

# 批发市场管理 — 手册

粮农组织  
农业服务  
手册

140



联合国  
粮食及农业  
组织



中国农业科学技术出版社

# 批发市场管理 ——手册

Bob Densley  
Eduardo Sánchez-Monjo 著

张 雨 译

王飞飞 赵 毅 朱媛娇 校

中国农业科学技术出版社

粮农组织  
农业服务  
手 册

140



联合国  
粮食及农业  
组 织

罗马, 1999 年

## 图书在版编目(CIP)数据

批发市场管理——手册 / 联合国粮食及农业组织编著；张雨译. —北京：中国农业科学技术出版社，2006.10

ISBN 7 - 80233 - 111 - 0

I. 批… II. ①联… ②张… III. 食品—批发商业—市场管理—手册  
IV. F713.31 - 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 116095 号

|      |                                                        |
|------|--------------------------------------------------------|
| 责任编辑 | 鱼汲胜                                                    |
| 出版发行 | 中国农业科学技术出版社 邮编：100081<br>电话：(010) 62145303 传真：68919689 |
| 经 销  | 新华书店北京发行所                                              |
| 印 刷  | 北京晨光印刷厂                                                |
| 开 本  | 787mm×1 092mm 1/16                                     |
| 印 数  | 1~3 000 册 字数：110 千字                                    |
| 版 次  | 2006 年 10 月第 1 版 2006 年 10 月第 1 次印刷                    |
| 定 价  | 36.00 元                                                |

## 内容提要

19 世纪批发市场的特征发生了很大的变化。随着城市的发展、超级市场作用的加大以及消费者购买力的提高，批发市场与零售业同样不断发生着变化。这些变化必定以市场的组织和管理方式来体现。本手册分析了批发市场在政治、法律、经济和商业等方面的管理和运作。本书旨在引起市场管理者和管理部门对食品批发市场问题的重视，以改善现有的或计划中的批发市场的管理。

本书原版由联合国粮农组织出版，原书名为：Wholesale Market Management – A Manual。

M-62

CPP/05/08

ISBN 92-5-504362-5

本书中所用名称和材料的编写方式并不意味着联合国粮农组织对任何国家、领地、城市、地区或其当局的法律地位、或对其边界的划分表示任何意见。

版权所有。未经版权所有者事先许可，不得以电子、机械、照相复印等任何方法或形式复制本书的任何部分，或将其存入检索系统和进行传播。申请这种许可应致函联合国粮农组织信息司司长（意大利罗马，Viale delle Terme di Caracalla, 00100），并说明复制的目的和内容。

© 粮农组织 1999 年

中国农业科学院农业信息研究所  
根据其同联合国粮农组织协议翻译出版

## 前 言

在大多数国家，批发市场是连接生产与消费的基本纽带。因为批发市场的运行效率会直接影响农产品的营销成本，所以必须对批发市场进行良好的管理。高的市场营销成本必然会导致生产者的卖出价格低，而消费者的购买价格高。低效市场也会增加卫生、环境恶化以及运输堵塞方面的风险，以及很多手册中未提及的问题。

随着世界上很多地区城市的发展，在大量品种多样的农产品流通到城市消费者的过程中，即使新的流通技术（如直接从农户到超级市场）在发展，批发市场仍起着极其重要的作用。未来在批发市场基础设施上的投资无疑会增加，但对于国家或地方政府，批发市场并不是政府的经济负担。如果实施良好的市场管理，批发市场可以盈利而且会极大地促进食品市场的现代化。

本手册分析了批发市场在政治、法律、经济和商业等方面的管理和运作。本书旨在引起市场管理者和管理部门对食品批发市场问题的重视，以改善现有的或计划中的批发市场的管理。FAO 曾于 1976 年和 1991 年分别出版了由 H. J. Mittendor 和 J. D. TraeyWhite 编写的有关食品批发市场的书，主要侧重于批发市场规划和设计的技术层面。本手册继这两本书后出版。

本手册初稿主要由西班牙和 FAO 的顾问加泰罗尼亚公共管理高等学院主任、Eduardo Sanchez-Monjo 编写。后期制作及终稿定稿由 FAO 顾问 Bob Densley 完成。农业支持系统司销售和农村金融处的 Jaime Novoa, Edward Seidler 和 Andrew Shepherd 提供了技术和编辑指导。

