

“十一五”国家重点图书
广东省四类重点出版物

社会主义新农村 流通服务体系的 现状与展望

吴佩勋 编著

SHEHUI ZHUYI
XINNONGCUN
LIUTONG FUWU TIXI DE
XIANZHUANG YU
ZHANWANG

中山大学出版社

“十一五”国家重点图书
广东省四类重点出版物

社会主义新农村 流通服务体系的 现状与展望

吴佩勋 编著

SHEHUI ZHUYI
XINNONGCUN
LIUTONG FUWU TIXI DE
XIANZHUANG YU
ZHANWANG

中山大学出版社

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

社会主义新农村流通服务体系的现状与展望/吴佩勋编著. —广州:
中山大学出版社, 2008. 9

ISBN 978 - 7 - 306 - 03146 - 4

I. 社… II. ①吴… III. 农村经济: 流通经济—研究—中国
IV. F723. 82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 114568 号

出 版 人: 叶侨健

策划编辑: 蔡浩然

责任编辑: 浩 然

封面设计: 方楚娟

责任校对: 曾育林

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 (020) 84111996, 84113349

发行部 (020) 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传真: (020) 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广东佛山市南海印刷厂有限公司

经 销 者: 广东新华发行集团

规 格: 787mm × 960mm 1/16 16.75印张 239 千字

版次印次: 2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1 - 3000 册 定 价: 30.00 元

本书如有印装质量问题影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

内 容 提 要

我国改革开放 30 年来取得了举世瞩目的成就。回顾在改革开放发展的过程中，建设社会主义新农村具有举足轻重的作用。

农村流通服务体系建设关系到社会主义新农村经济的发展，意义重大。本书介绍了农村流通服务体系的现状及农村连锁经营的经验，对党和政府在农村推行的旨在解决“三农”问题的“万村千乡”市场工程、“双百”市场工程等项目进行了阐释，对加速农村流通服务体系的改革提出了建议与期望。

本书内容新颖，适合政府有关部门的公务员、农村流通服务企业的管理人员，以及高等院校工商管理专业的师生阅读。

前 言

随着我国改革开放的深入和市场经济体制的完善,我国经济发展取得了巨大的成就。与此同时,一些问题也随之而来。收入差距扩大及城乡经济发展的不平衡成为越来越突出的问题,严重制约了经济的发展,农村经济发展缓慢、农民收入增长缓慢是这些问题的焦点所在。中国作为一个农业大国,农村人口占 56%,农村消费市场作为一个潜在的消费市场,其地位越来越显著。如何发展农村经济、深化农村改革是我们亟须解决的问题。

发展农村经济的关键之一在于开发农村市场。开发农村市场,必须建设一个完善的流通体系,使农民能够准确得到市场信息,及时生产市场需要的农产品,使农产品能够顺利地销售出去,农民也能够有机会消费放心的商品。而 2005 年之前的农村商业体系严重滞后,以供销社和农村信用社为主导的商业体系在农村市场形成了很大程度的垄断,一些大批发商利用农民市场信息的缺失压低农产品的价格,严重损害了农民的利益。要打破这一垄断格局,必须引入新的商业制度,对供销社实行重组和改革,引入多元化的融资方式和商品流通方式。

鉴于农村流通体系改革的重要性和该领域研究的缺失,要想解决农村流通体系存在的问题,必须对这一体系的现状有深刻、全面的了解。但是,目前国内对消费市场的研究主要集中在一级、二级城市,对农村市场的研究很少,仅有的少量研究也只是集中在商品流通方面,对提高农民收入至关重要的农产品销售并没有系统研究,更没有涉及对农村市场长久发展非常有利的农村物流体系和信息平台的建构等领域。为了为农村市场的研究者和政策制定者提供全面翔实的农村市场信息,为他们的相关研究和政策制定提供依据,本书对农村流通体系进行了深入的研究和探讨。

本书首先对农村流通体系的现状进行了总结,揭示了其中存在的问题,然后介绍了在政府的政策引导下正在进行的流通体系改革,最后对流通体系改革的发展提出了建议。书中第一编对我国现有农村市场进行了概括分析,并对政府在农村发起和推动的一系列项目进行了

