

『建材下乡』 与现代建材流通 产业发展

JIANCAI XIAXIANG
YU XIANDAI JIANCAI LIUTONG
CHANYE FAZHAN

孟国强 著

中国物资出版社



F724.75
2

“建材下乡”与现代建材 流通产业发展

孟国强 著



GD 01558273

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

“建材下乡”与现代建材流通产业发展/孟国强著. —北京:中国物资出版社,
2011. 4

ISBN 978 - 7 - 5047 - 3828 - 8

I. ①建… II. ①孟… III. ①建筑材料—农村市场—市场营销学—研究—中国
②建筑材料—商品流通—研究—中国 IV. ①F724. 75

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 037669 号

策划编辑 夏玉峰
责任编辑 夏玉峰
责任印制 何崇杭
责任校对 孙会香 杨小静

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

中国农业出版社印刷厂印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 18.5 字数: 352 千字

2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 3828 - 8/F · 1503

印数: 0001—3000 册

定价: 39.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)



孟国强先生



孟国强先生办公室

作者简介：

孟国强 男 副研究员

1953年出生，1982年9月参加经济工作，先后供职于国家经委、中国企业管理协会、物资部、内贸部、国家国内贸易局和中国物流与采购联合会，曾任副处长、处长、副司长等职，现任中国物流与采购联合会副秘书长、中国建筑材料流通协会会长。

孟国强先生长期从事国家机关的经济管理与社会经济实践工作，是我国知名的商品流通、批发市场和物流专家，先后撰写并发表过100多万字的研究报告和文稿，曾主持过《物流企业分类与评估指标》（GB/T 19680—2005）等多项国家和行业标准的制修订工作，曾组织“物流企业综合评估委员会审核工作办公室”的相关工作，著有《中国经济前沿问题与商品市场分析》等书。

序

自1990年至今，孟国强同志从事生产资料流通工作已经20多年了。一开始在原物资部政策研究所进行生产资料流通的政策理论研究，后又转到原内贸部市场建设司、原国家内贸局行业管理司以及中国物流与采购联合会等多个部门工作，其间，围绕市场建设、现代物流、流通现代化、流通法制建设、行业协会发展等问题进行了大量研究，观点屡有创新，研究成果不时引起中央以及相关部门的重视，在业内常有反响。



2008年年底，孟国强同志被选为中国建筑材料流通协会会长。孟国强到任后，认真贯彻行业协会工作的方针政策，大刀阔斧、励精图治，团结协会全体工作人员，在广大建材流通企业的支持下，配合政府部门的经济工作重点，以推进建材下乡为中心，在抵御金融风暴冲击、推行低碳建材、压缩产能过剩、制定标准和行规行约、推动建材流通信息化和现代化建设等方面，做了大量工作，出色地发挥了行业组织的参谋助手和纽带桥梁作用，受到了政府有关部门的高度肯定和广大会员企业的热烈欢迎。中央电视台、新华社《参考消息》、《人民日报》、《中国证券报》、搜狐网、新浪网等主流新闻媒体多次重点报道过该协会组织的活动。在孟国强同志的带领下，中国建筑材料流通协会面貌焕然一新，职工思想工作卓有成效，工作团队朝气蓬勃，各项活动充满生机和活力。中国建筑材料流通协会已经成为我国建材和建材流通行业具有广泛知名度和行