# 目 录

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| 前言 .....                         | (III) |
| 绪论 .....                         | (1)   |
| 第一章 政策、立法和体制方面 .....             | (5)   |
| 政策框架 .....                       | (5)   |
| 法律和制度框架 .....                    | (7)   |
| 体制框架 .....                       | (8)   |
| 第二章 影响有效市场管理的主要问题 .....          | (12)  |
| 第三章 市场管理 .....                   | (16)  |
| 指导原则 .....                       | (16)  |
| 与市场使用者达成的契约协议 .....              | (16)  |
| 市场规则及其实施 .....                   | (28)  |
| 市场运行管理中的实际问题 .....               | (37)  |
| 市场管理部门的工作 .....                  | (39)  |
| 第四章 世界市场 .....                   | (46)  |
| 欧洲 .....                         | (46)  |
| 其他国家和地区 .....                    | (49)  |
| 附录 1 一西班牙巴塞罗那水果和蔬菜中央市场管理办法 ..... | (54)  |
| 附录 2 一租赁合同实例 .....               | (62)  |

## 绪 论

### 批发市场角色的转变

19 世纪批发市场的特征发生了很大的变化。随着城市的发展、超级市场作用的加大以及消费者购买力的提高,批发市场与零售业同样不断发生着变化。这些变化必定以市场的组织和管理方式来体现。

批发市场与乡村集市或道路旁的市场具有很大的区别,它是为特定目的建造的,诞生于 19 世纪末期的伦敦、巴黎和巴塞罗那。批发市场发生巨大的改变始于现代食品供应中心的确立,该中心是各种食品的批发中心,是结合相关的前期包装、集散及其他食品的销售活动的联合体。

20 世纪很多国家建立了批发水果和蔬菜的中央市场。以谷物和豆类作物为主要农产品的国家,建立的批发市场主要经营这些农产品。有时市场还包括单独或专用的设施,用于销售鱼类、花卉、家禽、肉类、奶制品、调味品和动物饲料等。一些现代食品供应中心配备有销售多种农产品的设施,包括水果类、蔬菜类、肉类、鱼类、家禽类、奶制品和花卉。一些供应中心还有为超级市场和主要零售点配送其他物品的仓储设施。

随着市场的不断变化,农产品的处理和销售方式也不断变化。机械处理、散装、前期包装和复杂的信用体系都是大多数现代批发市场的主要组成部分。农户直接向家庭销售农产品的销售体系发生了变化,新的体系中批发商或者作为委托代理商,或者作为私人协议的贸易商,收购农产品并销售给零售商和大型组织的采购员。一些市场引入并发展了以拍卖为基础的交易系统。随着运输和贮藏体系的不断完善发展,经纪人业务也在逐渐增加。经纪人位于中央市场的内部,通常是可以协调批发市场中心外部的买卖,产品直接由超级市场链送去贮藏。其他批发商专门作为大型制造商或制造商集团的市场代理商,根据合同组织产品的包装、贴标签、产品商标以及促销和销售等。一些批发商的行为类似于为大型买家包括超级市场集团的购买代理商。

随着市场角色以及产品组合市场类型的转变,批发市场的位置也发生变化。很多位于市中心的批发市场,其地理位置不再有优势。需要更大的设施来容纳大型的运输工具,以及为了避免交通的堵塞、卫生和噪声污染问题,使得很多市场被迫迁移到郊区。

当然,一些国家传统的中央批发市场仍然起着较为重要的作用,有些已经扩张变成终端批发市场,比如美国和日本的一些主要城市。在拉丁美洲批发市场已经扩大为食品中心,在法国叫作国家公益性市场,这些市场在西班牙也发展得很快。这些大型食品供应体位于主要城市的边缘,联结一个拥有其他食品和花卉设施的水果和蔬菜批发市场。此外他们还拥有加工、分级、包装设施以及卓越的通讯设施。整个联合体通常作为一个独立的单元来管理。由于需要很大的投资,大多数设施由国家、省、市政府或者通常是三者共同来进行投资建设。一些新型的大市场联合体(比如位于泰国曼谷的市场)由政府经济支持或其他资助的私人企业建设。

