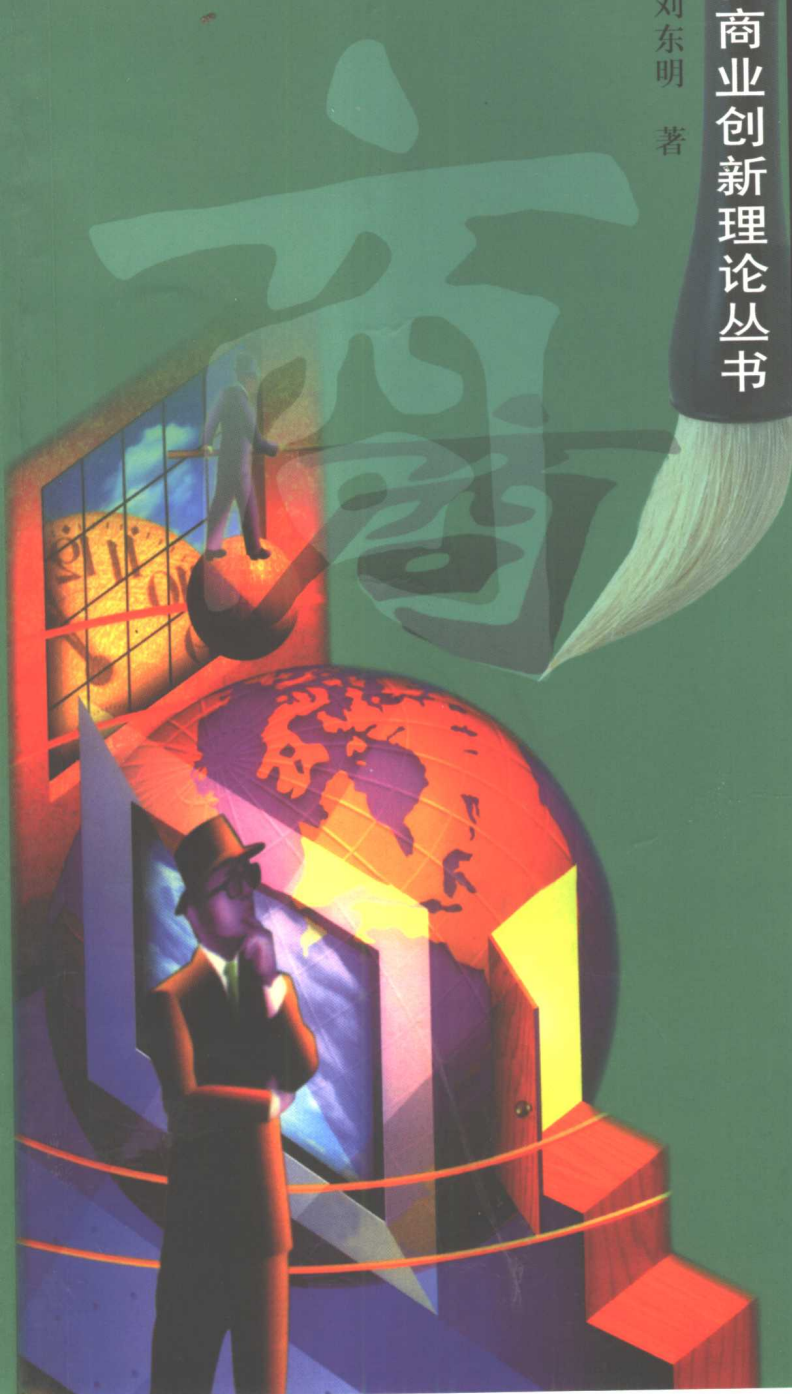


丛书主编 黄国雄 / 中国审计出版社

现代商业创新理论丛书

刘东明 著

农业产业化与农产品流通



农业产业化与农产品流通

中国农村经济出版社



农业产业化与 农产品流通

刘东明 著

中国审计出版社

图书在版编目(CIP)数据

农业产业化与农产品流通/刘东明著. —北京:中国审计出版社, 2001.3

(现代商业创新理论丛书/黄国雄主编)

