

联合国
粮农组织
农业服务报告
121

零售市场 规划指南



联合国
粮食及农业
组织



中国农业科学技术出版社

前 言

尽管当前完善的食品销售系统正在建立,但传统形式的批发和零售市场仍是从农场到消费者销售链中重要的组成部分。零售业——这个流程的最后阶段,是保证商品从前几个阶段传递到消费者手中的关键点。

本指南是由联合国粮农组织出版的《批发市场计划与设计》(FAO 农业服务报告 90)的姊妹篇,它旨在帮助那些从事开发和改善农村和城市零售市场的人们,包括市场经理,计划制订者,行政官员和设计具体项目的工程师。本手册主要关注鲜活产品的贸易市场,如蔬菜、水果、谷类、鲜肉、鱼、蛋和家禽。

本指南阐述了从市场的最初规划设计到实施的全部相关问题。第一章搭建了一个框架,考虑不同类型的城市和农村零售市场,它们如何运作以及它们在实践和理论上可能存在的缺陷,如果将这些缺陷解决,将达到什么样的预期收益,接下来的一章对市场规划的内容进行了探讨:市场的功能及其在一个社区所起的作用如何根据所处地点是乡村、小城镇、郊区或者市中心而发生变化。第三章介绍了一种快速且节约成本的调查,用来了解当前零售市场系统的运作情况以及改进措施。同时对如何预测市场吞吐量并用其来估计市场规模、销售空间和应提供什么样的设施提供基本的指导。

第四章和第五章是具体设计,包括市场主要计划的准备,市场行业活动的分区,交通模式,市场与邻近用户的联系以及潜在矛盾。市场建筑和基础设施的设计将用实际市场项目的图纸和设计图来展示,同时补充对市场建筑群具体材料、结构和服务安排的总体描述。第六章阐述了典型市场设备要求。

第七章概括了新市场的开发计划或改良现有市场设施要考虑的管理和制度因素,包括市场规则的运用。本指南在最后一章归纳了对一个简单市场项目的总体规划和经济及财务分析,无论它是由地方政府、中央政府、私人企业还是国外捐赠者资助。

本书由 John Tracey - White 撰写,Andrew Shepherd 和农业支持系统处市场与农村金融服务部的其它成员提供了技术和编辑方面的建议。本书在很大程度上吸收了 Jean - Michel Ambrosina 早期的草稿以及 Peter de Balogh 提供的材料。插图来自本书作者、Jean - Michel Ambrosino、FAO 照片图书馆和一些公开出版物,为此表示衷心感谢。

A. Sawadogo
农业部主任助理

内 容 提 要

本指南是由联合国粮农组织出版的《批发市场计划 and 设计》(FAO 农业服务报告 90)的姊妹篇,它旨在帮助那些从事开发和改良农村和城市鲜活产品如谷物、肉类和鱼类的零售市场的人们。第一章探讨了城市和农村零售市场的分类以及它们如何运作。接下来的一章对市场规划的内容进行了介绍:市场的功能及其根据所处地点的不同所起的作用也不同。第三章介绍了一种快速且节约成本的调查,对如何预测市场吞吐量并用其来估计市场规模、销售空间及应提供什么样的设施提供基本的指导。第四、第五和第六章是具体设计,包括市场行业活动的分区,市场建筑和基础设施的设计、交通模式和典型市场设施的要求。第七章介绍了需要考虑的管理因素,包括市场规则的运用。本指南的最后一章设计了一个简单市场项目,包括必要的经济及财务分析。

本书中所用名称及材料的编写方式并不意味着联合国粮农组织对于任何国家、领土城市或地区或其当局的法律地位或对其边界的划分表示任何意见。

CPP/00/7

M-62

ISBN 92-5-103732-9

版权所有。未经版权所有者事先同意,不得以任何形式的电子、机械、照相等任何形式和方法将本书任何部分加以翻印、存入检索系统或传播。申请这种许可应写信给意大利罗马 Delle Terme di Caracalla 00100 联合国粮农组织出版司司长,并说明希望翻印的目的和份数。