近年来,经济发达地区已经很少再建立新的批发市场。在英国,估计超过75%水果和蔬菜交易不是在批发市场进行的。然而,这些产品的买卖实际上是由批发市场的批发商来进行调节的。产品通常由农户或由包装地点直接配送到超级市场里,这样逐渐发展形成了他们自己的商品配送机制。可以预见发展中国家、经济转型国家和大多经济发达地区将来也需要现代化的批发市场。在发达国家,批发市场的发展规模取决于其能否适应食品零售业不断集中到少数超级市场的趋势。另外,市场的转变需要适应从市中心到其他区域的位置变化,以及日用品的种类增多、进出口商业的发展、专业零售商店的发展、零售的大规模处理和前期包装能力等变化。快速增长的餐饮业需求,越来越多的人选择外出就餐,消费者对健康食品方面知识的了解越来越多,这些都是影响市场需求的因素。

今天的市场必须符合大量的多元化的市场参与者的特定需求,主要包括农户、合作者、包装公司、专业零售商和普通零售商、超级市场、二级批发商、公共机构购买者(如军队)、大型饭店、旅馆和食品零售(如食品链)、进口商和出口商、运输工作者、银行和其他商业机构。

批发市场应与农户和国家、国际市场紧密相连。能够具有容纳运输工具停车,提供空运、水运服务,配备电话、传真和电子邮件设施,能够提供及时的市场数量和价格的信息,这是保证批发市场与其他市场一体化的基础。

市场管理者需要认识并了解在经济发展的不同时期他们的市场所扮演的特殊角色。他们必须意识到特定市场服务的社会的转变(如国企的私人化),同样要了解这些变化对零售分销、买卖和终端批发商的影响。如前所述,这就需要一些大的改变,包括更加适宜位置的变化,产品贸易范围的变化,不同的批发途径,产品的处理、运输、贮藏、包装,以及所有商品买卖分销等方面。这些可能需要产品的质量标准和产品的管理、开拓市场的数量、价格的记录、使用和市场需要的支持服务等方面的改变。

## 有关材料的论述

### 第一章

批发市场的政策、法律和制度方面将在第一章进行讨论。政策问题是有关部门制定决策的依据,也是市场系统的中枢。相关的问题是,食品供应是否由政府干涉,谁来为供应服务负主要责任,以及不同形式的管理部门、管理和运作机构之间的权利分配。

引出的最大的利益的问题是:市场应属于公有还是私有,还是现有的公有市场应被私有化。就批发市场而言,市场政策,譬如上述提到的批发市场,应该分析并清楚的区分公共管理部门在实际中应该做的和私有部门应该做的。

法律方面应该研究以下问题:食品供应方面的法律和调整框架,这方面的能力建设提供了法律空间和规范市场服务标准的可能性。

提到组织角色,行政部门的三个水平是:中央、区域或省、地方。本章指出他们各自承担的责任以及可能引起的冲突。各级组织都应主动提升、构建和利用市场。最后需要加强各级组织处理这些问题的能力。

## 第二章

有效市场管理的主要问题在第二章进行论述。这方面主要介绍了改革、经济和运作标准。同时还对所有者和财产管理者的责任进行明确的定义。

本章还深入分析了不同形态的市场管理，对不同深度的公有、私有、公私混合及特殊公司的地位、员工、技术手段等进行分析。对管理部门之间可能出现的纷争进行探讨。

## 第三章

第三章对市场管理进行论述。本章提出了引导市场进行有效管理的一系列原则，还涉及对市场日常管理的内部规定。对市场运作进行回顾，从开始启动到日常运行包括商务交易、房屋的租赁、控制和维护。介绍了合同、授权，执照、许可，因为这些将决定市场的日常运作及其未来。

市场运作盈亏问题永远都是非常重要的。预算上不允许出现可能的亏损，同样不能接受仅仅收支平衡的状况。合理的利率和收入政策方针对于市场的正常运作是极其重要的。开支账目凸显其重要作用。目前对市场运作成效的宣传也是必要的，同时，市场部门必须提供有关食物供应的各方面信息。

