商务部发布《中国零售行业发展报告(2016/2017 年)》

上半年 2300 家典型零售企业销售额同比增长 4.1%，盈利能力增强——借力线上 实体零售结构性回暖

目前零售业发展呈现良好势头，实体业态普遍好转，企业创新转型持续深入。今年，零售企业线上线下全方位深入融合、社交化场景化多元消费场景、多业态协同提供一站式聚合服务、供应链体系智能高效等特征将日益明显。

商务部 3 日发布今年上半年零售业发展情况，数据显示，今年以来，我国零售业发展呈现良好势头，销售增速加快，经营效益提升，实体业态普遍好转，企业创新转型持续深入。商务部同日发布的《中国零售行业发展报告（2016/2017 年）》显示，截至 2016 年底，我国零售业经营单位共有 1811.91 万个，同比增长 5.2%，2016 年下半年以来，大型零售企业销售情况明显好转，实体零售出现结构性回暖迹象。

商务部流通业发展司负责人表示，今年上半年我国零售业发展呈现以下特点：行业销售增长提速。2300 家典型零售企业销售额同比增长 4.1%。企业盈利能力增强。零售企业营业利润和利润总额同比分别增长 7.6%和 6.6%，较去年同期分别提高 7.8 个和 14.3 个百分点，回暖态势凸显。实体业态普遍好转。专卖店、专业店、超市、大型超市、百货店销售额同比分别增长 8.8%、5.7%、3.6%、3.4%、1.2%。企业开店意愿增强。零售企业积极制订开店计划，同时兼顾老店改造，大力推行“实体 + 互联网”融合发展模式。

该负责人表示，今年上半年我国零售企业创新转型主要聚焦 3 个方面：一是线上线下深度融合成常态。实体零售与网络电商逐步从独立、对抗向融合协作、优势互补、实现共赢的发展方向；二是多业态跨界发展成主流。零售企业围绕多样化、个性化的消费需求朝多业态、多领域聚合式、协同化方向转型；三是信息化技术驱动占主导。大数据、物联网、人脸识别、移动支付等信息技术日趋成熟，为企业创新升级提供技术支撑。

《中国零售行业发展报告（2016/2017 年）》显示，我国 2016 年全年商品零售额近 29.7 万亿元，同比增长 10.4%，整体债务水平略有下降，企业利润规模小幅上涨，行业劳动效率小幅提高。《报告》表明，零售行业变革发展仍然面临一系列挑战，商业网点发展不均衡、结构性过剩、配套设施不完善等问题依然存在，零售企业物流成本、租金成本、人工成本上涨压力较大，数据驱动经营决策的发展格局尚未形成，零售市场公平秩序有待进一步优化。

《报告》指出，今年我国宏观经济形势明显好转，互联网、大数据、云计算等信息技术应用更加普遍，居民消费需求深刻变化，催生零售行业新供给新模式。今年，零售企业线上线下全方位深入融合、社交化场景化多元消费场景、多业态协同提供一站式聚合服务、供应链体系智能高效等特征将日益明显。

（摘自《经济日报》）

国外农产品流通模式对我国农产品流通的启示

我国农产品流通市场主要特点

一、批发市场是农产品流通主阵地

我国农产品批发市场主要有以下两个个突出特点：一是农产品批发市场掌握了绝对的定价权。如 20 世纪 90 年代初期成立的郑州粮食批发市场，是河南省政府主导创办的全国性粮食交易市场，该市场对全国粮食价格具有绝对的影响力。二是农产品批发市场成为宏观调控手段。中央及各地政府根据农产品批发市场价格、供求关系变化，通过调节库存来稳定市场，促进国民经济健康有序发展。

二、集贸市场是农产品流通的重要渠道之一

目前，我国农产品集贸市场发展水平相对较低，存在诸多不完善之处，但依然是当前我国农产品主要流通渠道。随着市场经济发展水平不断提高，城乡居民收入水平快速增长，社会农产品需求不断扩大，这种传统农产品流通服务模式已无法满足当前社会发展需要。

