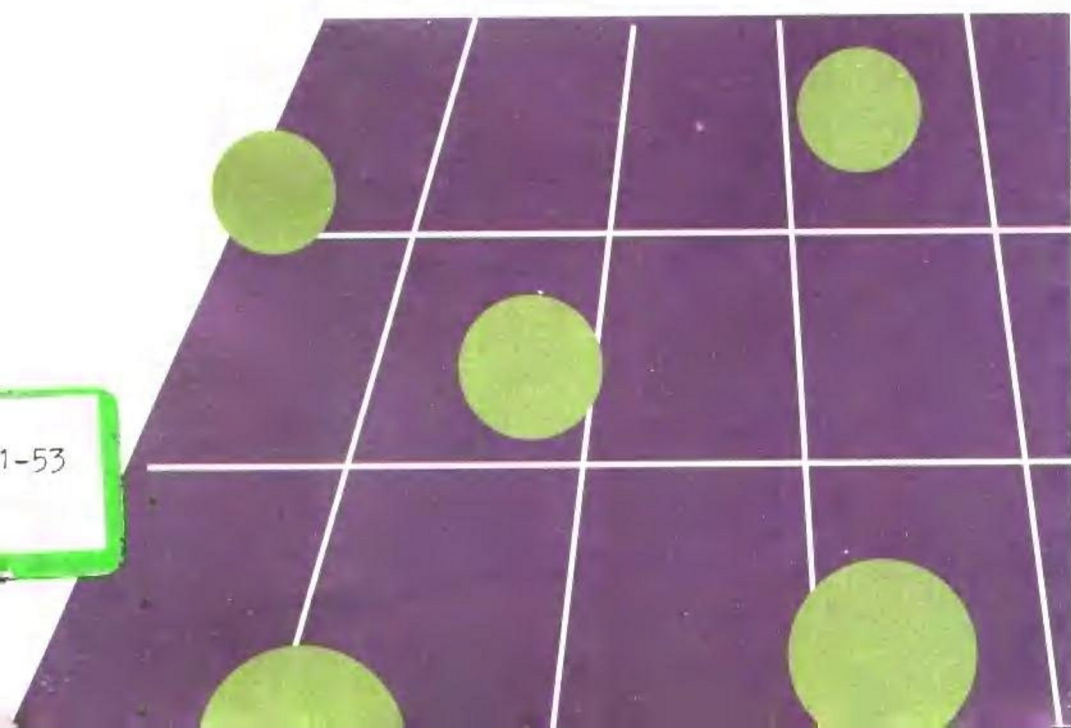


中国批发市场 发展战略

■ 赵杰 张宝林 主编

1-53



中国批发市场发展战略

主 编:赵 杰 张宝林

副主编:才立新 彭克全 王 彬

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国批发市场发展战略/内贸部市场建设司编. —北京:中国商业出版社, 1997. 6

ISBN 7-5044-3447-7

I. 中… II. 内… III. 批发商业-市场-发展战略-研究-中国 IV. F722.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 10729 号

中国批发市场发展战略

责任编辑:樊景辉

责任校对:彭克全

中国商业出版社出版发行

(邮编 100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店北京发行所发行

海洋出版社印刷厂印刷

1997 年 6 月第 1 版 1997 年 6 月第 1 次印刷

850×1168 毫米 32 开 12.875 印张 325 千字

印数:5000 册 定价:28.00 元

ISBN 7-5044-3447-7/F·2025

前 言

商品市场是我国市场体系的重要基础。“以批发市场为重点，积极发展现代流通组织形式”是《国民经济和社会发展“九五”计划和2010年远景目标纲要》提出的发展商品市场的重要内容，其把批发市场建设提高到国民经济发展战略的高度来认识和部署，为我国批发市场的发展指明了方向。

国内贸易部组建以来，非常重视批发市场的建设、管理和培育。先后颁发了《全国商品市场规划纲要》和《批发市场管理办法》，召开了两次批发市场发展工作会议，积极引导批发市场朝着健康的方向发展。内贸部提出的“五三一”工程，把批发市场的建设和管理列为我国商品市场发展的重点，加强批发市场建设和管理的力度。近几年，内贸部在探索适合我国批发市场的发展模式，完善批发市场的交易模式，开发市场服务功能，规范交易行为等方面作了大量工作。经过十几年的培育，我国批发市场取得了长足的发展。目前，全国各类商品市场有10万多个，交易额占全社会商品零售总额的37.5%。初步形成了一个以农产品批发市场为重点的，有形市场与无形市场相结合的，中央和地方两级管理的批发市场体系，为建立统一开放、竞争有序的商品市场体系奠定了良好基础。