业影响力的重要社团组织。

孟国强同志十分勤奋刻苦，从事流通工作以来，结合本职工作，已有大量研究成果。2002年，该同志出版了30万字的专著《中国经济前沿问题与商品市场分析》，就曾引起过流通业界的广泛关注。近10年来，围绕商品交易市场的创新发展、流通在经济运行中的位置等问题，又有了许多新的心得体会。特别是担任中国建筑材料流通协会会长以来，深入企业，对我国建材和建材流通业的历史沿革、发展趋势、改革方向，进行了大量的调查研究，形成了建材流通发展的许多新的思路和建议。特别是向国务院有关部门提出“应对金融危机、适时推进建材下乡”的建议和报告，引起了相关部门的高度重视。2010年1月31日，“建材下乡”写进了中共中央和国务院一号文件，为扩大农村市场、刺激消费、根本改善广大农村居民生活条件和居住环境，加大统筹城乡发展力度奠定了坚实的政策基础，为建材和建材流通行业加快渠道建设，建立新型营销模式和观念指出了方向。孟国强同志的这些重要思路和调研实践都集中地收入到了这本《“建材下乡”与现代建材流通产业发展》的专著中，因此本书的出版，应该说，是一件可喜可贺的事情，它一定会为我国广大建材和建材流通企业在企业发展、行业自律、经营管理等方面提供有价值的参考。

孟国强在流通部门的20多年，无论在工作实践、理论研究和个人的修养进步等方面都有了一定的成绩。我衷心地祝愿他在新的工作岗位上，在中国建筑材料流通协会的人生舞台上，继续努力工作，永葆青春活力，不断作出新贡献！

陸江
二〇一〇年一月十八日

前 言

本书分为三编。

上编，主要包括围绕推进建材下乡所撰写的各种讲话、文章、解读和记者专访。建材下乡是一件从根本上惠及亿万乡村居民、改善农民居住条件和生存环境的重大政策，怎么估价都不为过。本编收录的10余篇文字只是对这一重大政策的粗浅理解，随着建材下乡推进工作的逐步深化，相信人们对该项政策意义的解读会更加深刻。

中编，主要包括笔者就任中国建筑材料流通协会会长以来，就建材和建材流通行业的改革开放、企业发展、营销战略、品牌建设、产业转型以及行业协会的地位作用等问题所进行的研究、演讲、答记者问，其中很大一部分篇幅是关于如何坚定信心、把握机遇、应对金融危机挑战方面的话题。笔者始终认为建材和建材流通行业是我国改革开放30多年来发展得最快和最好的行业之一。今后，随着国民经济的发展和人民生活对于改善生存空间和居住条件的强大刚性需求，这个行业仍然会继续保持强劲的发展，其对国民经济的贡献率也会进一步加快提升。

下编，主要包括针对流通业、批发业以及批发市场等问题撰写和发表的演讲、报告和思考提纲。笔者始终坚持“流通是经济运行的中心环节”、“批发市场已逐步成为我国现阶段商品流通的主要业态”、“现代社会必须建立完善的商品批发体系”等这样一些重要观点，参加流通部门工作20多年来，一直没有停止对这些问题的研究。本编中的10余篇文字和演讲是离开国家机关进入社团组织工作后的又一批研究心得，一并收录在这里，就教于对这些问题有共同兴趣的专家、学者以及直接在一线从事企业、市场实践的广大经营管理人员。

人生充满了变数和挑战。出版完这本书后，笔者已经58岁了。从20多岁的充满诗人梦想的文学青年，到走上经济工作岗位，并且一直尽心履职了快30年，真是带有一些传奇和无奈。无论如何，总算为社会和国

家尽了自己的绵薄之力，也算是人生当中的一点慰藉，一点感恩吧！

蒙笔者尊敬的老领导，原物资部副部长、全国政协委员，原中国物流与采购联合会会长陆江同志的抬爱，专门为本书撰写了序，让笔者十分感动。在编辑出版过程中，冯斯静同志为本书做了大量的资料、图片收集整理工作，在此一并表示感谢。

