

流通理论与实践

LIUTONG LILUN YU SHIJIAN

赵杰 著

1-53

中国物资出版社



3 0078 8203 2

57
724-53
1
2

XJ44101

出版说明

我国的经济体制改革取得了世人瞩目的巨大成就,目前已进入触及深层矛盾的攻坚阶段。要使这一改革继续深化发展,亟待从理论与实践上进行总结和提高。正是基于这一目的,我们出版了《流通理论与实践》。这本书收入了赵杰同志在十多年改革实践中对我国流通理论、市场、外贸、经济体制等方面进行研究和总结文章 26 篇。入选文章均已公开发表过。

本书是从作者十多年来(从 1982 年起)发表过的近百篇文章中精选而成,和其它众多的各种文集相比,具有以下几个特点:第一,研究对象广泛,时间跨度大。从流通到生产,从宏观经济分析到具体经济问题,从外汇留成到少数民族经济等,涉及近十个经济领域,包括各项研究、建议、意见、思考和探讨等,前后贯穿十多年时间,真实地记录了从计划经济走向市场经济转变过程中,经济理论的产生、发展和完善的过程;第二,结合工作经历,实践性强。无论是对易货贸易的探讨还是对期货市场的分析,本书在选材时,注意摒弃纯学术性的理论文章,避免纸上谈兵。凡入选文章均是在实际工作和亲身调研的基础上,对实际问题进行的阐述和研究,并上升到一定的理论高度,因而具有很强的实用价值,对领导决策及实际工作者有比较切合实际的参考作用;第三,围绕工作重点有很强的针对性。改革十五年来,我国经济经历了数度的起伏波折,作者每篇文章都结合当时经济改革的具体情况和问题,抓住每一次理论上的研究和当前的工作重点,以报告、研究、建议、内参等



C

419456

形式参与了对我国经济的决策,对当时的宏观经济管理工作起到了很切实的建设性作用,有些文章还曾得到国务院领导及部长的批示;第四,见解独到,预见性强。作者作为我国最早研究从事期货市场工作的先行者之一,早在1992年初就针对期货市场的实际运作中存在的问题作过详细的论述,对可能出现的问题作了预见,提出了具体预防措施,并多次强调过期货交易的法规建设和风险管理的重要性。有些文章现在再读起来,其内容仍然清新扑面;第五,内容系统,朴实易懂。文章内涵较广,自成体系,从物资到商业、市场到股份制以及企业集团到综合商社等,都有不同层次的系统论述,以作者的亲身经历为基础,内容直接明了,实用性强。因此适用面较广,不同领域不同水平的人都能读懂。

由于经济体制改革涉及面广,影响因素多,选入的文章时间跨度大,本书对实践的观察与思考难免有不够成熟、不够完善之处。但是,作者关注实践的极大热情和勇于探索问题的精神,是令人敬佩的。我们相信,本书对经济体制改革的实践与理论、对建立社会主义市场经济体制和市场体系会有重要的参考价值。

中国物资出版社
一九九四年七月

目 录

中国需要拍卖市场	(1)
关于批发市场的几个问题	(7)
连锁商店——零售商业组织形式 的第三次革命	(1 2)
浅谈提高批发企业经济效益的途径	(2 1)
关于商品市场建设管理工作的若干思考	(2 7)
关于期货市场若干问题的研究报告	(3 8)
关于进一步完善期货市场的建议	(5 1)
正确认识期货市场状况 促进 期货交易健康发展	(6 0)
论物资贸易中心的完善与发展	(6 4)
关于推进物资企业股份制试点的建议	(7 8)
中国物资配送发展研究	(8 5)
中国物资流通产业发展研究	(101)
关于流通社会化若干问题的研究	(116)
流通社会化的最大受益者是生产企业	(125)
论生产和流通的双向决定关系	(127)
关于企业集团与综合商社	(130)
开展易货贸易的几点建议	(139)
关于对等贸易的研究	(143)
对做好民族贸易工作的几点意见	(154)
基层供销社亏损问题初探	(159)

商业经营责任制若干问题的探讨.....	(171)
关于回扣问题的研究报告.....	(177)
当前农村民间信用的问题和意见.....	(190)
发展少数民族经济若干问题的探讨.....	(196)
关于恢复和发展传统食品问题的探讨.....	(207)
完善我国外汇留成制度的探讨.....	(215)
后记.....	(221)

