构建现代商贸流通体制的路径

商务部研究院院长 顾学明

前沿探索

编者按 做强现代流通业这个国民经济大产业，可以对接生产和消费，促进结构优化和发展方式转变。目前我国已初步形成主体多元、方式多样、开放竞争的格局，对国民经济的基础性支撑作用和先导性引领作用日益增强。眼下，构建现代商贸流通体制，需要找准症结和难点，在某些领域、某些环节率先突破，使改革的红利充分释放，真正使流通产业成为国民经济的基础性和先导性产业。

日前国务院印发《关于推进国内贸易流通现代化建设法治化营商环境的意见》，全面部署发展现代流通、建设法治化营商环境。构建现代商贸流通体系的一个重要目的，就是要通过构建公平、公正的市场竞争环境，形成生产者能够自主经营，消费者能够自由选择，商品和要素自由流动、平等交换的现代市场体系。目前，我国商贸流通体制改革已进入攻坚阶段，需要找准症结和难点，在某些领域、某些环节率先突破，才能使改革的效益落到实处，改革的红利充分释放，真正使流通产业成为国民经济的基础性和先导性产业。

一、商贸流通体制改革的四大难点

当前，我国商贸流通体制改革存在着较多制约因素，尤其表现为四大难点：

一是经济发展阶段制约流通业发展水平。商贸流通业发展与国家和地区经济发展的规模、结构、阶段、布局、体制等密切相关，不同社会经济增长时期决定了商贸流通业中物流和人流的需求量和需求层次。我国虽然在经济总量上位居世界前列，但人均GDP位列世界100位左右，基础设施、技术水平等与发达国家还有较大差距。这些因素决定了我国商贸流通业只能处于世界中等发展水平。此外，流通主体之间关联度低，现代化、信息化、经营管理水平不高，流通业集团化、规模化程度偏低，流通组织结构松散，流通效率较低。需要根据不同的发展阶段，制定相适应的发展战略和相应的商贸流通体制。

二是发展不平衡阻碍改革措施整体推进。我国经济发展存在着较为严重的不平衡现象。发展的不平衡导致了区域之间、城乡之间的流通体系和流通产业水平出现较大差距。从区域分布来看，我国东部地区工业化与城镇化水平较高，区域内具有活跃的流通主体、完善的流通网络、发达的基础设施、现代化的业态形式，而中西部地区工业化水平相对比较低，流通主体的活跃程度、流通网络的完善程度、基础设施的发达程度、业态形式的现代化程度都相对比较低，商贸流通业也相对落后。此外，大量的流通资源集中在城市，农村流通资源则较为匮乏。经济发展的不平衡也导致商贸流通产业发展的不平衡，给实施统一的商贸流通促进政策带来难度。

三是市场化程度影响商贸流通市场体系构建。随着市场化进程的推进，我国商贸流通业体制、商品、业态、市场、渠道等都发生了巨大变化。推进商贸流通业的市场化进程，是商贸流通体制改革的题中应有之义。目前来看，我国市场化程度仍有待提高，尤其是中西部地区的市场化程度仍然偏低，导致中西部地区流通业发展的思想观念相对落后，“重生产、轻流通”的传统思想尚未完全转变，行业封锁与垄断现象较严重。推动商贸流通体制的改革，需建立在较为充分的市场化程度之上，否则，构建“大市场、大流通”的目标很难完全实现。

四是法律体系不完善削弱商贸流通体制创新能力。我国流通产业的现代化水平与发达国家相比仍有很大差距，尤其在新技术、新业态、新管理方法与商业模式等方面存在很大差距，自主创新能力有待提高。从某种意义上说，创新能力低的原因主要在于鼓励创新的法律法规体系不够完善。商贸流通业具有高度竞争性和进入门槛低的特点，我国的商贸流通业体制应向法制化、规范化方向发展，必须制定严格的法律规范，通过法律来对整个行业进行监管。