详细的介绍。第二编引入了农村连锁经营的介绍,这种先进的商品流通渠道在政府政策的积极引导下正在蓬勃发展;本编分地区对该发展情况进行了分析,提出利用电子商务促进农村连锁经营。第三编是对农村流通体系的发展与展望,本编结合国外连锁经营的经验,展望了今后农村流通体系的发展方向,并对连锁经营发展过程中出现的一些问题提出了一些解决建议。

目前,政府引导的“万村千乡”市场工程、“双百”市场工程和“信福”工程已经在农村展开,一部分连锁超市如“好日子”、“苏果”等已经响应政府号召,在农村展开连锁经营,成为农村连锁超市中的佼佼者。农村流通体系建设已经取得了一定的成绩,一部分农村地区的流通状况有了很大改善,但是其中也不可避免地存在一些问题,如何全面、深入地继续推进农村流通体系改革仍然是我们面临的一大问题。希望通过本书的介绍,读者能够了解构建农村流通体系对农村经济发展的重要性,明确农村流通体系发展的方向;也希望本书所提的建议和展望能够对农村流通体系建设有所帮助,使农村流通体系尽快完善,从而实现农村经济的快速发展。

吴佩勋

2008年4月于

中山大学管理学院

目 录

前言	(1)
----------	-----

第一编 我国农村市场

第一章 农村市场分析	(2)
第一节 农村市场概况	(2)
一、市场的内涵	(2)
二、农村市场的界定和划分	(2)
三、中国计划经济体制下农村自由市场的历史	(4)
第二节 农村消费市场的状况	(9)
一、农村市场整体特征	(9)
二、农村市场消费结构	(12)
三、农民消费心理和消费行为特征	(16)
四、制约我国农村消费需求的因素分析	(19)
第三节 我国农村流通体系	(21)
一、农村流通体系的作用	(21)
二、主要的农村流通形式	(22)
第四节 供销合作社	(30)
一、供销合作社概况	(30)
二、供销社的发展历程	(33)
三、供销社的困境	(35)
四、供销社的改革	(39)
五、新型供销社经营模式——新合作商贸连锁有限 公司	(42)
六、结语	(45)
第二章 政府为发展农村流通服务体系所采取的政策	(46)
第一节 “万村千乡”市场工程	(47)
一、开展“万村千乡”市场工程的背景	(47)

二、“万村千乡”市场工程的相关内容	(49)
三、“万村千乡”市场工程的发展过程	(54)
四、“万村千乡”市场工程的实施情况、成效及意义	(66)
五、“万村千乡”市场工程面临的问题及克服困难的思路	(72)
六、“万村千乡”市场工程的具体政策措施	(76)
第二节 “双百”市场工程	(91)
一、“双百”市场工程概述	(91)
二、实施“双百”市场工程的迫切性	(91)
三、“双百”市场工程的主要任务和工作目标	(93)
四、“双百”市场工程的进展情况	(94)
五、“双百”市场工程取得的成效	(95)
六、“双百”市场工程实施的改进意见	(97)
第三节 “信福”工程	(99)
一、“信福”工程的背景	(100)
二、“信福”工程的相关具体内容	(104)
三、“信福”工程的成效和意义	(112)

第二编 农村连锁经营

第三章 农村连锁商店	(119)
第一节 连锁经营与连锁商店	(119)
一、连锁经营的类型与概念	(119)
二、连锁商店的灵魂：信息系统与物流系统	(122)
三、连锁商店的电子商务	(123)
第二节 农村连锁商店可行性分析	(124)
一、连锁经营的优势	(124)
二、农村连锁商店与农民利益相关	(126)
三、农村市场能为连锁商店提供良好的发展平台	(129)
四、农村连锁商店得到政府的支持——“万村千乡” 市场工程	(131)

