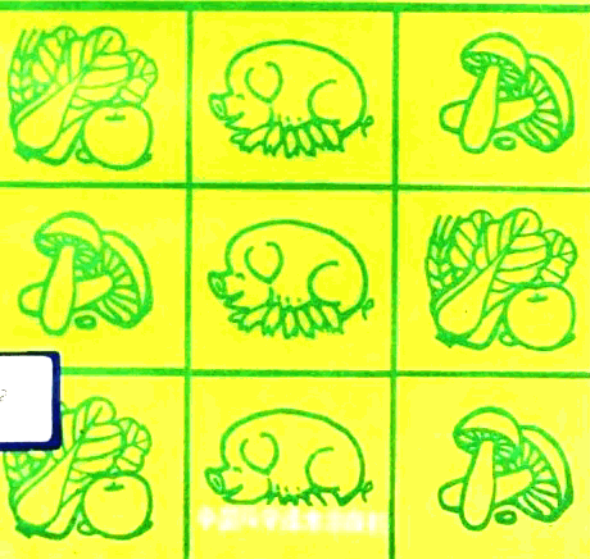


Marketing of Pork and Vegetables

in China

猪肉、蔬菜市场改革研究

余英宝 孙国栋 主编



前 言

从1984年开始,中华人民共和国与联邦德国在农业科技领域内展开了较大规模的合作。其中最主要的合作研究项目便是中德综合农业发展研究中心(CIAD)项目。该项目的具体执行单位是中国的北京农业大学和德国的霍恩海姆大学。

CIAD项目共包括14个分项目,其中分项目CIAD-12为“农产品市场研究”。在一期(1984~1989)研究中,CIAD-12的重点是中国的猪肉和蔬菜市场及其流通体制改革问题。在项目执行过程中,中德双方学者进行了广泛的交流活动。在研究方法上,除了从宏观上与总体上进行分析之外,还分别选取了河北省石家庄市和四川省成都市作为试点,进行了深入的分析和一些改革试验。

本书所收集的论文与研究 报告,均为CIAD-12在1985年到1990年间的主要研究成果与总结。研究报告的作者均为研究课题的参加者。

CIAD项目在建立与执行过程中,得到了中国农业部、经贸部和德国经济合作部(BMZ)、技术合作署的支持与资助。霍恩海姆大学的莱施(E. Reisch)等人对项目的建立起了重要作用。

CIAD-12分项目德方负责人为德国霍恩海姆大学农业政策与市场学研究所的Boeckenhoff教授,他在本项目的开展和执行过程中,做了很多贡献。CIAD-12分项目(一期)的中方负责人为俞家宝教授与吴敬业教授。

编者

1990年12月

目 录

绪论.....	课题组	1
---------	-----	---

第 一 部 分

猪肉市场改革研究

发展有计划的商品经济的一个有益尝试

——石家庄市生猪生产

与经营模式的启示.....	俞家宝 柯炳生	9
---------------	---------	---

以国营商业为龙头,实行生猪产

销经营一体化.....	殷亮明 田彦平	16
-------------	---------	----

生猪生产和价格波动的原因及发

展生产稳定价格的对策.....	贾礼申	25
-----------------	-----	----

当前生猪及猪肉流通渠道存在问

题的探讨.....	吴敬业	32
-----------	-----	----

对我国生猪与猪肉市场的分析及

改革其现行营销体制的建议

(附英文稿).....	柯炳生	47
-------------	-----	----

从广东放开猪肉价格看价值规律

的作用与条件.....	查振祥等	127
-------------	------	-----

生猪生产要实行价格保护.....	查振祥	131
------------------	-----	-----

四川省8年来养猪业持续发展的

原因.....	查振祥	134
---------	-----	-----

第 二 部 分

蔬菜市场改革研究

论北方大中城市蔬菜商品流通的	
改革.....	俞家宝 洪乌金 147
城市(石家庄)蔬菜市场分析.....	谭向勇 157
石家庄市国营蔬菜公司改革初探.....	刘良海 俞家宝 202
改革蔬菜产销体制, 活跃稳定蔬	
菜市场.....	杨振宇 毛新民 229
成都市蔬菜生产和流通问题的探	
讨.....	全中太 朱勤模 237

