

□ 晁钢令

新中国商业改革的回顾与展望

内容提要:新中国建立 50 年以来,商业的发展与变革使得商品流通渠道日益畅通,市场开始取代计划在大多数领域承担起对社会资源的配置功能。然而,目前的商业体制仍然存在着不少问题,应当通过建立对市场交换关系具有重要影响力的大型商业集团,扶植和建设能对全社会的交换活动产生指导性影响的中心市场以及进行从“主体管理”到“行业管理”的管理体制改革等措施来进一步加以改革,以真正能促进资源的合理配置。

关键词:商业改革 大型集团 中心市场 行为管理

作者简介:男,48 岁,上海财经大学国际工商管理学院教授。

商业是以媒介和促进商品交换为基本职能的社会行业,就其本质功能而言,主要是通过一系列的商品交换活动,实现社会资源在各个领域的合理分配,满足人们的消费需要,促进社会的健康发展。建国 50 年来,中国商业根据社会经济环境的发展和变化,经历了由高度集中的计划分配体制向多主体、多渠道、多形式的市场交换体制转变的过程。其每一步的变革都体现了商业对当时的社会经济环境的适应过程。随着中国社会经济环境的进一步发展变化,商业必将面临新的改革任务。

新中国建立 50 年以来,中国商业的发展与变革大致经历了三个主要阶段:

第一阶段是从建国初期到 70 年代末,中国的商业经历了将半殖民地、半封建的旧中国商业改造成社会主义商业,并进而发展成高度集中的计划商业体制的过程。

建国初期,新中国的商业主要通过三方面的途径得以建立。其一,是通过对官僚资本主义商业的剥夺。旧中国庞大的、处于垄断地位的官僚资本主义商业被剥夺并向社会主义商业的直接转化,构成了新中国国营商业的雄厚实力基础;其二,是通过对民族资本主义商业进行以“赎买”为特征的社会主义改造,使其逐步转化为社会主义的国营商业;其三,是通过对以农村小农经济为基础的民间商贸活动的集体化改造,形成了社会主义的合作商业。至 50 年代末,随着对私改造的基本结束和农村集体化进程的基本完成,国营和合作商业已经完全控制了中国的商品流通领域,高度集中的计划商业体制基本形成。

在长达 30 年的计划商业体制时期,商品流通是在单一封闭的系统内运行的。所有的物资和消费品,由国家按照统一的计划实行收购、调拨和销售;商品严格按照一、二、三级批发流通体系实行单渠道的流通;以国营和合作商业为代表的公有制商业成为商品流通领域的唯一主体,商品的市场价格也受到计划的严密控制。

该时期中国经济的基本特征是一种“分配型”经济，商业的主要作用是按计划将相当稀缺的社会资源（包括生产资料和消费品）均衡地分配到社会的各个方面，以维持基本的生产活动和满足基本的消费需求。“发展经济，保障供给”是当时指导商业的基本方针。“分配型”的经济特征，使商业的主要作用是按照计划对社会资源进行一层层的分配。商业在很大程度上受到生产的影响和制约，生产决定流通是一种主要的倾向。

不可否认，在当时短缺经济现象十分严重的情况下，计划商业体制对于保障社会资源的均衡分配，维持占世界 1/5 人口的中国人的基本生活需求的满足，还是功不可没的。同时，计划商业体制所形成的大规模的商品流通，也使社会流通成本大大降低，流通资源得以充分合理地运用。这一时期新中国商业建设的主要目标是通过建立集中统一的社会主义计划商业体制，达到稳定市场和稳定经济之目的。这对于刚刚从战争废墟中走出来的新中国来说，是十分必要的。

然而，高度集中的计划商业体制同商品交换和流通的市场化要求毕竟是相违背的。首先，其限制了生产者根据市场需求来发展生产的主动性和积极性，从而使生产的发展受到了制约；其次，其不可能形成必要的市场竞争环境，使市场机制无法成为促进和引导企业发展的基本动力；再次，其扼制了消费需求的发展，使需求的规模和种类长期处于一个较低的水平。因此，当进入 60—70 年代，生产能力和消费需求都已有很大提高的情况下，计划商业体制的各种弊端就明显地暴露了出来。商业的变革成为势在必行之事。

