

国家211工程重点学科建设
国家985工程二期建设

百年农经

(1905—2005)

3

王秀清 谭向勇 主编

 中国农业出版社



中國農業大學
百年校庆
CENTENARY CELEBRATION
CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY

百年农经

第三部

(20世纪90年代)

江苏工业学院图书馆
藏书章



目 录

第三部 (20 世纪 90 年代)

中国农业发展之成就与前景	赵冬缓 (1895)
市场与项目管理	宋声鸮 (1901)
我国乡镇工业发展水平的区域差异及其启示	柯炳生 (1916)
北京市城郊农业技术经济体系研究	贺锡革等 (1921)
推行以农业科学技术服务为核心的农业规模经营	张仲威 (1928)
对粮食定购合同制度的反思	
——兼论建立农村经济法律调控机制的必要性	任大鹏 (1931)
过垦山区退耕还林的经济分析与政策问题	
——在贵州省金沙县的调查研究	郑大豪等 (1935)
论我国的生猪生产波动	林智元 (1940)
现阶段农业宏观调控中的问题剖析及对策	赵冬缓 (1944)
旧中国大城市地价变动的研究及启示	詹玉荣 (1948)
我国经济中的价格形成机制和农产品价格变化趋势	田维明 (1954)
稳定和效率的权衡	
——对我国粮食收购体制的实证分析	田维明 (1969)
土地用途转换中土地价格变动趋势	贺锡革 (1976)
从京郊农场现状看当前国营农场的示范作用	李守谦 (1980)
关于发展养猪决策的几个问题	陈 道 (1983)
发挥国营农场多类型的优势	李守谦 (1987)
海南省农垦橡胶园更新的计算机仿真	唐正星等 (1992)
农产品内部比价问题研究	李正强 (1997)
民国时期影响农地价格的变动因素及农地价格的计算方法	詹玉荣 (2002)
一般均衡/系统模拟在农业中的应用	安希伋 (2008)
乡村工业发展与农业现代化	洪乌金等 (2021)
中国农产品价格政策的一般分析	谭向勇 (2025)
关于农业推广学科建设问题	张仲威 (2029)
关于我国农经学科建设的若干问题	张仲威 (2032)
定购外粮食流通渠道的典型调查	俞家宝等 (2035)
我国粮食市场上的价格信号问题	柯炳生 (2040)
利用边境贸易, 促进中西部地区乡镇企业发展	洪乌金等 (2045)

动态模糊综合评价法及其应用	陈宝峰等 (2048)
种草、养奶牛、奶加工系统的机理分析	袁若飞等 (2051)
县级人口预测与控制方法及其软件的研究	潘学峰等 (2054)
山区庭院经济时空能优化组合设计	李志民等 (2062)
我国农业保险面临的困难及对策	任素梅 (2069)
关于调整农村产业结构的看法	张寄农 (2073)
我国国营粮食营销企业面临困境的原因及对策	常明莲等 (2079)
On Applying Systems Approach to Agricultural Systems	Wang Yilian (2083)
农家经济中劳力配置的理论探析	王秀清等 (2087)
论农业现代化的本质特征	查振祥 (2092)
中国农产品价格的形成机制分析	查振祥 (2097)
农业劳动力转移的出路对策	袁若飞等 (2102)
关于农村股份合作制的几个理论问题	王立诚 (2112)
论农业的高产优质高效及其持续稳定协调发展战略	张仲威 (2116)
编写《农村经济学总论》二稿几个主要论点及编写要点	张寄农 (2122)
两层分层抽样 (大农户全面调查、一般农户抽样调查)	
是农业普查的一种重要调查方法	刘宗鹤 (2126)
我国绿色食品发展的前景与对策	贺锡革等 (2131)
全面推行城镇国有土地有偿使用的对策研究	李士钦等 (2137)
论农业经济图书室藏书增长问题	李丽娟 (2141)
试析市场经济中的供求规律及市场特征	俞家宝等 (2144)
粮食供需信息系统的研制与应用	吴扬俊等 (2149)
市场经济与农业	安希仅 (2160)
我国农业高产、高效与优质问题	安希仅 (2169)
对剪刀差的基本看法	俞家宝 (2173)
《农村经济学》绪论	张寄农 (2176)
节水灌溉方式的选择	刘维峰等 (2196)
我国农业推广工作面临的形势与对策	任晋阳 (2201)
稀缺资源合理配置问题研究	
——以化肥为例	秦 富 (2204)
关于粮食购销体制改革的一些认识	俞家宝等 (2209)
论畜产品运销	林智元 (2212)
沿海地区“三来一补”企业发展背景和前景的研究	查振祥等 (2217)
耕地资产核算方法与实例分析	贺锡革等 (2220)
农业发展情景分析模型及其应用	卢凤君 (2226)
农业企业管理学的形成与发展	何绍唐 (2229)
当前农村产权制度改革中的问题、难点及对策	许惠渊 (2232)
北方旱农区产业结构优化研究	刘德纶 (2237)
对财政支持科技兴农的浅见	金敬恩 (2243)
农业普查中的两层最优配置抽样	刘宗鹤 (2246)