ISBN7-80064-941-5

I. 农… II. 刘… III. 商品流通-农村市场-研究 IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 09235 号

农业产业化与农产品流通

刘东明 著

出 版	中国审计出版社		
地 址	北京市西城区北礼士路 54 号	邮政编码	100044
电 话	(010)88361317 88361300	传 真	(010)88361310
发行经销	新华书店总店北京发行所发行 各地新华书店经销		
制 版	世纪风云图文制作中心		
印 刷	北京昌平百善印刷厂		
开 本	850 × 1168 1/32	版 次	2001 年 3 月北京第 1 版
印 张	11.375	印 次	2001 年 3 月第 1 次印刷
字 数	255 千字	印 数	1~5000 册
定 价	20.50 元		

版权所有 侵权必究

现代商业创新理论丛书

编委会

主 任:纪宝成(中国人民大学校长、博导)

副主任:黄 海(经贸委贸易市场局局长)

李金轩(中国人民大学教授、博导)

黄国雄(中国商业经济学会副会长、

中国人民大学教授、博导)

委 员:(以姓氏笔画为序)

王亚星 刘东明 向 欣 任兴洲

纪宝成 宋 刚 李 飞 李金轩

李辉华 何明柯 张采庆 金永生

侯善魁 陶 琲 黄 海 黄国雄

曹厚昌 路志凌 蔡文浩

主 编:黄国雄

21 世纪是商业的世纪(代序)

黄国雄

《现代商业创新理论丛书》是作者奉献给 21 世纪的礼物。

21 世纪是商业的世纪,我们的时代是商业的时代。

第一,这是历史发展的必然。

尽管我们对时代有种种不同的叫法,什么信息时代、知识经济时代、网络时代等等。但更确切地说我们的时代应该是商业时代,21 世纪将是商业世纪。只要我们寻找历史发展的轨迹就不难发现:第一次社会

大分工产生农业,第二次社会大分工出现工业,第三次社会大分工诞生商业,社会发展正是沿着这一规律,从农业社会进入工业社会,迎来了商业社会。所谓后工业社会实质上就是商业社会,正如古典经济学家亚当·斯密所指出的一样,只要人人都参与交换,人类就进入商业社会。发达的国家已跨进商业时代的门坎,21世纪全球将迎来商业全球化的曙光。市场经济从本质上说就是交换经济,它根本区别于以分配为核心的计划经济。市场经济通过交换实现社会分工与合作;通过交换来满足彼此对商品和劳务的需要;通过交换来达到社会资源优化配置的目的。当生产发展到一定程度,市场就是决定因素,也就是说当买方市场出现以后,生产能否继续,生产的规模和结构,生产的深度和广度,完全取决于市场的状况,有需求就要生产,多需求多生产,快需求就快生产。没有市场,没有需求,任何一种形式的生产都会造成新的浪费。商业是交换的主体,商业的职能就是从事商品交换、媒介商品交换,一个成熟的市场经济,必须以发达的、完善的现代商业为条件、为依托。市场经济作为全球性的发展趋向,商业也就成为我们时代的特征。

第二,国际竞争力的重要表现。21世纪世界竞争主要表现为商业竞争。

西方学者深刻地指出:“今后改变世界格局的不是战争而是商业。”揭示了商业的发展在未来世界的

重要作用。随着世界经济在全球范围内的建立、发展和完善,商品服务贸易的国际化,商业综合能力将是衡量一个国家国力的基本标志。它既表现为科学技术应用所焕发出来的现代生产力,也表现为有效配置社会资源和充分利用国际资本所表现的综合流通力。战争只是交战双方某一时期力量的对比,它所带来的破坏性和后遗症已被全世界人民所唾弃,霸权既不得人心也无法持久。只有商业的实力(生产力与流通力的统一)才能决定一个国家国际地位及其所产生的影响。流通力不仅自身在创造价值,同时还是生产价值实现的关键。生产什么?生产多少?何时生产不取决于主观愿望,而取决于市场需要、流通能力和商业行为。竞争力一直居于世界前茅的新加坡,不在于生产优势,而在于流通力的强大。我国香港地区之所以成为国际大都市,具有许多城市无法比拟的竞争力,也不在于生产的规模,而在于第三产业的发展。

第三,国际交往的客观需要。

21世纪国际交往主要表现为商业交往,商业原则就是国际通则。随着经济全球化、世贸组织一体化的进程,商业竞争将逐步取代政治纷争,商业原则将成为处理国际关系的基本准则。21世纪国际交往主要表现为商业交往。以商业为纽带建立更加紧密的国际合作关系,通过广泛的商业交往、交流和交易,实现国家之间经济合作,技术交流,达到优势互补,不断提