另一相关问题是确保市场管理部门广泛代表消费者和买家。这是为了使运作更加顺畅并避免问题的出现。对人员的培训不容忽视，因为这在食品市场中起到越来越重要的作用。上述提到的问题都必须具有量化的记录，还要包括市场运作的其他记录。

最后，为了市场的有效运行以及达到并保持市场的透明度，有必要建立合理的机制监管并对商业交易规则进行管理。

## 第四章

世界各地批发市场的基本情况在第四章进行阐述。以西班牙为例，20 世纪 60 年代出现的由中央政府和地方管理部门发展的新型食品单元的设计与管理有相当大的变化。对欧洲的其他地区，如法国、德国、英国和意大利这些国家的经验进行回顾，并对其他国家和地区如日本、中国香港、南非、美国、澳大利亚和阿根廷进行了论述。



# 第一章 政策、立法和体制方面

## 政策框架

### 政府战略和政策

现在很多政府已经制定了公有部门私有化的政策。尽管如此，对市场采取一定的公共干预仍是必要的：

- 确保主要食物的供应；
- 为确保供应商和批发商之间的公平竞争和增加透明度，制定市场交易准则和指导方针；
- 保证对标准的重量和尺度的承诺；
- 提供质量和等级标准准则；
- 保护人类健康和控制动植物的疫病。

此外，政府的政策对市场怎样运作施加影响和控制，这些政策涉及分散、经济集中（多少商业部门是由一个人或一个公司拥有或者控制）、交通运输的发展、城市的发展或者市中心区的发展。

### 政府在食物供应方面的作用和职责

政府有责任确保向整个国家的人民供应充足食物。政府通过设置必要的基础设施和建立财政立法方面的框架在市场内实现其职能，这样私人部门也可以运作市场。过去，很多的自治区建立了市场并实施了这样的体制。但是从 20 世纪 60 年代后，大多数市场或者被公共部门的公司或管理部门运作，或者被私人公司运作。一个关键的因素是政府应该把足够大的管理市场的权力移交给公司或个人。实现这一点可能最好的方法是建立公共部门管理市场的法规和建立规范农产品市场管理的法规。这些法规通常以市场规律为依据，必须强化执行市场管理部门决定的威力和权威。建立管理市场机构的法规也必须细化：

- 明确谁是市场的实际拥有者（以便市场能使贷款安全化）；
- 赋予出售市场的权力（以便市场可以重新安置）；
- 能够决定费用；
- 能够融通与资产相当资金的能力（最后支持者）；
- 参与决策的能力（例如财务决策）；
- 能够成立子公司或者公司，或者成为其他公司的合资伙伴（例如管理公司使其加入另一个团体，在市场中形成一个运营冷藏库的合资企业）。

这些被代理功能的作用范围将决定管理部门的自主性。

## 公共市场和私有市场

理论上认为公共部门的市场应该拥有公共部门的投资和管理。私有市场通过私有企业中的私有部门投资和商业管理而独立地建立起来。

实际上却很少有市场符合这些极端规则。很多公共部门市场现在由管理委员会控制的管理部门来管理，管理委员会通常由私有市场的参与者所代表组成。市场是需要自我积累并通过商业运作方法来核算账目和筹集资金。另一方面，私有公司市场经常需要政府协助来获得土地或者所需的主要资本投资。政府部门通常也要作为董事会的直接代表来达到政府已定的目标（如，给实力弱的生意人市场机会）。

在几乎所有的市场中，农产品市场都是私有部门占主导地位的。批发商通过商人、委托代理人或者经纪人的身份来发挥买卖功能。然而，市场中的拍卖过程通常是由公共部门或管理部门的当权者来执行。极少数国家的市场管理部门也执行批发商功能。但是，这种安排正在逐步消失。

## 社会义务

许多关于社会义务的问题将在这一节中做出简要地概括。

**保障食物供应安全** 政府有责任确保所获得规定数量的基本食物有充分的质量保证。这种作用扩展到要为生产提供必要的基础设施（例如公路、灌溉）和必要的服务（例如种子和化肥的分发、研究和推广服务）。市场也可能需要一些储藏中心的供应品、冷藏库和市场设施等一些私有企业不愿或不可能投资的产品。