试论市场经济条件下的企业价格行为	孙世民等 (2250)
关于农业和有关产业联结问题	陈 道 (2256)
我国粮食生产与市场问题分析	刘德纶 (2262)
农业科技成果的供求矛盾与对策研究	高启杰 (2267)
利用经济控制论模型减少粮食产后损失	池仁勇等 (2271)
全国粮食产后损失抽样调查及分析	詹玉荣 (2274)
我国实行粮食市场收购的可行性分析	詹玉荣 (2278)
我国玉米消费结构分析	谭向勇 (2281)
乡镇企业发展与小城镇建设关系研究	洪乌金 (2287)
中国粮食市场组织体系研究	詹玉荣 (2292)
农业节水决策支持系统	吴扬俊等 (2306)
信息在德国生猪及猪肉市场中的运用	
——德国在改善生猪及猪肉市场透明度方面的一些做法	谭向勇 (2311)
三大作物生产机械化发展制约因素的定量研究	焦长丰 (2315)
我国农村居民收入分布的统计模式	杨纳华 (2319)
我国农业的三大变化与若干政策选择	
——一个阶段性的农业现代化过程	安希伋 (2323)
我国大中型国有工业企业改制过程中的负债问题	马威等 (2329)
山区庭院经济多种经营模式及实施途径设想	李志民 (2334)
我国选择性农业保护政策的研究	焦长丰等 (2338)
我国粮食供给波动原因的系统分析	焦长丰等 (2343)
论农村专业技术协会及其技术推广功能	任晋阳等 (2349)
我国粮食供给波动的预测	焦长丰等 (2354)
对我国饲料市场需求的探讨	秦 富 (2358)
乡村集体企业股份合作制改造的理论思考	洪乌金 (2365)
甘肃省饲料工业发展中的问题与对策	杨纳华 (2370)
市场经济与农村的发展	焦长丰 (2374)
德国粮食产量的调查方法	肖海峰 (2377)
我国饲料工业和饲料市场需求问题的探讨	秦 富 (2382)
面对世贸组织的俄罗斯农业	方康云 (2388)
中国农业的自然与社会特征	俞家宝等 (2391)
中国现阶段农业的基本经营制度	俞家宝等 (2408)
中国粮食生产的技术效率	田维明 (2423)
论社区股份合作经济的制度优势	俞 勤 (2431)
粮食流通体制改革与市场体系建设：回顾与展望	柯炳生 (2435)
中国非国营企业集团治理结构特征	
——浙江乡镇企业集团现行治理结构	李 平 (2446)
完善我国保险中介人制度的探讨	任素梅等 (2451)
独联体国家的农业近况	方康云 (2454)
北京市零售业的过度竞争及解决途径	唐建华 (2457)

京郊农业产业化经营模式的选择	刘德纶 (2461)
一场诱致性制度变迁	
——改革开放以来中国农村经济制度变迁的反观与思考	冯开文 (2467)
试论农村股份合作制原理	王立诚 (2471)
论我国农业经营组织的发展趋势	谭向勇 (2476)
农业产业化中“龙头企业”的作用与发展分析	牛霞等 (2479)
对推进我国基本实现农业现代化的几点认识	柯炳生 (2483)
论农民专业技术协会向专业合作社发展	俞勤 (2488)
德国生猪及猪肉质量的保证措施	谭向勇等 (2493)
中国农业增长 (1981—1995 年): 需求角度的分析	王秀清 (2496)
我国会计监督制度创新探索	伍建平等 (2502)
农田灌溉管理体制的改革	陈宝峰 (2505)
合作金融组织的制度性绩效探析	何广文 (2510)
粮食保护价格政策的基本原理及其运行机制的国际比较	肖海峰 (2517)
农业技术产业化及其成果与服务的价格问题	郑大豪 (2524)
外商直接投资的规模研究	傅晓涛等 (2528)
从农村居民资金借贷行为看农村金融抑制与金融深化	何广文 (2534)
有效市场理论与方法	王卫华等 (2541)
论中国农业合作制度变迁的格局与方向	冯开文 (2547)
从土地改革转入农业合作化的制度变迁机理分析	
——对有关的几种观点的评析	冯开文 (2554)
深圳市宝安县横岗镇的股份制经济	俞家宝 (2560)
农业推广中改变农民行为方法体系的构想	李志民等 (2562)
再论生态经济理论在农业资源调查和农业分区综合研究中的应用	刘书楷等 (2567)
中国社会主义初级阶段经济组织形式结构与目标模式	袁若飞 (2573)
我国农业普查设计问题研究	刘宗鹤 (2580)
《中国农村学》导论	俞家宝 (2614)



中国农业发展之成就与前景*

赵冬缓

中国农业经过四十多年艰苦曲折的奋进历程,取得了长足的发展。1949—1990 年农业总产值年均增长 4.55%,尤其是改革开放以来,1978—1990 年农业总产值年均增长达 5.6%,高于世界许多国家同一时期的发展速度,以占世界 7%的耕地,基本解决了占世界 22%人口的温饱问题,获得了举世瞩目的历史性的巨大成就。

为进一步改变农业基础脆弱、后劲不足的状况,加速实现本世纪末国民生产总值再翻一番,人民生活达到小康水平的第二步战略目标。回顾分析中国农业发展全过程,总结思考成功经验和曲折路径,此乃是很有意义的、宝贵的,展望未来农业发展前景,令人振奋,任重道远。

一、巨大的成就

中国的农业和农村经济,是在生产力极其落后的半殖民地半封建社会的基础上发展起来的。自 20 世纪 50 年代初起,先后经历了土地改革、农业合作化、人民公社化和现阶段的农村经济体制改革等几个历史时期。在农业和农村经济蓬勃发展与前进的过程中,凭借组织和制度的不断探索创新,对传统农业进行了富有成效的改造,使农业生产水平有了明显提高,为农村经济的全面发展迅速发展奠定了基础,为整个国民经济和社会发展作出巨大贡献。

