

中国专业批发市场 发展道路

李骏阳 等著



杭州大学出版社

(浙)新登字第12号

中国专业批发市场发展道路

李骏阳等 著

*

杭州大学出版社出版发行

(杭州天目山路34号)

杭州商学院印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 9.5印张 213千字

1994年9月第1版 1994年9月第1次印刷

印数: 1—1000

书号: ISBN7-81035-650-X/F·068

定价: 7.50元

本书撰稿人(以撰写章节为序)

朱 力 王岳能 舒福荣

张友仁 李骏阳 强赤华

导 言

八十年代是中国经济体制改革取得巨大成就的十年，当宏观决策者决定乘胜追击，一举攻破改革的最大难关——价格改革关，从而确立市场调节的主体地位时，中国的经济猛然出现了两位数的高通货膨胀率。在严峻的经济形势面前，政府不得不宣布治理整顿。

“有心栽花花不发，无心插柳柳成荫”，就在预定的改革徘徊不前之时，在远离改革热点的乡镇与小城市悄悄地兴起了一种民间的市场组织形式——专业批发市场，它起源于东部沿海省份的城镇，逐渐向周围蔓延，很快便成燎原之势。

专业批发市场，顾名思义就是以某一类专门产品为对象，以从事批发业务为主的交易市场。它全方位开放、规模庞大、交易方式灵活、市场机制起调节作用，十分适合方兴未艾的城乡商品生产与商品流通，它的产生对促进地方经济发展起了非常积极的推动作用。“建一处市场，兴一片产业，活一处经济，富一方群众”成为形容专业批发市场效应的广为流传的佳话。

专业批发市场是改革以来继我国农村乡镇企业之后第二个“异军突起”，它来势之猛、效益之快都让人始料未及。它的作用远不只是对经济发展之推动，更重要的是在于成为市场经济新的生长点，对我国市场发育起到了催化作用。

许多人都曾亲身经历过专业批发市场那种商品如山、

人涌如潮的壮观场面，深深为市场的繁荣与宏伟气势所折服。在赞叹市场的同时，人们不禁思索起市场形成与运行的深层次原因，想到了它的未来：专业批发市场与社会主义市场经济的关系如何？它是否将成为我国市场体系目标模式的一部分？

对于这种在西方几乎未曾有过（只有英国在十八世纪出现过少数“布业市场”）、在中国商品经济土壤中生长起来、具有浓郁中国特色的市场，有必要对其进行全面的分析，了解其组织结构与运行机理，知晓其发展原因与生存基础，把握其发生规律与发展方向。这不仅对于专业批发市场本身的健康发展，而且对于我国商品市场的培育与市场体系的建设都大有裨益。

本书作者对专业批发市场进行了数年的研究，掌握了充分的资料，进行了大量实地调查，在此基础上完成了书稿。本书撰稿人为：朱力（第一、二章），王岳能（第三章），舒福荣（第四章第一节、第五章），张友仁（第四章第二节、第六章），李骏阳（导言，第七章一、二节，第八、九章），强赤华（第七章三、四节，附录）。全书由李骏阳总纂并定稿。

目 录

导言

第一篇 专业批发市场的形成

第一章 专业批发市场的形成和发展·····	(1)
第一节 专业批发市场的发展现状·····	(2)
第二节 专业批发市场的发展历程·····	(12)
第三节 专业批发市场的形成条件·····	(21)
第四节 专业批发市场的基本特征·····	(29)
第二章 专业批发市场的类型·····	(37)
第一节 专业批发市场的几种基本分类·····	(37)
第二节 农副产品专业批发市场·····	(43)
第三节 日用工业品批发市场·····	(49)
第四节 生产资料专业批发市场·····	(53)
第三章 专业批发市场的组织与管理·····	(59)
第一节 专业批发市场的构建·····	(59)
第二节 专业批发市场的组织形式·····	(67)
第三节 专业批发市场的管理体制·····	(75)
第四节 专业批发市场管理的内容、方法、手段 ·····	(83)

