# 流通革命与我国流通产业的结构变动

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2024-01-16

*一、流通革命的兴起及 历史 演进历史上每一次的技术或制度的重大变革，都会引起生产方式和消费方式的变革，这就要求处于生产和消费之间的流通也要进行相应的调整，以适应生产和消费的 发展 ，从而引发了流通领域中的一系列重大的变革。所谓的“流通革命”...*

一、流通革命的兴起及 历史 演进

历史上每一次的技术或制度的重大变革，都会引起生产方式和消费方式的变革，这就要求处于生产和消费之间的流通也要进行相应的调整，以适应生产和消费的 发展 ，从而引发了流通领域中的一系列重大的变革。所谓的“流通革命”，则是对流通领域历史性变革过程的总称。 流通革命则是零售革命的进一步延伸和拓展。“流通革命”一词最早出现于日本。20世纪60年代，超级市场及连锁经营被引入日本，引发了日本流通业的巨大震荡。日本学者林周二认为：日本的流通机构其构造特点是以小型零售商店为主，而超级市场的发展，将推动零售店铺的大型化，独立自营的中小零售商店的比重会下降。同时，日本的流通机构存在着流通渠道长而复杂的 问题 ，以大批量销售为特征的超级市场的发展，将排除作为中间环节的批发企业，缩短商品的流通渠道。这种变化被称为“流通革命”。

按照日本学术界的观点，日本共发生了两次流通革命。第一次流通革命始于20世纪60年代，主要包括超级市场和连锁经营的出现，流通技术的革新，以及由此带来的批发、零售机能的变化等。但是，由于受到交易惯例以及政府相关政策的限制，此次流通革命并未带来整个流通领域的成本降低和效率的提高。直到90年代的后半期，日本再次兴起第二次流通革命。此时，由于折扣商店等以廉价为特征的新业态的出现，导致被称之为“价格破坏”的低价倾向，给整个流通业带来巨大的压力。价格破坏使流通领域的收益下降，迫使整个流通渠道的所有环节，包括制造业、批发业、物流业等均在经营方式、组织形式以及管理技术上进行变革，从而出现“渠道全体效率化”的新局面。归纳起来，流通革命所带来的巨大变化，主要表现在以下方面：

1.零售业态的多样化。流通革命首先是零售业经营方式的革命，从而不断涌现出新的零售业态。随着零售革命的深入，在原来传统超市的基础上，又相继出现了大型综合超市、折扣店、仓储店、购物中心、以及便利店、专卖店、品类杀手等多种业态形式。

2.批发机能的复合化。批发业面对价格破坏和渠道缩短的挑战，也调整了自己的经营战略，通过开发各种新的机能，如商品配送机能、商品开发机能、信息机能、 金融 机能和零售支援机能等，开辟出新的经营领域，创造出新的服务价值。

3.物流功能的社会化。在流通革命的进程中，原来依附于商流过程的物流过程摆脱了对生产和销售的依赖，从商流中独立出来，成为承担储存保管、流通加工、运输配送、委托代理等一揽子作业的物流企业。物流业的产生使流通领域内部的社会分工进一步深化，从而大大提高了流通的效率，物流业也成为除制造业利润、商业利润之外的“第三利润源”。

4.商业组织的网络化。在计算机信息技术的支持下，连锁经营的优势得到充分的发挥，因而不仅为广大中小企业所采用，同时也是许多大型企业实行规模扩张的主要形式。连锁经营的推广，改善了流通企业的组织结构，使原来的垂直链条型的组织结构转变为扁平网络型的组织结构。组织结构的网络化大大提高流通企业的组织化、集约化程度，加速了资本和资源的集中过程，同时也为流通企业突破地域限制，实行国际化经营创造了条件。

二、我国进行流通革命的必然性与特殊性

从流通革命的历史进程来看，流通领域的深刻变革是生产、消费、经济、社会、技术的发展到一定阶段的必然结果，它反映了社会经济发展的客观要求。一般来说，导致流通革命的主要原因有：

首先，流通领域的变革是生产发展的要求。 工业 革命形成了以机械化为特征的大量生产体制，而落后的流通体制则与这种大量生产体制之间不相适应，导致生产企业靠自身力量建立流通网络，产业资本地位提高，商业资本地位下降。这种状况出现促使了流通体制的变革，以适应生产发展的要求。

其次，流通领域的变革还反映了消费发展的要求。一方面，城市化的进程使人口不断向城市集中，形成大量消费，从而推动了流通企业规模的大型化和经营的集约化，以适应大量消费的需要；另一方面，随着消费者的觉悟和消费者主权的形成，促使流通企业经营观念的转变，认识到只有走与消费者共同繁荣的道路，不断降低零售商品价格，提高服务水平，才能够生存和发展下去。

