



QK1701094



2017年第8期
(总第723期)

商业经济研究

JOURNAL OF COMMERCIAL ECONOMICS

05 本刊特稿

内贸流通区域协调发展趋势及路径选择

08 商经理论

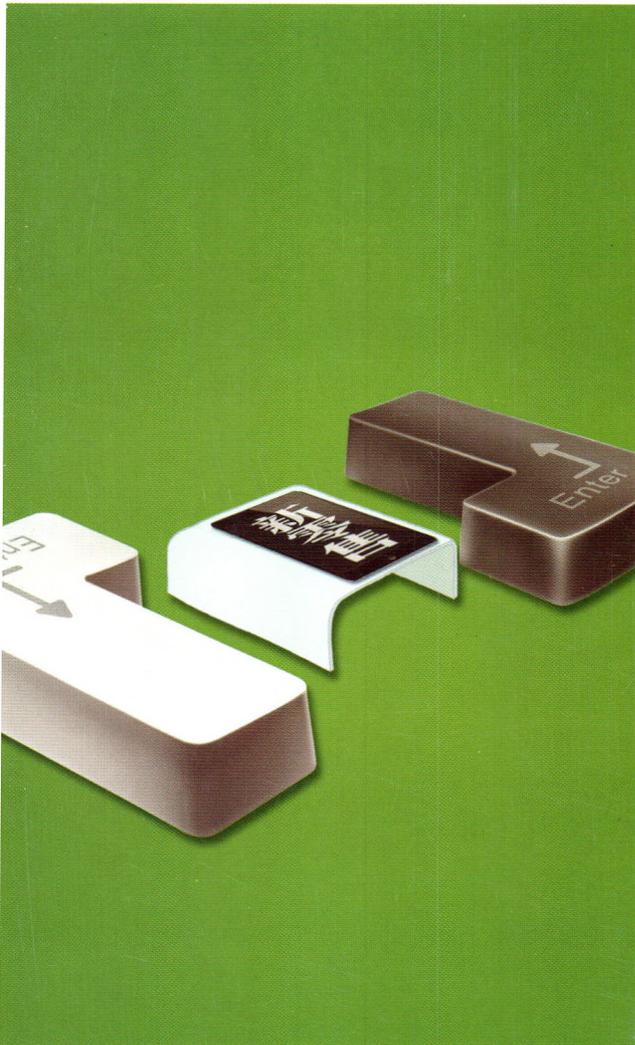
基于开放数据的社区商业布局研究

52 电子商务

“新零售”与电商未来趋势

111 宏观经济

商贸流通业效率与经济增长关系的区域差异分析



2017年4月25日

ISSN 2095-9397



CONTENTS

Coordinated development trend and path selection of domestic circulation	Lu Hongyan,liang Wei,Kong Weisheng	5
Effects of the will of B2C e-commerce platform consumers continue to use.....	Weng Aixiang,Wang Huaibao	23
Analysis of the influence of service marketing mix on brand equity	Liang Ruixian	39
The research of enterprise value chain based on the international electronic commerce environment.....	Wang Wei	59
China' s modern retail electricity supplier business model development and innovation strategy research.....	Zhao Jing	84
Multi level research on the optimization of China' s macro economic model	He Moli	
The rural circulation modernization development analysis.....	Ma Dong	132
Study mode characteristics of the electricity supplier sales of agricultural products in China internet era.....	Chen Jing	156
Import competition and Chinese firms' markups: Evidence from Chinese manufactures.....	Huang Yu	187
Structural changes in the service industry and economic growth		
Based on grey correlation analysis.....	Yu Haijing,Xia He,Shen Bin	208
Research on the Self-Regulations among Business Clans during the period		
of Ming and Qing Dynasty of China.....	Wang Rui	215

52 电子商务

“新零售”与电商未来趋势

随着以信息技术浪潮为主要内容的新科技的发展,计算机浪潮、互联网浪潮、“三网融合”浪潮、大数据、云计算、区块链、人工智能等新技术不断出现,促进了新业态、新交易方式的创新与发展