目前，我国正处在由传统计划经济体制向市场经济体制转变的时期，如何以批发市场为突破口，探索适应我国经济发展的市场组织模式，充分发挥批发市场在实现资源配置，衔接产需，调控物价等方面的作用，是我国批发市场发展过程中急需解决的问题。我国批发市场从数量上和建设规模、设施等硬件建设上都已初具规模，但在法规建设方面相对滞后，市场管理体制也混乱，

阻碍着批发市场的发展。特别是一些部门对批发市场的建设发展存在着模糊的认识，出现了一些不利于批发市场发展的思潮。

为推动我国批发市场的发展，探索批发市场的发展模式，不断完善批发市场的功能，国内贸易部市场建设管理司和中国物资报社共同组织了“中国批发市场建设研讨会”。参加会议的有国内贸易部党组成员、办公厅主任丁俊发，市场建设管理司副司长赵杰，国家计委市场司司长高铁生，国家体改委市场流通司司长阎克庆，国家经贸委税则办主任姚成海，国家工商局市场司副司长宁望鲁等流通领域的领导及北京市建委的有关领导和陶珪、晓亮、何伟、倪心一、贾履让、秦毅等长期从事流通研究的专家学者，还有北京的部分批发市场的经理。会议围绕我国批发市场发展的现状、生存环境、发展基础、现阶段的特点、批发市场的改革情况、出现的新特点和新问题、发挥的作用、发展的方向等作了广泛研讨。与会代表一致认为，我国批发市场已经取得了阶段性的成果，但仍需进一步发展和完善。这次会议得到了北京市建委和北京建材经贸大厦的大力支持，在此表示感谢。

为加强我国批发市场的宣传活动，我部市场司和中国物资报社专门组织了历时3个月的“市场建设系列”宣传，在《中国物资报》上开辟专栏进行报道，请国务院有关部委主管商品流通部门的负责人及有关政府官员、专家学者、批发市场管理人员等从不同的角度来探讨我国批发市场的现状和发展方向。这次报道全面系统地宣传了我国批发市场建设的政策、理论、建设规划和发展战略，反映了我国批发市场建设和管理方面取得的成绩，探索了批发市场的发展方向。

这次报道，引起了社会各界的广泛关注，特别是一些从事批发市场建设和管理的实际工作者纷纷来信来电给予高度评价，并要求我们把这次报道汇编成册，以便系统研究和学习。为此，我们对这次报道的材料进行了整理、汇编。

这次批发市场研讨会只是我国批发市场研讨的开始，今后我

们将继续召集社会各界人士广泛探讨批发市场的建设和发展，并及时作宣传报道。

在汇编本书的过程中，我们还收集了国内贸易部颁布的有关批发市场方面的法规性文件和研究报告，同时还收集了台湾农产品批发市场的有关法规。感谢石家庄汽车中心批发市场为本书的出版提供的大力支持。衷心希望本书能对从事批发市场的管理人员和实际工作者有借鉴和指导作用。同时也希望广大读者在批发市场的实践中给我们提出宝贵意见和建议。

编者

一九九七年五月

目 录

第一部分

中国批发市场建设研讨会纪要·····	(3)
搞好批发市场建设 促进商品经济发展 ·····	(12)
陆江副部长谈批发市场的建设与管理 ·····	(17)
市场建设取得阶段性成果 由试点进入常规发展阶段 ·····	(22)
谨防批发市场建设步入误区 ·····	(26)
批发市场建设要居安思危 ·····	(29)
因地、因市、因物、因时建设批发市场·····	(33)
批发市场建设要规模配套和论证 ·····	(38)
规范和维护批发市场秩序 ·····	(43)
批发机构在商品流通中是必不可少的 ·····	(48)
日本批发流通体系与批发市场 ·····	(52)
国外批发市场发展概况 ·····	(61)
正确认识批发市场的作用和功能 ·····	(68)
发展多种形式的批发市场交易模式 ·····	(74)
当前地方批发市场发展的新特点及新问题 ·····	(77)
承前启后 做好跨世纪的批发市场发展规划 ·····	(86)
发展经纪人 完善批发市场 ·····	(94)
经纪人交易制是批发市场发展的必然趋势 ·····	(97)
办好批发市场 促进名牌商品发展·····	(101)
让批发市场尽快成熟起来·····	(105)
生产资料批发市场的集约化与代理制·····	(109)
对钢材市场建设的思考·····	(115)