中国需要拍卖市场

一、我国拍卖业落后于经济发展的水平

拍卖是拍卖人通过公开竞争的方式,在多数竞买人中选择最高出价者,与之订立买卖合同的行为。拍卖作为一种特殊的买卖活动,具有透明度高、竞争性强、机会均等、价格合理、法律约束力强等特点。拍卖市场的主要功能是发现价格和实现商品的流通。

拍卖业在我国一度曾相当发达,解放后便渐渐消声匿迹。新中国成立至 1956 年,拍卖行业先是并入委托总店,后发展为信托贸易公司,经营方式逐渐转向寄售,拍卖活动遂在我国消失了 30 年。随着改革开放不断深化,社会主义市场经济迅速发展,许多有益的交易手段重新出现,拍卖这一特殊的流通方式也得到恢复和利用。1986 年广州市率先开办了全国第一家拍卖行。1987 年新疆毛纺原料公司在乌鲁木齐市首次采用国际惯例进行了羊毛拍卖的尝试,取得良好的经济效益;同年 12 月深圳市采用拍卖方式转让土地使用权获得成功。1988 年全国各地相继出现了各种全民所有制小型企业的拍卖活动。几年来拍卖活动从恢复到发展,全国各大城市基本建立了拍

卖企业,仅全国信托贸易行业协会内,就由原来的7家拍卖企业,增至目前的30余家,有些城市出现了多家经营拍卖的局面。拍卖活动由沿海向内地,由大城市向中等城市延伸。拍卖的服务领域已涉及商业、物资、纺织、邮电、房产、金融、文物、土地管理等十几个领域。拍卖的范围逐步拓宽,由公检法的罚没物品,即一般生活消费品和生产资料,扩大至不动产、土地使用权、文物字画、罕见图书、音乐作品、科技成果、小型企业、破产企业、市场摊位、汽车牌照、电话号码、体育明星的金牌以至无线电传呼频率等,从有形的商品发展到无形的商品(权利)。并开始向国际市场延伸,1992年北京市拍卖市场在国内首次举办了较大型的国际拍卖会,为与国际拍卖接轨作了探索,积累了经验。

拍卖作为一个在国际上十分发达的行业,在我国改革开放以来虽然已经历了十多年的发展过程,但总的说来还外于刚刚起步阶段,大大落后于我国的经济发展水平和市场的发育程度,主要表现在:(1)现有的拍卖市场数量严重不足,目前大中城市一般有1—2个拍卖行,地市以下的城市基本上还是空白;(2)市场规模过小,辐射面和影响力不大,国内尚无一家拍卖市场具有常年连续开放的固定拍卖场所;(3)通过拍卖方式流通的商品门类单一,目前国内拍卖市场主要从事文物、字画等拍卖,而对于市场容量巨大的农副土特产品、公物转让、抵押物品、旧货等很少涉足;(4)市场的规范化程度不高,有关拍卖市场方面的立法严重滞后。

导致拍卖市场发育缓慢的主要原因:一是认识上的偏差,长期以来拍卖被看成是资本主义的产物,拍卖在中国消失了几十年,拍卖市场的重要性及其在商品流通中不可替代的地

位,还没有被政府有关部门和广大生产、流通企业所认识;二是部门利益和部门分割带来的影响,政府职能与市场经济的要求尚不适应,一些权力执法部门过于考虑本身的经济利益,对拍卖市场的发育产生制肘,错误认为发展拍卖市场削弱了原有权力和既得利益,要么不按国家规定提交拍卖资源,要么自办拍卖市场;三是对建设拍卖市场缺乏统一领导和统筹规划。

二、发展社会主义市场经济需拍卖市场

加快发展拍卖市场,不仅是深化改革的需要,而且是适应我国国民经济的发展水平、促进市场经济健康发展的需要,其必要性突出表现在如下三个方面:

(一)建立健全市场体系的客观要求

拍卖市场的一个重要职能是发现价格,这是任何其它形式的现代市场或期货市场不能替代的。通过拍卖市场流通的商品,具有一个共同的特点,即品质、价格不易确定,只有通过拍卖竞价过程,才能发现其真实价格,如皮毛、茶叶等农副土特产品,文物、字画、邮票等文化珍品,过时或用旧的物品等等。通过竞价发现价格是拍卖市场的精髓,这恰恰是其它现货市场如批发市场的不足之处。虽然期货市场的主要功能也是发现价格,但是在期货市场交易的商品必须外观、品质稳定,以便制定标准合约;拍卖市场却不存在这个问题。所以说,拍卖市场与其它现货市场和期货市场一起,构成商品市场的有机整体,它们分别适用于流通特性不同的商品,互为补充,缺一不可。

(二)促进廉政建设的重要手段

据有关专家估计,国有资产每天流失上亿元,其中很大一部分是通过批条子、托关系,利用合法途径,使国有资产流入了小集体和个人的腰包。1992年国务院办公厅下发了《关于公物处理实行公开拍卖的通知》(国办发[1992]48号),规定公物处理必须由指定的拍卖行公开拍卖。此前,一些地方已经进行了大胆尝试。实践表明,公物处理实行拍卖是管理国有资产,减少财政流失,促进廉政建设的重要手段。但是各地执行国办《通知》情况并不理想,一些部门仍通过各自的渠道私下处理,没有充分发挥拍卖制度应有的作用。因此,在《拍卖法》尚未出台之前,仍有必要重申国办48号文的严肃性,对违反规定的单位领导和主要当事人要严肃处理。

(三)中国走向世界的需要

拍卖市场最大限度地体现了公开、公平、公正的交易原则,所以许多国家的法律规定:公物、无主货物、抵押物品和一切价格不确定的有价商品的转让,必须通过拍卖才能形成法定价格。例如,国外某公司无理拖欠我国企业的货款,当其财产进入我国司法管辖地时,法院可依法予以扣押,如债务人拒绝还款,则以该财产抵偿债务;在涉外经济纠纷中,为了尊重国际惯例,这种抵押物品必须通过拍卖转让才有法律效力,私下处理是一种无效的侵权行为。近年我国审理了几起这类案件,由于没有规范化的拍卖市场,都是临时组成一个拍卖委员会,尽管最大限度地做到了公平合理,维护了债务人的合法权益,但国外传媒仍颇多非议,认为这种仓促凑成的拍卖组织,各个环节均不甚严密,难免有失公允。

此外,随着我国对外贸易体制的改革,具有自营进出口权的企业越来越多,在扩大企业自主权的同时,也带来了出口报

价的混乱,自相残杀、相互压价的事常常发生。通过行业协会统一定价是一个办法;另一个办法是,对那些适合拍卖的出口商品举行大规模的国际拍卖会,可以很好地避免一对一的协商式交易被外商各个击破。

三、发展前景广阔,急需加强立法

拍卖为价格不确定的物品(如皮毛、茶叶、文物、字画、房地产、产权、半旧物品等)、非正常流通的物品(如执法机关缉私、罚没的物品,无人认领的物品等)提供了流通渠道。同时,通过拍卖可以实现商品的_{最大}价值,目前经拍卖的商品一般增值 30% 以上。拍卖市场虽然才刚刚起步,已经显示出其在增加国家财政收入、防止国有资产流失、体现公平公正的竞争原则、促进廉政建设等方面所发挥的积极作用。

世界上许多国家都有一些具有国际影响的拍卖市场。发达的拍卖市场是市场经济的标志之一。我国拍卖市场的发展严重落后,这只是暂时现象。拍卖业在我国大有发展前途,建设一批高层次、规范化、具有国际影响的大型拍卖市场的时机基本成熟。

要保证拍卖市场的健康发展,加强立法工作迫在眉睫。目前我国涉及拍卖的法律法规有《民事诉讼法》、《税收征收管理法》、《海商法》和《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》,其他零星见之于一些行政文件和人民法院的司法解释。国办 48 号文下发后,一些省市相继制定了《公物拍卖管理办法》。这些法规和规章都是侧重于规定公物转让必须公开拍卖,而不是规范拍卖市场的运作,且适用范围有限,由于尚无专门规范拍卖市场的法律法规,结果造成了拍卖行为的_不规