第 三 部 分

国外猪肉、蔬菜市场考察报告

联邦德国农副产品流通考察印象.....	贾礼申 257
联邦德国生猪生产价格体系的研	
究.....	查振祥 267
联邦德国的生猪生产及猪肉市场	
考察报告.....	洪乌金 273
联邦德国和欧洲共同体的猪肉市	
场.....	常明莲 281

CONTENTS

Introduction	1
--------------------	---

PART I

MARKETING OF PIG AND PORK

Reform Experience of Pig and Pork Marketing System in SHIJIAZHUANG.....Yu Jiabao, Ke Bingsheng	9
Integration of Pig Production and Marketing Systems Yin Liangming, Tian Yanping	16
Variations in the Production and Prices of Pork and Policy Choices of Price Stabilization.....Jia Lishen	25
Problems in the Pig and Pork Marketing Channels in China	Wu Jingye 32
Pig and Pork Marketing in China (in English)..... Ke Bingsheng	47
Decontrolization of Pork Price in Kantong and Its Enli- ghtments..... Cha Zhengxiang	127
Price Support is Necessary for Pig Market in China..... Cha Zhengxiang	131
Reasons for the Continuous	

Growth of Pig Production

in SHICHUAN Province..... Cha Zhengxiang 134

PART II

MARKETING OF VEGETABLES

On the Reform of Marketing

System of Vegetables for

Big Cities in North China

.....Yu Jiabao, Hong Wujin 147

Analysis of Vegetables Market

in SHIJIAZHUANG.....Tan Xiangyong 157

Reform Experience of State-

run Vegetable Marketing

Agency in SHIJIAZHUANG

.....Liu Lianghai, Yu Jiabao 202

Reform of Vegetable Marketing

System and Stabilization

of Vegetable Market

.....Yang Zhenyu, Mao Xinmin 229

Analysis of the Production

and Marketing Systems of

Vegetables in CHENGDU

.....Quan Zhongtai, Zhu Qinmo 237

PART III

REPORTS ON THE EXPERIENCE OF

OTHER COUNTRIES

Visiting Report on the Agri-

cultural Marketing System

in FR Germany Jia Lishen 257

Price System of Pig Market

in FR Germany..... Cha Zhengxiang 267

Visiting Report on Pig Production and Marketing in

FR Germany..... Hong Wujin 273

Pig and Pork Market in FR

Germany and EC..... Chang Minglian 281

绪 论

农产品市场研究课题组

1984年我国农业生产管理体制已基本完成，但蔬菜和猪肉流通体制还处于集中性计划经济体制控制之下，因此出现了一方面规模狭小的农业生产经营者要求按市场导向调整生产、自由地进入市场；另一方面国家仍要求按计划收购蔬菜、猪肉，商业机构面对如此分散的收购对象，无力监督计划的执行。市场上蔬菜的淡季奇缺与旺季过剩，以及日益增长的财政补贴等，皆造成了国家、城市居民、商业职工、农民的四不满意，市场改革势在必行。

蔬菜和猪肉是我国农产品市场上、城市副食品市场上两大主要商品，蔬菜开支占城市家庭生活费支出的6~7%，猪肉支出占城市家庭生活费支出的15~20%。而且城市居民对蔬菜、猪肉的市场供应变动非常敏感，因此，农产品市场的改革，首先要改革蔬菜、猪肉市场，以满足人民日益增长的需要。

我们对蔬菜与猪肉市场改革的研究是以四川省成都市、河北省石家庄市蔬菜、猪肉市场改革的实践为研究对象，并与两市共同进行探索。归纳起来，包括以下内容。

(一) 成都市和石家庄市蔬菜猪肉市场改革的实践。成都和石家庄两市(以下简称两市)经过几年的努力对蔬菜和猪肉市场进行了多方面改革，取得了很大的成果。其措施是：

(1) 建立稳定的蔬菜、猪肉生产基地。改革流通体制首要问题是保证稳定的市场供应。为此，两市都采取了相应的措施。如

向菜农供应平价粮、油，平价生产资料，建立菜田占用补偿基金、保证菜农收入，稳定近郊一线菜田面积、建立远郊二线基地、外埠调剂菜三线基地。在猪肉方面四川因是全国养猪基地，成都有稳定的猪源供应。而石家庄则采取扶持养猪专业户的办法，稳定猪源。

(2) 建立生产服务体系。为了减少各种因素对生产的影响，两市都建立了生产服务体系，采用科技承包的方式，争取蔬菜稳产、高产。生产服务体系包括：种子、育苗、植保、科技、信息等服务机构。