三、当前我国农产品市场流通主体呈多元化趋势

当前，国内农产品市场流通主体主要有以下几种：农产品贸易公司、物流服务中心、大型超市、连锁零售企业、市场经纪人、销售中介、中介机构和行业协会、农产品加工企业等。

四、农产品流通主要是大宗原产品，初级加工品次之

有学者研究发现，欧美等国家农产品加工率达到了 90%，而我国只有 30%；发达国家农产品深加工率达到了 80%，而我国只有 20%；发达国家食品加工工业十分先进，加工过的食品占全社会总食品的 80%，而我国只有 30%；当前，我国农产品流通主要以大宗原产品为主，初级和深加工产品占比较低。

五、农产品市场流通主要以现货交易、原始集散为主

当前，我国农产品流通主要以现货交易为主，根据“产地收购 – 产地市场集散 – 销地市场集散 – 城乡商贩零售”的路径进行，这是一种比较初级的农产品流通模式。目前，农产品物流模式、交易模式还处于初级发展阶段。

国外农产品流通主要模式

一、东亚模式

日本农产品批发市场主要有两种类型：一种是全国性、区域性的批发市场，主要分布在都道府城市地区，主要运营主体是社会公共组织，需要经农业省批准授权；另一种是地方性批发市场，主要分布在中小城市，企业或者社会团体都可以申请开办，但要取得本地政府部门的授权书。其批发市场突出特点是拍卖制，大多数新鲜农产品都是通过拍卖的方式出售，只有少数品种是特别定制交易。

需要指出的是，一是日本农产品流通充分发挥了农协的作用。日本全国各地都成立了农业协会，农协将分散的农户团结起来，有效地增强了单个农户抵御市场风险的能力。农协不仅提供物流资源配置服务，同时还为农户提供农产品市场信息，确保农业生产有条不紊组织开展。二是日本政府十分重视对农产品批发市场的扶持和发展。1923 年日本就颁布了《中央批发市场法》；1971 年日本政府颁布了《批发市场法》，之后又发布了多个相关法律，对农产品批发市场的规划、开发、建设和发展做出了系统安排。

东亚模式主要有以下几个特点：一是批发市场占主导地位，并有针对性地完善市场机制和功能。农产品批发市场具有集散、物流、仓储、咨询、定价以及调控等多种功能。二是流通过程环节较多，运营成本高。中间涉及多个参与主体，农产品往往要经过两道以上批发渠道才能够流通到批发商手中，大多数农产品流通要经过多个批发市场。三是法律化、标准化和规范化水平较高。虽然流通过程繁冗，但是通过采用规范化、标准化流通交易程序，可以保证农产品定价准确反映市场供求关系。

二、西欧模式

西欧模式主要有以下几个突出特点：一是农产品批发市场中，主要采用了拍卖交易模式。通过拍卖，可以保证农产品价格真实反映市场供求关系，提高农产品交易效率，促进市场竞争公平公正；二是农业合作社在农产品流通过程中发挥了重要作用。在西欧模式下，农业合作社是农产品流通体系的重要参与主体，农业合作社为农户提供技术培训、市场信息、交易保证等多种服务，有效保障了广大农户利益。三是建立了集生产、加工、包装、仓储、物流、销售一体化的农产品产业体系，为广大农民提供一站式农产品服务。四是建立完善的农产品标准化体系。标准化是现代农业发展标志。高效农产品流通体系的建立，不仅促进了农产品交易规模扩大，也进一步刺激了农业现代化、产业化发展。各国针对农产品标准化制定了完善的法律，对农产品规格、数量、质量等做出了明确规定，任何人违反标准都会遭受法律制裁。