©粮农组织 1995 年

中国农业科学院科技文献信息中心
根据其同联合国粮农组织协议印刷

目 录

内容提要

前言

图表

导言

第一章 零售市场 (1)

什么是零售市场? (1)

市场发展的理由 (3)

市场开发收益 (5)

第二章 计划内容 (11)

定居点发展简史 (11)

农村市场 (11)

城市零售市场 (20)

第三章 调查与预测 (31)

市场调查 (31)

预测 (39)

第四章 市场总体规划 (45)

市场总体规划的准备 (45)

市场布局的一般原则 (46)

市场规划:案例研究 (53)

市场布局的比较特征 (57)

第五章 市场建筑和基础设施的设计 (61)

基本设计原则 (61)

市场建筑的维护 (77)

市场基础设施 (79)

第六章 移动设施和设备 (87)

定期集市和路边集市设施 (87)

其它市场设备 (94)

第七章 市场的管理与规章	(101)
市场管理系统.....	(101)
市场规章.....	(103)
市场维护.....	(105)
培训.....	(106)
第八章 规划一个简单的市场项目	(107)
确定项目目标.....	(107)
项目规划.....	(108)
附录	(117)
A. 市场调查问卷	(117)
B. 路边调查方法	(125)
C. 标准市场规章	(129)
导读	(135)
图示列表	(137)

图 表

表 2.1	孟加拉农村城镇市场特征	(13)
表 2.2	理论上的城市市场人口覆盖面	(22)
表 3.1	教堂大街市场,威斯敏斯特,伦敦	(36)
表 3.2	桑给巴尔岛郊区市场的零售商	(36)
表 3.3	布拉迪斯拉发的市场摊位,斯洛伐克共和国	(36)
表 3.4	布拉迪斯拉发的产品销售,捷克斯洛伐克共和国	(37)
表 3.5	桑给巴尔岛中心市场:日常车辆流量	(37)
表 3.6	1989 年赖索托首都马塞卢的蔬菜零售量	(38)
表 3.7	桑给巴尔岛:日常消费量预测	(41)
表 3.8	马塞卢市场:初步吞吐量预测	(41)
表 3.9	马塞卢市场销售面积预测	(43)
表 4.1	一般市场布局的特征比较	(59)
表 5.1	主要城市零售市场:摊位使用情况比较	(62)
表 6.1	津巴布韦移动定期集市的人员配备和设备	(89)
表 7.1	市场维护和修理活动	(106)
表 8.1	定期市场规划,津巴布韦	(109)
表 8.2	改善乡村产地市场的土建工程	(110)
表 8.3	改善城市零售市场所需的资金成本	(110)
表 8.4	也门 AL-Husainiah 集市:经济分析	(113)
表 8.5	市场发展对环境和社会的影响	(114)
表格一	为准备一个市场开发项目的设计流程	(VI)
表格二	中等规模市场调查所需资源	(34)
表格三	农村集市当前吞吐量的计算	(39)
表格四	零售市场当前吞吐量的计算	(40)
表格五	示来某一零售市场年均吞吐量计算	(40)
表格六	交易区零售市场一般吞吐量	(42)
表格七	简单零售市场所需面积的预测	(44)
表格八	市场总体规划应考虑的问题	(45)
表格九	露天和室内市场中确定所需销售面积详细的程序	(63)
表格十	一般市场基础设施标准	(82)
表格十一	简单市场项目规划	(109)
表格十二	评价一个简单市场的生存能力	(112)
表格十三	标准街头调查表:测商品流动	(125)

第一章 零售市场

本章提出了一个框架,考虑不同类型的城市和农村零售市场,它们如何运作,以及它们可能在物质和体制上存在的缺陷,如果这些弊病被解决将获得什么样的预期利益,本书主要关注的是鲜活产品的市场,如蔬菜、水果、谷物、鲜肉、鱼、蛋和家禽。

什么是零售市场?