市场中的商人在国内或有时也在出口市场联系买主。商人或者其代理人也同生产商保持紧密联系。由于已经预见到自然或人为的灾难以及糟糕的天气，因此他们可以保证为满足需求提供连续的、定期的和多样化的农产品。这个角色不需要管理部门的干预。几乎在每种情况下，市场管理者一旦干预了贸易，其结果都是不赚钱的。

**建立有效价格机制** 通过将供给和需求集中，批发市场和许多独特的的新食物供应中心为有效的价格形成提供公开竞争、透明的环境。买卖双方和可供产品的同时出现确保了价格一直保持现实性和公平性。配备了较好设备和更大容量空间的批发市场能够为市场的透明运作提供更好的机会。

在发展中国家，批发商尤其是零售连锁店作为买者将供给和需求集中，这是相当重要的。这可能对于处在转型阶段的经济更加重要（也就是以前处于中央计划体系下的经济）。在这些国家中，价格形成过程不是由行政机构决定的。大型国有生产单位的产品导致了供给的集中。当国有农产品的生产、储存和销售系统消失后，批发市场机制的缺乏会造成巨大的冲击。在发达的市场经济中，大量食物供给的集散是由大型农业企业或一些小农场主联合保证。

**控制质量和卫生** 一旦食物的供应得到保证后，就有责任保证人们消费的产品是安全的，也就是不能传播动植物疾病并保持质量标准。这个责任由省或地方政府承担，他们有权力建立相应的法规。强制执行因此成为政府的责任（地方和省的）。通常情况下，除了办公和实验室机构以及观察人员，管理部门不直接介入。

考虑到每天有大量产品进入市场，检查一般基于以下几点：

- 市场人员或卸货人员的随机观测的报告；
- 不满意的购买者的报告；
- 随机抽样。

产品若不满足最低的卫生标准或者已经被有害物质和疾病严重污染后，为安全起见就会被没收或隔离。没收的产品和生产商的名字以及涉及商人的统计报告会加以保留。外围人员跟随着生产者或者运输操作可以阻止未来的损失。主要批发市场制定的标准和包装要求使其有效地建立起地区或行业标准。

**提供市场信息** 对社会来说，市场上农产品交易的价格和数量是非常重要的信息。农民以市场信息和政府支持、可以计划深入研究的项目来决定种植和出售计划。市场经常会提供最高、最低以及最普遍的交易价格。市场报告应该有效地分发给生产者、批发商、零售商、消费者、政府机构和社会大众。价格和数量信息应该在报纸、收音机、电视、电子邮件和市场公告中公布出来，这些对于保证信息能有效及时地到达市场运作者手中是非常必要的。

## 法律和制度框架

### 法律效力——权利和权威的代表

为了在法律上明确市场的功能，有必要对每个市场的功能进行详细说明。这种功能必须被国家、省的、地方的政府所接受，同时被市场参与者（例如生产者、批发商、消费者）、服务提供者（例如运输者、银行）和市场管理部门所接受。

有法定资格的州和地方政府需要立法和法规建立市场的管理部门以及管理部门的职能和权利。他们应该赋予管理当局发展和执行规则的权利，也应该提供批发商的相关运作规则。

在一些情况下，政府制定规则是必要的，它可以在固定的时期中规范远期市场的建立。举例来说，应用于澳洲市场的排外性就限制了批发商到特定的市场中去买卖。现在看来，给发达经济体中的私人部门引进或维持法规或作出变化是一项很难的政策。尽管如此，如果大的公共投资机构在主要的市场中需要保护的话，这个问题也必须提出来。

政府不足以代表法律效力来承担管理市场的责任，因此会产生法律真空。在某些情况下可能会导致有损市场利益的行为。这种法律真空将会被善于利用经济力量的人发现，一次就会给生产者和消费者造成损失。另外，即使没有给特定部门授权时，管理部门也会感到自己足够可以行使管理权利。这会导致管理的割裂和无效率，也导致市场运作的混乱和无效率。此外，它还会导致完全的缺乏调和，例如，市场和部门或者代理处之间的管理部门都会认为自己有最终的权利。当更多的本地政府或市政部门参与进来时，失误的权利分派会导致混乱和缺乏指导方向。这种情况会发生在没有对立法和法规给予足够重视的经济体中，而且市场的管理部门需要这种权利。为市场建立作准备的法律和制度框架如果没有反应行政、立法和社会环境的变化时，就会出现法律上的配置不当。