范。如有些城市搞的“柜台拍卖”实际只是过去寄售的方式。同时由于缺乏法律法规依据,无从确定各拍卖关系的性质,也无从确定各方当事人之间的权利义务关系,出现纠纷后难以确定各自的法律责任。

全国人大常委会已将《拍卖法》确定为由国内贸易部牵头起草的立法项目。该法应当就拍卖市场的含义、设立、行为人的权利和义务、拍卖运作过程、公物和抵押物品的拍卖等作出明确规定。这是拍卖市场的根本大法,它的制定和颁布将大大提高我国拍卖市场的规范化程度。但考虑到一项法律的出台,将有一个相当长的过程,在正式的法律出台之前,为统一规范拍卖行为,有必要先行制定一个过渡性的管理办法。

注:此文与程坦同志合写,发表于《中国物资经济》1994年第5期,《中国物资报》1994年5月13日。

关于批发市场的几个问题

一、批发市场的概念及职能

批发市场的概念来源于日本,1923 年日本正式颁布了《中央批发市场法》,其含义是指为批发商进行大批量交易所提供的场所,此时批发的对象为农产品,而又以生鲜食品、海产品为主。

批发市场的职能主要有:(1)商品的集散功能;(2)价格形成功能;(3)结算功能;(4)信息处理功能。

商业部目前搞的批发市场基本源于此,我们使用的教材大都是从日本带回翻译过来的。物资批发市场也是受其启发而提出来的。

二、国外生产资料批发市场形式

生产资料批发市场是中国特有的概念,英国、美国、德国、瑞士都没有这种叫法,日本有生产资料市场,但那是一个宏观的、抽象的概念,尽管日本有集中了 200 多家钢铁流通企业的浦安钢铁团地和著名的神户第一人工岛,但人们并不称它们为生产资料批发市场,因为一则它们并不符合《批发市场法》

的条例，二则也不存在有形的批发场所需要的场地。因此，国外生产资料批发市场大部分是无形的，下面的资料更能说明这个问题。

伦敦是英国的首都，在其市中心有著名的商业区，这里的商品市场在许多品种上对世界都有影响，但从其形式来看，只有四种，即现货市场、期货市场、拍卖市场、销售处。按理说，生产资料大部分属现货市场，但现货市场只有金属、植物油等，而且，主要是由卖方提供产品质量、数量和国际标准等即可进行销售，买卖双方成交后，按合同日期交货。机电、煤炭、水泥、木材等物资均未形成可以直接销售给用户的专业市场和有形市场。德国的情况也是如此。

在日本，生产资料主要是依靠大型综合商社和批发商来衔接产需的，1989年日本18家综合商社进出口成交额达330221亿日元，按1989年年平均汇率1美元兑144.3日元换算，其进、出口额分别占日本进、出口额的45.36%和74.57%（1989年日本的进、出口总额分别为210847百万美元和275175百万美元），其中出口钢铁16560亿日元，占钢铁出口总额的77.6%，化学制品出口额为11937亿日元，占该产品出口总额的56%，机电设备出口额为92148亿日元，占其出口额的31.1%，成套设备的出口额为19047亿日元，占其出口总额的99.6%；进口燃料44413亿日元，占燃料进口额的69.88%，进口木材7386亿日元，占其进口额的62.4%，进口粮食23702亿日元，占粮食进口的52.96%。在国内钢铁销售中，97%的钢铁通过综合商社和专业商社进行，由钢厂直接销给用户的钢材只占总产量的3%左右。总之，综合商社在日本经济中有着举足轻重的地位。

三、我国批发市场的选择

大力发展批发市场是深化物资体制改革的必由之路,摆在我们面前的任务是如何选择批发市场的形式,即选择以有形的批发市场为主还是选择以无形批发市场为主。根据上述国外生产资料流通形式及我国试办贸易中心和钢材市场的经验,我们认为,目前各地盲目上各类不同品种的批发市场和交易所的作法,需要慎重。我们的意见是,我国生产资料批发市场应以无形市场为主,选择合适品种适当发展有形批发市场。主要依据是:

首先,物资贸易中心和钢材市场等已有前车之鉴。汽车贸易中心和钢材市场最初设计是要办成交易所,成为有形的生产资料市场的,让计划外的钢材、汽车都在市场上来交易,逐步完善形成全国性的生产资料市场。但事与愿违,目前除少数贸易中心还保留部分交易场所功能外,绝大部分都发展成为以自营业务为主的新的物资经营实体。即使保留交易场所的部分,其交易形式也是“周二例会”、“茶话会”之类等原始交易方式,且交易量很小,十吨八吨,实际上起不到批发的作用。

其次,生产资料的特性不适宜有形市场。生产资料与生活资料有许多不同特点。一般来说,生产资料的替代性小,对产品的偏好性小,只要质量、数量、型号或成份合格,即可订货,无需观看实物。此外,生产资料多为大量生产,集中消费,只有少数产品是分散消费,生产规模经济决定着消费的大批量性,竞争价格易于形成。而生活资料的大多数品种尤其是农产品具有同生产资料相反的特性,它们更适合于有形市场,如日本东京的大米市场、蔬菜市场。我国也有不少成功的经验。生产

资料和生活资料虽都属于流通范畴,但特性不同,生产资料批发市场的成功经验不能简单移植到生产资料上来。

第三,国际上几乎没有有形的生产资料市场。商品经济在资本主义国家发展了几百年,其生产资料的流通经过千锤百炼,已经形成了以无形市场为主的比较合理的流通格局,这是经济规律的客观体现。

四、如何发展无形市场

我们认为,建立批发市场并不在于兴建多少交易场所和交易大楼,重要的是建立完善的市场法规和按市场规则改造原来按产品模式建立起来的一整套生产资料流通组织机构,使产品真正变成商品,把企业真正推向市场。如果企业不能按市场规则组织经营,价格不能随行就市等,就是建立起更多的交易场所也不等于形成了市场。无形市场是指在固定交易场所如农产品批发市场、期货交易所以外,以流通企业为主体通过合同买断或代理经销等组织商品销售,实现商品流通。既包括专业流通企业、商品经纪人,也包括生产厂家与用户之间的销售关系及产销结合的企业集团的销售,这在我国和国外都是商品流通的主体。经过有形市场的只是少数。目前,我国物资流通已形成了部属总公司、省公司、地县公司到用户的流通网络,今后的重点是按市场规则改造这些公司,使其成为一级批发、二级批发,或叫国家级批发和地区级批发。现有部属总公司是按行业和大类产品分工的,专业性太强,分工太细,机构多,既形不成综合优势,也很难起到一级批发的作用。改组部属公司应走日本综合商社的模式,综合商社集贸易、金融、实业于一体,这是企业集团所没有的,这完全符合柳部长提出

的“以贸易为基础，背靠金融，开发实业”的战略，可以说，中国式的综合商社建成之日，就是柳部长的上述战略实现之日。过去国家体改委、国务院经济发展研究中心、江苏省曾决定在苏州贸易中心进行综合商社试点，路子是对的，应坚持下去。另外，建议再选择一两个基础较好的部属公司，改组为股份制的综合商社式企业，按“以贸易为基础，背靠金融，发展实业”的战略和市场原则组织经营，形成真正的国家级批发企业。

注：此文是1992年与孙炜同志合作，为部里写的工作建议。柳随年部长曾做了批示。

连锁商店

——零售商业组织形式的第三次革命

一、统分结合——连锁商店的原理

连锁商店是零售业实现大规模经营的一种企业组织形式,起源于美国。自1859年美国大西洋和太平洋茶叶公司建立第一个连锁商店后,伍尔沃兹(F·W·woolworth)、克罗格公司(Kroger Co.)和贝尔克公司(Belk Co.)先后于1879年、1882年、1888年成立了连锁商店。本世纪初,连锁商店以“经济商店”的形象在美国零售业中确立了自己的地位,整个20年代是它的“黄金时代”。以后,连锁商店风行世界各国,在日本、英国都获得了极大的发展。

连锁商店是许多类似店铺在一个主导企业的统一管理下进行共同经营,其基本原理是把单独店铺的经营责任者的职能分离成采购职能和销售职能两种。总部的采购责任者对连锁组织全部店铺所经营的同一商品部门的销售和利润负责;单位店铺的经营对本店铺的全部商品部门的销售和利润负责;总部采购责任者考虑的是降低进货成本,经理考虑的是降低销售成本,二者共同对最终利润负责。通过这两种职能的分