高人民生活水平、推动人类社会共同进步的目的。这是历史发展的潮流,是任何人都无法改变的。而商业原则(亦是市场经济的基本原则)的核心是:平等互利、等价交换、自由过渡、自由贸易。这不仅是处理人与人之间关系的基本原则,也是处理国际关系的基本准则。市场经济是利他经济,商业行为是利他行为,任何一种商品,任何一次买卖行为,如果不首先得到社会承认,能够满足生产或生活的某种需要,就失去存在的价值和发展的条件,不利他就无法达到利己的目的。任何一种商业行为、国际交往必须以满足对方需要为前提,才有合作的基础、交换的可能并实现双赢的目标,才能实现互通有无、资本增值的目的。这也是商场区别于战场,商业竞争不同于战争的根本标志。“无商不奸”、“无商不诈”这不是商业的本质,是商人道德堕落的结果和个人欲望盲目扩张在商业行为的丑陋表现。

第四,消费水平提高的内在要求。

21 世纪的消费方式完全取决于商业形式。如果说农业社会上是人类社会生存的一种形式,如何通过自给自足,实现生存的条件,达到生命延续的目的,而工业社会就是一种经济发展的模式,采取不同的产业政策,寻求不同的发展道路,实现社会进步的共同目的;那么现代商业就是一种生活方式、消费模式,它从多方面制约和影响现代消费的内容和质量。第一,

商业是现代人类生活质量的标志,是生活内容的重要表现,从商品的品种和质量、服务的形式和方式、网点的布局 and 业态,从多层次、多方位反映人们生活质量的深度和广度。第二,商业在改变人们的消费观念,引导生活质量的不断提高。通过消费信贷、分期付款、广告宣传、产品展示等形式,引导人们改变观念,提前消费,达到启动市场、拉动生产的目的。第三,商业在丰富人们的生活内容,通过拓宽服务领域、增加服务内容,扩展以旅游、健身、娱乐、庭院、野外等生活为内容的消闲经济,为人们提供丰富多彩、健身健心的业余文化生活。第四,商业在改变人们的生活方式,通过汽车电影、汽车银行、自动售货、网上购物和24小时营业等,提供了多种消费形式和生活方式,满足不同档次、不同阶层的消费需要。

21世纪的商业是现代商业。现代商业就是大商业、大市场、大流通的观念,是传统商业与现代商业的统一,是商品与服务的统一,是数量商业与素质商业的统一:第一,它不只是商业企业和自然人的个体行为,而是所有商业主体(独立商业和厂商)、组织商品和劳务流通的全过程,是社会整体商业组织的协调。第二,它不仅仅是部门经济行业性的经济行为,而是国民经济运行的有机整体,“是商品所有者全部关系的总和”(马克思语),关系到每一个部门的经济利益和经济效益。第三,它不仅是一种发达的交换形式,

而是商品交换的全体,是整个商品生产、商品流通的组织和决策者。第四,它不是发达国家的专利,而是所有国家存在的共同现象。它在国民经济发展中的作用,取决于社会对商业尊重的程度、开拓的深度和广度。第五,它不是独立商人的买卖行为,而是所有生产者和经营者都要经历的经济过程。所有企业行为最终需要表现为商业行为。只有出售商品或劳务,才能实现价值,为企业的生存和发展创造条件。

我国晚清学者郑观应曾经指出:“商理极深,商务极博,商心极密,商情极幻”,揭示了商业活动的特点和复杂的经济过程。由于我国商品经济不发达,加上长期受到轻商思想的影响和“左”的干扰,不仅忽视对“商情”、“商心”的研究,没有对商务过程进行系统、全面地研究,也无视对“商理”的探讨,揭示商业活动的内在规律和商业产生和发展的必然过程。传统的商业经济学及其相关著作,多停留在对现行商业政策的诠释或实践的总结。商业理论的贫困必然导致贫困商业。面对着未来的商业社会,所要研究的内容非常广泛,本丛书作者试图从商品商业、服务商业等方面的探索填补商业理论研究的一点空白。如果能做到这一点,也就没有白费作者的心血,也不辜负中国审计出版社对出版这套丛书所付出的艰辛。