本刊特稿

05 内贸流通区域协调发展趋势及路径选择

路红艳 等

商经理论

08 基于开放数据的社区商业布局研究

耿冰 等

11 从流通理论核心概念谈我国流通经济学体系构建

吴丽华 等

14 虚实结合下时空结构对流通渠道的支撑作用分析

史豪慧

17 我国商贸流通业高端服务价值链实现研究

蒋倩

实证研究

20 中国货币政策的效应:基于伯南克-米霍夫半结构向量自回归模型的实证分析

张茜 等

消费市场

23 B2C 电子商务平台消费者持续使用意愿影响研究

翁爱祥 等

26 都匀毛尖茶文化旅游消费群体调查刍议

张晓琳 等

28 消费者与家庭经济研究的新进展

——亚洲消费者与家庭经济第11届国际学术会议部分观点简介

刘仪凤 等

连锁经营

30 演化博弈视角下“农超对接”供应链的协调机制分析

张晓燕

品牌营销

33 基于产品创新视角的老化品牌激活研究

付二晴

36 跨境电商的品牌竞争力与顾客满意度关系探讨

潘秋瑜

39 服务营销组合对品牌资产的影响分析

梁瑞仙

42 我国多渠道零售商的O2O营销战略实证研究

仲晓密

45 基于微平台的经济型连锁酒店社交网络营销策略探讨

刘艳娟

47 营销效率视角下关系型营销渠道模式分析

莫凡

50 我国企业整合营销模式相关问题刍议

蒋玉霞

电子商务

52 “新零售”与电商未来趋势

洪涛

56 第三方支付在拓展跨境电子商务中面临的困境及破解思路

崔彩周

59 基于国际电子商务环境下的企业价值链研究

王伟

61 电子商务平台集聚效应对企业发展路径的影响

——基于价值链理论

邓伟

63 电子商务环境下便利店O2O模式体系构建

于冰

66 专业市场电商模式转型升级研究

曾海珠

69 电子商务交易成本对数字商品的市场供求与定价策略影响

王红娟

学术顾问

- 丁俊发 中国物流与采购联合会首席顾问
 万典武 中国商业政策研究会副会长、研究员
 马龙龙 中国人民大学教授、博导
 任兴洲 国务院发展研究中心市场经济研究所所长、研究员
 刘海飞 中国商业经济学会副会长、高级经济师
 沈丹阳 商务部研究室主任、研究员
 陈文玲 中国国际经济交流中心总经济师、博导
 柳思维 湖南商学院经济与贸易发展研究院院长、教授
 段若鹏 中共中央党校研究生院教授
 荆林波 中国社科院社会科学评价中心主任、研究员
 高铁生 中国市场学会理事长、博导
 辜胜阻 民建中央副主席、教授、博导
 谢志华 北京工商大学副校长、教授

专家评委

- 王先庆 广东财经大学流通经济研究所所长、教授
 王成荣 北京财贸职业学院院长、教授
 李军林 中国人民大学书报资料中心副主任、教授
 李骏阳 上海大学经济学院副院长、教授
 吴小丁 吉林大学商学院教授
 宋则 中国社会科学院财经战略研究院研究员
 郑勇军 浙江工商大学现代商贸研究中心主任、教授
 赵萍 中国国际贸易促进委员会研究院国际贸易研究部主任、研究员
 洪涛 北京工商大学教授
 徐印州 广东财经大学原副校长、教授

(按姓氏笔划为序)

现代物流

- 71 商贸物流与电子商务融合发展水平测度模型研究
73 城市共同配送模式与收益分配研究综述
76 安徽省区域物流空间布局及演化特征分析
79 纯电动物流车规模商业化机遇、挑战及策略

刘军
李美燕等
何章磊
刘慧等

企业管理

- 81 经济全球化视角下我国零售企业发展思考
84 我国现代电商零售企业的商业模式发展与革新策略
87 网络能力的竞争优势：基于经济租金的视角
91 要素分析视角下企业海外并购文化创新机制优化
94 减税对小微出口企业增长刺激作用的实证分析

