

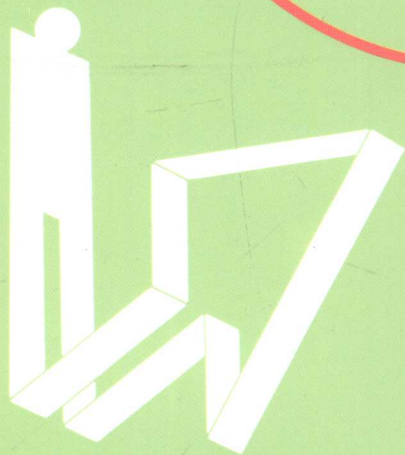
ZHONGJIE ZUZHI YANJIU

ZHONGGUO NONGCUN SHICHANG

中国农村市场 中介组织研究

我国农村市场中介组织涵盖了多种组织形态，虽然目前还处于发展的初级阶段，但是也应该找准自己在市场中的位置，明确自己的优劣势，才能正确选择组织经营战略。

纪良纲 刘东英 梁 佳◎著



 人民出版社

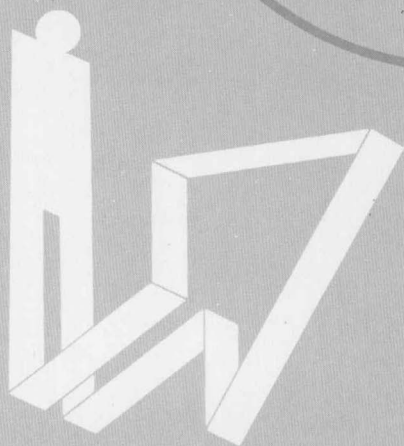
ZHONGGUO NONGCUN SHICHANG
ZHONGJIE ZUZHI YANJIU

ZHONGGUO NONGCUN SHICHANG

中国农村市场 中介组织研究

我国农村市场中介组织涵盖了多种组织形态，虽然目前还处于发展的初级阶段，但是也应该找准自己在市场中的位置，明确自己的优劣势，才能正确选择组织经营战略。

纪良纲 刘东英 梁 佳◎著



人民出版社

策划编辑:吴炤东

责任编辑:吴炤东

封面设计:肖 辉

图书在版编目(CIP)数据

中国农村市场中介组织研究/纪良纲 刘东英 梁 佳 著.

-北京:人民出版社,2009.3

ISBN 978-7-01-007673-7

I. 中… II. ①纪…②刘…③梁… III. 农村市场-中介组织-研究-中国

IV. F723.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 011785 号

中国农村市场中介组织研究

ZHONGGUO NONGCUN SHICHANG ZHONGJIE ZUZHI YANJIU

纪良纲 刘东英 梁 佳 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京集惠印刷有限责任公司印刷·新华书店经销

2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:19.75

字数:322 千字 印数:0,001-3,000 册

ISBN 978-7-01-007673-7 定价:46.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

前 言

中国是农业大国，农村问题是我国建设小康社会的关键。我从 20 世纪 90 年代开始专注农业和农村问题的研究，先后承担过“中国农产品流通体制与价格制度”、“农产品流通中介组织研究”、“市场中介组织与中小企业发展研究”等三项国家社科基金项目 and “中国农村商品流通体制研究”、“我省农村市场中介组织建设对策研究”等多项省级课题。我在这个方面的研究，侧重于农村市场中介组织，已经发表了几十篇论文。

2005 年我入选教育部新世纪优秀人才支持计划，其中一个主要的研究课题就是中国农村市场中介组织研究。该课题的研究历时 3 年，由我和我校商学院的刘东英教授、梁佳老师共同完成；我的硕士研究生李柱石参与了资料的搜集与整理，并参与了第六章和第十六章的撰写工作；我校经济研究所的丁玉霞老师参与了资料的搜集与整理，并参与了第二章的撰写工作。在课题调研过程中，我们曾得到过河北省委宣传部、河北省发改委、保定市委、涿州市委市政府、安平县委县政府、宁晋县委县政府等部门领导的大力支持，在课题出版过程中人民出版社的吴焯东等同志付出了艰辛的劳动，河北省社科联和我校科研处的同志们也给予了很大帮助，在此一并表示衷心的感谢！