(3) 改单一的国营渠道为多渠道经营。改革流通体制、放开价格，必须先打破单一的国营商业的垄断经营局面。两市都采取了在保证国营商业主渠道的同时，允许集体商业、菜肉商贩、蔬菜长途贩运商、生猪生产者直接进入市场销售，参与多渠道流通形式。

(4) 建立批发市场。有了批发市场才能把蔬菜、生猪的生产者和菜、肉零售商业联系起来，才能把长途贩运商与零售商联系起来，批发市场是完善市场体系的关键。成都市建有7个蔬菜批发市场，石家庄市建有2个大型批发市场。

(5) 改革收购体制。改革前两市菜肉都是由国家行政部门下达生产计划，派购养猪数量，由国家商业部门按国家确定的价格统购包销。农业生产制度实行联产承包责任制以后，旧的流通体制已无法运行，收购体制必须改革。两市都采取了在国家宏观控制下，逐步放开种植计划、放开价格、放开市场的作法。两市在1985年前后，先后改革了生猪收购办法，取消生猪派购，实行议价、议价、放开收购渠道。允许个体经营。石家庄市采取食品公司与养猪专业大户(年出栏100头以上)直接签定收购合同。实行扣除成本后，每头猪盈利50元的目标价格。县食品公司与小型养猪专业户(年出栏100头以下)签定收购合同，市食品公司再与县食品公司签定合同。这样较好地实现了全年的均衡收购。

(6) 改革国营菜、肉零售商店。过去国营菜、肉商业，既是

商业企业又是执行政府政策——平抑物价的职能机构，实际上是政企不分，从而把政策性亏损与经营亏损混在一起。针对这种弊病，两市均对国营肉菜商店进行改革，实行独立核算、集体承包经营与个人承包经营。国营菜店为稳定物价造成的政策性亏损，实行定额补贴包干的办法。

(7) 在价格管理上改革过去由国营商业一家定价的办法，为国家定购部分实行农商两家协商定价的办法。一般控制在批发市场物价水平，并实行保护价。农民自销部分，由农民自主定价。

以上是1989年以前，两市菜、肉市场改革的主要措施，改革还在进行、建立起完整的菜、肉市场体系还要在实践中继续探索。但这几年的改革给了我们许多有益的启示，如果说在改革前对什么是有计划的菜肉市场体系，在认识上还很朦胧，那么现在我们可以说已看清了它的大体轮廓。

(二) 两市菜、肉市场改革所取得的社会效果与经济效益、表现如下。

(1) 蔬菜上市量充足，较均衡，品种增多，质量提高。过去蔬菜市场淡季缺菜或少菜、旺季大量上市无人购买，造成大批腐烂。改革后基本上可以做到均衡上市，淡旺季已不明显。蔬菜可食率由改革前的50~70%，上升到改革后的80~90%。细菜、果菜类播种面积由1984年占总面积的30%左右，上升到1986年的49%，1985年对137户居民调查，人均购买大白菜减少了23%，1986年保护地栽培面积比1984年增加了51%。日上市品种由过去的20~30种增加到1986年的40~50种。居民蔬菜日消费量达到0.4~0.5公斤。

(2) 蔬菜价格上涨指数已渐趋缓和。蔬菜价格从现象看虽然上涨较多，但从实质分析，蔬菜价格涨幅仍在合理范围之内。譬如蔬菜价格上涨之后，粮菜比价才渐趋合理。从两市实际看，扣除货币贬值因素蔬菜价格基本持平。

(3) 在菜肉市场上，私人企业、个体企业已有较大的发展，石家庄市国营菜店销售量，只占蔬菜销售总量的25%。剔除冬贮

大白菜后只占15%。成都国营蔬菜公司销售量约占市场总供应量的35%，主要是大路菜。石家庄猪肉市场，个体企业猪肉销售量约占猪肉销售总量的18~25%。

通过批发市场销售的蔬菜约占市场总供应量的50%。

(4) 菜农收入有了稳定的增长。石家庄市菜农1983年每劳动日收入1.15元。1986年增加到4.71元。

(5) 不断增长的财政补贴已趋稳定或减少。成都市用于蔬菜的财政补贴1984年为477.7万元，1987年为490万，扣除货币贬值因素基本稳定住了，石家庄市对猪肉的补贴，1989年减少890万元，1990年上半年减少498万元。