在考虑市场本身以前,我们必须明确零售的含义。零售市场或零售商店的目的是为观看和购买所展示的商品提供一个环境。对于一般商店(包括大型超市)而言,要有展示商品的销售区,商店前面用于作广告的区域以及用于接收、包装和存贮货物的服务区。一个市场摊位将这些功能集中在一处。

同其他种类的市场一样,零售市场,是一个买者和卖者在已知时间的公开聚集地。所有的零售市场包括买卖双方面对面的大量小额交易。市场的一个基本特征是它能提供快速而简单的比较不同商户销售同样商品的价格机会。

市场功能:

市场提供小规模经营所需的较低成本的零售设施,一般建在中低收入的城市人口密集区和小城镇或乡村中心。市场的主要功能是:

- * 为农产品生产者提供一个商品交换和销售的机会;
- * 为集市提供大量包装和出口商品的机会;
- * 为消费者提供获取各种产品的便利途径;
- * 为城镇零售多样化提供一种重要方式,即为那些使用摊位或手推车(不需要店面)的街头商贩提供低成本的场所;
- * 提供一个改善食品卫生标准以及减少收获后商品损失的机会。

零售市场的演进

西方国家零售市场系统由传统的路边市场演化到现代地域性的超级市场或城外购物中心。零售业与居民点发展的关系将在第二章介绍。不论农村或者城市,市场类型的变化可以按以下特征来定义:

以物质和空间特征分类:

- * 无差别的露天销售场地,由单个小贩或商贩管理,图1展示了其最简单、最基本的形式
- * 马路或路边市场(在农村或城市都常见)
- * 露天市场(以城市广场为代表)
- * 室内市场(在城市比较普遍,如图2)
- * 与城市市场有联系的小规模的零售商店
- * 拥有以上一系列特征的市场,如图3所示常见于小乡镇中心

以商品贸易种类分类:

- * 园艺作物,如新鲜水果,蔬菜和鲜花;
- * 鲜肉;
- * 鲜鱼和干鱼;
- * 干货,包括谷物;
- * 熟食(街头食物)
- * 家用的,耐用的消费品和器皿;
- * 最大众化的布和衣服;
- * 杂货市场,交易多种商品。
- * 一周中某天或一天中特定时间某个专门建筑或地点作为市场(地点的整体或部分在其它时间用于不同目的,如作为停车场,运动场或电影院,如图 2 所示);
- * 如图 4 所示周末或季节性市场(农村一般称作定期市场,城市称作周末市场)。季节性市场的一种特殊形式是集市,重点销售给外地买者,而不是当地消费者;
- * 如图 5 所示,无论是室内还是移动摊位,市场每天在固定的场所经营(可能在周末或特殊的日子扩大活动)。

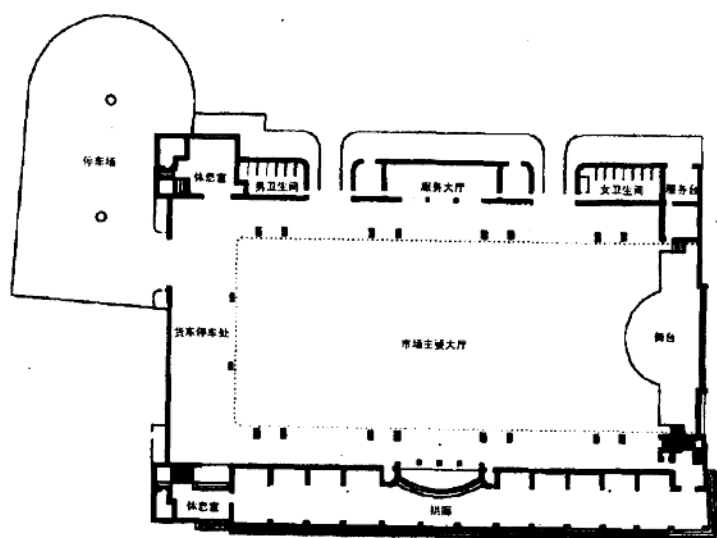


图 2 室内零售市场(位于瑞士的 Vevey),可改变用途用作商品展览厅、音乐厅、舞厅和运动场,建好之后可提供 50 个房间

资料来源:建筑资料(档案),79 卷,374379 页,1936 年 5 月, Taverbey, Schobinger 和 Getag, 建筑师以经营时间(和提供的服务)分类:市场在零售外还提供更广泛的贸易功能,在小城镇和城市,零售与批发相结合的市场比较典型