三、北美模式

由于大型超市和连锁店十分发达，美国农产品批发市场交易额占比较低。但是，大多数鲜活农产品都是通过批发市场进入流通领域。美国农产品批发市场根据功能可以分为两类市场，即产地批发市场和终点市场。农协在农产品流通体系中的地位十分重要，它们主要负责协调政府与生产者之间的关系，以保证农产品流通体系内部信息畅通，同时提供专业、及时的信息咨询服务。批发商规模化是美国农产品批发市场的重要特点。

北美模式主要有以下几个特点：一是农产品流通体系中，主要经营主体是大型超市、零售连锁企业。二是农产品批发市场集中性较高，批发商与零售商交易量占比较高。三是农产品销售目的地主要以大城市为主，有效地满足了人口密集区的农产品需求。四是流通周期短、效率高。美国 78%的农产品是通过物流体系来配送的，从产地到批发商，再到零售商和消费者，中间流程达到最短状态。

国外农产品流通模式经验借鉴

一、健全和完善农产品物流法律政策体系

要制定有利于农产品物流发展的法律政策，缩短中间物流环节，压缩经营成本。通过制定和实行税收、投资优惠政策，鼓励大型农业企业成立农产品流通服务中心，优化配置农产品物流资源，协调各地区农业物流合作关系，建立全国一体化、高度协同的物流体系。

二、加快促进农产品批发市场规范化建设

学习发达国家先进经验和做法，加快农产品批发市场建设，不断提高市场效率和规范化水平；推动传统农产品批发市场改造升级，更新基础配套设施，提高信息化和网络化水平；做好法制建设，为农产品批发市场建设提供法律支持；不断完善农产品批发市场功能，提高流通效率和服务质量。大力引进国外先进物流服务技术，例如冷链物流技术、远距离保鲜技术等，不断提升农产品物流服务水平。

三、大力培育和扶持农产品流通中介组织

大力扶持和培育农产品流通中介组织发展，鼓励农业协会、交易经纪、信息咨询等在农产品市场上发挥更大的作用。

四、加快农产品标准化建设并强化质量监督

建立完善的、现代化的农产品标准体系，在质量检测、绿色认证、安全管理等方面建立统一的标准，加强农产品监督体系建设，不断提高农产品质量。建立绿色农产品检测标准，提高农产品市场准入门槛。

五、鼓励和培育销地农产品市场

要大力支持和培育销地农产品市场建设，在城市地区建立农产品集散市场，进一步提高农产品流通和交易效率，缩短物流中间环节，提高市场效率。培育多元化农产品物流服务主体，发挥不同农业合作组织和协会的作用，建立起“农户 + 配送中心 + 超市”现代物流服务体系；借鉴和学习欧美等国家农业协会经验，在农业与市场之间建立紧密的沟通机制，不断提高农产品市场化水平。

六、创新和丰富农产品交易模式

一是发挥农业企业产业协同效应，建立起一体化农产品物流产业链，通过发挥大型农业企业枢纽作用，将市场、生产基地和广大农户有机联合在一起，将更多的新型农产品推向市场；二是加快销售“超市化”发展，不断提升农产品市场竞争力，扩大社会消费规模，提高农业生产决策科学性和准确性，避免农业生产盲目化和随意化，有效增强农户抵御市场风险能力。三是配送“集中化”。以物流配送中心为基础，将上下游产业链连接起来，不断增强农产品物流体系竞争力。大力发展农产品电子商务，引入期货交易、拍卖制等现代交易模式，进一步改造和优化农产品流通服务机制。

七、完善现代农产品物流配送体系

目前，我国专业大型农产品超市和连锁机构的农产品物流配送中心较少。农产品物流配送中心是农产品流通体系重要组成部分，也是提高农产品物流配送服务质量的重要途径。要促进我国农产品物流体系健康发展，当前要在促进大型农产品批发市场发展的同时，大力引进检测、仓储、信息等先进技术，培育大型、先进物流配送中心。

（摘编自《商业经济研究》2017 年第 5期）