五、其他	(132)
第四章 农村连锁商店发展状况	(133)
第一节 华北地区农村连锁商店发展状况	(135)
一、华北地区农村连锁商店发展现状	(135)
二、河北好日子超市股份有限公司	(138)
第二节 华东地区农村连锁商店发展状况	(144)
一、华东地区农村连锁商店发展现状	(144)
二、江苏苏果超市有限公司	(148)
第三节 华南地区农村连锁商店发展状况	(162)
一、华南地区农村连锁商店发展现状	(162)
二、东莞市美宜佳便利店有限公司	(165)
第四节 中西部地区农村连锁商店发展状况	(174)
一、中西部地区农村连锁商店发展现状	(174)
二、湖北富迪实业有限公司	(179)
第五章 电子商务在农村流通体系中的运用	(187)
第一节 电子商务概述	(187)
一、电子商务的定义	(187)
二、电子商务的特性	(187)
三、电子商务的产生和发展	(188)
第二节 电子商务在农产品资讯流通方面的应用	(192)
一、电子商务应用于农产品资讯流通体系的必要性	(192)
二、目前电子商务在农产品资讯流通体系的应用	(192)
第三节 电子商务在农村商品流通体系建设中的应用	(197)
一、电子商务应用于农村商品流通体系的必要性	(197)
二、连锁经营中电子商务的应用	(197)
三、实行连锁经营和电子商务结合	(203)
第四节 电子商务在农村物流方面的应用	(207)
一、物流配送在连锁超市中的作用	(207)
二、我国连锁超市物流配送存在的主要问题	(208)
三、连锁超市物流配送和电子商务的结合	(210)
四、电子商务应用于农村物流的必要性	(211)

五、电子商务在建设农村物流方面的应用	(215)
第五节 农村信息化存在的问题与加快农村信息化的建议	(219)
一、农村信息化发展过程中存在的问题	(219)
二、加快农村信息化发展的几点建议	(221)

第三编 我国农村流通服务体系的发展与展望

第六章 农村流通服务体系的发展与展望	(226)
第一节 农村流通服务体系的发展	(226)
一、国家大力支持农村流通服务体系建设,“万村千乡” 市场工程进展顺利	(226)
二、企业积极探索参与,农村新型流通网络建设 成就非凡	(228)
三、发展农资连锁经营初见成效	(229)
四、买卖方便,农民受惠	(234)
五、农村连锁店在发展过程中存在的困难及对策 ...	(234)
第二节 西方模式借鉴	(236)
一、西尔斯(Sears)模式	(236)
二、阿尔迪(ALDI)模式	(240)
第三节 农村流通服务体系的展望	(242)
一、城乡双向流通,加快农产品超市建设	(242)
二、“一网多用”,提供各项服务	(244)
三、发展有效率、信息化程度高的物流配送系统 ...	(245)
四、利用现有供销社网络资源,实现“双赢”发展	(247)
后语	(251)
主要参考文献	(253)

第一编 总论 第一章

第二章 农村市场的形成和发展

第一编 我国农村市场

第一章 我国农村市场的形成和发展

第一节 农村市场的形成

农村市场的形成，是一个历史过程。在我国，农村市场的形成，可以追溯到原始社会末期。随着生产力的发展，原始公社制度逐渐瓦解，出现了私有制和阶级分化。在原始公社内部，出现了交换关系，这是农村市场的萌芽。到了奴隶社会，随着商品经济的发展，农村市场逐渐形成。在封建社会，农村市场进一步发展，成为商品经济的重要组成部分。在近代，随着资本主义的入侵，农村市场进一步扩展，成为商品经济的主要阵地。在现代社会，随着社会主义制度的建立，农村市场得到了进一步的规范和引导，成为社会主义市场经济的重要组成部分。

第一章 农村市场分析

第一节 农村市场概况

流通体系必须在一定的市场环境下建立并适应相应的市场状况，因此，要了解农村流通体系现状，就必须了解农村市场状况。

一、市场的内涵

市场是随着商品经济的发展而发展起来的，是社会分工和商品交换的产物。社会分工的细化，使得商品生产和商品交换成为必须和可能，因此产生了商品流通的需求，市场正是作为商品流通载体而诞生的。可以说，市场是一种以商品交换为内容的经济联系形式。

