

江苏省商业经济学会成立大会

论文选编



前 言

这本《论文选编》，是江苏省商业经济学会成立大会的论文选辑，是省内商业、粮食、供销部门商经理理论研究者共同劳动的成果。

江苏省商业经济学会成立大会，是全省商业、粮食、供销系统理论战线上的一次盛会。参加大会的代表，对当前商业经济理论方面的重大问题，特别是围绕商业体制改革和搞活商品流通这个重点进行了热烈的讨论和交流。本期选入的论文，供有关部门及广大读者参考。目的是想以此为起点，把我省的商业经济理论研究工作进一步推向前进。

江苏省商业经济学会成立大会共收到论文一百十七篇，本期由于篇幅所限，只选用三十三篇。在此向作者致歉。

由于编者水平不高，讹误缺漏在所难免，敬请作者、读者批评指正。

编 者

一九八四年十月

目 录

专 论

1. 发挥供销社在农村商品流通中的特有作用
——学习中央(1984) 1号文件的一点体会
.....董 立 于伯之(1)
2. 浅论人口因素对商品销售的影响
——兼析确定江苏未来目标市场的方向
.....倪 峰(10)
3. 社会主义商业要为乡镇工业服务
.....谢永奎 徐元明(17)
4. 开设婚礼商品专营市场适应时代潮流
——兼论商品专业的横向设置
.....陈源生 陈荣伟(24)
5. 扩大商品流通, 为发展小城镇经济服务
.....朱有仁(27)
6. 浅谈引导消费、鼓励消费和刺激消费
.....汤 千(35)

理 论 探 讨

7. 试论商业体制改革的理论根据.....赵宁禄(42)

8. 农副产品批发市场初探……………樊满夫(49)
9. 供销社的活力何在? ……………李 邓 龚佩章(56)
10. 基层供销社不宜下放给乡……………候敬久(64)

商业体制改革

11. 谈谈粮食商业改革……………钟兆文(73)
12. 谈谈粮食工作改革……………王俊鳌(76)
13. 缩小统购统销、扩大自由购销
——浅谈粮食经营体制改革……………陈为平(80)
14. 建立工业品贸易中心 改革批发流通体制
……………戴元镛 陈夏新(86)
15. 粮食企业的固定资产折旧制度必须改革…水开元(93)

工 作 研 究

16. 浅谈粮食工作如何适应新形势……………蔡文达(97)
17. 粮食工作新路子雏议……………陆文焕(101)
18. 有关工业品贸易中心的几个问题……………黄淑佳(104)
19. 贸易中心怎样才能保持强大的吸引力? ……孙剑锋(111)
20. 正确处理保粮的三个关系……………薛久圣(118)
21. 适应新形势、解决卖粮难……………吕 斌 马汝骏(120)
22. 试谈农副产品批发交易市场……………黄瑞荣(126)

◀ 经 营 管 理 ▶

23. 完善经营承包责任制、进一步搞活零售商业
……………刘 是(131)

24. 实行劳动分红促进“三多”“两好”……张明远(139)

调查资料

25. 商店排队现象的研究……杨宏一(146)

26. 努力把供销社办成农村的综合服务中心
——对华士、王祁等供销社经营情况的调查
……冯建清(160)

27. 商业部门如何促进农村养殖业发展
——灌云县陡沟乡调查……乔仁举(168)

28. 浅谈蚕豆的价格问题……王洪标(174)

· 经 · 济 · 交 · 流 ·

29. 开拓饲料工业支持食品工业发展……潘启元(178)

30. 增加粮油食品花色品种的工艺技术途径…李则选(183)

31. 推广油脂浸出工艺的初步实践
……涛友建 海 谦(189)

◁ 科 学 普 及 ▷

32. 重视商品科普工作……贾 征(194)

33. 推广应用防虫磷为农户储粮服务……徐 进(197)

发挥供销社在农村商品 流通中特有作用

——学习中央 1984 年 1 号文件的一点体会

江苏省供销合作社 董 立 于伯之

中共中央 1984 年 1 号文件在谈到供销社体制改革时指出：“须知：群众合作企业的性质恢复得越完全，为农业生产服务、为农民生活服务的观点树立得越牢固，供销社就会对群众越富有吸引力，就越会在农村商品流通中发挥其特有的作用。”现就供销社在农村商品流通中如何发挥其特有的作用问题，结合江苏的实际情况，谈一点学习体会，和大家共同研讨。