再次，流通革命也是流通企业自身发展的要求。长期以来，由于经营方式和经营手段的落后，流通企业一直沿袭了传统的手工劳动的作业方式，流通领域对劳动的大量耗费和无效劳动的大量存在，造成了经营效率的低下。随着整个社会的收入水平提高，流通企业的人员工资也在不断上升，迫使企业进行经营方式和技术的革新，以降低经营成本、提高流通效率。而 科技 的发展则为流通企业的技术创新创造了条件，在流通领域运用现代技术也就成为广大企业的必然选择。

此外，行业的相互渗透和经营多样化的形成，使得各行业的流通方式相互交流，借鉴新行业合理的流通方式来取代了传统行业不合理的流通方式。特别是随着经济的国际化的进程，一些先进的流通方式和经营管理技术随一些大型流通企业的跨国经营而传入其他国家，为其他国家流通企业提供了 学习 的榜样。当地的流通企业为应付外国企业的竞争，也不得不对自己传统的经营管理方式进行改造，以提高自己的竞争力。

我国自经济体制改革以来，国民经济一直保持高速增长，居民的生活水平不断提高，短缺经济的状况发生了根本性的转变，人们的消费也在日益趋向高度化和成熟化。同时，随着经济的发展，我国的城市化速度也大大加快， 农村 人口日益向城市集中，城市的规模在急剧增长。此外，伴随着我国的对外开放的不断扩大，与世界经济的交流与联系也在日益加深。上述种种变化导致了我国的体制转轨过程中流通主体的易位、流通组织与业态的变化、流通渠道的重组以及整个流通地位的改变，一场流通领域的深刻革命已势在必行。

事实上，流通革命已经在我国悄然兴起。早在20世纪80年代初，超级市场等各种新型零售业态就已经开始在我国出现，之后，连锁经营的方式也被引入到流通领域，从而开始了我国流通革命的进程。随着超级市场等新业态的发展，各种现代流通技术也得到日益广泛的 应用 ，整个流通领域的技术、管理水平有了很大的提高。然而，我国的流通革命只是处于初始阶段，所出现的变革主要集中在零售业，而整个流通领域还没有发生根本性转变。因此，有必要积极采取措施，以推进这一变革过程，加速流通业的发展。

应当看到，由于我国的特殊国情所决定，相比世界上其他任何国家的流通革命过程，我国流通变革带有很大的特殊性。

首先，我们的流通革命与经济体制改革相关联。尽管我国的经济体制已经由计划经济到市场经济发生了根本性的转变，但旧体制遗留下来是问题并没有完全消除，特别是国有流通企业的产权改造、机制转换等问题，仍在困扰着国有经济的发展。这些问题的存在，必然要 影响 到我国的流通领域的变革，使我国的流通革命要比世界上任何一个国家都要复杂得多。

其次，影响流通革命的各种社会因素是在短时间内迅速形成的。从经济体制改革、建立社会主义市场经济体制到对外开放、加入世界贸易组织；从电子计算机的应用、POS／MIS系统的普及，到互联网的兴起、电子商务 时代 的到来，这一切都似乎是在瞬间发生。流通业长期处于追赶变革、适应变革的大潮中，刚刚适应了形势，但环境又产生了巨大变化。因此，我国的流通革命更具有紧迫性，如果不加快改革的步伐，我们将永远落后于发达国家。

再次，我们的流通革命是发生在世界上人口最多、地域非常广阔、各地的经济水平和人文习惯又差距很大的国家。地域之间的差距，使流通革命的进程在不同地区出现很大的落差。而在这期间，许多落后的流通方式通过各种合理与不合理的理由，与先进的流通方式将长期共存，因而，我国的流通革命将经历一个漫长的过程。

最后，我们的流通革命恰恰又发生在从传统的文化到传统的体制对流通都是比较排斥或者并不十分重视的国度。在很多情况下，我们都是仅仅依靠流通企业的自身适应，任其自生自灭，并没有给予足够重视并对之进行深入的 研究 。因此，推行流通革命，首先要解决的问题是要改变人们的观念和思想认识，这就增加了流通领域变革的难度。

由此可见，我们流通革命的发生具有复杂性、紧迫性、长期性和艰巨性等特征。这就有必要在深入研究流通革命发生的机理及其在我国的表现的基础上，提出具有前瞻性的目标、途径与措施，来推动我国流通领域根本性变革的历史进程。

三、我国流通产业的结构变化与调整

（一）流通革命中的流通渠道结构

在市场 经济 并不十分发达的时期，整个 社会 的生产能力还比较有限，因此，生产出来的产品总是能够找到市场，或者，通过适当的广告诱导、采取适当的推销策略，能够使得社会总体生产能力基本上全部发挥。但是，到了市场经济高度发达的时期，整个社会的生产能力已经远远大于社会需求，在这个时候， 企业 的生产已经完全听命于市场，按照需求组织生产。按需生产，从生产与流通的关系上看，就是流通引导生产，即，流通主导结构。