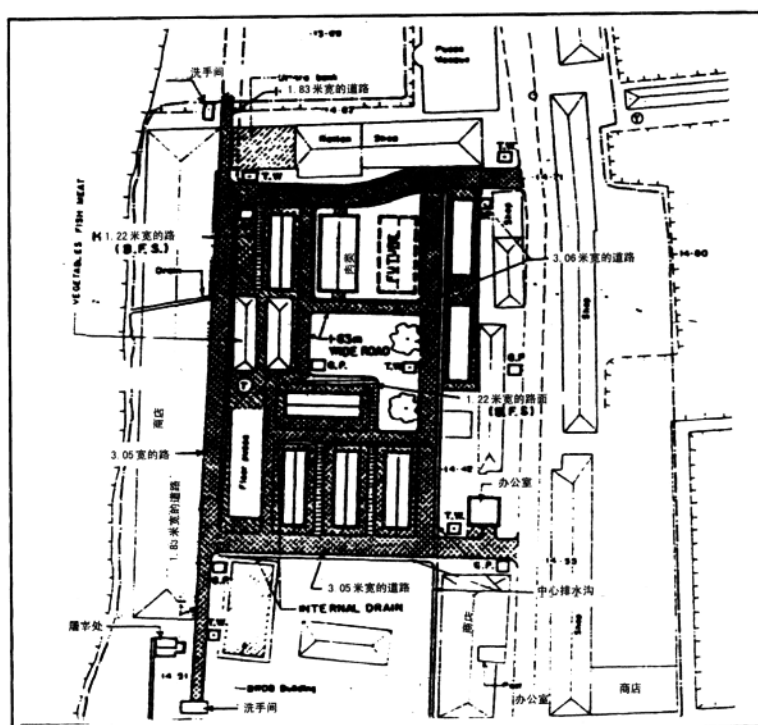


图3 农村市场改良计划,孟加拉

资料来源:FAO 农村道路和市场项目(TCP/BGD/4511)

以所有者和经营类型分类:

- * 由城市市政当局或者农村地方主管部门主办;
- * 由政府或半国营组织主办;
- * 由私人企业主办;
- * 由宗教、慈善机构和其它组织,如商会主办;
- * 在不属于任何个人或组织的公共地带经营的露天市场;

市场发展的理由

市场通常位于销售、运输和顾客交通系统的交汇点。在农村和许多城市地区,市场也是农产品生产者和消费者之间的主要联系纽带。

在制定一个市场的开发项目时,人们往往经不住诱惑采用激进的方法来尝试解决新市场或市场升级面对的所有问题。这些问题可能包括全部重建,重新定位或从其它用途中划分出一种市场功能(如批发)。经常可以发现这一些激进的方法是不切实际和不必要的。最好的方法是开发和合理经营现有市场,特别是改善市场管理系统。



图4 周末农贸市场,马来西亚 沙巴州 Tamu
Kota Belud

资料来源:作者

首先,必须清楚开发一个项目所要解决的问题。必须对现有市场的特征、情况和运作进行调查和分析(这些将在第三章和附录 A 和 B 里详细说明)。一个市场的典型问题可以概括地分为客观问题和社会管理问题。

客观问题:包括以下几点:

- * 销售空间不足,特别在销售高峰和销售旺季,导致在露天销售,因此产品易腐败。
- * 货棚结构设计不合理,导致销售过程低效率,限制了消费者的流动;
- * 建筑物欠缺基本维护;
- * 流通空间不足和交通管理措施缺乏,导致车辆和行人的拥挤;
- * 缺少停车位和卸货地点;
- * 较差的路况和路面;
- * 缺乏排水系统和严重的洪水问题,导致农产品损失和潜在的健康问题;
- * 缺乏安全设施和通宵储存设备;
- * 缺乏存放肉禽类、鱼类的卫生设备,包括冷库设备等。

社会和管理问题:包括以下几点:

- * 执行市场内部规章制度时有困难;

- * 因为低销售量和低租金造成市场销售空间的利用率低;
- * 对市场面积需求量大,表现在无节制地使用空间或者相对较高的利润率;
- * 市场管理系统里收入和成本之间关系不明确,易导致市场缺乏资金,特别是修理和维护的资金。



图5 20世纪50年代,丹麦的路边市场,哥本哈根

资料来源:Saladin, E. (时间未知),哥本哈根 Carit Anderson 出版商 哥本哈根

市场开发计划的构成

市场改进计划的履行可以成为解决以上提到的客观和社会管理问题的方法。然而,重要的是不应人为扩大计划去处理一些次要问题,除非为此有额外的预算。因此,除了主要城市室内市场外,改善基础设施应该适度。

改良农村市场和小规模的城市市场可能需要一般施工工程,包括:内部道路、停车场、铺路、销售摊位、地表排水设备包括周边排水管和排水口的建设、栅栏和大门、水井管道/手泵、公共厕所。如果可以,还提供管理人员的办公室。商户应对市场的改善作出自己的贡献,如改善他们长期租用的建筑空间或提供临时遮风挡雨的建筑。

市场开发收益

采取措施改善市场,如果不产生积极的社会经济效益,就没什么意义。为达到这样的目标,有效的市场规章是必要的,应该加强卫生和税收制度。然而,维护市场外部的秩序同样重要。如果面临外部无须支付提供适当服务的任何费用的无证商户的竞争,有许可证的商户将不愿意提高收费标准。另一方面,市场开发不应该向少数有影响力的商户提供零售垄断,而人为增加盘剥。

应在有关发证数量和销售地点的政策下强化现有的规定。例如,街头商贩在销售低成本的熟食中扮演重要角色,但不允许其与市场活动有冲突。市场改善计划的一个主要目的应该是重建市场管理的框架。一旦建立,将从一个项目中获得巨大的收益,这将在后面提到,这些收益将是第八章进行项目规划和经济分析的基础。

减少农作物损失

许多项目使改良后市场由于便利了农产品流通而减少了农产品损失。然而,有可能过高估计了损失。有的说节约的产品价值达 6%~10%,而这在正常情况下是很高的。农场中收获和处理以及在运输过程中的损失通常远远高于市场中有限的损失。较为现实的损失水平是农村市场为 2%~5%,城市市场中的损失率甚至更低。

即使用最先进的设备,某些损失也是不可避免的,此时产品价值相对较低,如旺季的西红柿,不值得投入许多努力来减少损失的发生。而且,在许多国家,雨季中的涝灾市场由于有良好设施的室内市场、较好的贮存条件,可以有效减少收获后的损失达到可接受的损失水平。产品损失的另一个方面是失窃,它比其它的损失更明显,通过防护和安全管理可使其根本改善。改善市场交通的拥堵,可以减少由商户无力销售人为造成的损失。

提高市场经营效率

市场改造可以为市场经营者提供实质性节约。由于改善布局、减少交通拥挤、扩大市场吞吐量,发挥出市场潜力,对用户和管理者来说减少了运输成本和经营成本。这些优势将反映在更高的出租率和收费上。

然而,现有很多市场出租率较低,哪里的公共设施用户使用率低,哪里的设施就可能是低效使用。如果不断增长的租金和费用没有给市场商户带来相应的好处即获得市场维修和有效服务,就可能遇到来自市场用户的强烈抵制。市场改造必须使商户的经营成本得到节约,否则商户会抬高市场价格以补偿增加的费用。

公共健康收益

就城市市场而言,健康收益,尽管无法量化其经济价值,却可能是项目最大的收益点。市场是食物和水传播疾病的主要潜在传染源。很多市场的中心位置以及他们和公共交通系统的关系为疾病的传播提供了一条特别快速的通道。以下为产生疾病的来源:

- * 屠宰家禽以及销售肉、鱼时,卫生条件比较差;
- * 缺乏公共卫生设施,如洗手设备等;
- * 缺乏市场清洗设备和固体垃圾处理设备;
- * 由于缺乏足够的管道和排水导致食物污染(尤其在雨季)。