二、商贸流通体制改革的突破路径

综上所述，我国商贸流通体制改革存在的难点和阻碍因素并非短期内所能解决，盲目追求达到世界先进水平的商贸流通体制不符合实际。鉴于我国商贸流通业的内外部发展环境和现状特点，应建立符合中国特色的现代商贸流通体制。当然，改革应避免全面铺开，需把握节奏，选择好突破路径，由点及面，由局部至整体逐步推开，才能使改革落到实处，使改革的绩效获得最大限度的发挥。

其一，营商环境法治化。法律法规是商贸流通业发展的基石，有法可依才能使商贸流通业实现可持续发展。推动商贸流通体制改革，需要加快建立并完善商贸流通业的法律体系。通过规范市场竞争行为，协调各方利益关系，建立公平、公正的市场竞争秩序和法治化营商环境。一是建立促进商业竞争、防止商业垄断的法律体系；二是建立保护消费者权益的法律；三是建立规范产品营销的法律法规；四是建立市场建设的法律法规；五是出台零售、批发市场、商业网点、物流等专项法规，进一步规范其设立和管理。如涉及零售业的法律制度大体可分为：有关零售主体的法律制度、防止不正当竞争法律制度、特定商品管理法律制度、保护消费者权益的法律制度、有关商业布局的法律制度及环境管理法律制度、零售行业促进法律制度等。只有建立了全面系统的法律体系，设立相应的执法机构，并做到有法必依，加大对违法的惩治力度，方可真正构建法治化营商环境。同时，也要通过法律规范政府行为，以法律保障市场机制，以法律保障创新者权益。

其二，行业监管标准化。由于区域和城乡发展的不平衡，国家层面制定商贸流通行业的发展规划很难规范各地区和各领域的发展，而商贸流通业若缺乏有效监管，很容易出现过度竞争和无序竞争，影响行业发展质量。制定行业标准，加强对标准执行情况监管，可以有效解决上述问题，应作为商贸流通体制改革的重要突破点。当前和今后一个时期，需要进一步加大力度，形成商贸流通业发展和监管标准化的共识。以标准化促改革，应把握好4个重点，一是可考虑由国家标准制定部门和行业协会共同负责国家和行业标准的制定；二是标准制定既要兼顾行业发展特点，也要力争和国际标准体系相一致，甚至可以高于国际标准；三是加强标准的推广和信息服务；四是建议各省市设立专门机构监督行业标准的认证与执行。要树立全行业的标准化意识，通过加强行业标准体系建设，加强行业监督，提高发展质量。

此外，还要建立相关经营机制、管理机制、运行机制，扩大商贸流通企业引资力度，鼓励有实力的商贸流通企业“走出去”，创建内外贸融合发展平台，推动内外贸一体化。

三、商贸流通体制改革的政策体系

政策是商贸流通业发展壮大的重要推动力。加快建立促进商贸流通业健康发展的政策体系，也是商贸流通体制改革的重要内容。要形成促进商贸流通业有序发展、创新发展的政策体系，推动商贸流通业向市场化、现代化、国际化发展。

第一，推动商贸流通业向市场化发展。党的十八届三中全会明确提出，使市场在资源配置中起决定性作用。这也为商贸流通体制改革指明了方向。建立商贸流通业的政策促进体系，首先要将促进市场化作为重点，即加强市场体系建设，规范市场流通秩序，建立公平、公正的市场竞争环境。促进市场化的政策体系，主要包括5个方面，一是规范市场准入和退出的政策体系，要通过设立相应的标准和流程，规范企业进入和退出的相关手续，减少不必要的限制，为企业提供便捷化服务。二是建立反垄断的政策体系。三是给大、中、小企业以公平的待遇。四是促进行业协会发展的政策体系，充分发挥行业协会的管理和协调作用。要将商贸流通体制改革与推进我国市场化进程相结合，营造诚信有序的商贸流通市场环境。