（一）在农村商品流通中供销社发挥哪些特有作用。

我们认为供销社的特有作用，是指在特定的历史条件下，供销社能起到其它商业所不能替代的那些作用。概括起来，主要有以下几条：

一、为农民自己的生产、生活的服务作用。供销社是农民自己集股并在国家扶持下发展起来的合作商业组织，农民是供销社的主人，供销社提供的服务等于“伙计”为主人服务。这是供销社与其它所有制商业的根本区别。所以，供销社的宗旨是全心全意地为社员群众生产、生活服务，而不以盈利为目的的。它的主要职能是在农村组织工农业产品交换

和沟通城乡商品交流，达到促进农村商品生产发展，巩固工农联盟的目的。

二、为国家、为农民服务的“一身二任”作用。供销社既代表国家利益，又代表农民利益，“一身二任”，这是供销社区别于其它商业的重要特点。供销社一方面接受国家委托，完成棉、麻等主要农副产品统派购任务；另一方面又通过自营业务，积极为农民推销农副产品和供应工业品，满足农民生产、生活需要。

三、农村商品流通的主渠道作用。建国三十五年来，供销社在农村由小到大，逐步发展到今天，已经拥有一支强大的商业队伍，它的经营网点遍布农村各个角落，它采取自下而上地联合成为经济实体，在全国范围内已经形成一个独立的、系统的、完整的商业经济体系，它担负着亿万农民的农副产品推销和生产、生活资料供应任务。它作为农村商品流通的一条渠道，团结其他各种集体的、个体的商业渠道一起，为稳定与繁荣整个农村市场作出了贡献。随着农村经济的发展和供销社体制进一步改革，供销社的主渠道作用将进一步发挥出来。

四、国家和农民经济联系的纽带作用。早在五十年代，国家为了对小农经济进行社会主义改造，大力扶持组织供销合作社，为农民减除中间剥削，切断农民与城乡资本主义经济联系，引导农民走互助合作道路；同时，对农村私营商业进行了社会主义改造。在今天新的历史条件下，供销社将在农民面前铺一条具有中国特色的社会主义的路，通过“发展多种形式的农工商联营，扶持生产，开拓销路，促进多产快销，使供销社同农民结成经济利益的共同体，成为国家和农

民经济联系的纽带”。这种纽带作用，既区别于国营商业又区别于新老集体商业。

(二)深入体制改革是发挥供销社特有作用的关键

供销社所以能起到上述的特有作用，归根结底是它的农民群众集体所有制的合作商业性质决定的，要发挥供销社在农村商品流通中的特有作用，最根本的一条就是“供销社体制改革要深入进行下去”。改革的核心是把供销社由“官办”改“民办”，“真正办成农民群众集体所有的合作商业”。这是因为：

第一、改革是农村经济发展的客观需要。马克思曾经指出：“产品的交换形式是和生产的形式相适应的”。①这里指的“形式”，就是生产资料所有制形式。按照这个原理，供销社所有制性质必须和农业生产所有制性质相适应。我国农村在现阶段，集体所有制的合作经济是主要经济形式。特别是农业生产实行家庭联产承包责任制，农民积极性空前高涨，农村商品生产蓬勃发展，农民迫切需要自己的商业来把他们的产品转化成为商品，来为他们产前产后服务。在这种新的形势下，供销社如果死抱住“官办”不放，那就与广大农民群众格格不入，就不能发挥它的应有作用。所以，供销社改“官办”为“民办”，真正办成农民群众集体所有制的合作商业，是农村经济发展的客观需要，是供销社体改的根本动力。通过改革，使流通与生产结成一个统一体，既能起到流通促进生产的反作用，又能使供销社更富于生命力，这是供销社体改的目的所在。

注：①引自《马克思选集》二卷102页。

第二、改革是广大农民的迫切需要。供销社是农村中土生土长的，是在党与政府领导下，在国营经济大力支持下，在国家计划指导下，由农民集股自己组织起来的商业组织。群众都亲切地称供销社是“我们的供销社”。但是后来受“左”的错误影响，时升时降，时分时合，时收时放，以至人为地“拔高”，从集体变成了全民，由“民办”变成“官办”，群众称“二官商”、“你们的供销社”了。所以，供销社深入体改，恢复集体，恢复“民办”，恢复“三性”，（组织上的群众性、管理上的民主性、经营上的灵活性），恢复供销社的优良传统，密切与农民的关系，实际上是还权于民，还供销社本来面目，也是正本清源，拨乱反正。供销社改“民办”，变成农民自己的商业，最大的好处就是农民行使供销社主人的权利，改变目前农民对供销社无权的状况，使农民有权决定干部的任免，有权决定经营方向，有权决定盈余分配等等，这样，农民有了自己的商业，就可以解除后顾之忧，放心大胆地发展商品生产，尽快地勤劳致富。