第二篇 专业批发市场的运行

第四章 专业批发市场的基本功能和效应·····	(101)
第一节 专业批发市场的基本功能·····	(101)

第二节	专业批发市场的效应·····	(110)
第五章	专业批发市场运行的考察·····	(118)
第一节	专业批发市场运行的特征·····	(118)
第二节	专业批发市场的运行机制·····	(125)
第六章	专业批发市场的动力机制·····	(142)
第一节	专业批发市场动力机制的构成·····	(142)
第二节	市场主体的利益结构与市场动力·····	(150)
第三节	市场动力机制的强化·····	(156)

第三篇 专业批发市场的发展

第七章	中国专业批发市场的理论轨迹·····	(163)
第一节	从传统经济体制到双重经济体制——商 品经济的发展·····	(163)
第二节	向社会主义市场经济过渡中流通形式的 创新——专业批发市场的成长·····	(171)
第三节	专业批发市场的支点·····	(184)
第四节	专业批发市场效率评价·····	(195)
第八章	专业批发市场规范化研究·····	(209)
第一节	专业批发市场发展中的矛盾与问题·····	(209)
第二节	专业批发市场的培育·····	(219)
第三节	专业批发市场的规范化·····	(241)
第九章	中国专业批发市场的发展方向·····	(258)
第一节	期货市场的成长·····	(261)
第二节	城市蔬菜批发市场的定型·····	(266)
第三节	日用工业品批发市场的演变·····	(269)
附录:	国外专业批发市场介绍·····	(275)

第一章

专业批发市场的形成和发展

本书所阐述的专业批发市场，是指以批发销售一种或一类商品为主，多家经营单位参加，按照市场规律运行的集中商品交易的场所。专业批发市场是相对综合批发市场而言的，包括专业性较强的批发市场和带有专业性的批发市场。

商品交换是商品经济的基本属性，要发展社会主义商品经济，势必要建立相应发达的市场体系。十一届三中全会以来，我国经济体制改革采取了一系列市场取向的改革措施，逐步确立了建立社会主义市场经济体制的改革目标，经济运行从产品经济转向商品经济、计划经济转向市场经济。在这一伟大的历史性转变过程中，农民纷纷进入商业流通领域，企业被推向市场，社会生产力获得了进一步的解放，劳动者的积极性空前高涨，商品化、专业化、现代化生产蓬勃兴起，乡镇企业、家庭工业异军突起。随之而来，社会化大生产与旧的商品流通体制产生了日益尖锐的矛盾冲突，计划经济条件下的那种封闭式、僵化的商品流通体制成为现实生产力发展的桎梏。于是，一种顺应时代潮流、较充分体现价值规律要求、充满生机活力的新型的商品流通组织形式——专业批发市场应运而生，并以其强大的生命力和凝聚力，在960万平

方公里的祖国大地上蓬勃兴起，不断发展壮大和完善，已成为我国当今一条十分重要的商品流通渠道和流通组织形式，也是我国市场机制发育的一支先导力量。这是我国十多年来农村改革和流通体制改革的一项最为显著的成果。本章将对我国专业批发市场的发展现状、发展历程、形成条件和基本特征作一简要描述。

第一节 专业批发市场的发展现状

经过十多年改革开放政策的雨露滋润和商品经济大潮的猛烈冲击，以及政府部门的精心组织和培育，我国专业批发市场从无到有、从小到大、从不规范到规范、从不成熟到逐步成熟。据国家有关部门统计，截至1993年底，全国已有各类专业批发市场2871个，年成交额1137多亿元，占同期城乡商品市场总成交额的21.28%。其中有农副产品批发市场2081个，年成交额347亿元；工业品批发市场746个，年成交额790亿元。全国出现年成交金额超过1亿元的大型批发市场611个，其中超过20亿元的特大型专业批发市场20个。有浙江义乌市中国小商品城、绍兴市中国轻纺城、黄岩市路桥小商品批发市场，江苏吴江东方丝绸市场、常熟市招商场，辽宁沈阳市五爱小商品市场，山东临沂市临沂批发城、淄博市淄川服装城，湖北武汉市汉正街小商品市场等。