第二，推动商贸流通业向现代化发展。以自动化、信息化、标准化为核心的技术创新，以电子商务引领的交易方式创新，以连锁经营为先导的流通组织创新，以配送为重点的服务创新，以绿色低碳为目标的发展模式创新，将成为未来商贸流通业现代化发展的大趋势。因此，大力发展现代流通方式，建立现代流通政策体系，也应作为商贸流通体制改革的重点。一是鼓励适应地区经济发展特色的各种商业模式创新和“互联网+流通”建设，支持流通企业信息化建设，鼓励流通企业开展电子商务，对开展网上交易的流通企业、网上交易平台的搭建予以政策支持，推动实体交易与网上交易共同发展。二是鼓励创新商业网点建设，建设特色服务网络体系，拉动服务消费。三是完善信用、支付和物流等相关服务体系，为商贸流通现代化发展构建良好的配套体系。四是建立商贸流通现代化评价指标体系，定期公布全国评价结果，对优质企业给予奖励。五是配合“一带一路”，对中西部地区商贸流通企业提高现代化水平给予支持。

第三，推动商贸流通业向国际化发展。改革开放30多年来，我国已经建立起较为全面的开放型经济体系，成为全球第一大贸易国，产业的国际化程度不断提高，但商贸流通业的国际化程度却略显滞后，因此，提高我国商贸流通业的国际化水平，将成为我国新一轮对外开放形势下，商贸流通业体制创新、成长壮大的重要途径，我国的商贸流通将向更大范围、更广领域、更高层次发展和延伸。促进商贸流通业国际化的政策体系重点包括3个方面，一是提高商贸流通业的开放度，调整引资重点，加强对国际知名商贸流通企业的引进力度，尝试建立商贸流通业引资的负面清单管理方式；二是鼓励国内商贸流通企业“走出去”，对国内大型商贸流通企业按照产业链和供应链布局拓展海外市场、建立营销网络给予相应政策支持；三是提高我国商贸流通业的国际化经营水平，政府对商贸流通业由管制为主向管理与服务并重转型，鼓励发挥行业协会的协调和促进作用，鼓励商贸流通企业提高经营、管理、服务水平，树立重视诚信、优质服务的企业文化，对达到国际标准的领军企业和示范企业给予奖励。

理论在线

加快推进服务外包产业空间布局

贾峭羽 王智洁

提要 坚持改革创新，面向全球市场，加快发展高技术、高附加值服务外包产业，对于推进结构调整具有重要意义。在这一过程中，加快推进服务外包产业空间布局，是题中应有之义

在经济发展新常态下，加快发展高技术、高附加值服务外包产业，不仅有利于推进结构调整，还有利于促进就业、形成产业升级新支撑，乃大势所趋。

一方面，在信息技术革命的推动下，服务外包是全球分工不断深化的重要内容，是全球贸易中增长最快的部分。另一方面，发展服务外包产业也顺应了中国经济新常态下产业结构升级的内在要求。中国经济进入新常态，加速发展服务业是产业升级的重要内容，不断增强服务业的国际竞争力是关键，大力发展服务外包是新常态下产业结构升级的重要方向。在经济发展新常态下，加快发展高技术、高附加值服务外包产业，乃大势所趋。

近年来，随着我国服务业的开放和发展繁荣，我国服务外包产业规模和质量快速增长。商务部近日发布的统计数据显示，今年1月至8月，我国企业签订服务外包合同金额716.5亿美元，执行金额535.8亿美元，分别同比增长6.6%和12%。从产业布局看，我国服务外包产业主要集中在21个示范城市，示范城市无论是在承接国际服务外包合同执行金额上还是在从事服务外包业务的企业数量上，都在全国占有极大比例。

值得注意的是，由于各地资源禀赋、地理位置、产业基础等不同，以及政策扶持的着力点过多向示范城市倾斜等客观因素，服务外包产业在示范城市集中度高，同质化竞争明显、东中西部地区发展不平衡等问题突出。

为更有效地发挥示范城市辐射带动作用，实现全国各地协调、协同和共同发展服务外包产业，应加快推进服务外包产业空间布局。在这一过程中，要立足服务外包产业现有基础和发展趋势，深度挖掘国内服务外包市场潜力，构建以中国服务外包示范城市为主体，结构合理、各具特色、优势互补的产业发展格局。