最直接的健康收益可能是减少普通疾病的威胁,如肠胃病和蠕虫。但是,只要不太普遍却危险的疾病如霍乱被阻止或被控制,就可以认为这个市场项目有意义了。

舒适和美学收益

市场改造为所有用户带来实质上的便利和美的享受,而且这一直被视为市场项目在城区实施的主要好处。商户的摊位一般有很好的保护,免受日晒雨淋,而消费者则可以在摆放诱人且干净的产品中自由选择。

对传统市区的市场改造可能会有旅游行业的收益。很多市场是重要的公共建筑(如在乔治敦的 Starbroek 市场,圭亚那和桑吉巴的旧石城市场),当市场被改造,它们可以带动整个地

区改造项目的进步。图 6 是地区改造的一个典型例子,英国一个海滨小城市由于它的渔港和相关市场的发展而带动商业街的发展。

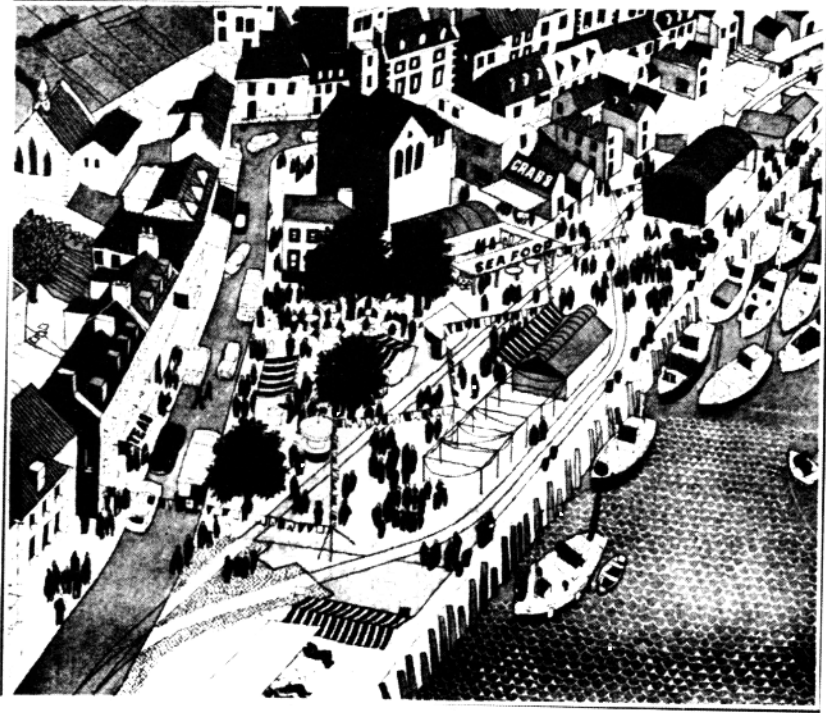


图 6 将鱼市、食品摊、饭店综合在一起的改造项目,英格兰 康沃尔 Looe
资料来源:Gullen, G. (1961). 简洁城市风景,建筑出版社,伦敦

节约时间

节约时间表现在两个方面:对市场用户和对其它道路用户。对于前者,因为市场改造减少了传输和收集货物的等待时间,这种节约在集市中表现得最为突出,市场的基本功能是提供货物运输中转站。

对其它道路使用者来说,节约时间表现在市场位置对邻近道路系统的影响。例如,也门 Al Husainiah 的蔬菜和水果集市横跨在荷台达港口和塔伊兹城以及共和国南部中心地区之间的主要高速公路旁,这条道路极为繁忙,双向平均日交通流量为 2865 辆。在市场旺季,要到达市场需要花费 1 小时或更多的时间。如果市场从这条主要道路搬走,将给其他道路使用者带来相当大的好处。

建立公共资金

很多地方主管部门面对严重的预算困难,来自零售市场不断增加的收入是一种受欢迎的

额外收入,对私营市场而言,情况亦然。

假如市场管理的改进能使这些资金不断增加,这些额外的资金可以为农村和城市居民提供高品质的服务做出巨大的贡献。这些资金可用于提供额外的市场设施,或对其他市场和基础设施进行再投资。这点的重要性可由下面的事实证明。未经改进的市场经常不能负担雇员的成本,更不用说市场经营和维护以及资金成本和地租了。