(一) 农业的发展、农业剩余的增加,为整个国民经济和社会发展作出了突出贡献

1. 产品贡献。一是向全体居民提供了较丰富的农产品,保证了人民生活水平与生活质量的提高。1952—1990 年居民实际消费水平提高了 2.67 倍,年均提高 3.48%;1990 年人均消费肉类、鲜蛋、鱼虾,比 1978 年分别提高了 5.65%、47.46%、20.5%,日卡路里摄入量、婴儿死亡率、预期寿命等生活质量指标已远高于发展中国家平均水平,有的接近甚至超过了世界平均水平^①;二是农业发展为加工业提供了大量原料,保证了以农产品为原料加工业的增长需要,是轻工业迅速增长的源泉。

2. 要素贡献。一是向工业提供了巨额的积累资金,1952—1989 年国家通过剪刀差和农业税从农业中抽走的资金,扣除支农资金外,农业资金净流出相当于新创造价值的 1/5;其次,农业作为劳动力就业的“蓄水池”,为非农部门特别是城市工业部门创造了富有弹性的劳动力供给,

* 海岸两岸学术讨论会上大会发言稿,并载“九十年代中国农业发展学术讨论会”论文集,中国人民大学出版社出版。

① 据世界发展报告,1988 年中国的预期寿命,日卡路里摄入量、婴儿死亡率分别为 70 岁、2 640 千卡、30‰,世界平均水平为 64 岁、2 672 千卡、57‰。

也保证了社会的安定。

3. 市场贡献。随着农民人均收入和生活水平的提高,农村越来越成为重要的工业品市场。1990年农村社会商品零售额达4565.1亿元,占到全国社会商品零售总额的55%;同时农村还提供了约占2/3的轻工业产品市场。

4. 外汇贡献。1952年农副产品及其加工品出口占到出口总额的82.1%,是国家外汇重要来源,直至1990年,这一比例还高达42.2%。

(二) 对传统农业的改造,有力地促进产业结构日趋合理和农村商品经济迅速发展

尽管农村统购统销和人民公社制度阻滞了农业商品化和市场化的进程,但客观上使农村商品经济终究有所发展,特别是改革开放以后获得更加迅速的发展。1990年农副产品收购额达3711亿元,按可比价格算,1952—1990年年均增长4.53%,1978—1990年年均增长7.66%;粮食商品率由1952年的20.3%上升到1990年36.6%,农副产品综合商品率由1978年的45.2%上升至1990年的60%多,农村工农产品的综合商品率由1978年的53.7%提高到1990年的70%左右;农民商品性消费支出在生活消费支出中的比重也由1978年的39.7%增加到1990年的62.15%,提高了22个百分点。

随着农业商品化和农村商品经济的发展,农村产业日益分化,形成了农林牧副渔全面发展,工商建运服综合经营的产业结构格局。20世纪50年代初,仅种植业一项就占到整个农村经济总产值的82.3%,直到1978年,农业总产值还占到农村社会总产值的近70%,农业就业人数占到农村劳动力的93.5%。1978年后多种经营和乡镇企业的发展大大促进了农村产业结构的调整。一方面,多种经营的发展改变了农业的单一种植业结构和种植业的单一粮食作物结构,1978—1990年种植业在农业总产值中的份额下降了18个百分点,1984—1990年下降了11个百分点;另一方面,乡镇企业的飞速发展大大丰富了农村产业的内容,使非农产业产值份额在1978—1990年十二年内上升了22.5个百分点,在1984—1990年六年内上升了17.4个百分点,达到52.5%,非农产业的就业份额由1978年的6.5%上升到1990年的21.65%,走出了一条独特的农村工业化之路。

(三) 创立了农村统分结合的双层经营体制,探索适于中国农业发展的基本框架

1. 确立了以家庭经营为基础,各种社会化服务组织相配套的农村经济微观组织制度的基本框架。1952年土地改革结束后的组织格局是:拥有土地等生产资料的个体农户是基本组织形式,配套组织是约40%农户参加的各种农业互助组,以及为农民服务的供销合作社和信用合作社,其服务范围高达80%以上。后来,人民公社否定了农户对生产资料甚至对生活资料的占有权,损害了农民的积极性。直到1978年通过农业体制改革,农民的经营主体地位才逐渐重新得到确认,各种社会化服务组织也随之应运而生,从而确立了农村经济微观组织制度的基本框架;在集体所有权和农户经营权两权分离下,拥有土地经营权和其他生产资料所有权的家庭经营是基本形式,配套组织有拥有土地所有权的社区合作组织、政府系统的农业推广服务组织、半官方的供销和信贷服务组织、各种各样的民间专业合作服务组织以及盈利性的私人服务组织。这一多样化的组织框架具有极大的容量和发展空间,有利于调动各个层次的积极性,能在较长时期内适应中国国情和生产力的发展,是农业发展的重要成就。

2. 建立了市场取向的农村经济宏观调控制度的基本框架。微观主体利益的实现需要宏观调控制度来保证和协调。1953年统购统销制度的实施是以工业原始积累为宗旨的,但侵犯了农业



生产者的利益,导致了农业效率的损失。经过几十年的摸索,基本上确立了市场取向的宏观调控思想,并通过下列改革从统购统销的指令性计划调控,逐步向市场取向的宏观调控制度过渡:①逐步缩小了指令性计划收购范围,完全放开了大部分农副产品市场,仅对棉、烟、丝实行统购专营,逐步提高了定购部分粮油的收购价格,粮食实现了购销同价,农产品市场日趋发育成熟;②一定程度的建立了农业生产要素市场:劳动市场、资金市场、土地使用权流转制度都在一定程度上得到确立,化肥、柴油等主要农用生产资料的政府配给制度也得到了一定的改善;③农业外贸的指令性计划体制进行了有限的改革;④一定程度地改革了政企不分的体制,1983 年以建立乡政权为主要内容的政社分设以及目前即将席卷全国的、以实现“小机关、大服务”的政府职能转变为内容的县级机构改革都是促进政企分开的有力之举。