专业批发市场作为商品流通网络的支柱和骨干组织，它的发展推动和促进了全国多类型的商品市场的发育。全国以专业批发市场为龙头，逐步形成了一个批发与零售结合、专业与综合配套、城市和乡村对接的多类型、开放式、星罗棋布、高效畅通并自成体系的商品市场网络，大大加快了社

会主义市场体系形成的进程。据国家工商行政管理局统计，从1979年到1993年间，全国商品市场由38993个，增加到80000多个，增长1倍多；年成交额由183亿元，上升到3530亿元，增长18倍；商品市场零售额占社会商品管理总额的比重从10.7%上升到1992年的25.2%。各类商品市场的迅速发展，标志着我国社会主义市场经济的发展出现了良好的开端。

追寻我国专业批发市场运行的轨迹，它的发展变化可以概括为四个方面：

一、市场门类细分化

专业批发市场形成初期，往往带有较大的综合性，专业性不强，特色不明显。随着国家对商品产销管理政策的逐步放开和农村专业化、商品化生产的不断发展，进入市场的商品日益增多，我国专业批发市场的专业化程度不断提高，门类日趋多样化。专业批发市场上市的商品已由市场形成初期的单一的计划外农副产品和三类小商品，扩大到目前的包括日用工业品在内的，既有生活消费品，又有生产资料的放开经营的全部商品，及一部分即将放开的商品。

（一）在农副产品方面，起初进入批发市场的只是三类放开的农副产品和部分计划外允许进入市场的一、二类农副产品。自国家取消对农副产品的统派购制度后，果品、水产、蔬菜、肉食禽蛋、中药材、木材，以及兔毛、羊毛、牛皮、茶叶等土特产品相继进入市场。近年来，许多省市对粮食经营逐步放开，粮食、油脂油料批发市场如雨后春笋一样冒了出来。规模较大的有：河南郑州粮食批发市场，安徽颍上县南照粮食市场，江苏无锡三里桥米市，河北涿州粮食市场、盐山粮食市场，浙江瓯海粮食批发市场等。并且，一

些原来规定由国家指定单位统一收购的重要出口创汇商品，随着供求情况的变化，出口减少，也纷纷进入批发市场。浙江诸暨市的珍珠市场和桐乡的茧丝市场就是典型的例子。这两个市场目前已初具规模，年成交额分别达到2.2亿和5.8亿多元。因此，可以说，几乎所有的农副产品都离不开专业批发市场销售。目前，全国农副产品批发市场集散农副产品的比重约占农民出售总额的80%以上。

（二）在日用工业消费品方面，从初期的小五金、小百货、小玩具、小工艺品等“小商品”，逐步发展到现在的针棉织品、化纤布料、丝绸面料、服装、呢绒、鞋帽、塑料制品、文化用品、化妆品、小型电器、科技产品、电讯器材，等等，几乎无所不包。其中规模较大、年成交额上亿元的日用工业品批发市场120余个，其中有：江苏吴江的东方丝绸市场、江阴的纺织品市场，浙江黄岩路桥小商品市场、平阳毛线市场、温岭泽国鞋革市场、新昌县羊毛衫兔毛市场、温州市打火机市场，辽宁海城西柳服装市场，广东普宁服装市场，山东淄博服装市场，河北蠡县辛兴腈纶市场等等。