刘媛
赵菁
杨荣
程达军
芦婷

制度建设

- 96 基于信息能力视角的大学生手机使用负面影响探讨

陆增辉等

创新工场

- 100 零售 O2O 的创新发展研究
——以苏宁云商为案例
103 基于“延长”流通时间的我国流通组织创新模式构建
106 共享经济视角下众创空间商业模式分析
108 企业持续创新发展研究：从熊彼特到德鲁克的转变

张艳
刘子卉
徐进
董姝妍等

宏观经济

- 111 商贸流通业效率与经济增长关系的区域差异分析
114 中国宏观经济模式优化的多层次研究
117 投资驱动增长与经济产能过剩的内在逻辑关联探讨
119 经济增长水平与城市化水平的动态效应分析
122 新时期国家级新区的战略定位与极化机制
125 经济新常态下新型城镇化质量的影响因素与政策建议

俞超等
贺茉莉
刘梁炜
杨海平
曹云
李小帆等

国际经贸

- 127 对外贸易增长与跨境电子商务的联动性探讨
130 人民币国际化视域下我国国际贸易战略选择研究

张翠娟
曹萍等

农村市场

- 132 农村商贸流通业现代化发展分析
135 新常态下电子商务对农村商贸流通业结构的影响
138 我国农产品流通机制变革方向及政策调整模式
141 农民合作组织在农产品流通领域的效应及发展路径选择

马东
牛艳艳
安鑫丽
张英明

本刊稿约

《商业经济研究》创刊于1982年，是原国家商业部创办的国家一级商业经济类学术期刊，是我国商贸流通领域的重要学术阵地。期刊创办30余年，为传播商业前沿理论、促进流通创新发展、推动商贸流通变革发挥了重要作用，在业内和学界具有重要影响力。2000-2014年曾更名为《商业时代》。本刊长期入选“《中文核心期刊要目总览》贸易经济类核心期刊”、RCCSE中国核心学术期刊，中国人民大学书报资料中心“复印报刊资料”分类转载量排名前茅期刊。现为半月刊。

一、本刊栏目设置

主要栏目有：本刊特稿、商经理论、实证研究、消费市场、连锁经营、品牌营销、电子商务、现代物流、企业管理、制度建设、比较研究、创新工场、商业地产、宏观经济、国际经贸、农村市场、财经视线、产业观察、区域经济、商业文化、调研报告。

二、来稿要求

1. 来稿一般以5000-10000字为宜，附有关键词，同时附有英文题目。应有200-300字的中文摘要，一般包括文章的研究方法、主要观点和研究意义，鼓励引用本刊文献。

2. 来稿请署真实姓名、工作单位、通信地址、联系电话、电子邮箱，同时附有作者简介。

3. 文章如有基金项目资助，请在来稿中注明，如有多个基金项目，中间用分号间隔。

三、投稿须知

1. 投稿时发送电子版至本刊投稿邮箱：syjjyj@vip.163.com，邮件主题标明作者姓名和文章题目，电子版文章采用WORD2003或WORD2007格式，中文简化字体。

2. 本刊审稿期为一个月，凡被拟定录用的稿件，本刊将以电子邮件的形式通知作者，逾期未接到通知即文章未通过审核，作者可自行处理稿件。

3. 本刊不接受一稿多投，来稿务必是未曾公开发表的论文，切勿重复投稿，请尽量不要采用信件投稿。

4. 作者向本刊投稿，即自动视为同意授权本刊及本刊合作媒体进行信息网络传播及发行。同时编辑有权对文章题目、内容进行删改。

5. 本刊曾查获，有人在网上假冒我刊名义，私自向作者征稿和收费，在此提醒广大作者，本刊从未委托或授权任何机构与个人代为征稿，谨防上当受骗。

- 144 农产品绿色供应链的新型流通模式构建 杨燕芬
- 147 农产品供应链整合研究
——基于农户利益视角 杨景鹏
- 150 农产品 O2O 模式基本框架构建及其运行机制 王纪录
- 153 生鲜农产品电子商务发展对策分析
——兼谈冷链物流的发展 张慧
- 156 互联网时代我国特色农产品销售的电商模式研究 陈静
- 159 我国农业经营主体变迁的逻辑与路径 王倩

