

粮食贸易基础

主编 孙国学



内蒙古人民出版社

粮食贸易基础

孙国学 主编

内蒙古人民出版社

前 言

社会主义市场经济体制的确立,使粮食商品化、经营市场化成为经济发展的必然趋势。为适应这一要求,我们组织部分省、自治区、直辖市具有一定水平和经验的理论和实际工作者,协作编写了《粮食贸易基础》一书。本书既有基础知识的介绍,又有新领域的探索,并突出了新颖、简明、实用、超前等特点,力求达到理论与实践的有机结合。本书既可作为各类粮食经贸专业教学和培训用书,亦可供从事粮食贸易工作的同志自学参考。

本书在编写过程中参考了一些书目,并得到许多同仁的热忱帮助,在此一并致谢。

限于编者水平有限,本书疏漏和错误之处在所难免,恳请批评指正。

编 著 者
一九九三年六月

粮食贸易基础

主 审 陆春梅

主 编 孙国学

副主编 高慕峰 张春德 桂剑峰

编 委 (以姓氏笔画为序)

王 静 王天福 艾国强

何玉珠 张向阳 张可器

陆博学 周瑞刚 郭桂荣

湛绍亨 韩学东 韩广才

舒 伟 魏晓光

姚梅、罗泉与王付成

目 录

第一章 粮食市场	(1)
第一节 市场概述.....	(1)
第二节 粮食市场供求.....	(8)
第三节 粮食批发市场	(14)
第四节 粮食期货市场	(19)
第二章 粮食市场信息	(29)
第一节 市场信息的特征与分类	(29)
第二节 市场信息的搜集与加工	(35)
第三节 市场信息的传递与储存	(42)
第四节 市场信息管理系统	(46)
第三章 粮食市场预测与贸易决策	(53)
第一节 粮食市场调查	(53)
第二节 粮食市场预测	(60)
第三节 粮食贸易决策	(66)
第四章 粮食商品知识	(78)
第一节 粮食商品的营养成分	(78)
第二节 主要粮食商品分述	(90)
第三节 粮食商品的质量检验.....	(107)
第五章 粮食商品价格策略	(114)
第一节 粮食商品价格的形成.....	(114)
第二节 粮食商品价定价方法.....	(120)
第三节 粮食商品定价策略.....	(125)
第六章 粮食商品促销策略	(132)
第一节 促销的概念和作用.....	(132)
第二节 促销组合策略.....	(135)
第三节 人员推销及营业推广.....	(139)

第四节	广告宣传.....	(148)
第七章	粮食企业公共关系.....	(158)
第一节	企业公共关系和职能.....	(158)
第二节	企业公共关系工作的对象.....	(162)
第三节	企业公共关系工作的程序.....	(169)
第四节	企业公共关系的传播关系.....	(175)
第八章	粮食贸易谈判.....	(180)
第一节	粮食贸易谈判的基本范畴.....	(180)
第二节	粮食贸易谈判的基本工作.....	(186)
第三节	粮食贸易谈判过程.....	(192)
第四节	粮食贸易谈判策略.....	(198)
第五节	粮食贸易谈判技巧.....	(202)
第九章	粮食贸易合同.....	(213)
第一节	粮食贸易合同的内容及签订.....	(213)
第二节	粮食贸易合同的履行及担保.....	(221)
第三节	粮食贸易合同的变更及解除.....	(225)
第四节	粮食贸易合同的违约及处理.....	(229)
第十章	粮食贸易财务管理.....	(233)
第一节	资金筹集的管理.....	(233)
第二节	资金运用的管理.....	(244)
第三节	财务实力的分析.....	(261)
第十一章	粮食对外贸易.....	(264)
第一节	粮食对外贸易概述.....	(264)
第二节	粮食对外贸易的交易条件.....	(274)
第三节	粮食对外贸易合同.....	(284)

第一章 粮食市场

第一节 市场概述

一、市场的基本要素

(一)市场的概念

市场是同社会经济活动紧密相连的一个重要范畴。在当今社会,市场已经深入到社会经济生活的各个领域,企业的各种生产经营活动都不可能离开市场而单独进行。尤其在市场经济体制下,市场更成为经济发展中须臾不可缺少的重要组成部分。