第二阶段是从 80 年代初到 90 年代初，中国商业进入了计划调节与市场调节相结合的阶段，商品流通开始形成“主体多元化，渠道多元化，形式多样化”的基本格局。

从 80 年代初开始，为了改变高度集中的计划商业体制给生产、流通和消费的发展形成制约的状况，主要采取了以下一些改革的措施：

1. 对商品的购销体制进行了大幅度的调整和改革，其主要特征是将原来由国家计划严格控制的“统购统销”、“统购包销”的商品购销体制，逐步放开，允许生产者在一定范围内将产品自行销售，允许商业部门在一定范围内对商品自由采购。中央计划管理的商品由 1978 年的 391 种，下降到 1993 年的 9 种；计划控制的生产资料由 1980 年的 837 种，减少到 1994 年的 10 种^①。市场对企业生产经营的调节力度大大增强。

2. 改变了严格按一、二、三级批发流通体系实行商品流通的单渠道流通状况，实行了多渠道的流通。一方面将原属中央管理的一级采购供应站和省属的二级采购供应站下放到地方管理，减少了商品流通环节；另一方面积极发展城市贸易中心和农产品集贸市场，实行商品的多渠道流通。至 1990 年商业部系统所属的贸易中心和批发市场共有 1424 个^②。城乡集市贸易共有 72130 个。成交量达 1973.6 亿元^③。同时，工业自行销售的比重也逐步扩大。至 80 年末，工业自销的比重已占日用工业品销售量的 80% 以上。

3. 对商业企业的管理制度实行了全面改革，建立和完善承包经营责任制，并对小型商业企业实行“改、转、租、卖”，强化了商业企业独立自主开展经营的能力。至 1990 年商业企业的承包面达 94%， “改、转、租、卖”的小型商业企业超过 90%^④。同时，个体和私营商业企业也有了迅速的发展。至 1991 年，个体和私营商业的从业人员达 34 万，占商业从业人员总数的 51%；零售总额 1844 亿元，占社会消费品零售总额的 20% 左右，成为商业的一支重要力量^⑤，商品流通领域主体多元化的格局基本形成。

这一阶段，中国商业的改革是在中国经济得到迅速发展、市场供求关系发生重大变化的背景下进行的。由于建国 30 年来，中国工业化程度大大提高，社会物资供应日益丰富，短缺

经济的状况已有很大缓和。由于消费水平的提高,消费需求多元化的趋势也开始出现。长期计划经济所造成的单一封闭的生产和商业体制使商品的供应变化跟不上消费需求的变化,供求关系在结构上的矛盾十分突出。因计划商业体制而促成的“官商”作风也使得生产者和消费者难以直接沟通,不少产品因流通渠道不畅而出现滞销和积压。所以,打破高度集中的计划商业体制所造成的单一封闭的流通体系,促使商品流通渠道得以畅通、市场需求信息得以反馈、市场供求关系得以调整便成为十分必要的事情。试图通过商业的改革,充分发挥市场调节的作用,引导生产结构的合理调整和社会经济的健康发展,是这一时期商业改革的主要动因。

第三阶段是从 90 年代初至今,中国商业真正开始由计划经济走向市场经济,由“分配型”的流通功能转化为“交换型”的流通功能,同社会主义市场经济相适应的商品流通体制开始形成。

90 年代以来,特别是邓小平同志南巡讲话和中共十四大明确提出建立社会主义市场经济体制的改革目标之后,中国的商业改革也进入到一个新的层次。

首先,商业体制进一步向市场化的方向发展。产品从生产企业进入市场的渠道进一步呈多元化的趋势,基本上可归纳为四种类型:一是生产企业自行设立销售机构,形成直接控制的、遍布全国各地的销售网络;二是生产企业通过各种类型的中间商分销其产品;三是生产企业运用各种直接销售的方式(如专卖店、邮购、电视直销以及上门推销等)将产品直接卖给消费者;四是通过各类批发交易市场开展商品交易活动。其中特别是批发交易市场的建设对于商业市场化方向的发展具有强大的推动作用。据统计,至 1997 年底,全国已有各类批发市场 10 万多个。1996 年市场交易额已占社会商品零售总额的 32.8%,年成交额超过 1 亿元的市场有近千家^⑥。国家对各类商品流通的计划控制基本上取消,市场调节供求关系的能力大大增强。