一是发挥长三角、珠三角、环渤海及京津冀等区域已形成的产业集聚优势，积极吸引国内外创新资源，搭建具有国际先进水平的服务外包产业平台，不断提升产业竞争力，率先达到国际先进水平，加快带动全国服务外包产业发展。这些年来，长三角、珠三角、环渤海及京津冀等区域服务外包产业发展良好。以长三角区域为例，今年前8个月，长江经济带沿线省市服务外包发展态势良好。今年1月至8月，长江经济带沿线11个省市承接离岸服务外包合同金额281.7亿美元，执行金额225亿美元，分别占全国的61.8%和63.1%，同比分别增长12.4%和13.4%，保持较好的发展态势。

二是发挥中西部地区的区位优势，进一步加强服务外包产业基础设施建设，将推动服务外包产业发展作为产业转型升级、构建内陆地区开放型经济新高地的重要突破口，有序承接东部地区和国际产业转移。数据统计显示，中西部省份服务外包合同金额快速增长。由于企业经营成本快速上涨、人才向二、三线城市回流，服务外包产业开始从东部沿海地区向中西部地区转移。今年1月至8月，我国中西部省份承接服务外包合同金额86.1亿美元，同比增长44%。这有利于进一步促进内地服务外包产业的发展。

三是发挥东北地区工业体系完整的优势，不断优化发展环境，加大市场开拓力度，为振兴东北老工业基地和资源型城市转型发展提供有力支撑。

此外，还要大力推进市场多元化，不断巩固发达市场的份额，加大开拓新兴市场的力度，特别是结合落实“一带一路”战略，重点开拓丝路沿线国家的服务外包市场，形成市场多元、重点突出、层次丰富的新格局。

目标已定，制定服务外包相关政策支撑体系是重要保障。要加大政策支持力度，统筹国内外各种资源，扩大政策实施范围，做到多种政策、灵活施策、分类指导、精准发力。

一是财税政策。加大财政支持力度，重点支持公共服务、人力资源能力建设，开拓国际市场，建立国际（离岸）交付中心和研发中心等。从区域和领域上扩大对技术先进型服务企业减按15%税率缴纳企业所得税和职工教育经费不超过工资薪金总额8%部分税前扣除的税收优惠政策实施范围。营造公平国际税务环境，实行国际服务外包增值税零税率和免税政策。

二是产业投资政策。抓紧出台《服务外包产业重点发展领域指导目录》，制定配套的暂行规定，聚集财政资金、各类基金、税收优惠、外资政策、出口信贷以及便利化等政策资源的投向。加快设立国际服务外包产业引导基金，引导金融机构和民间资本跟投。鼓励示范城市设立地方国际服务外包产业引导基金。统筹国际服务外包产业引导基金、保费补贴以及诚信体系建设等政策资源，加快建立健全服务外包投、贷、保、政新时期金融生态。

三是加强示范城市建设。国务院印发的《关于促进服务外包产业加快发展的意见》明确提出，根据服务外包产业集聚区布局，统筹考虑东、中、西部城市，将中国服务外包示范城市数量从21个有序增加到31个。建议出台相关文件，明确新时期示范城市要率先实现从单纯依靠政策引导向兼顾政策引导和营造法治化国际化营商环境有机结合转变，率先实现由“要素驱动”向“创新驱动”转变。

四是加强大数据分析。建议完善现行服务外包统计指标体系和统计制度，开展产业景气指数研究。将现有服务外包统计信息系统升级为大数据分析系统，建立健全“人力资源库”“国际项目库”“国际市场资讯库”“企业诚信库”以及政府公共服务和办公平台，夯实数据的分析和应用。

学术经纬

抓住改革机遇 释放供给活力

吴 烨

“十三五”规划建议明确提出，加大结构性改革力度。习近平总书记近日强调，着力加强供给侧结构性改革。频提“供给侧改革”，表明中央决策坚持问题导向，从生产供给端入手，打造经济发展的新动力。对企业而言，如何抓住改革机遇，释放供给活力，值得我们深入思考