财经视线

- 161 我国商贸流通产业发展的金融支持研究 游丽
- 163 产业结构调整对货币流通速度影响实证分析 崔晓琳
- 166 国际大宗商品期货价格波动、物价水平与货币政策的影响 吕志平
- 169 P2P 网贷融资的运营机制及其有效性特征 黄美坚等
- 172 我国小型微型企业融资风险结构实证分析
——结合 logistic 模型展开 李惠青等
- 175 众筹模式下我国中小企业融资问题探讨 韩凯
- 177 面向小微企业的互联网金融模式创新研究 张东博
- 179 创业板上市公司盈余质量
——基于板块差异和时间序列的动态式比较 纪茂利等

产业观察

- 181 流通产业集群形成及发展阶段研究 马江浩
- 184 中国制造业行业供给侧改革对产品结构的影响分析 边菲斐
- 187 进口竞争与中国企业加成率：来自中国制造业的证据 黄羽
- 189 供给侧改革下高新技术产业发展影响因素研究 李静等
- 192 新常态下旅游经济发展及其特征分析 罗春科
- 195 我国动漫产业盈利模式探讨及提升路径
——基于产业链视角 孙晓阳等

区域经济

- 198 长江经济带商贸流通业区域差异实证研究 徐丽等
- 202 长江经济带商贸流通效率发展现状评价 杨洋等
- 205 黑龙江省农产品流通新格局构建 武志勇等
- 208 海南省服务业结构变动与经济增长：基于灰色关联分析 于海静等
- 212 “一带一路”战略背景下江苏开放型经济发展研究 赵静敏等

商业文化

- 215 论中国商帮文化中的自律规则 王瑞

- 《中文核心期刊要目总览》贸易经济类核心期刊
- 《中国人文社会科学期刊评价报告 (AMI)》引文数据库收录期刊
- RCCSE 中国核心学术期刊
- 《中国学术期刊网络出版总库》收录期刊
- 《中国知识资源总库·社会科学期刊精品库》收录期刊
- “万方数据—数字化期刊群”全文上网期刊
- 《中文核心期刊 (遴选) 数据库》收录期刊
- 《中文科技期刊数据库》收录期刊
- 全国社科类核心期刊
- 中国人民大学书报资料中心“复印报刊资料”分类转载量排名前茅期刊
- 新华畅销图书经济类重点期刊
- 中文期刊网络阅读亚欧美排行前 100 名期刊

主管单位 中国商业联合会
主办单位 中国商业经济学会
出版单位 《商业经济研究》杂志社

社 长 刘建湖
总 编 辑 王永平
副 社 长 焦金平
总编助理 李晓红
责任编辑 贾辰豪 沈 昱 杨改霞
理论编辑 贾辰豪 沈 昱 刘建华 贾艳琳 杨改霞
余建斌 余 雨
制作总监 田华岗
封面设计 陈卓夫
排版制作 熊顺林 刘佳洋
审 读 田 忠
网络主管 王 光
发行主管 毛连燕
社 址 北京市石景山路 3 号玉泉大厦 809 室
邮政编码 100049
总 编 室 (010) 88258009
编 辑 部 (010) 88258665
办 公 室 (010) 88258676
发 行 部 (010) 88259846
网 址 www.j-ce.com.cn
在线投稿 syjyj@vip.163.com
国内连续出版物号 CN10-1286/F
国际标准刊号 ISSN 2095-9397
广告许可证 京石工商广字第 0030 号
国内发行 北京报刊发行局 邮发代号：2-207
国外发行 中国出版对外贸易总公司 发行代号：DK11066
出版日期 每月 25 日出版
创刊日期 1982 年创刊，曾更名《商业时代》
国内零售价 ¥20 元
印 刷 北京墨阁印刷有限公司