流通引导生产，不可以仅仅狭隘地理解为流通企业引导生产企业，而是流通职能引导生产职能。在现实经济中，流通引导生产实际上有两种模式（见图1）：

202\_年，全球企业500强中销售收入排名第一的美国沃尔玛公司是大型流通企业带动众多中小生产企业的代表，而排名第二美国通用汽车公司又是大型生产企业带动众多分销机构的这一模式的典范。全球500强的前两位分属生产、流通为主的企业虽然有一定的巧合，但似乎这背后也有隐含了流通主导模式的确立。

在我国，由于流通行业相对与生产领域 发展 的滞后性，使得生产领域通过自建流通渠道的方式销售产品在一些大型生产企业中比较普遍。这种状况在日本、韩国的经济发展史上也曾经发生过。但是生产与流通毕竟是有分工和专业化的，因此，生产企业自建销售渠道的扩张态势不可能一直持续下去。随着新兴专业经销商的出现以及生产企业经营观念的转变， 目前 在我国已经出现生产企业逐步淡出自行销售环节的趋势。

生产企业销售 网络 的发展以及大型零售企业、连锁集团的发展，造成了生产与零售之间的直接见面，批发也处于相对萎缩状况。从批发与零售的关系来看，批零比总体在2左右，并处于波动循环状况，但近3年，批零比处于下降态势。这表明批发业的发展慢于零售业的发展，呈相对弱化的趋势。在“流通革命”这个词诞生的时候，其本来的含义就是指批发商业作用和地位的下降。面对这种情况，将部分批发企业发展为社会化配送中心，或者利用批发企业的业务网络发展批发与零售兼营的超级市场，或者利用批发企业的场地发展仓储式销售，都是批发企业可以考虑的思路。

（二）流通革命中的市场空间结构 城市化发展以及在此基础上的后城市化现象将会诱使城市市场布局和商业网点发生变化。从宏观上 分析 ，城市商业网络区位总格局是城市产业布局的重要组成部分，随着城市面积的迅速扩大，城市人口的高速增长，消费需求的多样化，居民生活节奏的加快，加之城市商业中心辐射半径的限制，使得原有单一的商业中心难以支撑城市的发展，老商业区失去其往日的风采和魅力，城市中其他具有一定区位优势的区域和边缘地区（如城乡结合部）将成为都市商业新的增长点。商业中心多极化、区域化成为必然。

（三）流通革命中的市场竞争结构

过度分散的市场竞争结构是我国流通业长期存在的 问题 。它不仅导致了流通企业难以获得规模经济效益、而且容易导致流通企业间的恶性价格竞争。

流通企业的规模经营在于组织化，其重要的方式就是实行连锁经营，而不是简单地、盲目地发展大型单体商店。美国第一大连锁商店沃尔·玛特公司已拥有连锁店2119家，配送中心700多家，其商场面积也仅是在3000～10000平方米之间。因此，就绝大多数地区而言，商贸企业的规模经营主要不是靠发展大型、特大型商店，而是通过连锁经营的方式将中心商业区、辅助商业区、居民商业区的三个层次的商店实行 科学 的分工与协调，达到组织化、规模化的效果。

连锁经营不仅局限于百货、食品等行业，而是广泛存在于各种商品和服务的销售中，药品、电器、家具、玩具以及餐饮服务等行业均有很大的市场发展空间。相比于生产企业的规模扩大主要采取单体扩大的模式（生产企业中也有在世界各地设立工厂、实行全球制造的情况），流通企业的规模扩大主要就是通过连锁经营方式。可以说，连锁经营就是流通企业发展到一定层次的必然，是流通企业的本身。

（四）流通革命中的经营业态结构

（五）流通革命中的流通技术结构 以上讨论的是流通革命中中国流通业已经或将要发生变化的主要方面。当然，随着中国经济的改革和开放的发展，流通企业的产权结构结构将会发生变化、流通企业经营的外向型特征将会加强，这些都已经为绝大多数人所认识，这里不再赘述。

【 参考 文献 】

1.纪宝成：《商品流通论——体制与运行》，中国人民大学出版社1993年版。

2.纪宝成、晏维龙：《电子商务下的商品流通》，《经济理论与经济管理》202\_年第4期。

3.晏维龙、胡荣华：《中国商贸产业发展与结构变动的趋势 研究 》，《产业经济研究》202\_年第1期。

4.〔日〕林周二：《流通革命：产品、路径及消费者》，华夏出版社202\_年版。

5.许英杰：《流通经营未来》，台北：书华出版事业有限公司1997年版。

6.徐从才：《商业产业论》，中国商业出版社1995年版。

7.徐从才：《现代商品流通：转型与发展》，人民出版社202\_年版。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！