(四) 富有成效的农业改造,加速了传统农业向现代农业转变

农业总产品和各种农业要素的生产率迅速提高,摆脱了传统农业稳定均衡的低速增长状态,标志着农业生产能力已经达到了一个新的水平。新的生产要素不断引入,科技进步的贡献提高。新要素不断引入,是改造贫穷而低效的传统农业的关键。新中国成立以来,我国多次更换了农作物品种,全国农作物良种覆盖率已超过 80%;化肥使用量 1952—1990 年年均增长 16.5%,目前亩播种面积施用量已达 11.64%公斤;农药施用面积 1990 年达 33.74 亿亩次,80 年代十年间增长了 3.3 倍;地膜覆盖面积 1990 年达 4965.7 万亩,十年间增长了 213 倍;塑料棚面积十年间增长 18.5 倍,1990 年达 220 万亩。畜牧业普遍推广了畜禽良种新品种,开展了疫病防治,饲料工业的发展大大改进了饲养方式。随着科学技术的发展,计算机技术、生物工程技术、航天航空技术等也都被用于农业。这些新生产要素的引入和迅速推广,打破了传统农业稳定均衡的生产要素配置格局,为农业提供了新的收入流来源。作为新技术载体,新要素投入的不断增加,使科技进步对农业增长的贡献率不断提高。据中国农科院测算,1972—1980 年科技进步对农业增长的贡献率为 27%,1978—1983 年升至 35%,目前已达 40%左右。

农业科研、农业推广成就显著,农业教育发展迅速,人力资本存量迅速增加。改造传统农业,新要素引入是关键,作为新要素供给者的农业科研和推广部门是关键的关键;向需求者农民进行智力投资,提高农民素质则是改造传统农业的另一关键点。经过四十多年的发展,第一,拥有了较强的科技队伍和较雄厚的科研实力,避免了一般发展中国家全面依靠技术引进的困境,据不完全统计,到 1990 年我国共获得农业科研成果 6 000 多项,1980—1990 年就有 2 100 多项^①,相当一部分接近或达到国际先进水平,大部分为实用技术;第二,初步形成了中央和地方的农业科研及技术推广体系,全国农业科研机构和技术推广机构已分别达 1 122 个和 20.3 万个,科研和技术推广人员也分别达 8 万和 86.8 万人^②,形成了中央、省市到地、县、乡、村的多级农业技术推广网络;第三,形成了由高、中等农业教育、农业干部培训、农民成人教育和农村中小学教育组成的农业教育体系,使农业人力资本存量迅速增加:高、中等农业院校累计毕业生数分别达 150 万和 85 万人,农村劳动力的平均受教育年限达 6.21 年,农村人口中的文盲率也从新中国成立初的 80%以上降到 22%,这是改造传统农业的重大成就。

① 到 1981 年我国农业科研获得的较大成果有 4 000 多项,参见《中国农村四十年》第 610 页,六五、七五期间又分别取得 1 075、1 071 项成果,根据《中国农业年鉴》整理。

② 为 1989 年数,来源于《中国农业年鉴》第 3 页。

(五) 卓有成效地发展乡镇企业，加速农村工业化和城镇化进程

乡镇企业在改革开放的 80 年代得到迅速地蓬勃发展，其数量增加 13.1 倍，总产值增加 15.4 倍。到 1990 年底，全国乡镇企业从业人员达 9 264 万人，总产值达 9 500 亿元，占农村社会总产值的比重由 1980 年的 24% 上升到 60%，占全国社会总产值的比重由 1980 年的 17.8% 提高到 25%，出口产品交货总额达 500 亿元，占全国出口产品收购总额的 25%。足见乡镇企业已成为农村经济的“半壁河山”和国民经济的重要组成部分。

中国乡镇企业之所以发展迅速、举世瞩目，就在于 11 亿多人口的发展中大国这一基本国情决定了要解决脱贫致富和农业剩余劳动力的问题，乡镇企业正是适应于这两种需要而产生与发展壮大的。它的发展走出一条就地吸纳剩余劳动力、进厂不进城、离土不离乡的有中国特色农村工业化之路；乡镇企业的发展引入了新的生产要素和新要素重新组合，在农村形成新的增长点，产生了新的生产力，从质和量方面推进了中国农村经济的发展；它的发展在增加农民收入、提高农民素质、反哺农业、振兴农村经济中都发挥了极其重要的作用；乡镇企业的发展还有利于加快农村非农化进程，促进农村城镇化和城市一体化，它既作用于城市，推动城市现代化部门的成长，又作用于农村，通过大量投资，改造传统农业，发挥了向现代化经济转化的作用与功能，推动国民经济发展进入一个新阶段。

未来乡镇企业的发展，在调整的基础上，基本越过以数量的扩张为主的发展阶段，进入以质量的提高为主的发展阶段，在继续发挥其自主经营、自我积累发展、自我调节、自我约束机制优势的同时，不断提高、完善与发展新阶段相适应的一整套运行机制；同时，应分别从宏观与微观上加强乡镇企业的行政与行业管理，调整产业结构，加速技术改造、提高产品质量，促进向小城镇集中布局，完善承包经营责任制，发展股份合作制、促进横向联合，发展企业集团。