理论研究是没有禁区的,但理论创新需要冲破种种禁区,需要一批勇敢的探索者,去探索前人没有涉

及的领域,提出自己独到的见解,形成一家之说,科学才会兴旺,理论才能发展。但是,应该看到,任何一种理论的提出和创立,都不可能是完全正确的,系统全面的。因此,本丛书的特点:一是力求适应商业社会的发展需要,逐步填补社会对商业理论研究的不足,以商业通则和国际惯例为指导,结合我国现实情况,探索在新的形势下商品流通的特点、规律和存在形式,针对我国商品流通、商业活动存在的问题,提出一些见解、设想和对策,有一定的可操作性和参考价值。二是力求在观点、体系和结构上有所突破,力图对从计划经济向市场经济转轨过程中的商业现象做出新的解释。因此,选题的重点不在于理论的完善、结构的系统,而在于创新和独到见解,哪怕是一个观点、一种见解、一个章节都是自己研究的成果,做到独到、创新和发展,都可以达到选题的标准。三是丛书作者都是经济学博士,甚至是同学科全国学术的带头人,即使个别刚跨出校门的博士生,也是学生的佼佼者,学术研究成果颇丰,他们各有所长,形成本丛书的作者群体,使丛书具有系统性、科学性和可读性,有较高的社会价值,值得一读。四是丛书第一批主要有:《交换经济论》、《商业制度创新论》、《国家经济安全与流通》、《现代物流与配送》、《商品分销体系建立与创新》、《农业产业化与农产品流通》、《政府采购制度创新》、《流通秩序与商业行为》、《商业产业组织创新》、

《市场失败与企业失败》等 10 本,计划 2001 年出齐。并做好第二批丛书的出版和发行的准备工作。

理论的探索同样存在风险,其风险在于本身的谬误、片面和不成熟,总要经历否定——肯定的过程。这个过程需要同行的支持、帮助、批评和指正。可以说,这套丛书不论哪一本都存在这样或那样的问题甚至错误,但是如果能在商业理论研究这一平静的湖上激起一层涟漪,引发社会注意,得到同行的批评与指正,达到抛砖引玉的目的,就实现了本丛书编辑出版的意图。

作者前言

随着社会主义市场经济的发展,各地农村出现了蓬勃发展的可喜局面,同时也不可避免地出现了一些深层次的矛盾和问题。这些矛盾和问题主要表现在:

第一,随着中国整体经济进入买方市场,粮食等农产品也出现了相对过剩的局面,农民的“卖难”问题日益突出,农民增产不增收,收入增幅连年下降。收入是消费的前提,现金收入的减少,直接影响到农村消费市场的现实购买力。由于中国消费市场的潜力主要体现在有8亿人口的农村,所以农村消费市场的萎缩低迷导致全国有效需求的严重不足。消费需求拉动力的减弱,直接影响了整个国民经济的持续、快速、健康发展。目前,对于农民的“卖难”,普遍的观点认为,这是由于农业生产出现结构性矛盾引起的,并把调整农业产业结构作为当前农村工作的重点。这虽然是必要的,但如果不从根本上弄明白农民“卖难”的原因,不从根本上解决农业生产的结构性矛盾,从长远看,即使原来的产业结构调整了,肯定还会出现新的结构性矛盾,产生新的产品积压。

第二,农村不仅存在着“卖难”问题,而且存在“买难”问

题。一般认为,“买难”是由两方面造成的,一方面是“卖难”的存在,农民的消费特点是先卖后买,农民的产品卖不掉,农民的生产和生活资料当然就买不了;另一方面是农民购买环节的问题,如厂家提供给农民的商品不适销对路,向农村销售商品的流通网络不健全等。但如果以上问题都解决了,农民的“买难”是否也就彻底解决了?

第三,邓小平同志曾指出农村要在第一步改革的基础上实现第二次飞跃,江泽民同志也指出农村应“致富思源,富而思进”。但在坚持现行的农村经营制度即以家庭联产承包责任制为基础的双层经营体制的基础上,以家庭为经营单位的分散的农民如何实现农业生产的社会化、集约化,市场化?传统农业如何向现代农业迈进?