其次,商业经营主体进一步多元化,形成了多种所有制并存、共同发展的局面。至 1996 年,在批发、零售和餐饮企业中,除国有和集体企业外,个体企业达 1638.97 万户,占 88%,其他经济成分的企业达 27.62 万户,占 1.5%;1997 年的社会消费品零售总额中,个体商业占 34.84%,其他非国有和集体商业占 23.86%^⑦。商业经营主体多元化的局面已基本形成。尤其是国外商业资本也开始进入中国。至今为止,由国务院直接批准的中外合资与合作的商业企业已有 19 家,由各地地方政府批准的中外合作商业企业已有 200 多家。国内市场国际化的局面正在逐步形成。

再次,各种新型的商业业态开始出现,连锁商业得到了迅猛的发展。在我国的一些主要城市,超级市场、便利店、货仓式超市、专卖店、邮购、自动售货机等现代化的商业业态都已开始引进,上海等大城市甚至已出现了网络销售和网上商店。自 90 年代初开始发展起来的连锁商业发展得也很快。据不完全统计,至 1997 年底,全国已有连锁企业 1000 多家,拥有门店数 15000 多家,连锁企业的销售额连续三年递增 40%以上^⑧。

最后,商业企业现代企业制度的建设步伐加快。全国已有 1000 多家股份制商业企业,其中有 73 家上市公司^⑨;商业政企分离的改革得到进一步的深化,各地区的商业行政管理(厅)局基本撤消,以“控股公司—集团公司—经营公司”为框架的新型管理模式开始形成;小型商业企业逐步以股份合作、个人承包或买断以及租赁经营等方式转变为集体或私人所有。商业企业的经营机制更为灵活。

这一阶段中国的商业改革同 80 年代的商业改革有很大的不同。如果说 80 年代的商业改革是为了适应当时的市场经济形势和商品供求关系的变化,而以疏通渠道为主要目的的改革

的话,那么 90 年代新一轮的商业改革则是以建立社会主义市场经济体制为基本指导思想,根据市场经济发展的客观规律而进行的,以建立适应市场经济体制的现代化商业体制为目的的改革。前者的改革是以客观因素的推动为主;后者的改革则是以主观意志的导向为主。这一阶段的改革,从根本上改变了长期以来商业仅是作为国家用于分配社会资源的工具这一地位,而初步形成了商业作为媒介和促进商品交换的行业,通过市场机制的作用,实行社会资源合理配置的社会经济地位。

建国 50 年来,商业的发展与变革是由计划管理体制向市场交换体制转变的过程,商业的地位和作用也由计划分配的工具转变为市场交换的中介。其结果使得商品流通渠道消除了人为的阻隔,而变得十分畅通;市场机制开始对企业产生积极的引导作用;市场开始取代计划在大多数领域承担起对社会资源的配置功能。

然而商业改革的任务是否已经完成,中国目前的商业体制是否已经相当完善?应当说,仍然存在不少问题。

首先,流通领域计划经济的痕迹仍未完全消除,商业企业尚未真正以市场为导向开展经营。尽管商业体制的改革已经使以计划分配为特征的流通转化为以市场交换为特征的流通,但是由于管理体制和管理方式仍未有很大改变,所以商业企业的上级主管部门(乃至政府主管部门)对于商业企业的管理仍保留着明显的计划经济的痕迹。其主要表现为对商业企业的指标考核与行政干预。指标考核,特别是销售指标的考核,往往成为商业企业经营管理活动的重要导向。缺乏市场依据的逐年递增的销售指标,使不少商业企业的经营目标发生偏差。为完成销售指标而不惜微利乃至亏本经营,甚至出现相互转账等弄虚作假的现象,以此反映的市场供求信息当然就会出现很大偏差,这样的市场信息不可能对市场供求关系发挥有效的调节作用;从主管部门乃至政府对商业企业直接的行政干预也使企业不少经营行为实际上是逆市场规律而动的,这样就使得市场合理的交换关系难以真正确立。