关于中国农村市场中介组织的研究，虽然我们已经取得初步成果，但还有很多课题需要深入探讨，我们将继续关注这个问题，力争取得更多更好的成果，也期望继续得到各位学者和专家的指导和帮助！

纪良纲

2009 年 1 月

目 录

第一章 中国的农村市场	1
一、农村市场的形成	1
二、农村市场的规模及发育水平	6
三、农村市场中的突出问题	11
四、培育农村市场中介组织是农村市场发育的关键	15
第二章 农村市场中介组织的研究现状	18
一、研究角度及内容	18
二、研究方法 & 主要结论	28
三、简单评价及后续研究需要关注的问题	31
第三章 农村市场中介组织的概念与边界	35
一、农村市场中介组织的概念界定	35
二、农村市场中介组织产生的理论必然性	40
三、农村市场中介组织存在的现实意义	44
四、农村市场中介组织的边界	49
第四章 农村市场中介组织性质分析	55
一、农村市场中介组织的一般性质	55
二、当前中国农村市场中介组织的性质特色	58
三、中国农村市场中介组织性质上的变化趋势	66
第五章 农村市场中介组织运行模式分析	71
一、农村市场中介组织的一般运行模式	71
二、中国农村市场中介组织的运行现状	77
三、中国农村市场中介组织运行模式的改进方向	84

第六章 政府与农村市场中介组织	89
一、政府与农村市场中介组织的关系	89
二、政府对农村市场中介组织发展的扶持	102
三、政府对农村市场中介组织发展的引导	109
四、政府对农村市场中介组织发展的规制	112
第七章 中国农村市场中介组织发展实践	116
一、农村市场中介组织的发展轨迹	116
二、农村市场中介组织发展的基本特点	123
三、农村市场中介组织发展困境	129
第八章 中国农村市场中介组织的实践效果	134
一、中国农村市场中介组织的宏观实践效果分析	134
二、中国农村市场中介组织的微观实践效果分析	144
三、中国农村市场中介组织的实践效果评价	149
第九章 经纪人	153
一、农村市场中的经纪人	153
二、农村经纪人的作用及其发挥作用的方式	157
三、经纪人在农村市场中介组织体系中的地位及发展空间	162
四、农村经纪人的典型案例分析与评价	166
第十章 农产品拍卖商	173
一、农村市场中的农产品拍卖	173
二、我国农产品拍卖商的作用及其运营情况	177
三、农产品拍卖在中国的发展状况及存在问题	182
四、农产品拍卖在中国的发展前景	188
第十一章 农民专业合作社	192
一、农村市场中的农民专业合作社	192
二、农民专业合作社发展中的特点	195
三、农民专业合作社的作用	198
四、农民专业合作社存在的问题及改进思路	202
五、农民专业合作社典型案例分析与评价	205

第十二章 农民专业合作社	211
一、农村市场中的农民专业合作社	211
二、农民专业合作社的组织制度及运行机制	217
三、农民专业合作社发挥中介作用的方式	224
四、农民专业合作社典型案例分析与评价	226
第十三章 一体化组织	233
一、农村市场中的一体化组织	233
二、一体化组织的组织制度及运行机制	237
三、一体化组织发挥中介作用的方式	242
四、一体化组织典型案例分析与评价	245
第十四章 农村专业市场	250
一、农村专业市场的形成和发展	250
二、农村专业市场的中介作用	255
三、农村专业市场中中介作用的形成方式	259
四、进一步发展农村专业市场的对策和政策建议	265
第十五章 国外农村市场中中介组织发展实践及启示	268
一、以日本为代表的农协	268
二、以法国为代表的合作社	276
三、以美国为代表的一体化组织	281
四、以荷兰为代表的拍卖商	284
五、国外农村市场中中介组织的总体特点及启示	288
第十六章 中国农村市场中中介组织发展思路与政策建议	292
一、国外农村市场中中介组织的发展趋势及启示	292
二、中国农村市场中中介组织的发展方向	297
三、发展中国农村市场中中介组织的对策建议	301
主要参考文献	308