本书的出版，特别鸣谢山东金宇商贸有限公司薛兆起董事长以及邹庆超总经理给予的大力支持和帮助。

作 者

二〇一一年初春

目 录

上编 建材下乡，九万里风鹏正举

深入贯彻“中央一号文件”精神，加快推进建材下乡	(3)
建材下乡，惠及亿万农民的大政策	(12)
建材下乡，九万里风鹏正举	(16)
多种形式，创新工作，推进建材下乡全面、深入、持久发展	(20)
建材下乡与我国新农村建设	(30)
农村市场潜力巨大 企业应积极做好下乡准备	(33)
“建材下乡”要解决好物流成本问题	(37)
建材下乡与中国涂料产业的发展	(39)
解读“建材下乡”热点	(45)
“建材下乡”政策推进的有益尝试	(51)
建材下乡送春风 西南联盟大练兵	(54)
附录 1：新中国成立后我国新农村建设政策一览	(56)
附录 2：中共中央国务院关于加大统筹城乡发展力度，进一步夯实农业 农村发展基础的若干意见	(58)
附录 3：六部委关于开展推动建材下乡试点的通知	(70)
附录 4：中国建材流通协会关于积极扩大国内建材需求，拉动建材消费的 若干建议	(73)

中编 行业发展，乘长风破万里浪

乘长风，破万里浪，奋勇向前	(79)
改革开放与中国建材流通的科学发展之路——纪念改革开放 30 周年	(83)
风正扬帆好弄潮	(103)
走在世界前列的中国建材陶瓷业	(110)
淄博陶瓷业发展应注重品牌和规模	(113)
水泥行业淘汰落后产能任务艰巨——中国建筑材料流通协会提出 五招淘汰落后产能	(117)

科技创新是企业发展的根本动力	(120)
加快建材物流信息化, 实现产业转型新跨越	(123)
天津建设对北京建材行业的拉动	(127)
春天的复苏	(130)
坚定信心, 把握机遇, 迎接复苏——关于当前建材家居流通行业的 形势与任务	(132)
畅谈树信心、抓机遇、迎复苏	(140)
家居行业将会迎来真正的春天	(147)
2009 年的夏天	(152)
在危机中加快创新和调整	(154)
2010 年家居业机会大于挑战	(157)
在调整中发展 在发展中提升	(162)
红星美凯龙的旗帜	(165)
集美的华丽变身	(169)
总部的力量	(171)
披荆斩棘向前走 开创服务新生面	(173)
真诚、创新, 正确发挥行业协会职能与作用	(184)
以建材下乡为中心, 促协会工作全面发展	(190)

下编 现代流通：批发市场的创新型发展

流通是经济运行的中心环节	(203)
批发市场的十个认识问题——我国批发市场若干理论与实践问题研究 ..	(205)
商品交易市场的创新型发展	(223)
批发市场文化与和谐社会的建立	(231)
建立和完善现代化的商品批发体系	(235)
关于如何正确认识我国商品批发市场	(249)
依托商品市场构建现代批发体系	(254)
我们向连锁超市学习什么	(257)
现代物流与批发市场的改造和提升	(261)
现代物流提升商品交易市场竞争力	(268)
以标准化战略推进我国商品交易市场的调整、改造和提升	(273)
鲲鹏展翅	(282)
 放飞梦想, 穿越时空——五〇告白 (代后记)	 (285)



上
编

建材下乡，
九万里风鹏正举



本篇文章为作者在中国建筑材料流通协会常务理事会特别扩大会议上的讲话。

深入贯彻“中央一号文件”精神， 加快推进建材下乡

(2010年3月2日)



2010年1月31日，《中共中央国务院关于加大统筹城乡发展力度，进一步夯实农业农村发展基础的若干意见》（中发〔2010〕1号）正式发布，明确提出：“抓住当前农村建房快速增长和建筑材料供给充裕的时机，把支持农民建房作为扩大内需的重大举措，采取有效措施推动建材下乡，鼓励有条件的地方通过多种形式支持农民依法依规建设自用住房。加强村镇规划，引导农民建设富有地方特点、民族特色、传统风貌的安全节能环保型住房。”中央一号文件正式提出了建材下乡的重大政策，这是继2009年中央和国务院推出“家电下乡、汽车下乡、农机下乡”之后刺激消费、扩大内需的又一重大举措，是改革开放三十多年来，我国在社会经济持续稳定发展的情况下，统筹城乡建设，加快提高农民生活水平，加快社会主义新农村建设的重要政策措施。“建材下乡”带来的不仅