市场有狭义市场和广义市场之分。狭义的市场是指进行消费品买卖的场所，即有形的市场，如批发市场、贸易中心等有形市场，及商场、连锁店等零售网点。广义的市场是指与商品买卖有关的交换关系的总和，只要有商品买卖的交换关系存在，便存在着市场，而不仅仅是商品买卖的具体场所。广义的市场体现了市场主体的经济行为。由于商品交换是在不同的市场主体间进行的，一般是生产厂商、流通中介和消费者，因此，市场主体间的经济行为如消费品买卖的交易方式、交易手段和价格等，以及交换行为的背后隐藏着的人们之间复杂的社会经济关系都可以借由市场体现出来。

二、农村市场的界定和划分

（一）农村市场的界定

在对农村市场进行介绍的同时，有必要首先对农村市场进行界定。鉴于本书的目的在于系统介绍农村流通体系，而现实中农村流通体系往往同时经营生产资料和生活资料，因此，本章中援引相关学者的定义，即农村市场指农村居民或家庭为满足其生产和生活需要而买卖有关商品的交换关系的总和，其中的商品，既包括有形的物质产品，又包括无形的劳务产品；既包括生活消费品，又包括生产资料

商品。

（二）农村市场的划分

基于以上对农村市场的界定，可以将农村市场划分为农资市场、农村生活消费品市场、农产品市场和农村社会化服务市场四种子市场，这些子市场相辅相成、相互影响又相互制约。

（1）农资市场，即农村生产要素的流通市场。农资市场经营产品主要包括种子、种苗、化肥、农药、饲料、兽药、塑料薄膜、农机等与农业生产密切相关的商品，它们有利于提高农产品的质量和产量。由于农民的收入主要来自农业产品的销售所得，因此，农资市场直接关系到农民的收成好坏，并最终影响到农民的消费水平。

（2）农村生活消费品市场。该市场即通常意义上的生活消费品市场，只是消费主体是农民，主要商品包括日常生活用品、电器家具、装修建材商品等。生活消费品市场的完善与否，商品结构是否合理，商品质量是否有保证，价格是否公道，都直接影响到农村居民的生活，一般而言，由于收入等条件的限制，农村生活消费品市场上流通的商品档次低于城市市场。

（3）农产品市场，即是农民作为供应商出售自身生产的农业产品的市场。农产品市场是否规范，基本设施是否齐全，资讯是否流畅以及流通体系是否完善等直接关系到农产品能否顺利出售，从而直接影响农民的收入，并最终影响了其余农村市场的发展。所以，农产品市场对整个农村市场的运行状况具有决定性影响，在农村市场中居于核心地位。另外，城市近郊普遍存在的农产品集贸市场，由于是农民向城市居民提供农产品（主要是瓜果蔬菜和副食品等）的场所，因此也属于农产品市场的范畴。

（4）农村社会化服务市场是新兴的市场。该市场是随着社会化分工的进一步细化和市场发展需要而兴起的。如今的社会生产是系统的，相互紧密联系的，社会分工愈发细致化。农业生产所需的一系列服务如庄稼医院、科技服务、代储、代运、代加工、信息市场、金融信贷、保险市场等都逐步由专业化的供应组织提供。同时，农村社会化服务市场也包括了生活服务业如饮食、医疗、保健、文化娱乐、电器维修等以及教育投资。随着农村经济的发展和农村居民生活水平的提高，该市场将得到进一步的发展。

三、中国计划经济体制下农村自由市场的历史

1957~1978年,在计划经济体制宏观背景下,农村自由市场问题是经济研究的重点。了解这一体制下农村自由市场的发展历程对于理解中国农村市场的发展有重要的作用。

(一) 在社会主义统一市场里,国家市场是主体,但是附有一定范围内国家领导的自由市场

农村集市贸易是中国传统的、为广大农民所熟悉的一种商品交换形式,对于繁荣农村经济、促进农副业生产发展、满足农民在生产和生活上的需要、改善城市部分农副产品的供应,都具有重要作用。但是,新中国成立前长期的反动统治和战争,使城乡物资交流阻塞。农村土特产品出不了,城镇工业品下不来,工农业生产遭到破坏,城乡经济呆滞。大多数农村集市物资匮乏、价格昂贵、濒临衰落。尚存的集市上,参与交换的也仅有少量农副产品。国民经济恢复时期经济工作的首要任务是大力恢复和发展生产,争取财政经济状况的根本好转。这一时期的农村市场有较大发展,对活跃城乡物资交流发挥了重要作用。