创收和进行结构调整计划同样重要。许多国家经常利用调整结构将原来中央调控的国营食品配送系统合理地改造(改制)成商业运行的零售市场(即公司)。中国经历了这种使用国有设施的过程,见图7。



图7 利用以前中央调控食品配送场地的露天市场,北京,中国

资料来源:FAO(E. Seidler)

源自额外服务的收入

当一个市场能提供额外服务时,收入将增加。例如,提供冷库来贮存水果、肉类、鱼类以及提供使香蕉熟化的库房,也包括分级和包装设备。然而,引进这些额外的设备应比较慎重。如果当地没有品质分级的需求,增加产品等级标准没有意义。

对农产品的影响

随着人口和收入的变化,市场发展可以刺激农业生产增长。这种引致增长对小农户生产者来说特别重要,市场是他们的唯一或主要出路。随着经济的发展,他们开始面对来自较大商业经营者的激烈竞争。这些较大规模的经营者能支付得起更为复杂的技术,如分级和包装,直接销售到超级市场。提高市场标准可能找到一种小规模蔬菜、水果生产者提高销售效率的方法,这种方法可使其与大批量销售便宜商品的商家来竞争。



图8 欧洲19世纪典型的的城市市场建筑,用铸铁设计建造,销售园艺植物和鸟类,法国 巴黎 Quai de Gevres

资料来源:作者

第二章 计划内容

本章介绍了计划内容以及根据它们所处的地点,如农村、小城镇、郊区还是市中心,它们在社区内的功能和角色如何转变。

定居点发展简史

零售业通常是居住地的一种主要的商业活动。在很多情况下,市场提供了主要零售设备,是土地主要使用者。因此,理解市场的含义就必须理解它与城市化进程的关系。

在 19 世纪以前,欧洲典型的城市或市场是以广场为基础的,它不仅是居住地的地理中心,而且是社会和商业中心,同时也是社区宗教和文化中心。市场广场的露天场地提供广泛的服务,如提供零售和娱乐设施。这些市场广场在多数情况下,特别在农村是自发产生的。在一个规定的地点和时间里聚集小商小贩,这样就产生了市场的核心。今天在很多国家仍然存在这种模式。

欧洲城市工业化促进了对廉价商店设备的需求,通常需要提供为特定目的而建造的市场建筑。例如,在英国,19 世纪议会通过的 400 个有关私人法案以使能在城市中心和新建兴郊区建造市场。类似的情况在欧洲其它地方也存在,特别是在西班牙和法国(见图 8)。

工业化也改变了城市的特征和组织,改善郊区生活水平。在 20 世纪里,随着汽车作为主要大众交通工具,工业化对新居民区和与之相关的零售设施产生很大的影响。例如,在美国,50 年代郊区人口增长是城市人口增长的 30 倍,从郊区到市中心、城市间的距离也变得长得多。这种增长的影响导致高速公路周围郊区商场和城外购物中心的发展。然而,随着新城市购物中心的兴建,商业区的恢复和维护,这种趋势近来有所下降。

农村市场

在建立一个农村销售系统时,必须考虑的重要问题是市场设施与农村定居点模式、农产品产地与自然特性,地区道路系统,可能的市场功能、现有销售渠道,农村市场和城市市场的关系以及和批发市场的关系。

需要考虑的农村市场类型:

- * 位于传统农村中心的现存零售市场;
- * 位于农村新居民点的市场;
- * 集市

中心位置理论

回顾市场功能必须理解一个关键的概念,它是形成农村小城镇和村庄的主要原因之一。实际上,它是隐藏在居住地经济生活和创造力后面的主要力量。它为居住地的人们提供商品和服务方面充当“中心位置”(分配功能),也是将当地产品集中运送到城市主要机器。

图 9 显示中心之间是如何联系的,单个的居民点形成一系列提供服务的层次。覆盖面的