对于市场概念的认识,有狭义和广义两种解释。狭义的解释认为市场是进行商品交换的场所,这种认识是把市场理解为特定的空间,在这个空间内人们进行着商品交换活动。从字义上说,市就是交易,场就是场所,市场就是交换的场所。我国古代文献《易·系辞下集》有这样的描述:“日中为市,聚天下之民,取天下之货,交易而退,各得其所”。广义的解释则认为市场不但是商品交换的场所,而且实质上是一定经济范围内商品的供给和需求的关系,即一定条件下商品交换关系的总和。在商品经济高度发达的社会中,商品交换的深度和广度增加,市场成为联系各种经济活动的桥梁和纽带,各种经济关系

都会通过市场反映出来。

(二)市场的基本要素

市场的基本要素是指构成完整市场所不可缺少的各种因素。在市场活动过程中,交换双方之间有着实物和价值两个方面的经济联系。这种经济联系是由交换双方的当事人进行的。从整体上看,市场的基本要素有以下几个方面。

1. 必须有一定量的商品供给 市场活动的物质内容是不同使用价值的交换,商品生产者生产商品的目的也是为获取价值,但为了获得价值就必须让渡商品的使用价值,这样就形成了商品供给。如果没有商品在市场上出售就不能进行交换,也不可能形成供给,市场也就不存在了。

2. 必须有一定量的商品需求 生产者要获得价值,必须通过别人的购买才能实现。形成一定量的商品供给,还必须有一定量的商品需求,即有愿意购买这些商品并具有购买能力的人参加市场活动,形成购买行为,商品生产者生产的商品才能转化成价值。

3. 必须有参与市场活动的当事人 进行商品交换必须由一定的当事人参加,才能实现商品价值和使用价值的转移。市场活动的当事人包括生产者、中间商、消费者,这些人在商品交换过程中所处的地位和作用不同,参与商品交换的目的和要求也各不相同。

二、市场的功能

市场的功能是指市场机体所具有的客观职能。从市场作为商品交换场所的角度看,市场具有以商品交换为中心的各项功能;从市场是商品交换关系总和的角度看,市场具有协调

各方面经济关系、自觉调节经济运行的功能。

(一)商流功能

主要包括商品采购、销售两个方面的功能。在商品交换中,最重要的是实现商品所有权的转移,这种转移是通过购、销来实现的。商品购买的目的是为了取得购买者所需要的商品;商品销售的目的是设法创造商品需求并寻找购买者,按照卖主所期望的价格将商品出售。所以,商品购买功能包括选择商品购买来源、种类、数量,提出质量、规格的要求,商讨交易方式、价格、交货日期等;商品销售功能包括创造或唤起需求,寻找买主,对销售方式和价格作最优选择,以至最后完成商品所有权的转移。

(二)物流功能

主要包括运输和储存两个方面的功能。在一般情况下,商品需经过运输与储存才能实现空间和时间的转移,到达购买者或消费者手中。商品的运输功能,要求按照商品的合理流向,选择最廉价的运输工具,最短的路线,及时地将商品运送到消费地市场;商品的储存功能,是将商品通过储存设施加以保管留存,可以等待销售最佳时机,而且能调节供求在地点与季节上的矛盾,还可以起到“蓄水池”的作用。运输和储存功能,都是实现商流功能的必要条件。

(三)便利功能

主要包括为方便商品交换双方而提供的各种便利条件,如资金融通,风险负担、市场信息、交易规范化等。

1. 资金融通 借助金融机构的资金融通,可以调整商品流向,并通过存款贷款及结算业务,给交易双方提供方便条件。

2. 风险负担 商品由生产者转移到消费者的整个市场活动,存在着自然灾害和人为灾害而造成损失的风险,如商品损坏、霉变、价格变动、积压等风险,有些风险可以通过保险、风险转移等形式提供风险负担。