第一章 中国的农村市场

推行市场经济体制以来，中国的社会与经济发生了深刻的变革，但是，从总体看，农业没有能和工业保持同步发展，农村面貌较之城市差别巨大，农民生活远落后于城市居民。“三农”问题的日益突出已经成为经济发展的瓶颈，农村市场作为中国市场体系的重要组成部分，其发育水平与发展方向对总体经济发展产生重要影响。考察中国的农村市场，必须要把握两点：第一，中国的农村市场是二元社会经济结构下的市场；第二，中国的农村市场是处于转型背景下的市场。这两个前提决定了农村市场不是一个简单的区域概念。二元结构下，农村市场与城市市场之间既有不能割断的联系，又存在着明显的断层，这使得农村市场必然包含特别丰富的内容；而转型的背景，又会使制度环境及其变化成为农村市场发育过程中明显的推动或阻滞力量。农民是农村市场最主要的微观主体，他们的组织化程度与行为选择受制于这两个前提，从当前农村市场的主要矛盾来看，农民组织的创新和制度的演进是推动农村市场发展的根本动力。

一、农村市场的形成

市场是商品经济的载体，为社会分工和交换提供支撑，并与分工和交换一起形成互相促进的动态循环发展过程。伴随着由自然经济向商品经济再到市场经济的发展，市场也经历了从传统市场向现代市场的转化，从低级市场向高级市场的转化，在这个转化的过程中，市场发展形成了自身的规律和特点。中国的市场经济是从计划经济转型而来，市场并没有经历一个自发的发

展过程，因此中国的市场具有明显的转型特点。

（一）农村市场的内涵

狭义的市场指的是交易的场所和地点，广义的市场是指交易关系的总和。当农村处于自然经济或半自然经济状态下的时候，农村市场是微不足道的，它只是一个余缺调剂、品种调剂的场所，是对自然经济的简单补充，一些学者认为 20 世纪二三十年的中国农村就是这种情况。新中国成立以后没有多久，中国开始执行计划经济，对市场进行了彻底的否定，农村市场随之淡出了研究视野。农村改革以后，随着中国社会主义市场经济的深入发展，人们对农村市场有了重新的认识，农民的生产、生活以及剩余产品的价值实现越来越多地依赖于农村市场，农村市场这个概念也频繁地出现在经济研究文献中，但从总体上看，对农村市场的内涵和内在规律性还缺乏一个明确的认识，研究者总是倾向于根据自己的研究对其进行理解和定义。比如，在通货紧缩时期，开拓农村市场成为热门话题，这里的农村市场就主要指的是农村消费品市场，研究的是农民的购买力，关注的是农民何时、何地、多大规模、消费什么的问题，指导的是农村商品的供给行为。显然这个意义上的农村市场太狭义了，它只是农村市场的一个部分。国家计委开拓农村市场课题组指出农村市场的内涵要广泛得多，不仅仅是农村消费品市场，还包括农业生产资料市场、农产品市场和农村社会化服务市场等。

本书认为，对农村市场内涵的理解必须基于系统理论，不仅要看到农村市场包括农产品市场、农业生产资料市场、日用消费品市场以及其他要素市场等市场形式，还必须看到这些市场形式并非各自独立，而是有着内在联系的，它们相互影响、相互制约，共同构成一个严密的农村市场体系。即使做某一种市场形式的独立研究，也必须以整个市场体系为背景，否则就没有实际意义。

因为中国的农村市场具有明显的转型期市场的特点，所以它不仅是一个互相影响的严密体系，而且有其逻辑起点。这个逻辑起点就是始于 1978 年的农村土地承包制度，从那时起，农民具有了独立的生产经营权利，当农民拥有了对农产品的独立交易权和收益权之后，农村市场发展起来。在农村市

场体系中,农民活动是整个市场体系的核心。首先,农民是各种市场形式中最重要的微观经济主体。农民为了进行正常的生产生活,是农业生产资料市场和农村日用消费品市场上的需求者,是农产品市场和农村劳动力市场上的供给者,是农村金融市场上的需求者和供给者。其次,农民在产品市场和要素市场上的供给与需求水平是相互影响的。对农业生产资料的购买和日用工业品的消费表现为农民的支出,一种是生产性支出,另一种是生活性支出,其水平受到农民收入水平的限制,而农民在农产品市场上的销售情况直接影响农民的收入(随着农民兼业越来越普遍,农民在劳动力市场上的处境也成为影响农民收入的重要因素)。显然,农产品市场对农民来说尤其重要。当然,投入到农业生产中的农资产品的质量,以及农业生产过程中得到的技术服务的质量也会对农产品的产出和质量有很大影响,从而对农产品价值实现产生影响。再次,农民在生产经营制度改革之后所释放出的巨大生产力,与以分散的小规模的形式进入农产品市场的状态之间的矛盾,成为整个农村市场体系中最根本的问题。