近几年来，“疯抢日本马桶盖”现象，成为中国消费者并不陌生的现象。从根子上说，这是低端供给过剩与高端供给不足结构性矛盾的体现。笔者调研2500余名受访者，83.39%的人认为“客观来说，只能说国产质量有待提高”。当下，追求“功能性、情感化和精神化”价值主张的消费者购买力日增，不再满足于低质商品；企业则需采取多对多合作方式去实现企业使命、愿景和价值观。还有部分企业表示产品质量不比国外产品差，却无法获得消费者青睐，一个重要原因就是品牌价值传播缺失。在新形势下，企业唯有用互联网思维，坚持顾客导向、强化品牌与创新研究、重视价值共创共享、再造价值传播场景，才能真正抓住改革机遇，释放供给活力。

其一，需要企业坚持顾客导向。这是一个转型的时代。转型常常会意味着价值体系、行为模式和话语方式发生转换甚至颠覆。信息技术的普及使得消费者面临越来越多的信息选择空间，厂商不能单一强调对顾客的控制，而更应强调顾客导向。供给侧改革破题在于重视消费者。实证研究发现，当企业向消费者赋权，消费者认为企业的产品能满足顾客的基本需要、认可企业服务、认为企业重视构建与消费者的关系、企业愿意与消费者产生互动，并且消费者能从与企业的交易活动中获得价值增值的时候，消费者会强化对企业的认同感，展现重复购买、积极招募新顾客、有效抵制负面信息等行为。坚持顾客导向、重视消费者，这是转型时代企业的应对之策，也是其应有的担当。

其二，需要强化品牌价值和创新研究。微笑曲线展示了营销（品牌）和创新（研发）是企业掌握竞争优势的核心。品牌是企业软实力的体现，财务绩效、消费者行为和品牌强度则是品牌价值提升的重要维度；创新是经济社会进步的重大推力，“大众创业、万众创新”氛围、高质量的研发机构、充足的科研投入、知识产权保护等外生性保障必不可少，“创意激发、全要素贡献率增加”等内生性增长更为可贵。

其三，需要重视价值共创共享。营销最简洁的解读就是“满足别人并获得利润”，是一个价值创造、传播和交付的过程。传统“客户满意”概念被动式阐述供应者应该重视客户、适应客户和评价客户的行为。而客户价值创造理论将企业行为的方向、过程和控制集为一体，从客户研究、企业能力和竞争环境的基础出发，描述了企业行为的作用范围，为企业提供了一个描述、分析、选择决策和控制的整体思想体系，认为企业客户价值创造的能力就是企业的核心竞争能力，更为重视价值的共创共享。

其四，需要关注价值传播场景再造。“互联网+”代表以互联网平台为基础，利用信息科学技术的跨行业融合，推动产业转型升级，不断创造出新产品、新业务与新模式的经济发展新形态，包括移动互联网、云计算、大数据、物联网等在经济、社会生活各部门的扩散应用过程。日益丰富的物品供给提供了更多的价值创造与价值选择，如何构建连接一切的价值传播通路，需要企业关注消费场景再造。

DT时代的企业场景再造需要掘金大数据，科技发展与社交网络普及，使得顾客行为参与、情感参与和认知参与的数据成为管理战略和商业模式优化的重要依据。如何通过快速迭代打造最小可行化产品，如何优化消费者的感知体验、如何提高消费者的参与感、如何提升消费者的转化率，如何提升顾客满意度和忠诚度，如何满足亚文化群体的偏好，乃至如何强化品牌社群对碎片化消费场景的动力机制，这些不只是有益于提升品牌黏性和财务绩效，而且还是产品更新换代、产业结构升级的前驱要素，更是供给侧改革落地的重要抓手。场景复兴、万物互联。产品功能与连接，为“互联网+”时代的宏微观主体提供无限想象空间。

（作者单位：上海海关学院）

本版编辑 欧阳优