## 市场运行规则

主要的市场规则框架最好由立法和法规部门制定。有时也通过一些合法的手段或者职责管理部门的代表来制定。正如所提及的，市场规则应该对管理部门的角色和职能以及其权力和权威的限度进行规定，例如规定获得年度预算、费用、租金、贷款和年度账目批准的必要性。

法律框架也应该为市场运行规则制定准则。它们可能与有效的合法工具相结合或者管理部门可以发展这些准则。后一种情况需要得到监督（政府）机构的批准。这些规则和议事程序对于市场功能的正常发挥有重要的作用。谨慎的起草可以避免在市场运行中各部门的利益发生冲突。

市场规则本身认定管理部门有权对特定的问题作出决定，而且有权通过处罚和罚款来执行特定的规则。例如，市场规则授权管理部门决定使用者必须遵守的开关门时间。

这种辅助的法定方法经常是要由管理部门事先确定并公布。例如，市场的时间应该在政府公报或者当地报纸中公布，而且要书面写给承租人。在任何情况下，将这种行政的命令清楚地传达给市场使用者是谨慎而且有效的。

附录1（巴塞罗那水果和蔬菜中央市场的市场管理办法）提供了一个版本。大多数市场中的法律手段都是为了确保市场规则的顺利进行以及保持商人和其他市场使用者能达成维持市场秩序的共识。这将会在第三章中给予详细叙述。

市场规则、管理决议或共识中没有与有效立法相违背，这一点是很重要的。而且，所有的规则也要与其他法律保持一致，尤其是商法。例如在西班牙，法律规定市场和屠宰场是公共部门，所以应该为公众服务。这也就意味着，管理部门不需要介入市场。在其他国家市场（如美国或澳大利亚）中，市场规则允许公共部门收取进入费用，而且严格限定进入时间。

## 体制框架

### 组织和结构

这里有几种建立管理部门结构和组织的不同的框架模型。

在私有市场中，公司的法规通常由公司董事会和公司股东投票制定。政府在做出让步（如土地）或者提供援助（如低息贷款）时，就会要求在公司董事会中获得直接代表权。私有公司通常有一个总裁管理每天的事务，服从政策指导和照顾公司的管理层。总裁是执行主席、经理和管理层的领导。总裁参加董事会，但是可能没有投票权。

在西班牙市场中，市政部门建立市场而且授权一个管理公司去控制。租金、市场价值、费用都是市场部门根据管理公司的建议决定的。

北美洲、澳大利亚和一些亚洲和欧洲国家的公共市场通常是由管理部门（公共公司、委员会或公司管理层）来管理的。主要分为两种类型：

1. 代理型：由主要市场使用者组织（批发商、农民）的代理和政府的代理。主席必须是懂得商业技巧的独立的个人。

2. 执行型：公司拥有日用品市场和生产的专业人员，但是重点放在交易、清查账目或其

他专业技巧和经验上。

## 减小政治和财务上的问题

因为公共市场使用现金进行交易，这就被交易者当作给政府现金回扣的机会。通过仔细规划的有效法律和市场规则可以降低这种风险，而且法令可以由权威部门明确地规定。在公共市场中，人员会议、财务账目或合同签订都必须遵循透明的法定程序，它们是由根据有责任的公共服务部门提供的。账单和资产负债表也应该被包括在政府的预先规划中：包括土地或其他资产的买卖价格、借款、每年预算、遵循的账目系统、违背市场规则的惩罚，管理人员和其他关键人员的任命。尽管如此，在必需确保有效账务和允许自主决策的条款中也需要资产负债表。如果公司被不必要的限制阻碍了职能的执行，政府就无法任命一个公共的公司去管理市场。