（三）在生产资料方面，由过去的上市废旧钢铁、边角零料、旧电机、废旧塑料、旧橡胶、小五金工具等商品，发展到现在的钢材、水泥、有色金属、化纤原料、化工原料、纺织机械、机电设备、汽车及其配件、旧机动车、农机具、装饰材料、建筑材料等各种市场。如河南郑州的中国郑州建材批发市场，河北石家庄的北方农业生产资料市场、零配件市场、无极县的农机具市场、大城县的摩托车配件市场，江苏苏州的生产资料市场，浙江杭州的汽车配件市场、乐清市的柳市低压电器市场、东阳市的浙中物资市场，福建漳州市的钢材批发市场等。

在专业化生产发达的地方出现了以单个商品形成的专业化程度较高的市场，品种多、规格齐全、吸引力强、辐射范围也极广。这些市场的出现标志着这些地方的某一产品专业化生产达到较高的程度。例如被誉为“东南亚最大钮扣市场”的浙江永嘉县桥头钮扣市场，以钮扣品种之多闻名海内外。该市场上市的钮扣达4000多种，不仅集散当地800多家钮扣厂的产品，同时也因为形成规模经营，吸引了全国1500家钮扣厂生产的钮扣来这个市场销售，成为全国最大的钮扣集散地，年成交额5.4亿多元。被称为“全国箱包之最”的河北新城县白沟镇，镇上所有街道摆满小摊，家家户户设销售点，形成市镇一体的大市场。拥有20000多个摊位，从商人员35000余人，经营品种近4000个，每天吸引来自全国30多个省市和美、日、独联体等几十个国家的客商，共计20余万人。几十公里以内的5县38乡镇377个村中，有1万户、2.8万人的箱包生产加工户，以此为集散场地，日成交额200多万元。浙江省诸暨市的大唐轻纺市场，经营的商品是各种各样的男女袜子及为袜子生产提供所需的锦纶丝、涤纶丝、丙纶丝、棉纱等针织原料等几千种品种。设有袜子经营摊位1240个，原料经营营业用房397间。1993年成交额为10.7亿元，成交各类轻纺原料2万多吨，各类袜子、护套3亿多双，成为全国最大的袜子销售中心。此外，还有浙江平阳的毛线市场、庆元的香菇市场，江苏太仓马海毛市场、丹阳眼镜市场，辽宁沈阳南塔的鞋类市场，山东阳谷寿张布匹市场，河北阜城和温州市的灯具市场，浙江上虞伞件市场，河北大名县南李庄花生批发市场等等，都是专业化程度很高、辐射力很强、年成交额超亿元的大型专业批发市场。这些市场的出现是我国农村商品生产专业化程度不断提高和全国统一大市场、大流通逐步

形成的一个重要标志。

二、市场经营主体多元化

专业批发市场发展初期的市场经营主体比较单一，进入市场出售商品的对象主要是自产自销专业户、贩运户和个体工商业户，经营规模相对较小、渠道短浅。随着企业内部经营机制的转换，对专业批发市场作用认识的加深，许许多多国有、集体企业纷纷进入专业批发市场参与经营，与个体、私营经济同台公平竞争。市场主体逐步转向国有、集体、个体和私营、合资企业等多种经济成分共同参加竞争的多元化局面。有的地方还出现了以国有、集体企业参加经营为主的专业批发市场。如浙江杭州丝绸市场、轻纺市场、广货市场等。这些市场的形成，是社会主义公有制条件下，企业改革和市场主体发育的必然结果，也是专业批发市场主体发展的必然趋势，体现了社会主义市场经济坚持以公有制经济为主体、多种经济成份共同发展的主体特征，显示了我国专业批发市场逐步走向成熟。1992年，全国国有、集体企业在集贸市场的成交额近500亿元，比上年增长42%。仅山东省就有4万多家企业进入集贸市场。1991年至1992年两年间，浙江省国有、集体企业进入市场经营的就有1.8万家，设摊3万个，销售额为47亿元。杭州市丝绸市场也是在企业走向市场的大环境中崛起的新型专业批发市场，目前在市场上经营的220余家经营户，几乎都是国有和集体企业设立的经营部。这些企业当中，既有杭州丝绸印染厂、都锦生丝织厂、喜得宝丝绸公司等国内知名的大企业，也有杭州西湖丝厂等集体小企业。它们在市场中各自发挥优势，公平竞争，搞活企业经营。许多企业把这个市场比作“消息树”，企业经营的