第三、改革是党和国家的需要。大家都懂得这个真理，无产阶级夺取政权以后，把广大农民引导到社会主义，是不能靠剥夺的，只有按照列宁合作制理论，通过供销合作以至生产合作的办法，把农民组织起来引导到社会主义。五十年代，供销社就起过引导农民走互助合作道路的作用。今天，农村实行家庭联产承包责任制之后，党和国家同样需要供销社这个农民乐于接受的好形式。对农民不断地进行党的方针政策教育，对他们的生产和交换进行领导管理，使国家和农民的经济利益正确地结合起来，从而引导农民自觉地走具有中国特色的社会主义道路。

第四、改革是供销社本身发展的需要。在开放式的多渠道流通体制下，为什么有的基层社处于无力竞争的地位，接近日益萎缩的状态呢？除了思想落后于形势而外，体制上的种种束缚是个重要原因，主要是外部缺乏社员群众的监督，内部缺乏企业自主权。今后，供销社由“官办”变成“民办”，要真正让社员群众自己来管理供销社。要放手让社员入股，逐步提高社员股金占供销社自有资金的比重，社员中具有领导管理能力的“明白人”，经社员代表大会民主选举，可以担任理事会主任。这样，社员群众就会把供销社看成自己的供销社，会更加关心、爱护供销社，监督供销社办好；同时，在清“左”、放权、搞活的指导思想下，给供销社企业内部更多的自主权，普遍实行经营承包责任制，划小核算单位，推行浮动工资制，做到权、责、利相结合，充分调动职工群众积极性，千方百计地为社员群众办更多的事。这样，才能把供销社办成充满活力的集体所有制商业，让供销社在农村商品流通中发挥更大的作用。

历史经验证明，供销社只有通过改革才有出路，才能真正恢复供销社的本来面目，才能真正成为农民集体所有制的经济组织。通过改革，供销社必须做到：农民入股，集体所有；民主管理，社员作主；独立核算，灵活经营；独立体系，上下一致；一身二任，利国利民；加强党的领导，坚持社会主义。只要遵循这些原则办事，供销社就会越办越好，在农村商品流通中发挥它的特有作用。

（三）适应农村的新形势才能更好地发挥供销社的特有作用

当前，由于农村商品生产的大发展，农民在基本解决温

饱问题以后，正在向小康型发展。农民最迫切的愿望是勤劳致富，把剩余劳动力投向工副业，寻求各种致富之路。农村工农业生产发展了，就必须要求流通与生产同步走，农林牧副渔、工商运建服一齐动起来，生产才会协调发展。特别是农村经济结构已经发生了深刻变化，主要表现在单一的农村经济已经被农副工三业所代替，苏南大部分农村出现了以乡镇工业为支柱、促进农村经济全面发展的新的农村经济模式。而且乡镇工业还在继续发展。乡镇工业的发展，需要大量的原辅材料、燃料，需要帮助推销工业产品，这一新变化，给农村商业带来了新任务。一直以支援农业生产为重任的供销社停留在原来的“支农组副”水平上就显得很不够了。农业生产由生产型转向生产经营型，也就要求农村商业由经营型转向经营服务型来适应，因此供销社必须适应新的形势，赋予新任务。总的要围绕党的十二大所提出的总任务和总目标结合江苏省委提出的“七战七捷”的翻番任务，突出重点，锐意改革，大力促进农村商品生产大发展。当前必须努力做到：

一、坚持为农副业生产全面发展服务。农业是国民经济的基础，“无农不稳”“决不能放松粮食生产”。供销社要发扬支农组副的光荣传统，尽最大努力向农民提供产前产后服务。在继续做好化肥、农药、农膜及中小农具等传统服务的同时，要通过多种形式、多层次的农工商联营等办法，促进林、牧、副、渔多种经营发展。为了解决农民的“卖难”问题，供销社要健全农副产品推销体系，开拓农副产品销售的新途径，在不与大工业争原料的前提下，供销社要扶持兴办或集资联办农副产品加工业，走生产——加工——销售新路子，不仅使农副产品得到增值，使农民增加收入，还可以为

滞销农副产品打开销路。

二、积极为乡镇工业服务。目前乡镇工业已经成为农村经济的重要支柱，支农要支持乡镇工业。目前乡镇工业供产销纳入国家计划的很少，多数靠市场调节来发展生产的，供销社必须发挥农村主渠道作用，帮助乡镇工业采购燃料、原辅材料和推销它的产品，解决乡镇工业原料不足、销路不畅的困难。无锡长桥绣品厂濒于亏本停产的境地，蠡园供销社利用自己的老商路，今年上半年为该厂到省内外推销产品，签订了12个产品、价值5万元的销货合同，使这个厂“吃饱”全年任务，一下子就被救活了。厂长高兴地说：“进了供销社的渠道，我俚一年的饭米不愁了。”

