

“商场热”和“商场需求拉动型经济”的宏观审视

Thoughts on “Market Craze” and Demand for Markets

宛 言

继“开发区热”、“房地产热”后,又出现一股大建、大兴商场的“商场热”。经济界对商场热看法不一,有的说“商场热”需要降温,有的说“商场热”热得还不够。本文就“商场热”成因、“商场需求拉动型经济”的特点及其对宏观经济的影响进行分析。

一、“商场热”的成因

1. 大型企业和名牌产品生产厂家看好大商场,因为大型商场货流量大、集约化程度高、覆盖面广,是企业扩大销售、扩大名牌效应的制高点。因此,企业争相将自己的产品送到大型商场销售,客观上形成了对大型商场的的需求。

2. 大型商场一般都占据着商业繁华的黄金地段,处于地租级差的最高值,商品价格比一般地段高出10~20%。地租级差原理成为大型商场积聚资本和资本增殖的雄厚基础。

3. 大型商场配备了中央空调、自动电梯等现代化设施,购物环境优于中小型商场,另外,大型商场中伪劣商品较少,价格虽然贵一些,但能买到货真价实的商品,因而倍受消费者的青睐。

4. 我国商品市场进入买方市场已有10年左右的历史,大部分商品供大于求,商业上普遍实行代销制,即先付货,售完再结算,再加上众多商业企业通过拖欠货款增加利息收入,使商业企业资金比较丰厚。众多企业为了取得最佳摊位,往往对兴建中的大型商场提供巨额资金,或联办,或拆借,或赞助。以产品作为资金预付,已成为“商场热”急剧升温的强大动力。

5. 前几年,公款消费风盛行,企事业单位与大型商场联手印发各种礼品券、购物券、优惠券,也使大型商场收到巨额回报。

由于以上几方面的原因,80年代末90年代初,我国大型商场呈现出销售额大幅度上升,利润大幅度增加,职工工资大幅度跃升的趋势,客观上对“商场热”的形成进一步起到导向和示范作用。这一趋势客观上也迎合了城市居民新的择业倾向——即

选择劳动强度小、工作环境舒适、工资水平高的劳动岗位,而大型商场恰能最大程度地满足这种需求。同时,各地在加快城市建设中,都要求建设一批标志性的建筑物以代表一个城市的形象。因此,一批批现代化的、豪华型的商业大厦、购物中心、商场应运而生,方兴未艾。

据商业部提供的资料:近5年来,全国兴建的大型商场,超过前40年的总和。另据统计,北京市建成和在建的大型商场已达160座,到2000年,全部建成总面积将达650万平方米。按国际上发达国家每千人拥有百货商场(指规模较大的商场)面积30~40平方米的标准计算,北京市到2010年以1500万人口计,也只需拥有60万平方米大型商场。届时实际拥有面积将是需求面积的10倍以上。南京新街口地区4~5平方公里范围内,原来已拥有的1万平方米以上的大型商场只有两座,而目前已建成和在建的达到30座,总面积将超过50万平方米。到2000年,南京市常住和暂住人口预计为350万,只需大型商场13万平方米,而仅新街口地区的大型商场就已超过总需求面积的3倍。

二、“商场需求拉动型”经济的特征和影响

40多年来,我国经济以投资需求拉动型经济为主导。投资需求拉动型经济的周期性波动表现为:当投资需求膨胀,带动各种生产资料价格上涨,导致投资规模失控、职工工资失控、物价失控、企业经济效益下滑,尤其是加工工业利润大量转移时,国家就实行控制投资规模、抽紧银根的宏观紧缩政策,致使投资规模压缩,经济增长速度放慢,物价增幅下降,企业效益回升。

自1994年下半年以来,国家实施适度从紧的经济政策,基本建设规模压缩,经济增长速度放慢,物价指数增幅下降并渐趋平稳。根据历来经济周期性波动的一般规律,经济界对宏观经济形势持乐观态度,当时曾预计1996年下半年或1997年上半年

年,我国经济效益将全面回升。

然而令人费解的是这次企业经济效益并未回升,反而继续严重下滑。根据目前经济运行的特征,我们认为,其中深层的缘由是,经济发展出现了“商场需求拉动型”经济的特征。其表现为:

1. 经济增长的成果大量成为商场的展销品。由于全国各地大面积、大规模、超前地兴建了大批商场,需要大量的商品去填满,更由于商场的规模大大超出社会需求,因而市场需求与经济增长发生错位,经济增长被“商场需求”所牵动。由于商场里大量商品难以被消费者所消受,因此大批商场成了“开放型的仓库”和以展览为主的商品“陈列室”、“展览馆”。兴建商场的目的是为了通过加快流通,方便消费,减少产品积压,来刺激生产发展,也就是商场数量与产品积压理应呈反向运动的趋势;但如果商场兴建太多,则会步入商场数量与产品积压同向运动的怪圈。某经济大省 1992~1993 年,兴建各类“有形”市场(即市场场地、建筑“硬件”)8 000 多个,而产成品资金随后却上升 40%,创建国以来两项指标同步增长最高纪录。1995 年,该省产成品资金达 850 亿元,应收款达 350 亿元,两项资金占全省国内生产总值的 23%。截止 1996 年 9 月,两项资金达 1 430 亿元,比去年同期上升 22%。

2. 成为三角债的新源头。由于商场大量拖欠企业货款,各类整机厂、成品厂又拖欠原材料、零配件厂的货款,一环套一环,使大批企业陷入资金匮乏、效益下滑、严重亏损,甚至濒临倒闭的境地。工业企业间的三角债,有的可以采取以产品冲抵债务的方法予以缓解,而商业上的三角债,却难以缓解,而且更容易产生“连锁效应”。

3. 诱发通货膨胀的根源。大型商场必须配有现代化设施和豪华装修,属于资金密集型产业,其资金来源大多来自银行贷款、股票、债券、高利率集资和拆借资金。这笔巨大的债务,别无选择地要打入销售成本,通过提高商品价格转嫁给消费者。大型商场的零售价格一般比产品出厂价高 50~100%,比一般商场高 10~20%,有的甚至高达 200~300%。大型商场已经成为通货膨胀的“领头羊”;而物价的上涨必然削弱整个社会的购买力,反过来对商场的销售形成连锁性约束。

三、对“商场需求拉动型”经济的几点预测

1. 目前,国内市场已呈现疲软,各大名牌厂家和各类商场纷纷降价,这对负债率居高不下的众多大型商场犹如“雪上加霜”。

2. 目前,在全国范围内推行的产权制度改革,正以出售股权、“先售后股”等形式全面推开,职工

持有的大量消费资金纷纷转为生产资金,一个省可达数百亿元,这也将进一步削弱购买力,短期内市场转旺的可能性不大。

3. 下一个最重要的消费热点住宅商品房,无须进入商场销售。商品房和大型商场的消费对象都属于较高收入的消费者,因此,随着商品房逐步成为消费热点,投向大型商场的购买力将严重分流。

4. 随着市区中小型商场装修水平升级,软硬设施改善,以及城乡结合部商业网点的逐步完善,人们的消费习惯将转向就近购物,投向大型商场的购买力势将进一步分流。

5. 我国目前正处在城市建设和小城镇建设的高峰期,各市镇在建的大型商场亟需投入大量资金,因而“商场热”短期内难以降温。

目前的“商场热”属房地产业畸形发展的一部分,实际上也是一种“泡沫经济”。由于它的空间需要大量商品来填满,造成对工业需求的假相,扬起的“泡沫”更大,套死的资金更多,对经济发展影响的滞后期更长,如不及时加以控制,对国民经济造成的危害极大。从这个角度来看,宏观经济要走出效益滑坡的低谷,仍须付出艰巨的努力。

四、“商场热”引发的思考和几点对策

1. 国家关于建立市场经济体制和大力发展第三产业的决策是完全正确的,但一些主管部门和企业片面地将发展市场经济和第三产业理解为大力兴建有形市场。这种指导思想上的理解偏差,应引起各级领导的高度重视。

2. 我国是 12 亿人口的大国,投资和消费领域任何指导思想的偏差,都会引起巨大的乘数效应、倍数效应和滞后效应,可以说,这是我国特有的国情。因此,每项涉及投资和消费的宏观政策出台,都应有相应的配套政策,加以监控、限制,防止某些“热点”的过快升温,导致经济大起大落。

3. 传统的计划管理已经弱化,而市场机制和新的宏观调控机制尚未健全,这既是一个过渡时期,也是一个潜伏着危险的时期,如果听凭扭曲的价格信号、成熟度较低的市场机制与行政驱动型经济惯性扩张的自由碰撞,很可能造成财力和物力的巨大浪费、损失,甚至比计划经济造成的损失更大。这一点应引起我们的高度警惕。

当前,可以控制“商场热”的主要措施有:严格对大型商场立项的审批;商场购进货物须交付 30~50% 的货款,代销部分的商品售出后,3 个月内必须将货款返还企业,否则以违反经济合同论处;严格控制大型商场各类商品的价格,制止各种通过哄抬物价牟取暴利的行为。

(责任编辑 蔡德诚)