3. 市场信息 市场信息机构或企业有关人员通过对市场信息的搜集、分析、整理、传送等活动,为企业进行各项经济活动提供及时准确的依据。

4. 交易规范化 通过市场的一系列措施、物质设施,规范交易活动,减少交易双方在交易活动中的争议,保护双方合法利益,保证交易活动正常进行。

(四) 价格形成功能

在市场经济条件下,商品价格是在市场交换活动中形成的,即市场价格。市场形成价格的过程实质上是供求相互变动的过程。消费者在市场上对一定量的商品所愿意支付的价格被称为需求价格;而生产者在市场上为提供一定量的商品所愿意接受的价格被称为供给价格。当一种商品的需求价格和供给价格相一致时,这种价格就称为均衡价格。所以,均衡价格就是供给与需求这两种力量达到一致时的市场价格,即买卖双方都能接受的价格。均衡价格是通过市场供求关系自发调节而形成的,由于供求的相互作用,一旦价格背离均衡价格,则有自动趋向均衡的趋势。

(五) 资源配置功能

市场经济要求社会经济活动必须遵循价值规律,适应供求关系的变化,发挥竞争机制的功能,通过价格杠杆和竞争把资源配置到效益较好的环节中去,使企业有压力和动力,促进优胜劣汰。市场这种配置资源的功能,也是通过供求关系的相

互作用来实现的。当某种商品供不应求时,价格就会上涨,受利益的驱动资源就会向这种商品生产领域转移,导致供给量增加;而当某种商品供过于求时,价格下跌,竞争加剧,利润减少,从而迫使一些企业将资源转移到别的生产领域,减少供给,使供求又趋于均衡。供求变化引起价格涨落,从而调节经济活动,促进资源的合理分配。因此,资源配置功能也可称为经济调节功能。

三、市场体系

市场体系是指各类市场有机配合所形成的全面开放、平等竞争、活动规范、要素齐全的统一体。健全的市场体系是经济发展的基础。

(一)要全面开放市场,改变限制过多、管的过死的做法,突破部门之间和地区之间的界限,打破封锁、分割和垄断,促进统一市场的形成。但放开并不是放弃宏观调控,而是在国家法律、法规和经济政策指导下既有活力又有秩序的市场。

(二)平等竞争是市场竞争的最基本原则,各个企业只有在平等的基础上进行竞争,才能达到公平合理。要实现平等竞争,既不能给某一方以超经济特权,更不能对某一方给以不公正的束缚,必须真正落实企业应有的各项权力,转换国有企业经营机制,使企业能够自主经营、自负盈亏。

(三)规范市场上的各类经济活动,使其有章可循、有法可依,是确保市场活动有序和竞争公平的前提。通过建立健全市场规则,规定各类经济活动的范围、方式、内容等,使市场经营活动走上法制化、规范化的轨道,确保市场健康发展。

(四)加快市场体系的培育,不仅要继续发展商品市场,而

且要积极培育资金市场、技术市场、劳务市场、信息市场、房地产市场,尽快形成要素齐全的统一市场。从而使消费品、生产资料和各种资源能够在社会再生产各个环节中充分灵活地流动,使市场机制在配置资源、促进供给结构和需求结构协调、平衡方面,发挥广泛的调节作用。

在粮食市场体系中,要通过不断努力,建立起初级市场和中高级市场相结合、零售市场与批发市场相结合、现货市场与期货市场相结合的市场体系,从而使粮食经济活动畅通、有序。

四、粮食企业与市场

“粮食商品化、经营市场化”是粮食流通体制改革的目标。随着改革进程的加快,粮食企业已逐步从集中过多、统得过死、政企不分的困境中解脱出来,走向了市场,粮食企业已经同市场密不可分,相互依存,互相促进。

(一)企业是市场的主体

在企业与市场的双向作用中,企业是市场的主体,企业的生产经营活动决定着市场的兴衰,经济的发展离不开充满生机和活力的企业。市场的发育程度,市场机制的作用程度,与是否已培育和造就真正独立的市场主体密切相关,也取决于企业经营结果与其经济利益联系的密切程度。只有深化改革,转变企业经营机制,明确产权关系,实现政企彻底分离,推进经济利益的市场化进程,强化企业的市场风险责任,使之真正承受价格波动风险的压力,市场机制、风险机制的作用才能正常发挥。