其次,缺乏有影响力的市场流通主体,使市场交换行为过于分散,难以准确反映市场供求信息。10 多年的商业体制改革,改变了国营商业高度集中的单渠道流通格局,发展成为“百业经商”的多渠道流通格局。而这一改革的另一个极端就是使市场商业行为走向了高度分散。过去全国性的大型综合批发企业已不复存在,而被数以万计的小批发商取代。零售商的数额更是与日俱增,最大的商业企业的市场销售份额也不足市场销售总额的 3%,而且众多的商业企业更分属不同的行政系统所管辖。如此分散的市场交换行为很难准确反映确切的市场信息,从而也就难以起到调节市场供求关系、合理配置社会资源的作用。

再次,地域间的地方保护也使得全面的市场交换关系难以真正形成。我国目前“分灶吃饭”的财政体制在客观上使各地的区域经济处于一种相对分割与封闭的状态,这同市场经济中商品流通建立统一市场的要求是相矛盾的。目前以区域保护为特征的贸易壁垒的存在以及各地政府对于市场交易活动的种种干预,已经使得商业改革所期望形成的全面的市场交换关系变得十分困难。其不仅表现为商品难以以平等的价格水平和条件在区域间实现流通,还表现为在区域保护政策下所形成的大量“三角债”严重阻碍了市场交换活动的正常进行。因此,商业改革面临的重大问题之一就是如何打破区域间的这种贸易壁垒,建立统一的大市场,形成能全面准确地反映市场供求状况的市场交换关系。

复次,现有的商业法规及市场法规仍很不完善,特别是对于商业企业的经营管理行为往往缺乏特有的政策法规。这使得商业企业的很多特定的经营管理行为实际上很难找到适合的政

策法规来加以规范。此外,执法不严的现象导致有法不依的情况普遍存在。对市场的监管往往体现在突击的检查而不是日常的监管上,从而使市场不规范的行为屡禁不止。这些现象最终导致市场竞争环境的不公平。市场规范的不统一导致不同市场主体的交换条件不平等;市场监管的不严格导致假冒伪劣商品泛滥,严重损害了正常的经营企业及消费者的利益;市场法规的不健全使得市场主体的利益得不到应有的保护,交换行为缺乏安全感。

综上所述,我们可以看到,发展市场经济的目的是希望通过市场来实现资源的合理配置。然而市场能否真正地合理配置资源则依赖于能否建立合理的市场交换关系,即合理的商业体制。随着中国社会主义经济体制改革的进一步深入,中国的商业体制改革也将面临新的任务。

商业体制进一步改革的重要任务之一是应当建立一批真正独立自主、具有较大经营规模和市场控制能力的、跨区域(甚至是无区域归属关系)的商业企业,使之成为对市场交换关系具有重要影响力的市场交换主体。

把建设这样的商业企业作为商业体制改革的重要任务的原因在于:

1. 真正能独立自主开展经营活动,企业才能按照自己利益目标来分析市场形势,进行经营决策,从而使其交换行为能客观真实地反映和影响市场供求关系。

2. 只有一批具有相当经营规模的商业企业存在,它们的交换行为才能比较集中地代表市场的现状和发展趋势,也才能对市场供求关系的变化产生有效的影响。

3. 只有建设起跨区域(或无区域)的商业企业,才能从根本上打破因区域经济分割而形成的贸易壁垒,建立全国统一的市场环境,形成全面平等的市场交换关系,从而才能真实地反映市场的供求关系,并能对其产生有效的调节作用。