“寒暑表”。企业进入市场后，及时获取市场信息，生产经营如鱼得水，充满生机活力。杭州红峰丝厂在丝绸市场设窗口、开经营部以后，信息灵、销售好，全厂90%的产品通过该市场销售。该厂厂长说，“推销产品，找市长不如找市场”。福建石狮服装市场80%产品来自当地乡镇企业。义乌市副食品公司在副食品市场内设6个销售点，年销售额达1亿多元，占本公司营业额的80%以上。杭州市轻纺市场也是一家新兴的以国有、集体生产企业进场设点的大型轻纺专业市场，杭州市及浙江各县市的324个厂家在市场经营，有80%是国有和集体企业，专业经营各种丝绸布料、服装及化纤布料等，1993年年成交额达9.03亿元。该市场商品通过一些企业进入黑河、广西等边贸市场，销往俄罗斯、越南等国。北京市东单头服装百货市场有108个摊位，全部是国有、集体企业经营的。安徽合肥城隍庙市场有工商企业户1248家，其中国有和集体企业占24%，个体经营户占76%。

三、市场载体多层次

80年代初，专业批发市场形成初期多数是露天市场，占街为市、占路为市的情况比较突出。到80年代后期由于各地重视和加强市场建设，出现了第一次市场建设热潮，许多市场退路进厅、退厅进室，专业批发市场基本上实现了棚顶化。到90年代，特别是1992年初，邓小平同志南巡重要谈话发表以后和十四大关于建立社会主义市场经济体制的目标提出后，各地把市场建设作为贯彻邓小平同志南巡讲话和十四大精神的一个实际行动，列入重要议事日程，全国掀起第二次市场建设高潮，出现了一大批上规模、上档次的永久性市场和高层次市场。1992年全国投资100多亿元用于市场建设。

全年新建、改建市场8605个。浙江省两年时间共投入30多亿元，建设高档次的大型批发市场40多个。与此同时，一些地方政府和中央有关部门为了适应改革开放、把企业推向市场和构建新的重要商品调控、调节体制的需要，建立了一些向期货市场发展的高层次的批发市场。

（一）初级市场。这类市场多数是在自发形成的集贸市场基础上，建设和组织起来的。主要特点是：市场设施比较简陋，一般开辟一定的场地，搭建交易棚，有的设有简易仓储设施，功能单一，规模不大。由于设施较差，经营者一般早出晚归，进行赶集式的交易，“日出而聚，日落而散”，带有民间的传统交易色彩，市场辐射力不强。但市场投资少，费用负担轻，见效快，便于组织建设。因此，适合于我国点多面广的农村乡镇的区域性中小市场、城市的大宗农副产品批发市场及占地较多的废旧品、旧物料市场等低收益的市场。这类市场在我国现有的专业批发市场中所占比重较大，它是我国专业批发市场体系的基础，对农村市场经济的发展和城市“菜篮子”市场的建设具有不可忽视的重要作用。例如：原浙江瑞安市城关工业品批发市场，由一条200米长的街道和众多的小巷组成6万平方米的大市场，设有服装、棉布、毛线、鞋类等6个专业批发市场，摊位5000余个，年成交额3.5亿元。嘉兴郊区王江泾南方丝绸市场为当地上万台织机生产的布料提供交易场所，该市场年成交额为2.7亿元。此外，还有河北安国县祁州药材市场、赵县梨果批发市场、徐水县崔庄废旧汽车解体市场，辽宁海城市鞍山蔬菜批发市场，江苏南京市白云亭农副产品批发市场，安徽亳州中药材批发市场、颍上粮食市场，广东广州天平架水果批发市场，四川新都县粮食专业批发市场，山东临沂毛线批发市