(二)企业经营活动要以市场为中心

市场作为商品交换的场所,企业生产经营的商品只有经过市场的检验才能确定其是否符合市场需要,是否能够实现其价值。“粮食商品化、经营市场化”的改革既还权于粮食企业,也加重了企业的责任,粮食企业必须在自主经营的基础上自负盈亏,进行自我约束,谋求自我发展。因此,企业必须积极主动地投身到市场中去,按照市场经济的一般规律,以市场需求为导向,开展各项经营活动。并在实践中不断开拓市场、引导市场需求的发展变化,达到活跃市场、稳定市场、取得良好经济效益之目的。

(三)企业要提高市场竞争能力

在市场经济条件下,各市场主体之间存在着平等竞争的关系。粮食放开经营之后,粮食市场上的经济成份增加,经营单位增多,从而使竞争更加激烈。市场竞争的基本原则就是优胜劣汰,在无情的竞争中,粮食企业要取得胜利,必须努力提高自身的竞争能力。一是要树立起竞争意识,勇于竞争,敢于同竞争对手进行较量,这一点对于长期受国家政策保护的粮食企业十分重要。二是要掌握竞争本领。市场是十分复杂的经济环境,处处充满困难,只有了解市场,掌握市场知识,才能应付复杂多变的市場。三是要具有竞争实力。竞争也是一种力量的较量,企业只有组织适销对路的商品,以合理的价格,优质的服务,良好的信誉才能赢得顾客,占领市场,而靠不正当手段取得竞争胜利是不能长久的。四是要运用好竞争策略。竞争虽然是力量的较量,但并非硬碰硬,这样会两败俱伤。应根据具体情况,灵活地运用竞争方法,以己之长,克他之短,才能在竞争中做到游刃有余。以上几个方面都是提高竞争能力

的具体内容,但市场竞争归根到底是人才的竞争,各种方法、本领也都是由人来掌握的。企业竞争能力的增强,有赖于企业拥有懂经营会管理的人才,拥有掌握专门技术的人才,拥有一支有知识、有本领的职工队伍,并通过有效的激励机制,充分调动他们的积极性,发挥自己的才能,这样的企业就一定会在竞争中立于不败之地。

第二节 粮食市场供求

一、粮食市场供给与需求及相互关系

供给与需求是同市场经济紧密联系的经济范畴。在商品经济条件下,生产者生产商品的目的在于获取价值,而只有通过市场交换,商品的价值才能得以实现;消费者需要的商品也只有市场上购买才能获得使用价值。这样,在市场上一方面生产者拥有商品需要出售,另一方面消费者拥有货币需要购买,由此形成了商品供给和需求这两个既互相对立又互相关联的经济现象。

马克思指出:商品供给“也就是处在市场上的产品,或者能够提供给市场的产品”。它“不仅是满足人类需要的使用价值,而且这种使用价值还以一定量出现在市场上。”^①商品需求是“市场上出现的对商品的需要”,^②这种需要也具有一定的数量界限,但它不仅取决于人们的消费欲望,而且还决定于人们的购买力。粮食供给是能够提供给市场的粮食商品,粮食

① 《马克思恩格斯全集》第25卷第208页

② 《马克思恩格斯全集》第25卷第211页

需求是市场上有货币支付能力的粮食商品需要。粮食供给和需求都表现为一定数量,并都有一定的时间界限。

粮食供给和需求从表面上看是一种物的关系,但实际上它却包括了商品交换中的各方面经济关系。一是使用价值和价值的关系。粮食商品是使用价值与价值的统一体,但在流通过程中却表现为二者的对立。对于粮食生产者或销售者来说,他们要求的是价值而不是使用价值,粮食的使用价值只是交换价值的物质承担者,要获得价值,必须先生产经营使用价值。而对于消费者或购买者来说,他们要求的是使用价值,但获得使用价值又必须付出价值。因此,生产者为了得到价值而把粮食拿到市场上出售,形成市场供给;消费者为获得使用价值而持货币到市场上购买,形成需求。供求关系体现了使用价值和价值的关系。二是商品和货币的关系。在发达的商品交换中,生产者的粮食商品只有同货币交换才能实现其价值,消费者只有用货币同粮食商品相交换才能得到使用价值,从而又使供求关系表现为商品和货币的关系。三是生产和消费的关系。粮食生产和消费不是直接结合的,而是通过市场互相联系的,粮食供给实质上是粮食生产在市场上的反映,粮食需求实质上是粮食消费在市场上的表现。因此,粮食供求关系又是粮食生产和消费关系在流通领域的表现。