经过1949~1952年的经济恢复之后,国民经济的整体状况仍然十分落后,社会生产力水平仍然低下。为改变贫困面貌,中国开始进行大规模的经济建设,并选择了优先发展重工业的战略。为保证工业化所需的资金和原材料,国家开始对主要农产品实行统购统销。农村初级市场上能上市的农产品的种类和数量急剧减少,物资交流陷于停滞。同时,在农村的社会主义改造过程中,农民的自留地和家庭副业受到严格限制,农村市场也被限制甚至取缔。农村市场萎缩在影响农民收入的同时也对城市生活产生了不利影响。针对这种状况,中共中央连续发出一系列文件,要求建立国家领导下的自由市场,放宽对农村市场的管理。于是各地逐渐开始恢复集市贸易,农村市场开始发展起来。这些新开放和扩大的自由市场同三大改造基本完成以前的旧的自由市场有着本质的区别。旧的自由市场还有大小资本家经营的企业参加,是资本主义可以借以生存和发展的条件;新的自由市场没有资本主义企业参加,是社会主义企业和劳动群众交换商品的场所。正如陈云所说:“在社会主义统一市场里,国家市场是它的主体,但是附

有一定范围内国家领导的自由市场。这种自由市场，是在国家领导之下，作为国家市场的补充，因此它是社会主义统一市场的组成部分。”

（二）在“左”倾思想影响下的农村市场

1956年10月国家开放农村自由市场以后，到1957年春，农村自由市场活跃达到顶峰。1957年“反右”运动开始以后，中共中央针对农村中存在的退社风潮和许多农民对国家统购统销政策不满的现象，决定开展一场以“大辩论”为主要形式的社会主义教育运动。在社会主义教育运动中，农村自由市场受到严厉限制。自由市场可供交易的商品非常有限，其自由度也大大萎缩。由于国家严厉限制进入自由市场的农副产品种类，并通过严厉的政治运动来贯彻这些规定，而地方政府和工商行政部门在“社会主义”还是“资本主义”的压力下，往往“宁左勿右”，结果使1956年下半年活跃起来的农村自由市场，到1957年8月以后就冷落了。

1958年北戴河会议以后，一个全民的以钢为纲的“大跃进”和人民公社化运动的高潮在全国范围兴起。大跃进和人民公社运动在所有制上片面强调一大二公，追求单一的公有制，“共产风”、浮夸风泛滥全国。在农村人民公社化高潮中，取消了社员自留地和家庭副业，强制劳动力集中安排，兴办公共食堂。这样，集市贸易就失去了存在的基础，有的地方关闭了集市贸易。同时，在“左”倾错误思想的影响下，供销合作社实行国营化，农村集市贸易基本停止。

由于“左”倾错误思想的影响，1959年农村自由市场的发展处于停滞状态。1960年10月，中共中央开始酝酿调整人民公社政策，随后发出《农业十二条》，肯定了农村集市在活跃农村经济发展方面的作用，农村自由市场开始全面恢复。同时，中共中央还决定恢复供销合作社，农村流通渠道单一的局面有所改变，市场日趋活跃。

1962年中共中央发出《农业六十条》等指示，允许和鼓励社员种自留地和发展家庭副业，但是随着农村“四清”运动的开展和升级，自留地和家庭副业并未得到充分发展。由于党内普遍存在“阶级斗争扩大化”的观点，加上农村社会主义教育运动的发展，农村集市贸易受到严格限制。1962年5月起，供销合作社开展自营业务，活跃了城乡物资交流。但在“左”倾思想的影响下，1965年3月供

销合作社的自营业务被迫停止。

(三) “文革”时期的农村市场

“文革”时期，在“割资本主义尾巴”的压力下，不少地区严厉限制农民自留地和家庭副业，限制农民外出务工，造成农民收入下降。农村经济的不稳定，引起了中共中央和各级领导的关注。中央从1970年下半年开始采取措施稳定农村经济，农业连续三年徘徊不前的局面有所扭转。但在1974年的“批林批孔”和1976年的“批邓、反击右倾翻案风”运动中，农村经济秩序再度遭到破坏，“左”倾错误重新泛滥。