二、广阔的前景

到 20 世纪末中国农业的发展，将呈现一幅怎么样的图景，这是为世人普遍关注的问题。按照中国经济发展总体蓝图，到 2000 年实现国民生产总值再翻一番，人民生活达到小康水平的第二步战略目标。农业发展的具体目标任务是：农业总产值平均每年增长 3.5%，粮食产量达到 5 亿吨，棉花产量达到 525 万吨；进一步发展林业、畜牧业、水产业；继续引导和促进农村乡镇企业健康发展，全面振兴农村经济。中国未来的农业，将是不断克服面临的种种困难，继续深化改革开拓前进，在发展过程中求得提高，在提高中求发展。国家将逐步建立起符合社会主义商品经济规律的新秩序，农业技术装备的水平将有明显提高；在农业中确立家庭经营的合法地位，农民作为独立的商品生产与经营者，获得按照经济原则选择产业项目和有效地配置资源的自主权，使农村经济更加富有活力，从而摆脱了低效率的运行状态；以乡镇企业为代表的农村第二、第三产业继续以较高的速度发展，吸纳上亿农业剩余劳动力，减轻农业的就业压力；国家的经济实力与农民自我积累能力的增强，进一步增加对农业的资金和物资投入，有效地改善农业的物质技术基础；开辟新资源，拓展新领域，是增加农民收入的新途径；农业科学技术的发展与推广运用，必将提高农业劳动生产率与土地生产率，提高农产品的产量与质量，以满足全国人民小康生活水平和国民经济建设的需要。

90 年代的中国农业，正在向商品农业、现代农业转变，以农业要走高产优质高效之路，作为加快农村经济发展的重大战略决策。所谓高产，就是提高资源的产出率，保证粮棉等大宗农产



品有效供给,这是首要的社会目标;优质,就是追求农产品的市场价值,产品不优,就没有竞争力,则无法实现其价值,这是社会消费和国内外市场的客观要求;高效,是指提高农业经济效益为中心的综合效益,这既是商品农业的基本要求,也是农业自我积累和发展的基本动力。总之,高产优质高效农业,就是遵循价值规律,依靠科技进步,以大农业的观点充分合理地开发利用各种农业资源,不仅是生产品种更多,产量更高、品质更优的农产品,而且还要不断提高生产效益,使农业成为充满生机活力,具有较强的自我发展能力的现代农业产业。这是现实的要求,也是历史的必然。中国人口增加与耕地减少的矛盾短期内无法得到根本缓解,决定了农业不走高产优质高效之路是不行的。没有高产就不能彻底解决温饱问题,没有优质农产品就形不成商品优势,没有高效亦无法增加农民收入,达到小康目标。可以说,这是由吃饭农业变为致富农业、由产品农业变为商品农业、由传统农业变为现代农业的农业发展指导思想的重大转变和农业自身的一次革命。

在进一步深化农村经济体制改革,和推进高产优质高效农业发展的新形势下,中国农业除了面临着农业综合生产力低,农业发展后劲不足的严峻形势外,现阶段面临农产品总量平衡、结构调整、运行机制及外部环境等一系列问题,都有待做出正确地抉择。

1. 农产品总量平衡问题。强劲增长的农产品需求与徘徊的农业综合生产力之间的矛盾构成总量不平衡的问题。未来 10~20 年中国仍处于人口生育高峰,奔小康过程中必然不断提高的收入水平和消费水平是需求强劲增长的基本因素,而农业综合生产力在 4 亿~4.5 亿吨粮食间的徘徊也为人们公认。这一矛盾还因农业发展日益强烈要求持续性,而农业持续发展越来越要求减少对生态环境的破坏、保护农业资源,这些最终必然要体现在农业技术发展的目标中,作为代价,必将影响农产品产量。解决问题的出路主要有科技兴农、发展农用工业和农业综合开发。科技兴农的依据,一是我国现有农业科技成果中有相当一部分还没得到推广应用,故潜力很大;二是全国重视农业的大环境和雄厚的科研实力,有可能导致农业技术上的突破性进展;发展农用工业的依据,在于农用生产资料的短缺已构成制约农业生产发展的瓶颈,而城市企业改革 1992 年可望大幅度提高技术效率;农业开发的依据,在于现有耕地中有 2/3 约 10 亿亩的中低产田,有可垦荒地 5 亿亩,其中 2 亿亩可在近中期开发利用,还有尚未开发的滩涂 3 000 多万亩,可利用的草地 40 多亿亩以及待开发利用的一半的淡水养殖面积,因此,农业综合开发潜力很大。

2. 结构合理调整问题。一是由需求结构变化引起的供给结构调整。未来一二十年内我国的食物消费需求结构将发生很大变化,主要是减少人均直接粮食消费,增加动物产品消费,提高消费质量。为适应消费需求结构的这种变化,农业必须由数量型农业向高产优质高效农业转变,为此,必须大力调整农业生产结构:①大力发展畜牧业,特别是水产、家畜的草食性农畜的生产;②种植业中大力发展饲料作物生产,逐步实现粮食作物——经济作物的二元结构向粮食作物——经济作物——饲料作物的三元结构的转变;③大力发展优质农产品生产及其加工品的生产。二是适应资源结构的供给结构调整。农业自然资源分布上严重的区域差异,以及因区域间经济发展不平衡而导致的社会经济资源分布上的区域差异,将使按比较优势原则进行农业生产的区域分工成为我国未来一二十年内农业发展的一个重要增长源。第三产业的发展,全国统一市场的形成将促进区域分工的发展。

3. 有效的运行机制问题。总量和结构问题的解决,最终要落实到一套行之有效的运行机制上,未来农业发展的运行机制主要是宏观调控制度与微观组织制度的各自完善和相互适应问题。组织制度上,一是抓好以土地制度建设为核心的农村基层组织建设和产权明晰化,大力发展农村股份合作制,从而解决社区性合作组织内部的积累机制、监督机制及农民对集体财产的关切度问