(三) 两市蔬菜、猪肉市场改革的理论思考。有关蔬菜、猪肉改革的理论探讨，课题组成员先后发表了16篇论文。归纳起来有以下几点。

(1) 蔬菜、猪肉市场改革的目标模式，应是计划指导下的市场经济。即国家根据菜、肉市场供求平衡的要求，发挥国营菜、肉商业主渠道的作用、利用财政手段、货币手段以及必要的行政手段和法律手段调节、管理市场，以市场引导农民生产。具体地说：就是实行以国营菜、肉商业为主渠道的多种流通渠道，形成肉、菜批发市场和零售市场。国营商业按市场形成的价格与菜肉生产者签定收购合同。形成足够影响市场供应量的能力。其他渠道是国营渠道与农民签定合同的参考系。国家利用必要的财政手段、货币手段，如平价供生产资料、生活资料和财政补贴等，建立菜、肉生产基金；通过增、减、免税以及最高限价最低保护价等办法，调整市场的供求，达到市场供求平衡。

(2) 菜、肉市场改革应该实行多目标，这些目标为：

①供求应基本平衡，菜、猪肉供应略大于需求，菜的幅度可以稍大一些，肉的幅度可以稍小一些；

②价格在正常上涨的情况下，力求做到基本稳定，涨幅不能过大；

③蔬菜、生猪的供应量力求做到全年均衡、多品种、新鲜、

卫生；

④保证经营蔬菜、生猪生产的农民，与生产其他农产品的农民有大体相同的净收入，并应略高一些；

⑤应尽量减少国家财政补贴。

（四）蔬菜、生猪生产与流通应该由一个行政部门统一管理，改变生产由农业部门管理、流通由商业部门管理的分割现象。

（五）经营蔬菜、生猪的农民应与蔬菜、猪肉的经销商（包括批发商和零售商）建立直接的购销关系，成立蔬菜、养猪专业合作社，并与饲料生产部门、蔬菜、猪肉销售商建立纵向联合，实现菜、肉产供销一体化。但在一个地区必须保留部分市场经销。为农、商两家提供参照系。

（六）打破蔬菜、猪肉由国营商业独家经营的局面，实行多种经济成分共同经营，特别是私人和个体猪肉、蔬菜经销商应得到更大的发展，在任何一个地区都应同时有2~3家菜、肉零售企业，以防止一家垄断。

（七）国营蔬菜、猪肉商店要改为独立的、以盈利为目的商业企业。调节菜、肉市场价格的工作应由国家主管的行政部门负责，并由国家财政补贴。国营菜、肉零售商店，可以实行国有下的承包、租赁、在保证经营蔬菜、猪肉的条件下也可以私有。

（八）改革国家对城市居民的肉、菜补贴方法，改补贴流通环节为以工资形式直接补贴给职工，对低收入者可发放一定的菜肉补贴券（该券只能购买指定的菜、肉，不能当现金使用）。菜、肉完全靠市场定价，仅在价格波动过大时实行保护价和限价。为稳定市场，国家行政部门可以委托国营公司组织货源投放市场，由此而产生的亏损由国家财政补贴。

尽量保护城郊菜田不被侵占，城市工商企业建设应向小城市、远郊分散。

（九）对生猪的屠宰、检疫要进行控制。多种经济成分经销猪肉是有利的，但屠宰、检疫这一关必须集中管理，否则不仅卫

生难以保证，而且屠宰场所就会成为猪病的传染源。因此在大城市郊区或生猪生产基地建立生猪购销市场，这个市场要和屠宰场联系在一起，在肉商和养猪农民成交后，经屠宰场统一屠宰、检疫后才允许上市，不合格者要就地处理。

（十）在我国菜、肉价格上涨主要是受需求制约，从1979年以后的多数年份看，猪肉价格上涨的幅度大于成本上涨的幅度，所以只要控制住消费资金的增长，取消补贴，猪肉价格就会逐渐平稳，如果补贴越来越多，等于刺激需求，猪肉价格必然会越来越高；除非采取非常手段，否则，价格是不会平稳下来的。因此，我们认为稳定猪肉市场价格必须采取如下措施：