第四,步入新的世纪,原有的问题还没有圆满解决,国人又开始面对一个既感到欣喜又感到有些恐慌的问题,那就是中国加入世界贸易组织(WTO)。加入 WTO,我国的农业生产和农产品销售会不会受到冲击?农产品“卖难”会不会加剧?农产品出口会不会增加?农民会不会得到实惠?一句话,加入 WTO,我国的农业生产和农产品对外贸易会面临哪些机遇和挑战?对策又是什么?

矛盾的解决需要以理论为武器。而理论不是头脑自生的,它来源于实践,来源于对实际情况及问题的分析和把握。在市场经济中先行一步的发达地区农村的伟大实践,已经蕴涵了解决问题的有效办法。笔者在长期调查研究的基础上对发达地区的成功经验和做法进行了概括和总结,得出了如下结论:

第一,在市场经济条件下,农民“卖难”的根本症结在于农村的流通环节,长期以来农村商品流通观念、流通理论的落

后,体制转轨后农村商品流通建设的落后,是导致农民“卖难”的根本原因。在市场经济中,只有健全的流通才能不断引导农民根据市场进行生产,没有流通的引导,农民就不会主动、及时地调整农业产业结构,农民的“卖难”就不会从根本上解决。

第二,农民“买难”也就是制约农民消费的原因,除了购买和销售两个流通环节的发展滞后外,还有一个重要的原因就是整体农业作为一个产业的弱质性,即农业的弱质产业地位。在市场经济条件下,农业的这种弱质性表现得更加突出,因为农民在面临自然风险的基础上,又多了一个市场风险,而且中国经济结构的二元性,使农民走不出种植、养殖的圈子,长期以来只得到出售初级产品的微薄利益。农民手里的钱始终多不起来,即使流通环节的买卖再畅通、商品再丰富,农民还是消费不起。要彻底改变农业的弱质产业地位,真正增加农民收入,一条可行的现实之路就是大力发展农业产业化。

第三,农业产业化,其实质就是农业生产的社会化、集约化、市场化、现代化。分散经营的农民能否实现与产业化经营中龙头企业的顺利对接,与大市场的顺利对接,不仅关系到农村流通“瓶颈”能否彻底解决,而且关系到产业化经营能否持续下去,关系到农村第二步飞跃的成败。“富而思进”,不仅牵扯到农村生产力的发展壮大,而且牵扯到农村生产关系的调整完善。笔者认为,当前各地农村蓬勃兴起的合作社是新时期商品经济比较发达、生活相对富裕地区的农村应当提倡的新的经营方式,是在组织形式上推动农村实现第二步飞跃的“新质的力量”。

第四,中国加入 WTO 有利也又弊,但总的来说是利大于弊。抓住机遇,同时最大限度地消除加入 WTO 对中国农业生

产和农产品对外贸易带来的不利影响,有很多措施。但以合作社为组织形式,大力发展农业产业化,是推动农业生产和农产品对外贸易在加入 WTO 后迈上新台阶的内在动力。

基于以上考虑,笔者写作了本书。与以上问题相对应,本书的结构总体分为四部分:第一部分,市场经济条件下流通理论和实践的探索。这一部分包括第一、二、三章。首先简要论述市场经济的一般理论和市场经济条件下的流通理论,这是本书的理论基础。在此基础上,从研究农村市场的特点和现状入手,分析农村消费市场“拓而不开”的原因,找出开拓农村市场的有效途径;指出发展农业产业化,建立健全农村商品购销网络是拓展农村消费市场的根本出路。

第二部分,农业产业化。这一部分包括第四章和第五章。第四章全面分析了中国农业的弱质性,指出要彻底改变这种状况其出路就是要大力发展农业产业化。给出了农业产业化经营的含义及发展的大体步骤和方面,提出食品工业是农业产业化经营的主导产业;加工流通企业是农业产业化经营的龙头;种养业是农业产业化经营的基础。农业产业化经营在经济较为发达的东部地区有较为成功的经验,笔者在调查研究的基础上,在第五章给出了产业化经营的实证材料,以供分析借鉴。

第三部分,农村合作社。这一部分包括第六章和第七章。第六章首先论述新时期农村合作社的兴起及其原因,并通过实例介绍了莱阳第一个新型合作社的成立经过。然后通过和五六十年代合作社的对比,说明新时期农村合作社应坚持的原则和方向,并对其兴起的作用及意义进行了评价。第七章论述了农村合作社与农村商品流通、农村合作社与农业产业化的相互关系,通过合作社这一载体,将农村商品流通和农业