题；二是以稳定完善联产承包责任制、加强社会化服务为契机，以减少农民面对的市场风险和波动为目标，解决好组织农民参与市场的问题。

在调控制度上，首先，继续完善市场调控制度：①逐步理顺农产品的各种相对价格关系；②继续发展农业生产要素市场，不断提高农产品市场的组织层次，发展批发市场和期货市场等较完备的市场形式；③进一步完善主要农产品的储备调节制度；其次，在 20 世纪 90 年代中国农村经济非均衡特征仍然明显，市场机制发育还不很成熟的条件下，不同层次的国民收入再分配仍然十分重要。特别要注意逐渐促进乡镇企业以工补农的宏观化和规范化，推动乡镇企业的城镇化。总之，微观组织制度的完善易于进行，宏观调控机制的完善很大程度上要依赖于城市经济的发展，依赖于农业发展的外部环境。

4. 外部环境问题。农业发展的外部环境，一是国民经济主要是城市经济的发展状况。二是国际农产品市场的状况。未来几年中，以股份制为核心的国营企业体制改革可望取得重要突破，从而焕发出国营企业的活力，工业效益可望有较大提高，城市经济可望更快发展，从而有力地支持农业和农村的发展；同时，随着中国恢复关贸总协定的席位，国际农产品市场将对农业发展产生巨大影响，必须参与国际分工，农业的保护也日益显得重要。

总之，中国未来的农业发展，尽管面临的形势严峻而问题复杂，但通过深化农村体制改革，改善宏观环境和微观机制，加上城市经济和乡镇企业强有力的支持，对农业的发展将充满希望，一个独具中国特色的社会主义现代化农业，将以欣欣向荣的崭新面貌屹立在中华神州大地！

注：

①文中的“中国农业”仅包括大陆各省、市、区的资料，中国台湾省及港澳的数据尚未统计在内。

②本文“数据”除另注明外，其他数字都来源于《中国统计年鉴》和《中国农村经济统计大全》或据其计算整理。

③参考文献资料从略。



市场与项目管理

宋 声 鹤

项目的规划、项目的选择以及整个项目管理过程都要“背靠资源、面向市场”，项目与市场的关系十分密切。

项目是为了达到一定目的、按照事先预定的方案而进行的经济开发活动的组织单位，也就是进行经济开发的基本单元。项目按一定程序建成后，多数是一个经济实体，是一个企业或企业群，例如是一个农场、一个牧场、一个工厂、一个电站等等。作为投资者和建设者来说，都希望项目有较好的偿还能力、赢利能力；要有较好的偿还能力、赢利能力，项目就必须有较好的经济效益；要项目的经济效益好，就必须投入较小、产出较大；产、供、销渠道畅通；产品适销对路；且具有竞争能力……这些无不与市场有密切的关系。所以只有密切关注市场、了解市场、分析研究市场，才能使资源优势较顺利地转化为产品优势，再转化为商品优势，从而较顺利地实现马克思形象地所描述的“惊险的跳跃”，使项目产出的产品畅销。

对于项目管理人员来说，①应该对市场的基本理论有所了解；②对各类市场的特征有所认识；③对立项时如何面对市场有一定的知识和能力。以下从这三个方面提供有关知识。

一、市场的几个基本问题

（一）市场

人们对市场的认识是逐渐深化的，其认识的发展大体经过三个阶段。

开始是狭义的理解：“市”即交易，“场”即场所，市场就是商品交易的场所。例如农村的集市贸易，城市的百货公司、农副产品市场等。

随着商品经济的发展和市场的扩大，交易并不完全依赖于某个场所，甚至可以脱离场所，交换得以在十分广阔的领域里随时进行，于是人们概括出一种广义的理解：市场是指在一定时间、地点条件下商品交换关系的总和，而不仅仅是指某一特定的商品交易场所，但它又包括了具体的商品交易场所。市场是一切商品交换关系的集合体，即生产者、商人、消费者之间，以及生产者之间、商人之间错综复杂的交换关系。

第二次世界大战后，商品经济的进一步发展，刺激和提高了人民的购买力，促进了消费者需求和欲望的不断变化和发展，使消费者对商品购买的选择性日益强烈。人们逐渐意识到：市场虽是流通领域的一种经济活动，但它与生产领域和消费领域有密不可分的关系，从深层来分析，市场是植根于消费领域的。于是一种新的市场概念开始形成：市场是未被满足的需求。这是对市场深入的理解，更是卖方对市场的理解。这个尚未被满足的需求，就是我们立项的基础。

（二）形成市场的条件

形成市场的条件有三：

- （1）要有可供交换的商品（包括货币）。没有商品，市场不可能存在。
- （2）要同时有商品的买方和卖方。商品交换是由“人”进行的，有买有卖才能形成市场。
- （3）要具备买卖双方都能接受的价格和交易条件。只有买、卖双方自愿互利，商品交换才能完成，这就是商品交换的“自愿让渡”规律。

只有同时具备以上三个条件，才能形成现实的市场。而不只是观念上的市场。一个项目的建立，必须有助于商品经济的发展和市场的繁荣，而市场的繁荣又必然给立项带来更多的机遇。

（三）市场的功能

市场的功能，是由市场机体内在属性产生的客观职能。只要有市场，就有市场经营活动。市场经营的正常运转所做的“功”，就会发挥其应有的“能”。市场的主要功能表现为以下六个方面：