二、粮食供给与需求的变动趋势

由于决定粮食供给与需求的因素是处在不断变化中的,所以粮食供给和需求也不断地发生变动,而变动趋势则是趋向均衡。

首先,供求趋向均衡是经济发展的内在要求。在商品经济

条件下,生产者出售商品和消费者购买商品的活动都是在市场上进行的,是市场活动的基本内容。从整体上看,商品出卖者代表供给一方,商品购买者代表需求一方,双方共同组成市场的统一体。生产者生产的商品在市场上能否出售关系到其商品价值能否实现,决定着他生产商品的消耗能否在价值上得到补偿;消费者在市场上能否购买到所需的商品,关系到他的需要能否得到满足。只有双方趋向均衡,各自的经济利益才能得以实现。

第二,供求趋向均衡是客观规律作用的结果。供给、需求和价格的变化是相互依存的,即供给和需求会因价格的变化而变化,而价格也会因供给和需求的变化而变化。供给减少或需求增加会使价格上升,需求减少或供给增加也会使价格降低;而价格的升高会使供给增加或需求减少,价格下降又会使需求增加或供给减少。这就是市场运行的基本规律。在市场经济条件下,正是这只“看不见的手”在调节着市场供求趋向均衡。价格的升降、供给和需求的变化都会直接影响每一个人的经济利益,一切追求自身利益的人必然随时随刻根据市场的变化来调节自己的生产、销售和购买等经济活动。当粮食供求不平衡时,会由于供求的变化引起价格的波动,形成对各方面利益的调整,制约着供给与需求的各自变动方向和数量,从而引起供给与需求的逆向运动,使之达到新的平衡。

三、粮食供求价格弹性

价格的变动会引起商品供给量 and 需求量的变动。但是,不同的商品的供给量和需求量对价格变动的反应是不同的。有的商品价格变动幅度大,而供给量或需求量变动幅度小;有的

商品价格变动幅度小,而供给量或需求量变动幅度却大。弹性理论正是说明价格变动比率与供给量或需求量的变动比率之间的关系。

(一)均衡价格理论

均衡价格理论是根据供给与需求的变动来说明价格决定的。这里所说的均衡,是指一种没有必要再变动的境界。这并不是说情况不能再变动了,而是说如果再变动情况不会比现在好,只会比现在坏。均衡价格是指一种商品的需求价格与供给价格相一致时的价格,这时的需求量与供给量也一致,称为均衡数量。

消费者在一定价格的条件下对商品的需要可以形成需求,而对一定量的商品所愿意支付的价格称为需求价格。生产者在一定价格条件下可能出售的商品,包括新提供的商品和已有的存货,可以形成供给,而生产者为提供一定量的商品所愿意支付的价格称为供给价格。需求价格和供给价格是在不断变化的,当需求大于供给时,价格上升;当需求小于供给时,价格下降;只有需求等于供给时,需求价格和供给价格才能相一致,形成均衡价格。所以,均衡价格就是需求与供给这两种力量达到一致时的市场价格,是通过市场供求关系的自发调节而形成的。由于供求的相互作用,一旦市场价格背离均衡价格,则有自动恢复均衡的趋势。

(二)粮食供给价格弹性

粮食供给价格弹性是供给量变动对价格变动的反应程度。供给量变动比率与价格变动比率的比值就是供给价格弹性的弹性系数。

$$\text{供给价格弹性的弹性系数} = \frac{\text{供给量变化的百分比}}{\text{价格变化的百分比}}$$