总体来讲,对中国农村市场的理解应该是这样的:中国农村市场的逻辑起点是农村土地承包制度改革,它是一个包含了多种市场形式和丰富经济内容的市场系统,在这个系统中,农民是核心,农产品市场是关键,根本矛盾是农民的低组织化程度和大市场之间的矛盾,其发展出路是基于农民的制度与组织的创新。

(二) 1978 年以来农村市场的演化阶段

1978 年以前,农村并非完全没有市场因素,比如一些农副产品农民是可以在集市上自由交易的,但是由于这些产品只是很小的一部分,而且集市贸易的形式也常常会受到国家政策的限制,所以可以说真正意义的农村市场是在 1978 年农村改革之后才得以发展起来的,整个农村市场体系是以农产品市场的发育为主线的。

第一阶段(1978~1984 年),农村市场化改革启动阶段。这一阶段首先是改革了农业生产经营制度,由计划经济体制下的人民公社经营体制转变为符合市场经济需要的以土地为基础的家庭承包经营,这种新体制的特点是农

民得到了土地的使用权和剩余产品的所有权，并成为农业生产和经营的基本单位，其根本意义在于它确立了市场发育的产权制度基础，使广大农民成为市场发育的主体。二是分步骤改革统派购制度，从1979年起国务院及有关部门对农产品统购统销的范围进行了重新规定。在统购范围上，1979年国家规定，对于水稻地区口粮在400斤以下、杂粮地区口粮在300斤以下的，一律免除征购任务。1981年国家首次对西藏地区取消了统购统销任务。1981年7月，国家物价总局、商业部等8个单位联合颁发的《农副产品议购议销价格暂行管理办法》，共列出全国统一派购的二类商品128种，其中属于商业、粮食、供销、医药等部门经营的101种，比1978年减少16种。1983年和1984年，国家先后两次调减统购派购农副产品的品种，将原商业部主营的一、二类农副产品从46种降到12种，将国家医药管理局管理的二类中药材从54种减到24种，淡水鱼和二类海产品全部退出派购。属于统派购的农产品，在完成国家制定任务后，剩下的部分可以自由出售，其余农副产品由市场调节，价格随行就市。三是开放集市贸易，允许部分产品实行议购议销和自由购销。1979年4月以后，国家放宽对集市贸易的限制，规定三类农副产品和除棉花以外完成统购任务的一、二类农副产品，均可实行议购议销和上市自由购销。这一政策在1980年和1981年出现了反复，但是在1983年中共中央发出《关于当前农村经济政策的若干问题的通知》后，议购议销和自由购销的范围明显扩大，议购议销和有限度议购议销的农副产品均可到集市上自由购销，并且对农副产品开展了多渠道经营。四是放开大部分农产品的价格管制，大幅提高农产品收购价格，使农民收益迅速提高。五是对发展非农业产业放松管制，允许农村发展零售商业、农副产品加工业、乡镇企业、村办企业、家庭副业等。上述改革不仅使城乡集贸市场大量增加、农产品交易规模不断扩大，而且也培育了大批的农产品生产专业户、运销专业户，促进了独立的市场主体发育。

第二阶段（1985~1992年），农村市场化的全面探索阶段。这一阶段，政府取消统购派购和定购，农产品集贸和批发市场逐渐发展起来。同时，积极培育农产品市场组织，逐步形成多种经济成分、多种经营形式、多种流通渠道的新型农产品流通体系。调整农村产业结构，大力发展乡镇企业；积极发展和完善农村合作制，建立农业社会化服务体系。1985年1月1日，中