三、为农村专业户和各种经济联合体服务。农村大量涌现的专业户和多种经济联合体是发展商品生产的骨干力量，是农村生产力发展的新兴代表，是逐步发展成为各种形式的合作经济的基础。供销社要重点扶持专业户生产，在资金、技术、种籽、种畜、信息和产品推销等方面都要给予优先扶持，把专业户和联合体吸引在供销社周围，引导他们走新的联合之路。

总之，在农村商品生产和乡镇工业大发展的新形势下，供销社必须开展多功能服务，购销结合，综合经营，既保证社会效益，又保证企业经济效益。因此，多功能、高效率、高效益地为商品生产服务，是新形势向供销社提出的新要求，也是供销社在农村商品流通中发挥其特有作用的具体表现。

(四)在联合竞争中发挥供销社的优势

近几年来，随着农村商业体制改革，农村市场出现了开放式、多渠道、少环节的流通体制，各条流通渠道开展了相

互竞争，市场欣欣向荣，繁荣活跃，群众称便，个个叫好。从少、统、死到多、放、活，从独家经营到百家经商，这是个大转变。供销社要适应这个大转变，必须进一步清除“左”的思想影响，在多渠道竞争面前，提高应变能力，搞活经营，发挥优势，依靠群众，在竞争中获得新的发展。

一、掌握优势、发挥优势。

多年来，供销社在农村市场上一直占据独特的优势。全省供销社有30万职工，有2023个基层供销社，包括归口领导的集体商业在内，共有7万多个网点，几乎每一个城镇乡村都有它的商业网点。供销社在农村有深厚的群众基础，有雄厚的资金力量，有联结全国城乡的商业网络，有积累了三十多年的经验教训，具有点多、耳灵、腿长、信誉好的优势。在多渠道竞争的新形势下，如看不到自己的优势，畏首畏尾，束手束脚，不敢竞争，缺乏信心，甚至怨天尤人，停步不前，其结果必然萎缩下去，失去独立存在的意义。相反，我们掌握优势，发展优势，敢于竞争，善于竞争，就会在竞争中把供销社越办越好，越办越活，就能更好地发挥供销社的特有作用。

二、依靠群众，协调发展。

中央84年1号文件指出：“供销社还要积极发展生产、生活服务项目，逐步办成农村的综合服务中心。”这给供销社今后的发展指明了方向。但中心不是自封的，更不是垄断，要在多渠道竞争中自然形成的。这就要以供销社为依托，团结吸引各种社会力量，联合起来，协调发展，协调动作，才能逐步把供销社办成综合服务中心。

我们所以强调联合，因为联合的力量是最大的。在农村商品生产大发展的新形势下，农民要求提供的社会服务是多方

面的。有生产服务,购销服务以及加工、贮藏、运输、技术、信息、生活服务等等,显然单靠供销社的力量是包不了的,必须团结联合社会上各种力量才能满足农民的多方面服务要求。

联合是一种互助合作关系。自愿联合,平等互利,利益均沾,风险共担,互相促进,共同发展。联合也是新时期的一种新的组织形式和工作方法。联合的具体形式是各种不同的联营。如购销联营、生产联营、加工联营、储运联营等等。联营是在新形势下,供销社为生产服务的好形式,也是供销社同农民结成经济利益共同体的好方法,具有广阔的发展前景,应该因地制宜普遍推广运用,让供销社在各种联营中发挥更好的作用。

三、勇于探索,善于竞争。

应该承认:开放式的流通体制的确给供销社带来了新的压力。但是,我们只要正视它,坚持与各种困难作斗争,就会把压力变成动力,再经过一定的努力,动力也就会变成活力,三十多年来,供销社在成长的过程中,经过艰难曲折,不知承受过多少压力,但结果并没有把供销社压垮,相反地在斗争中得到茁壮地成长,显示了供销社具有强盛的生命力。今天,摆在我们面前的形势很明显,独家经营不复返了,“铁饭碗”捧不长了、“大锅饭”吃不成了,“现成饭”也吃不到了。形势迫着我们非改不可。我们只有迎着困难上,依靠党和群众,依靠全体职工,深入改革,勇于探索,振奋精神,善于竞争,相信任何困难都可以克服的。在农业上夺高产,在生产上创名牌,在服务上争特色,这些都要在竞争中得来的。我们要发扬“角逐”的精神,在竞争中改革,在竞争中闯新路子,在竞争中你追我赶,多作贡献。