封二：2017 年中国商业十大热点展望之八

封底：2017 年中国商业十大热点展望之九

2017年中国商业十大热点展望之九

——资本渗透整合加速，本土企业“走出去”开启海外并购新篇章

一、资本融合加速，行业集中度进一步加强

2016年10月初，沃尔玛宣布增持京东股份至10.8%，随后又以5千万美元战略投资京东旗下O2O平台新达达；此前6月份京东刚刚用15亿美元接盘被沃尔玛收购的1号店。8月份，腾讯大幅增持京东，持股比例上升至21.25%，成为京东第一大股东。另一联盟阿里与苏宁自2015年大手笔交叉持股以来，2016年6月淘宝282.33亿元认购成为苏宁云商第二大股东；11月，天猫超市生鲜独家运营商果生鲜完成2亿美元融资；9月蚂蚁金服与春华资本共同向百胜中国投资4.6亿美元，且与百胜中国业务拆分同步进行。商业领域并购，万达集团仍然稳坐头把交椅，2016年4月、7月和10月份均有并购大手笔亮相，加之近几年在影视、体育、电商、旅游等领域的连续性收购动作，万达的商业触角已由地产深入到服务业各领域。以并购、参股、入资等形式为主的资本运作，成为各大企业扩张商业版图、增强自身竞争力和抗风险能力的捷径和首选。

专家认为，当前国内消费正处在转型期，市场整体增速放缓，一方面企业成本、业绩压力仍在提升，而新的利润空间却日渐狭窄，另一方面相对宽松的货币政策使得优秀企业更容易获得资金，而经营一般的企业未来压力更加明显。此时整合和被整合都成为双方水到渠成的共同选择：有能力获得资金的企业借此整合市场，没有足够资金的企业则通过重组的货币环境获得退出通道。

对阿里、万达、华润、京东等巨头来说，在其全产业链布局中，用资本方式并购收编上下游企业是其多年的战略部署，又有政策、市场、环境等方面的共同推动，多重因素使得强者愈强、市场集中度进一步提升。对于区域龙头，无论是在行业内进行资本渗透、择机收购，还是跨界开拓新消费领域，做深做强区域市场、提高品牌的区域渗透力成为企业的共同目标，未来这些企业对各自深耕区域内的整合优化也将持续。

对于线上线下的资本融合，专家们指出，电商与实

体经过几年对抗、竞争后进入融合期，在新零售、大商业的概念下，线上线下界限愈发模糊，彼此渗透、合作共赢成为双方的不二选择。而通过资本血液联姻的双方比起单纯业务合作更能开启线上线下优势互补新时代。

2017年，随着新消费时代到来和经济结构转型，内贸同业资本间的并购仍将延续，线上线下资本融合热度持续增加，商业零售领域向上下游、横向产业链的渗透扩张将更多。

二、“走出去”外面更精彩，商业企业海外并购掀起新高潮

2016年中国企业、海外企业并购掀起新热潮。收购主体多元化，涉及行业和区域多样化。与往年更多关注矿产、能源领域不同，目前中国企业海外投资方向正转向制造业、消费品等行业。

商业服务领域，本土企业出海收购涉及到体育、酒店、影视、服装、百货、品牌、养老等多个领域，走出去的资本无论是从财务投资、业务拓展，还是企业升级、全球战略布局角度考量，中国企业走向国际市场的心态更加开放、视野也更为高远。

专家分析，国内优质资产竞争激烈、回报率下行推动了海外投资；同时无论是国内还是全球旅游服务业正在成为经济增长的生力军，其增速是全球经济增速的2倍，吸引企业在此领域布局；对于本身就有旅游、酒店业务的中国商业企业来说，收购具有成熟运营经验的国际品牌和管理团队更有助于自身的提升和发展。

伴随近几年国内市场的并购重组，优质资产越发稀缺，欧美国家经济增长乏力，大量企业被出售，形成卖方市场，这就形成了并购双方的供需；而畅通的资本渠道也为企业提供了充裕的资金，加之国家外管局对中国企业在海外真实并购业务的支持；同时，人民币汇率下行也有利于中国企业开拓海外市场和实现资产保值。多种因素的共同作用，形成了中国资本全球化的大趋势。

(中商联专家工作委员会供稿)