以这样的商业企业作为市场主体,才能形成合理的市场交换关系,才能通过市场的交换活动(流通活动)实现社会资源的合理配置。

商业体制进一步改革的重要任务之二是应当有目的地扶植和建设一批能对全社会的交换活动产生指导性影响的中心市场。

这些中心市场建设应当符合以下一些基本要求:1. 能够在产品进入市场的主要环节上集聚起足以对整个市场产生控制性影响的交易量。2. 能够全面及时地反映全国同类产品的市场价格信息,并以中心市场的价格引导各地区市场的价格。3. 能够对产品的质量等级差异提出客观的评价标准,并在中心市场严格执行这样的标准,使其对整个市场产生具有权威性的指导作用。4. 这样的中心市场不应当是主观意志的产物,而应当是在现有市场中,根据发展的成熟程度及各项条件的比较,因势利导,积极扶植,逐步形成。在同类产品中,中心市场不可过多,必须具有集聚性和代表性。

在目前商业体制改革的基础上,进一步建立一批有集聚力和影响力的“中心市场”,使无形市场有形化,就能更好地集中反映市场的供求变化及其他有关信息,对市场的交换主体产生有效的影响,以形成市场调节机制,促使通过市场合理配置资源的目标也能够最终实现。

商业改革的重要任务之三是应当改革商业管理体制,健全和完善市场法规,建立公平的市场竞争环境。

商业管理体制改革的主要目标是应当变“主体管理”为“行为管理”,即改变目前各商业企业分属各行政管理系统管辖、商业行为无法统一规范的现象,而形成无论哪一系统的企业的商业行为都由商业管理职能部门统一管理的方式。换言之,商业管理职能部门管理的并不是商业企业本身,而只是其所进行的商业行为。而无论哪一系统企业的商业行为都必须接受这样的统

一管理。这样的改革可以较好地处理主体归属和行为管理两方面的矛盾,既保留了主体的系统属性,又实现了行为的统一规范,从而使市场统一规范成为可能。

应当根据我国市场发展的阶段和目标,进一步建立和完善各项市场法规;应针对商业企业的特定性质,制定出有针对性的政策法规。应当看到,要发展市场经济,商业的健康发展是最为主要的,也是最有影响的,不能再有任何“轻商”的思想与观念。应当深入研究商业现象和商业规律,坚持以合理经商的各项原则为基础制定出促进市场流通健康有序发展的法规与政策,并以强有力措施保证其得到贯彻和执行。

应当坚决打破区域与部门的分割与封锁,在全国范围内建立公平的市场竞争环境,应当通过法规的形式和有效的经济调控手段促使各种保护主义和贸易壁垒最终消除。其中,加快政治体制的改革步伐,促进政企分开,也是从根本上解决区域间不平等竞争状态的重要方面。

注:

①②⑥⑧⑨《贸易参考》1999年第1期,华熙:《二十年商业改革与发展》。

③1990年《中国统计年鉴》。

④《贸易参考》1999年第7期,张采庆:《中国商业企业改革与发展辉煌的20年》。

⑤1996年《中国统计年鉴》。

⑦1998年《中国统计年鉴》。

主要参考文献:

1.《商品流通论》,纪宝成,中国人民大学出版社1993年10月。

2.《中国社会主义商业经济》,刘福园等,中国人民大学出版社1980年9月。

3.《社会主义市场经济通论》,陈雨军,人民出版社1996年6月。

4.《由主体管理走向行为管理》,晁钢令,《财贸经济》1996年第10期。

5.《从“疏通”走向“优化”》,晁钢令,《财贸经济》1998年第3期。

6.《二十年商业改革与发展》,华熙,《贸易参考》1999年第1期。

7.《中国商业企业改革与发展辉煌的20年》,张采庆,《贸易参考》1999年第7期。

(作者单位:上海财经大学国际工商管理学院;邮编:200433)

· 简讯 ·

上海财经大学召开学习《中共中央关于国有企业改革和发展若干重大问题的决定》座谈会

上海财经大学党委宣传部、科研处、学报编辑部于1999年10月14日在上海财经大学召开了学习《中共中央关于国有企业改革和发展若干重大问题的决定》专题座谈会。上海财经大学的一些专家学者和市教委宣传处、《解放日报》、《文汇报》理论部的同志参加了会议,会议就我国国有企业改革和发展的重大问题进行了深入的探讨。

(一叶)