“文革”开始后，大批判的矛头直指“自由市场”。许多地方在没收社员自留地、禁止经营家庭副业的同时，强行关闭了农村集市。“文革”前大寨经验就已经向全国推广，十年动乱中大寨经验进一步把集市贸易与资本主义等同起来，关闭集市贸易成为各地学大寨的主要内容之一。同时，商业部门在全国推行贫下中农管理市场的方法，把市场管理纳入农村阶级斗争的轨道，用阶级斗争的方法处理市场上出现的问题。1975年1月“四人帮”在辽宁省的代理人炮制了所谓“哈尔套社会主义大集”来取代传统的集市贸易。“哈尔套社会主义大集”在辽宁省强迫推行了一年多，但就全国而言并未得到推广。

在动乱中，农村社队企业再度兴起。虽然不少地方把社队企业作为“走资本主义道路”来批判，经常发生侵犯社队企业财产的情况，但由于城市许多工厂“停产闹革命”，使日用品和必需工业品匮乏，这为社队企业的发展创造了客观条件。当时全国局势混乱，很难通过正常途径采购到生产原料。为了发展生产，社队企业有时也会到农村去采购或向农民推销部分工业品，许多机关、部队、企业也到农村集市直接采购。城乡之间互通有无、调剂余缺的活动无法完全禁止。这使得“文革”夹缝中的农村自由市场有了一线生机。当然，这种自由市场没有集中的交易地点，有很大的随机性，并且其对农村自由市场发展所起的作用也是很有限的。

经过几番折腾，中国农村集市贸易日趋衰落。据统计，1973年，全国农村有集市32000个，比1965年减少了5000个；到1976年年底，农村集市只有29227个，比1973年又减少了2770多个。留下来的集市也被多方限制，日趋萧条。许多集市是有集无市，上市商品

很少。

“文革”初期，在极“左”思想影响下，供销合作社再次与国营商业合并，各地大砍合作商店和合作小组，取缔集市贸易，使流通渠道单一、商业网点不足的矛盾更加尖锐。但当时的形势又不允许恢复集体商业，各地迫于群众的压力，采取了一些补救办法，主要是依靠社会力量，在农村建立和发展代购代销店。这种商业形式对于方便群众购销、活跃城乡物资交流和发展市场商品流通起了积极作用，得到了较快发展。

（四）农村市场一管就死，一放就活

统购统销政策的提出，是由当时的具体历史条件所决定的，对保证供给、支持大规模的工业化建设、稳定物价曾起到积极作用。但是从长远来看，它作为计划经济体制的重要组成部分，抑制了农业和农村商品经济的发展。统购统销制度限制了价值规律在农业生产和农产品经营中的作用，因而不利于农民生产积极性的发挥。实行统购统销还缩小了市场经济的范围，减少了商品收购与销售的网点，限制了农村商品经济的发展，统购统销逐渐成为高度集中的经济管理体制和产品模式的一个重要组成部分。从事农副业生产的农民无需担心产品的销路，更不用考虑怎样去竞争。只要能生产出产品，就由国家包下来收购。所以在长时期内，我国大多数农民没有市场观念，更缺乏竞争意识。

农村自由市场是和社员自留地、家庭副业紧密相连的。它的繁荣和衰落，从根本上讲取决于家庭副业和自留地生产状况。当自留地和家庭副业的生产状况比较好时，农村自由市场就比较活跃；反之，就衰落甚至关闭。家庭副业收入对补充集体经济的不足、发展农村经济、增加农民收入具有重要的作用。但是在“左”倾思潮泛滥的年代里，从农业集体经济到各级地方政府乃至中央政府领导人，总是自觉不自觉地把自留地、家庭副业与集体经济对立起来，甚至视其为农民的自发势力、资本主义倾向而予以打击和严厉限制。因此，从基本实现农业集体化到1978年，农民家庭副业由于其客观上的重要性始终存在，但也由于政策时松时紧，发展步履维艰，长期处于停滞状态。

综观传统计划经济时期农村自由市场的发展历程，不难发现，允