1. 商流功能和有偿性。商流功能又称为交换功能，是指商品收购和销售活动。经营者和消费者通过货币这一媒介物，实现商品所有权的转移。对于中间商来讲，还发挥了将商品从产地集中起来分散到销地的“吞吐”功能。

商流功能的基本特征是有偿性。买卖双方一手交钱一手交货，商品使用价值与价值互换位置。等量劳动相交换，各得其所，彼此补充。商流功能要求商品转换货币的速度越快越好。

2. 物流功能和节时性。物流功能是指商流需要而组织的商品实体运输和储存活动。即通过市场营销渠道来实现商品的空间上和时间上的移动，使商品能够源源不断地从生产领域→流通领域→消费领域，实现商品的使用价值。

物流功能的特性是节时性。它要求商品运输和储存周期短、流程快、费用省、安全好。

3. 服务功能和附加性。服务功能主要包括三方面：

（1）为保证企业顺利组织商流和物流而提供的各种辅助条件。如资金融通、风险负担、商品标准化等。

（2）在商流、物流中，向消费者提供的附加利益。如代为包扎、送货上门、保修和退换、指导消费等。

（3）为客商和消费者提供生活服务。如住宿、饮食、通讯等等。

服务功能的特性是附加性，即提供产品本身以外的物质上和精神上的附加利益，使市场活动的参与者感到方便、安全、放心和满足。

4. 信息反馈功能和导向性。市场是信息最多、传递最快的地方，企业通过市场可获得重要的情报，如市场需求、产品质量、价格变动等等，这些都是有效地组织商流和物流的重要根据，也是市场超越流通而向生产领域渗透的主要表现。

信息反馈功能的特性是导向性。引导企业的经营更好地适应市场需求。

5. 调节功能和协调性。通过价值规律和供求规律，一方面调节生产量和产品结构，一方面调节消费需求和消费需求结构。

调节功能的特性是协调性，即使社会供给和社会需求基本趋于平衡。

6. 竞争功能和鞭策性。市场是竞争的“战场”。竞争的功能犹如一条无情的钢鞭，鞭策

企业不断应用新技术，改进产品，降低成本，搞好服务。所以竞争功能的显著特性是鞭策性。

市场的上述功能是互相制约的，任何一项功能的失误，都会直接影响市场机制的正常运转。我们在运用和发挥它们的功能时，应看到各功能的联系，加以协调和运用。在项目管理过程中，要充分运用市场的功能，使之获得更好的效益。

（四）市场体系

市场体系是由多种市场所组成的大系统，由商品、货币和人口三要素以不同形式组合，组成各有自己经济内容的市场。正是这些众多的子市场、小市场构成了多层次、多结构的体系。一个较完善的市场体系，能为立项提供良好的市场环境，能为立项提供更多的市场机遇，能为宏观控制提供有效的途径，能为理顺价格创造必要的条件，能为资源配储提供最佳的场所。所以项目管理人员能对建项地区的市场体系及其发育程度有较详细的了解，才能做好建项的可行性分析。请见图 1：

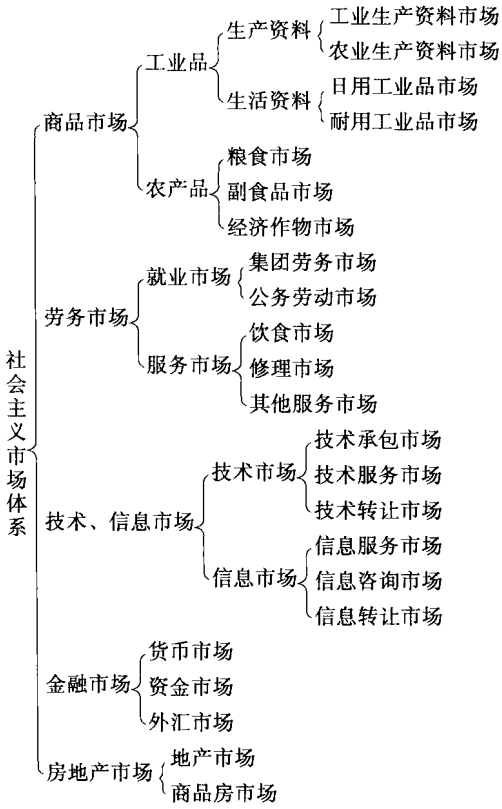


图 1

二、几种主要市场的分析

本节着重分析几种主要市场的特征，使项目管理人员能在掌握各类市场特征的基础上，制定出有效的立项决策。

（一）生产资料市场

1. 生产资料市场的概念和分类。生产资料市场的商品主要用于再生产，而不是用于最终消费。可分为：

（1）工业用生产资料市场。其商品主要包括生产设备、辅助生产设备、工矿产品原材料、农产品原材料、半制成品和零件、动力燃料和废旧物资等类。

（2）农业用生产资料市场。其商品主要包括农用机械农具、农用设备、农用化工产品、种籽种畜、肥料饲料、农用能源和水资源等类。

据世界市场估计，按美元计算，生产资料市场的交易额至少等于消费品市场的两倍，是当前市场营销中最大的市场，其销售量的增减与社会生产的发达和衰退密切相关。在我国，生产资料市场是最近几年才发展起来的一个新的市场。目前工业用生产资料一部分是通过调拨，一部分是通过市场交换取得；农业用生产资料除一部分由本身自给外，都是通过市场交换取得。

2. 生产资料市场的基本特征。

（1）市场比较集中，交易大多在企业之间进行，成交批量较大，人们常称其为“巨人之间的市场”。因此，在组织营销时，可相对地减少流通环节，其主要业务可放在批发或企业自销上，有的还可签订长期供货合同，直接送货上门。