场，湖南常德市桥南工业品市场，广西玉林粮食市场等等。

（二）组织化程度较高的市场。这类市场，指在原来初级市场的基础上经过改建和扩建，或为搞活商品流通兴建的，有组织、有领导的市场。具有场地面积较大、服务设施配套、管理和服务组织机构健全、功能完善、市场的组织化程度较高等特点。广泛分布于县城、大集镇和城市市区，是我国专业化批发市场的骨干力量。如具有现代化设施和规范化管理水平的义乌市中国小商品城和绍兴中国轻纺城等大型市场，安装有自动扶梯，设有电视监控室、电脑信息处理库等现代化管理设备。配套设有银行、邮电、运输、餐厅、客房、仓库、停车场、业务洽谈室、商品展销厅等设施，为购销双方提供商品交易、资金结算、商品运输、商品信息传递，以及吃、住、娱乐等全方位系列化服务。市场内管理组织机构健全，设有管理委员会和负责具体管理的市场管理处，及分片管理的管理办公室、管理组，还设有法律咨询处、合同监证处、税务所、治安民警值班室、服务台、运输队、搬运队等为市场配套服务。市场内党支部、个体劳动者协会、民兵组织等较为健全，保证市场活而有序地运转。由于这两个市场规模不断扩大，管理水平不断提高，市场越办越兴旺。1993年义乌中国小商品城和绍兴中国轻纺城成交额分别为45.2亿元和35.6亿元，均比上年增长一倍多。

（三）规范化的专业批发市场。这类市场在我国目前总体上看，总量不多（约30多个），有的虽然已建立，但机制还不很完善，有待于进一步发展，这些市场主要有中央国内贸易、化工等部门或各省市政府在全国一些商品重要集散地和交通枢纽设立的中央级专业批发市场和全国性批发市场，引进国际通用的现货和期货交易机制及规范化管理手段。如国

家有关部门办的有河南郑州粮食批发市场、北京国家化工市场、上海金属交易市场、江苏南京中国南方木材批发市场、中国吉林化工市场、山东烟台国家化工物资交易市场。省级有关部门办的有：浙江化工市场和物资市场、江苏南京建筑材料市场、山西太原“物资城”、天津煤炭交易市场、武汉市生产资料市场、北京延庆煤炭市场、九江粮食批发市场等等。这些市场的主要特点是，实行会员制，采取竞价、协商、拍卖等方式进行现货和远期交易，挂牌经营。市场的容量大、经营管理手段比较先进、比较规范，适用于高度发达的商品交换和大容量、全国性和世界性商品大流通，代表我国专业批发市场的发展方向。如我国第一个现代化的粮食交易市场——郑州粮食批发市场，开业一年来有20多个省的粮食经营企业进场交易，会员348家，担任省际间议价粮油的调剂交易任务。1992年成交各种粮食140万吨，成交额为12亿元，其中3—6个月的中期合同占交易总量的三分之一，合同履约率达90%以上，其粮食价格对全国粮食交易价格起指导作用。又如化工部、物资部、山东省政府和烟台市政府联合创办的烟台化工物资市场安装了110个电脑终端和由一台NF450超级网络服务器组成的电子计算机网络系统进行管理。这类市场的出现标志着我国专业批发市场发展开始向现代化、国际化市场迈进了一大步，对发展内外贸易，促进社会主义市场经济的发展有着十分重要的意义。

四、市场布局日趋合理化

我国专业批发市场最初是从浙江、辽宁、湖北等沿海地区和内陆平原开始发展的。近几年来，随着改革的深入，各地普遍重视市场建设工作，专业批发市场在全国各地蓬勃兴