中共中央和国务院发布了《关于进一步活跃农村经济的十项政策》。文件的核心内容是改革计划经济时期的统购派购任务，按照不同情况分别实行合同定购和市场收购。具体规定了从1985年起，除个别品种外，国家不再向农民下达农产品统购派购任务，按照市场情况，分别实行合同定购和市场收购。另外，国家还对一些农副产品取消统购做了一些具体规定，如中药材中四个品种，只能由国家指定的商业公司收购。烟草仍实行由国家统一下达指令性的收购计划，并由烟草公司统一经营。棉花由供销合作社统一经营。随着农产品购销政策的改革，自由购销的农产品逐渐增多，1985年以后，大部分农产品都可以上市自销，但主要集中于干鲜蔬菜、果品、畜禽及其肉制品、水产品等品种。到1990年，全国集市总数已达到72579个，比1980年增长77.9%，成交额为2168.2亿元，比1980年增长8.2倍，占社会商品零售总额的26.12%。到1993年全国城乡集市贸易数达到83001个，乡村集市66551个，城乡集市成交额5343亿元，是1985年的8.45倍，年平均递增93.13%。^①

从1988年下半年开始，由于某些农产品的供需矛盾又显突出，市场不完善及流通领域经营比较混乱，政府又对棉花、蚕茧等实行统一经营，导致农村市场化进程出现反复。1990年以后，郑州中央粮食批发市场和地方粮食批发市场相继建立。1990年9月，国务院决定筹建国家粮食储备局，并建立用于调节供求和市场价格的粮食专项储备制度。这标志着农产品流通体制改革进入了市场取向的积极推进阶段，这大大增强了农民的商品意识，对于促进农村产业结构调整，增加农民收入和发育农村市场机制都起到了显著的推动作用。

第三阶段（1992年以后），农村市场经济体制的初步形成阶段。1992年，中国明确提出了建立社会主义市场经济体制的改革目标，在农村，主要任务就是按照建立社会主义市场经济的目标和要求，全面深化改革，进一步确立农户经营主体的地位，建立和完善市场体系。这一阶段，农产品经营渠道全面放开，不同的经营主体被允许进入流通领域参与市场竞争；积极推进农产

^① 姚今观、纪良纲等：《中国农产品流通体制与价格制度》，中国物价出版社1995年版，第74页。

品和农业要素市场体系建设,完善要素市场的运行机制;以农业产业化的发展为契机,促进农村产业结构调整,以市场为依托,把农产品的生产、加工、销售等环节连成一体,形成利益共享、风险共担的组织形式和经营机制,增加了农民收益。伴随着农产品市场的发展,农村市场体制在不断深化。比如,在经济改革初期,政府开始放松对市场贸易的限制,以后又不断改革产权、价格和流通体制,到20世纪90年代初期,市场体系如批发市场、期货市场和市场信息系统逐渐发展起来。

也有一些学者将2000年以后作为第四个阶段(冯绪芳,2006)。^①这一阶段体现了农村市场向纵深发展的趋向。按照统筹城乡发展、统筹区域发展、统筹经济社会发展、统筹人与自然的和谐发展、统筹国内发展和对外开放的要求,更大程度地发挥市场在资源配置中的基础性作用,农村市场化改革持续推进。大量有利于农村经济发展的政策出台,成为农村市场发展的有力支撑。

从以上农村市场的演化进程可以看到,首先是基本生产经营体制的变革为农村市场的形成提供了制度环境(这是转型国家市场形成的一大特点),继而围绕农产品市场的发育成长,农村市场体系逐渐形成。期间,制度创新一直是市场发育的方向和支撑,而主体的培育和创新(组织创新)则形成市场发展的直接动力。

二、农村市场的规模及发育水平

经过30年的不懈努力,中国农村的经济面貌发生了巨大变化,市场的观念已经深入人心,农民逐渐习惯将其行为选择的决策放在市场的背景下进行。但是,我们也必须看到,无论是在市场运行机制、制度保障系统上,还是在微观主体的市场反应能力以及行为模式上,距离成熟的市场经济,我国农村市场的发育水平都还较低。正确把握农村市场的规模和发育水平,发现其中的关键问题,有助于推动农村市场的健康发展。