（2）专业性强，技术要求高。购买者对产品有比较明确的技术要求，一般不能随意相互替代。因此，经营者必须了解用户需要，尽量增加品种、规格、型号，以满足各类用户的需求。还要做好技术服务、技术培训和技术咨询工作。

（3）理智型专家购买。购买者对产品的技术性能都有一定的了解，不易受广告宣传、外观和推销方式的影响，多属于理智决策型。因此经营者对产品应配附详细的使用说明，配备懂技术的销售人员进行技术咨询、操作表演、维护使用示范，必要时还可提供给客户试用。

（4）需求弹性较小。

（5）购买具有连带性。一般要求主机、辅机和部件等同时成套供应。

（6）购买一般需要集体决策。

（7）用租赁代替购买。就是使用单位不通过购买，而通过支付一定租金的方式取得使用权，租赁的往往是生产工具。近几年来，我国的租赁业也有了较快的发展。

3. 影响生产资料市场需求的基本因素。

（1）生产资料使用单位的规模、数量和结构。使用单位规模越大，需要数量越多。使用单位越多，尽管这些单位规模不大，总需要量也会很大。使用单位的结构包括两方面，一是部门结构，是属于重工业、轻工业还是农业，不同部门需要的数量是不同的。二是规模结构，即大、中、小单位所占的比重，如大型单位比重大，需要量就大。

（2）使用单位的经营管理水平。经营管理水平对生产资料的需要量产生正反两方面的影响。经营管理水平越高，需要量越少，因为设备利用率提高、原材料单耗降低，这是反面的影响。经营管理水平越高，劳动生产率越高，单位时间的产量提高，因而需要量增加，这是正面的影响。

（3）使用单位的财务状况。使用单位积累水平高，扩大再生产的能力强，需要量就会不断增加。

（4）固定资产的更新状况。固定资产的更新期越短，需要量就越多。如果是在固定资产的集中更新期，就会引起大规模的需求。

（5）国家的经济发展速度。经济的发展速度越快，需要追加的投资就越多，对生产资料的需



求量就越大。

(6) 国家方针、政策、措施的变化。积累率的变化,直接影响生产资料的需求量。国家宏观经济政策的调整,如出现紧缩,生产资料需求量将减少,反之就增加。

上述影响因素,对不同产品的影响程度是有差别的。项目管理人员一定要认真研究对自己产品最主要的影响因素,发挥有利因素,克服不利因素,增加产品的销售量。

(二) 消费品市场

1. 消费品市场的概念和分类。消费品市场的商品是最终消费品。它的范围十分广泛,涉及人们的物质和文化生活各方面的需求。可分为:

(1) 日用消费品。一般指日常生活必需、消费者经常购买、单价较低的商品,如各种食品和日用杂货等。这类商品的购买特点:一是由于日常需要,购买次数多,一般不受时间影响,每时每刻都可能去购买。因此,应增设零售点,便于消费者就近购买。二是由于经常购买和使用,消费者对此类商品比较熟悉,只要品质和价格没有太大区别,消费者不想多挑选,多属习惯性购买。但有时也被这些日用新产品的颜色、味道、形状所打动,而产生冲动性购买。三是由于日用品单价低,对商品的商标不过分偏好,有的甚至希望使用新品牌。但由于购买频率大,有时也会建立对品牌的偏好,而品牌信誉一旦建立后,可以简化交易过程。经营者应根据上述特点采取灵活对策。

(2) 选购消费品。一般指价格较高、使用时间较长,消费者在购买以前要经过挑选、比较后才购买的消费品。如服装、鞋帽、床上用品、家具等。这类商品的购买特点是:购买频率较低,没有固定的消费习惯。有的喜新产品,有的强调价廉物美,有的侧重商标。消费者对这类商品除要求内在质量外,特别注重外观,往往要跑几家商店,寻找多种同类产品,对质量、价格、花色品种、式样进行比较,经过考虑后才决定购买。因此经营者要努力提高产品质量,增加花色品种,做到物美价廉,并努力创名牌,才能在竞争中取胜。

(3) 特殊消费品。指价格高、使用时间长的高档消费品。如洗衣机、电视机、电冰箱、高级音响设备、空调机、小汽车以及高级照相机、高级手表、高档家具等。这类商品的购买特点是价格高、使用时间长、购买频率小,所以消费者要多花时间,慎重考虑,才作出购买决定,有的甚至坚持要某种牌号。因此经营者必须争创名牌,才有更大的吸引力。从销售渠道说,网点不可太多,必要时还可委托代销,或厂商合一、自产自销。特别要注意这类商品的售后服务,如实行三包。在推销方面可实行分期付款、送货上门、登门修理等。

我国有 10 亿多人口,从初生婴儿到古稀老人都需要消费品。由于年龄、性别、职业、收入、文化程度不同,所需消费品又有很大差异,所以其复杂程度远远超出上述分类。这个市场的兴衰,直接关系到人民生活的满足程度。

2. 消费品市场的基本特征。

- (1) 市场广阔,购买人数多而分散;
- (2) 市场上购买者的购买次数多,购买的时间分散,每次的购买数量较少;
- (3) 市场的专用性不强,大多数消费品有较强的互替性;
- (4) 市场上的购买者大多缺乏专门的商品知识和市场知识;
- (5) 购买力流动性大,随购买者的流动而流动;
- (6) 除少数高档耐用品外,一般不要求技术服务。

经营者可根据上述特点采取相应的营销策略。

3. 影响消费品市场需求的基本因素。影响消费品市场需求的因素很多,其中最主要的是人