成本。五是企业集团在跨省、市的连锁发展中，遇到了集中纳税、商号与知识产权保护、与媒体关系的协调等系列困难，往往处于孤军奋战的状况。

3．江苏流通集团进一步发展的思路

第一，加快发展连锁经营，推进江苏流通产业的现代化。江苏现有流通法人企业约 8 万家，个体经营 140 多万户，虽然有一些知名大企业集团，但是流通业整体处于小而散状况，难以适应江苏经济发展需要和应对外商竞争挑战。发展连锁经营是提高流通产业组织程度的有效途径，要以发展连锁经营引领江苏流通产业的现代化。

第二，加快发展现代物流业。连锁业做大做强的关键在于物流信息系统的支撑，现代化物流配送系统能大大降低企业成本，增强企业竞争能力。国际零售巨头沃尔玛的崛起就是靠领先运用信息技术发展物流配送系统。现代物流业的发展改变了传统经营理念，处在顶端的国际巨型零售商不再是从消费者身上获取最大的商业利润，而是从物流中获取最大赢利。显然，物流业发展滞后成为我省连锁业发展的瓶颈。发展物流业能促进社会分工发展，为众多商贸企业、特别是中小企业提供公共服务，提升江苏流通产业的竞争力。

第三，建立政府规制，引导流通业有序竞争、健康发展。流通领域进一步开放，使零售业呈现出竞争加剧的局面。今年以来南京市场硝烟四起，外资卖场以超低价倾销方式与苏果超市拼杀，进一步抢占市场份额；国内家电连锁巨头到南京扎堆开卖场，向本土企业苏宁和五星挑战。虽然竞争能提高企业的生存能力，但是竞争过度不利于企业发展。发达国家的市场开放度虽然高，但是它们仍有系列法规来约束企业竞争，例如日本设立《大店选址法》对新开零售大店进行规制，既促进行业规模协调发展，又利于环境资源的有效配置，还保护了本国零售业的发展，我们可以借鉴。在国家相关法规出台以前，地方政府应当对大型零售网点的设立实行专项审批，组织制定和实施各级城市商业规划，要防范和制裁外资卖场的服务倾销，引导流通业有序竞争、健康发展。

第四，积极扶持江苏知名流通集团进一步发展，走联合、兼并之路。针对企业发展中遇到的上述困难，政府要在资金筹集、物流信息系统建设、人才培养、店址选择、集中纳税和跨省市连锁发展的关系协调等方面，给予企业政策扶持和帮助，增强其

www.yangtze.org.cn

竞争实力，推动企业向全国规模扩张，引领江苏流通业的发展。同时，要防止垄断，鼓励经营方式灵活、服务品种多样、各具特色的中小企业发展。

**参考文献**

[1]黄国雄：《论流通产业是基础产业》，[北京]《财贸经济》2005 年第 4 期。

[2]谢朝斌：《工业化过程与现代商品流通》，[北京]东方出版社 1995 年版。

[3]张声书：《流通产业经济学》，[北京]中国物资出版社 1999 年版。

[4]晏维龙：《论现代流通方式》，《南京财经大学学报》2004 年第 1 期。

[5] 黄欧翔、黄清：《从战略产业的高度认识流通业》，〔北京〕《商贸经济》2005 年第 1 期。

[6] 高铁生、郭冬乐：《中国流通产业发展报告 2000-2003》，〔北京〕中国社会科学出版社 2004 年版。

[7]《江苏统计年鉴 2004》，〔北京〕中国统计出版社 2004 年版。

[8]www.sina 财经网。

〔责任编辑：平啸〕

www.yangtze.org.cn