^① 冯绪芳:《农村市场化——理论与方法》,中国经济出版社2006年版。

(一) 从统计数据看农村市场的规模变化情况

市场的数量与交易规模的变化,可以反映市场发育的情况。

表 1—1 中国农村集市市场个数变动情况 (1978~2006 年)

单位:万个

年份	1978	1980	1984	1988	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006
数量	3.33	3.79	5.04	5.92	5.94	6.47	6.66	6.46	6.77	6.24	5.59	4.61	4.18

资料来源:《中国农村统计年鉴》(历年)。

表 1—2 中国农村集市贸易额变动情况 (1978~2003 年)

单位:亿元

年份	1978	1980	1984	1988	1990	1994	1998	2000	2002	2003
交易额	125.9	211.0	390.3	1076.0	1330.4	4412.5	8792.7	10479.2	10835.6	11050.0

资料来源:《中国农村统计年鉴》(历年)。

表 1—3 中国商品市场分类交易额 (1978~2003 年)

单位:亿元

年份	粮油类	肉禽蛋类	水产品类	蔬菜类	干鲜果类
1978	20.1	21.2	5.2	14.3	4.0
1982	39.36	57.61	14.82	27.21	10.26
1985	49.6	140.1	33.2	48.8	25.5
1992	213.0	859.1	292.2	434.6	291.3
1995	602.5	2221.4	870.1	1202.8	781.9
1998	1464.8	3557.4	1659.0	2207.0	1234.7
2000	1959.5	4201.9	2072.4	2661.8	1546.2
2001	1868.5	4185.3	2076.8	2695.1	1584.4
2002	2095.6	4468.0	2205.4	2887.7	1692.2
2003	2324.9	4541.4	2246.0	2938.1	1708.8

资料来源:《中国农村统计年鉴》(历年)。

表 1—4 农村居民家庭平均每人出售主要农产品 (1985~2006 年)

单位: 公斤

年 份	粮 食	棉 花	油 料	麻 类	烟 叶	蔬 菜	水 果
1985	123.49	4.13	14.37	2.80	2.25	53.76	6.78
1989	154.27	3.48	10.70	1.28	2.78	64.05	11.93
1990	180.24	4.31	12.87	1.56	2.67	65.07	13.17
1991	179.44	5.54	13.22	1.32	3.17	68.70	15.74
1992	165.89	4.16	11.27	1.18	3.58	75.58	16.92
1993	159.35	3.26	10.48	0.86	3.19	77.73	19.60
1994	188.53	4.01	10.68	0.50	2.02	72.68	22.64
1995	179.20	4.31	12.02	0.73	2.21	79.96	24.28
1996	203.47	3.90	11.64	0.83	3.07	97.00	29.78
1997	228.01	5.12	11.13	0.57	4.45	106.22	36.21
1998	227.53	5.10	12.39	0.41	2.33	108.72	38.51
1999	243.34	4.43	15.59	0.28	2.42	111.66	43.17
2000	264.74	5.59	18.43	0.47	2.73	132.07	46.43
2001	268.04	7.05	18.31	0.44	2.42	132.94	48.21
2002	281.15	6.94	18.47	0.64	2.59	143.77	49.06
2003	294.35	16.77	19.22	0.71	2.62	147.58	48.83
2004	287.25	19.19	18.88	0.53	2.47	151.57	57.48
2005	375.79	22.06	20.09	0.69	3.69	167.93	61.62
2006	394.64	23.79	17.79	0.43	3.83	172.98	59.49

资料来源:《中国统计年鉴 2007》。

表 1—5 农村居民家庭平均每人出售主要畜产品和水产品 (1985~2006 年)

单位: 公斤

年 份	猪 肉	羊 肉	牛 肉	家 禽	蛋 类	牛 羊 奶	蚕 茧	水 产 品
1985	16.27	0.57	0.52	1.00	2.21	1.02	0.36	1.74
1990	17.84	0.71	0.55	1.45	1.89	1.68	0.58	2.05
1991	20.07	0.90	0.76	2.18	2.65	1.91	0.65	2.92
1992	21.17	0.86	0.72	2.23	2.90	1.85	0.70	3.21