仅是一般性内需和一般性消费的拉动，从长远发展来看，它将是根本改善我国亿万农民生活方式、生活质量、公共环境、卫生设施，加快缩小城乡差距新的政策启动点。考虑到建材产品的产业连带作用和农民对于住房在改善生活水平中的首选要求，可以预测，建材下乡所激发出来的巨大的农村消费热情，所带来的经济效益和社会效益将远远超过家电下乡和汽车下乡的效应。建材下乡是一项惠及亿万农民民生具有远见卓识的重大政策。

中国建筑材料流通协会是“建材下乡”政策的主要建议单位，一年来，协会围绕建材下乡，从我国农村住房、建房现状到建材下乡的品种、方式进行了大量的调查研究和政策框架设计，这些调查研究和政策建议受到了国务院有关部门的高度重视，并正在融入到国家建材下乡的具体政策措施当中。中央电视台、人民日报、新华社《参考消息》、中国证券报、中国建材报、搜狐网等国内主要大型媒体对协会的这些活动都纷纷进行了重点报道，产生了广泛的社会影响，为建材流通行业带来了新的活力，协会的威望也随之日益提高。

“建材下乡”写入“中央一号文件”意义重大

2009年年初，面对金融危机的巨大挑战，党中央和国务院采取了一系列重大措施，“保增长、扩内需”。我国建材业界根据中央当时推出的家电和汽车下乡政策，特别有针对性地希望能同时推出“建材下乡”。在中国建筑材料流通协会的组织推动下，我国建材及建材流通行业的广大专家、学者、企业、专业组织反复呼吁，多方论证，经过一年多的努力，建材下乡终于写进了一号文件，这件事意义重大。

第一，建材下乡将启动巨大的农村消费，有效地拉动内需市场。根据国家统计局公告，我国目前有农村居民7.2亿，农户约2.2亿户，随着农村居民生活水平的逐步提高，建新房、改造旧房正成为农村消费的一大亮点，农民对于改善居住条件有着巨大热情。据协会调查，2.2亿户农村居民中，约有1985万户有新建住房要求。根据现有新建住房要求农户的总量，按“建材下乡”拉动每个农户10万元消费计算，即使有5%的家庭进行住房的改、装、建，即可拉动近千亿元的消费，这将十分有利于贯彻落实国务院“调结构、促消费、防通胀”的战略要求，进一步克服金融危机的延续性影响，保障社会稳定发展。

第二，建材下乡将有效地推进城镇化战略的实施，大大加快新农村建设步伐。工业化和城镇化是我国实现社会主义现代化的基本要求，目前，全世界平



均城镇化率为49%，我国的城镇化率虽然每年以1%的速度在递增，但目前也仅为45.7%，城镇人口仅为6亿多。我国农村居民的普遍现状是温饱有余，富裕不足。建材下乡政策的实施，通过农村居民住宅质量、住房结构的改善，将大大加快城镇化速度的推进，农村居住环境和居住条件将大大改观，从根本上提高农村居民的生活质量，促进新农村建设。惠农、强农，有利于进一步缩小城乡剪刀差，解决长期困扰我国社会发展的“二元”经济结构问题，统筹城乡建设，带动小康社会全面发展。