浅论人口因素对商品销售的影响

——兼析确定江苏未来目标市场的方向

江苏省盐城商业学校 倪 峰

在影响市场商品销售的诸因素中，人口因素是一个不容忽视的方面。商品消费的最终对象是人，商品经济所体现最基本的经济关系是人与人之间的关系。当代资本主义商业企业的营销观念已从过去“推销观念”转变为“以顾客为中心”的销售观念”，注重从消费者出发，研究人口因素对其经营的影响。若撇开其追求剩余价值的本质目的不论，从纯经营技术方面加以考察，这对我国经济不无指导意义。何况，社会主义国家的基本经济规律本身就决定了社会主义商业的经营必须最大限度地满足消费者经常增长的生活需要。这一切，都要求我们将人口因素作为研究销售的一个重要方面加以考察。基于此，我提出一些不成熟的看法，以就教于理论与实践工作者。

(一)

人口因素对商品销售市场的影响表现在：

一、人口数量的影响

人口数量是一个最重要的人口统计指标，它是我们制定一系列政治经济政策，编制生产和消费计划以及采取相应的

各项必要措施的重要依据。尤其是我们社会主义国家里，一切都以人民的根本利益为出发点，因此，研究分析国民经济发展中的重要问题，解决社会经济发展中出现的矛盾，都要考虑到人口情况，着眼于人口数量。商业企业的商品销售量、商业网点数量及其规模的确定，也应随着人口总数的变化而变化。人口数量决定市场容量。商业部门经常用网点服务人数（即每一零售网点负担着服务对象多少人）这个统计指标来衡量商业网点的建设与人口总数的适应程度。假定某一时期人口总数有增长趋势，那么商业部门就应积极扩大货源，增加网点，不致使人口增加给商品供应带来冲击，从而满足人民群众日益增长的生活需要。

二、人口地理分布的影响

人口的地理分布一般有：政治地理分布、行政区域分布、自然地理分布、城乡分布等四个方面的统计方法。这里，与商品销售关系密切的是自然地理分布和城乡分布。

人口自然地理分布，指在各种不同地理环境中劳动和生活的人数。他们的生产和生活活动状况迥然不同。例如，南方人对食品喜甜、淡，北方人却爱咸、辣；南方人对服装追求素雅、庄重，北方人大多喜欢颜色浓烈。诸如此类，消费习惯各异，商业部门组织商品供应应区别对待。

城乡人口分布是研究人口再生产及迁移变化情况等的基础数据，特别是我国还不可能在社会主义生产方式建立后的比较短的时期内消除城乡差别，在这样的情况下，反映人口的城乡分布及其比例变动情况，有助于深入了解社会发展的实际情况，为采取有效措施满足城乡人民的需要提供不可少的资料。城乡居民对商品的需求差别很大，一般地，城市规

模越大,居民越多,对商品的质量和花色品种的要求也越高。农民在推行农业生产责任制后,生产发展,商品率提高,经济收入增加,消费水平随之提高。他们一方面要求向国家出售农副产品,另一方面要购买大量的日用工业品。因此,必须扩大农村商品流通。农民具有艰苦朴素的优良传统,他们手里虽然有钱,但有“求廉”心理,这就要求商业部门的商品供应需考虑到农民消费的客观实际情况,准确地选择目标市场。

人口分布在地区间、城乡间是不均匀的,人口密度悬殊很大。人口密度高的地区消费集中,反之分散。对此,商业部门应采取适当的策略,在人口密度较高的地区宜建设数量多、规模大的商业网点,在人口密度较低的地区则应充分发挥集体商业、个体摊贩的灵活、分散的优越性。考虑到我国总人口中79.2%是农村人口,我国市场应以广阔的农村市场为主体,建立比较适合我国国情的农村商品流通体系。

占全国人口6%的50多个少数民族,居住在我国总面积50—60%的土地上。各民族有着独特的风俗习惯和文化传统,宗教信仰不同,便有不同教规和禁忌,他们在服饰、饮食、居住、礼仪等物质和文化生活上各有特点,便形成不同的消费习惯。商业部门除了做好对少数民族的大路商品供应之外,还要积极搞好民族特需商品的流通,这是我国全局性的商品经济发展的需要,更是执行民族政策的需要。

三、人口性别的影响

男性和女性对于商品的需求以及购买行为有明显的差别。一般的家庭都是妇女主持家务,所以家庭日用品是女性市场的重要商品,妇女服装、化妆品等,更是以女性市场为畅销对象了。特别是新社会,妇女的地位得到了提高,她