①消费基金的增长速度必须控制在农产品粮食、猪肉等增长的承受能力允许的范围内；

②逐步减少以至取消对居民猪肉消费的补贴，使猪肉的供应能力与居民的真实购买力平衡；

③把对猪肉的消费补贴转移为对粮食生产，饲料生产的投资补贴。增加生猪饲养业的原料，保证养猪业的发展。

（十一）提高市场透明度，为农民提供市场供求、价格、饲料价格、分级标准等信息。

（十二）农民家庭养猪仍然是近期生猪饲养业的主要形式，它适合近期农业生产经营分散、劳动力分散、资金短缺、防疫能力低的状况。但有条件的地区应鼓励发展养猪专业户和集体规模养猪。

上述12条是我们的主要理论观点，在本书的各篇文章中分别作了详细的理论分析与阐述。我们希望这些观点对蔬菜、猪肉市场进一步改革起到应起的作用。

第 一 部 分

猪肉市场改革研究

发展有计划的商品经济的一个有益尝试

——石家庄市生猪生产与经营模式的启示

俞家宝 柯炳生

一、问题的提出

我国的生猪与猪肉市场上，存在着很为突出的供求发展不平衡现象。这种供求的不平衡既表现在数量上，也表现在质量上。数量上的供求不平衡表现为生猪“买难”与“卖难”的交替出现。例如，在近10年中，石家庄市已经出现了两次“买难”和三次“卖难”现象。这种不平衡是由生猪生产的强烈季节性波动和蛛网波动联合作用的结果。质量上的不平衡主要表现为消费者对瘦肉的需求偏好得不到很好的满足，现在农民生产的绝大部分生猪仍是肥肉型的。

生猪市场上的这些不平衡现象，近年来不仅没有减轻，而且有日益增强之势。其消极作用后果是多重的，不仅对城市消费者不利，也有损于生产者、经营者以及国家财政利益。对城市消费者来说，主要是市场供应的不稳定，在质量上不能满足人们的消费需要；对生产者来说，市场的不稳定造成他们在生猪收入上的不稳定以及“卖难”问题，这进一步导致其进行生猪生产决策的困难性和盲目性；对于经营者尤其是国营商业部门来说，则常常受到产品积压和不足两个极端的冲击。例如，在短缺期时，石家庄市食品公司的库存最低达5000头左右，仅够满足全市两、三天的消费需求；而在积压时，长期冷藏贮存八、九万头，既造成肉食品质量的下降，也造成了经济资源（能源和资金）的浪费，加大了亏损额，从而加大了财政补给负担。

造成上述问题的原因是多重的，包括我国目前的生猪生产方式、经营方式以及市场与价格政策体制特点等等。

从生产方式看，我国的生产极为分散，千家万户饲养，饲养规模极小。对于广大农民来说，生猪生产仍停留于副业生产的水平上，生猪的饲养远未形成一个独立的农业生产部门。这种高度分散的生产是造成市场供给大幅度波动的基础。这是因为，一方面，由于生猪生产规模很小，每个生产者调节生产量的边际变动（每增加或减少一头猪）都是一个大比例的相对幅度变化，如从两头增至三头，增幅为50%；另一方面，小生产者们对市场的反应有着高度的同一性，各个农民生产者市场的行为反应聚合起来，往往形成一种过度反应的总体效应。此外，生产的高度分散性也是生猪生产方面的技术推广不快的重要原因。这些技术包括优良品种、混合饲料和先进喂饲方法等等。在现行体制下，畜牧部门是生猪生产技术推广的主体，但由于行政约束与市场约束的缺乏，其技术推广效果有限；而且由于养猪是一门副业，农民在主观上和客观上的技术接受能力也均为有限。

从经营方式上看，生猪市场放开之后，国营商业的收购计划失去了指令性，其收购数量出现了很大波动，而非国营渠道的经营本身就具有一定的盲目性和不稳定性。另外，国家在市场与价格政策上的某些措施，也使得消费者的需求变化，无法顺利地、及时地反馈到生产者那里去。例如，由于统一固定价格的控制，国营食品公司在按计划供应猪肉时，只能以统货肉的形式而无法以分部位的形式，按统货肉也难以做到优质优价，从而导致在生猪收购方面，也很少对瘦肉型猪和肥肉型猪区别定价。此外，经营方面的多渠道也使得市场形势变得不清，非国营渠道的经营数量统计非常不准确。这些都大大加强了在生猪生产与经营方面适应消费需求的发展，进行一定程度的宏观计划的困难性。

在我国目前的经济体制下，如何采取有效措施，解决上述问题，是一个重要课题。正是从这样的实际问题出发，石家庄市遵