续表

年 份	猪 肉	羊 肉	牛 肉	家 禽	蛋 类	牛羊奶	蚕 茧	水产品
1993	23.80	1.02	0.86	2.41	2.89	1.76	0.74	3.10
1994	23.31	1.11	0.93	2.30	3.35	1.81	0.83	2.97
1995	24.17	1.15	0.96	2.42	3.54	1.90	0.79	2.94
1996	25.73	1.68	2.01	2.45	2.58	2.55	0.50	3.27
1997	26.08	1.76	2.33	2.99	3.76	2.76	0.54	4.50
1998	23.04	1.67	1.04	2.42	3.57	2.60	0.65	4.31
1999	28.41	1.85	1.86	3.41	4.07	3.00	0.62	6.20
2000	30.19	2.06	2.40	4.60	6.32	2.67	0.64	5.82
2001	30.86	2.31	2.76	5.03	5.96	3.65	0.80	6.53
2002	32.30	2.50	2.73	6.01	6.54	4.87	0.77	8.04
2003	29.49	2.87	2.71	6.67	7.06	7.29	0.76	7.47
2004	26.62	2.94	2.49	6.87	6.39	7.67	0.79	7.28
2005	32.19	3.26	2.87	9.62	10.52	11.27	0.91	8.54
2006	34.44	3.12	3.07	8.86	10.96	13.27	1.05	8.94

资料来源：《中国统计年鉴 2007》。

从以上数据可以看出，农民人均售卖农副产品数量在逐年增加，农产品市场交易额在不断提高，说明农村市场的规模在持续扩大。同时，可以看出农村集市市场的数量在 1994 年之后从上升趋势转为下降趋势，市场个数的下降主要是因为随着市场交易半径的不断扩展和市场整合度的提高，市场间合并或市场撤销的步伐在加快，这在某种程度上体现了市场发育从数量扩张转向了质量提高。从不同农产品的交易量变化情况看，需求弹性较大的农产品市场发育较快，譬如水果、蔬菜、肉禽蛋、水产等，需求弹性较小的农产品市场发育较慢，比如粮油，这种市场发育的非均衡基本上遵循需求弹性原则，符合各国的发展经验。

(二) 从评价指标值看农村市场发育水平^①

统计数据显示了农村市场规模的数量变化,但是,从综合的角度看,究竟我国的农村市场发育到了什么程度,还需要量和质的综合计量与评价。这就涉及评价指标和评价体系的问题,近年来中国农业和农村市场化研究取得了一些成果,学者们一般通过设定指标、建立模型的形式对农产品市场化指数、农村劳动力市场化指数、农业资金市场化指数、农业技术市场化指数等进行计算,得到我国农村市场化水平所处阶段,表1—6、表1—7是冯绪芳(2006)所设计的指标体系和评价标准。^②

表1—6 农村市场化程度评价指标体系

综合指数	指标名称	指标测算
生产经营化指数 (M_1)	农户投入市场化指数 (M_i)	家庭生产费用现金支出/家庭经营支出
	农户产出市场化指数 (M_o)	第一产业现金收入/第一产业收入
	农户收益市场化指数 (M_r)	现金收入/农户总收入
要素流动市场化指数 (M_2)	土地市场化指数 (M_a)	耕地流转率
	资金市场化指数 (M_k)	银行及信用社贷款/期末农户债务余额
	劳动力市场化指数 (M_l)	非农业劳动时间/农业劳动时间
	技术市场化指数 (M_t)	农膜、种植业良种、动物良种、大棚技术综合普及率
决策行为市场化指数 (M_3)	生产决策市场化 (M_p)	非粮收入/家庭经营收入
	消费决策市场化 (M_c)	由现金支出/生活费支出和服务消费/生活消费支出两个指标综合而成
政府宏观调控能力指数 (M_4)	市场体系建设指数 (M_d)	由农户与集市距离和集市兴办频率两个指标复合而成
	基础设施综合指数 (M_s)	电话、电力、公路、电视接受综合通达率
市场化综合指数 (M)		$M = a_1 M_1 + a_2 M_2 + a_3 M_3 + a_4 M_4$

① 对农村市场发育的评价不是本书的重点研究内容,此小节直接引用现有文献研究成果。

② 表1—6、表1—7及以下几位学者关于市场化水平测度的成果均转引自冯绪芳:《农村市场化——理论与方法》,中国经济出版社2006年版,第119、129页。