## 维护和管理物质资产的责任

应该清楚谁拥有所有权或者谁能有效控制市场。所有权归属于由地方政府建立的市场还是被转移到管理组织要依赖于几个因素。它们包括投资的规模、地区或国家对市场的冲击以及将要实行的管理结构。

自从 20 世纪 60 年代以来，公有市场的实物资产就已经大量地转移到公有实体或公司了。一些国家出现了授权的临时公司，来对其他公司进行所谓“天天”管理或其他的安排。直接的转移或长期的租赁可能会将资产转移到管理部门。通常，没有经过政府部门的同意，不可以抵押和变卖资产。

谁拥有资产同样对于决定哪个部门对长短期维护和资产更新负有责任是重要的。作为一项通用规则，这种责任被转移给管理部门。对批发商收取的租金应该有计划地为长期维护和资产更新提供资金（如新楼房建筑）。

临时管理公司应该谨慎认真地管理日常市场运行，以确保公众利益免受损害。所以就要求法律手段或协议符合特定的公共服务程序，这些程序涉及核算账务、贷款、人员任命、工资和报告。必须明确长期维护、保护员工利益（如长期请假，支付冗余）和资产更新的责任。这些临时公司应该通过签署公众资本协议或者政府（公共部门）或通过两者来建立。

市场的管理部门无论是一个公司还是一个公众团体，它都应该与本地或者省政府保持紧密的联系。如果管理部门制定的费用或预算（收入和支出）遭到政府部门反对，就会产生很大的问题。我们要避免政府出于政治目的而反对或修改市场的建议。这也意味着市场在入不敷出时或者没有储备供应来维持和更新资产时，可中止可行的财政计划。市场使用者会因为任何费用的增加而倍感压力，但是市场的指导原则应该是市场可以自我支持的，并且是使用者付费——而不是政府付费。

另一种潜在的严重冲突是当政府机构（如市政部门）没有强制执行排外条款时，就宽容了在市场范围之外进行交易的批发商。哥伦比亚的城市巴兰基利亚和卡利就是这个问题的典型，在建立批发市场后，也允许在城市的其他地方进行交易。下面的一些方法可以减少这些潜在的冲突：

1. 在管理部门中设置政府代表——可以确保被提议的财政安排（如费用、贷款）得到理

解和担保。

2. 要经常召开部门和管理部门的协调会议。

3. 要进行财政的自治，而且需要自我维持，这也是建立管理部门规则或协议的一部分。

## 市场网络

为管理一个中央批发市场成立的组织有时同样有发展和管理区域市场的责任。这样做的意图就是使区域市场和中央市场相连。这种方法经常是将管理区域市场的和管理中央市场或常规公司的成功经验相混合。通过电话、传真和电子邮件的方式连接市场中心，建立一个有时效的、可以覆盖所有市场的报告机构，这是达到理想连接水平的有效方法。

## 第二章 影响有效市场管理的主要问题

对有效管理市场产生冲击和影响的主要问题可以概括为如下方面：

1. 适当的资产控制；
2. 必要的权力和权威；
3. 与市场使用者达成的有效共识；
4. 遵守市场规则、合同和协议；
5. 经济的生存能力和可持续性；
6. 与市场使用者、服务提供者、政府机构和其他市场的有效联系；
7. 运行和管理的效率；
8. 有效的决策机制；
9. 训练有素和守纪律的员工；
10. 市场信用——批发商的诚信；
11. 政治因素和财务状况。

### 适当的资产控制

如果不能明确定义资产所有权和维持、替代资产的责任权，这将造成低效率的市场运行。

### 必要的权力和权威

市场的管理层需要有足够的权力和权威（政府赋予的），从而有效地管理市场。这些应该包括决定以下几项事务的权力：

- 租金和费用；
- 最小数量；
- 运营时间；
- 市场进入规则；
- 交通和停车控制；
- 产品的卸载、装载和堆放；
- 产品的运送；
- 分配程序；
- 参与合同和协议制定的能力（如房屋的租金和市场的清洁）。

此外，应该有适当的惩罚措施来确保遵守市场规则与租金协议。

### 与市场使用者达成的有效协议

为了减少误解和确保服从管理权威部门的要求，有必要将精力放在交易者和其他市场房