第三，建材下乡通过刺激消费、有效消化产能过剩的同时，将会加快淘汰落后产能步伐，促进低碳经济的发展。建材下乡绝不是简单地将那些高耗能、高污染、质量低劣的建材产品向农村市场倾销，相反，通过严格的建材下乡产品准入和经销商准入，凡下乡产品必须达到国家相应的标准，必须达到绿色环保要求，否则不能下乡。这些措施将有效地引导企业淘汰落后，加快新工艺、新技术的实施，从根本上达到节能减排、压缩过剩产能的目的。鉴于农民收入较低的状况，建材下乡将会有相当部分的中低档产品，但低档不等于低劣，低档产品也必须达到国家规定的产品质量标准，这是我们在建材产品下乡过程中尤其不能忽略的问题。因此可以说，建材下乡过程就是淘汰落后产能、引导低碳经济发展的过程。

第四，“建材下乡”将有效缓解外贸出口受阻产业的困难，有利于出口产品转化为国内消费，稳定我国建材业及上下游产业的发展。同时建材下乡还有利于吸纳剩余劳动力，扩大就业市场，加快推进城镇和农村居民服务业的成长。

“建材下乡”政策建议推出始末

2008年下半年以来，我国经济发展受到金融危机的影响，为保持经济的正常发展，我国政府相继出台了家电下乡、汽车下乡、家电以旧换新等一系列扩大内需的经济刺激政策。中国建筑材料流通协会积极响应政府的号召，通过各种方式促进企业扩大内需。通过对经济总体发展和建材产品在农村市场的需求判断，协会及时启动了“建材下乡”专题研究，为最终“建材下乡”政策建议的出台做了大量积极务实的工作。

2009年2月，协会召开《建材行业如何逆市发展——2009年建材企业发展》座谈会，与相关企业进行交流座谈，坚定行业发展信心，发起开展“建材下乡”专题活动。



2009年3月初,经过初步调查研究,协会向国务院有关部委提出《关于积极扩大国内建材需求,拉动建材消费的若干建议》,其中第一条建议就是“尽快组织推动建材产品下乡”。

2009年3月下旬,协会主要领导先后接受相关媒体采访。通过新浪、搜狐等主流网络媒体呼吁“建材下乡”,扩内需、保增长。

2009年6月初,国务院相关部委在听取协会关于“建材下乡”问题的汇报后,要求协会对“建材下乡”提出具体的意见方案。

2009年6月底,协会关于《建议施行“建材下乡”政策请求报告》的初稿完成,上报国务院相关部委。

2009年7月25—26日,中国建材商大会在北京举行,会上就《建议施行“建材下乡”政策请求报告》进行了讨论,就与“建材下乡”有关的农村消费、三四级建材市场以及建材补贴品种、范围等相关问题进行了讨论。

2009年9月25日,协会与商务部流通产业促进中心、重庆市商委联合召开了“建材下乡”研讨会,会上对“建材下乡”的必要性、可行性、政策操作建议三大问题进行了研讨。会后,协会汇总整理讨论情况后,以中建材协字[2009]42号《关于重庆“建材下乡”调研会的情况汇报》正式向国务院有关部委报送。

2009年12月,协会将“建材下乡”政策建议和调研情况向有关部委汇报,得到有关主管部门的高度重视。

2010年1月4日,工信部与中国建筑材料流通协会就“建材下乡”问题进一步沟通,委托协会对“建材下乡”的一些具体细节进一步深入调查研究。

2010年1月5—15日,受工信部委托,协会向全国8个省市发出了《关于推进建材下乡摸底调查的紧急通知》进行专题调查。与此同时,协会组织专人到河北定州对“建材下乡”可行性等问题进行了专门调查,本次调查共汇集了8个省市14个自然村的基础材料,为推进“建材下乡”获得了宝贵的第一手数据资料。

2010年1月20日,中国建筑材料流通协会将收集的数据资料汇总,进行统计分析,并向主管部委正式提交了《关于推动“建材下乡”实施建议的报告》。

2010年1月28日,各大媒体报道工信部新闻发言人证实将出台“建材下乡”政策的消息。当日下午,《中国证券报》记者对协会领导就“建材下乡”进行专访,采访内容于29日头版头条刊登在《中国证券报》上。

2010年1月31日,中发[2010]1号文件正式发布。