钢材批发市场的作用·····	(119)
加强管理 搞好服务 办好钢材市场·····	(125)
不断发展和完善木材批发市场·····	(133)
论新型生产资料批发市场的组织模式·····	(139)
发挥政府职能 推进市场建设·····	(144)
煤炭交易市场的功能亟待完善·····	(151)
谈农产品批发市场的作用·····	(156)
建一个市场 兴一方产业 繁荣一片经济·····	(161)
占领蔬菜阵地 再现国有辉煌·····	(164)
总结过去 迎接挑战·····	(167)
首都最大的“菜篮子”·····	(170)
粮食市场该如何管理·····	(177)
粮油批发市场体系的建设和培育·····	(180)

第二部分

全国商品市场规划纲要·····	(187)
统筹规划,合理布局,	
建立统一、开放、竞争、有序的商品市场体系 ·····	(200)
批发市场管理办法·····	(206)
整顿流通秩序 规范市场行为	
将批发市场建设和管理纳入法制化轨道·····	(217)
部分省市批发市场主管部门处长会议纪要·····	(222)
意大利农产品流通及其借鉴意义·····	(233)
赴意农副产品批发市场经营与管理培训报告·····	(250)
转变旧观念,确立新思路,	
全方位认识、开发、建设我国批发市场·····	(262)
发展经纪人是完善市场体系的重要环节·····	(277)
批发市场知识·····	(289)
国内贸易部批发市场审核公告·····	(300)

批发市场公告名单(第一批).....	(300)
批发市场公告名单(第二批).....	(304)

第三部分

台湾农产品市场交易法.....	(313)
台湾农产品批发市场管理办法.....	(364)

第一 部分

中国批发市场建设研讨会纪要

1996年4月5日，由国内贸易部市场建设管理司和中国物资报共同组织召开的“中国批发市场建设研讨会”在北京举行。参加研讨会的有内贸部办公厅、内贸部市场司、国家计委、国家体改委、国家经贸委、国家工商局等有关部委主管市场流通的负责同志和部分专家学者。

会议围绕着中国批发市场的建设情况以及存在问题进行了认真研讨，并对批发市场的现状、组织管理、市场设施、交易手段、交易方式以及中国批发市场应由低向高循序渐进走向现代化等问题充分发表了意见。大家认为，经过这几年的时间，中国的批发市场现在已经比过去有了一定发展，已经出现了一些有功能、设施、服务方式等方面都较为现代化的市场。但与国外先进水平相比，还有一定差距，尤其是在市场信息现代化上还需要进一步提高。研讨会上，大家各抒己见，畅所欲言，充分发表了意见。

批发市场必须走入现代化

国内贸易部党组成员、办公厅主任丁俊发：要把流通看作影响国民经济发展的的重要因素。现在抓流通的现代化已经是时候了。目前，我国商业流通中的零售市场，其购物环境、场所和购物方式与现代化流通标准还有差距，包括批发市场的信息功能和结算方式还没能充分发挥出来，还没有真正形成象样的现代化批发市场。

我国批发市场中的工业品批发市场有较强的生命力，极具中国特色，这说明国外没有的中国不一定不能有，但工业品批发市

场面临一个巩固提高的任务。批发市场的发展不仅有个内部机制问题，还有个外部环境的问题，有关部门应对市场进行协调管理，并有一个总体规划。作为批发市场主体的企业，应当有个大的发展。

就我国批发市场的整体情况看，对资源的配置和繁荣地方经济，都发挥了重要作用。在我国，农副产品的流通就是要依靠批发市场，尤其粮食批发市场的指导作用是非常强的。粮油今后必须进入批发市场，内贸部今年要在上海、北京、海南、成都和郑州各搞一个示范性的农副产品批发市场。生产资料大量的还是要直销、代理，经过流通部门、供销系统来满足市场供应。去年，内贸部“五三一工程”建设主要是抓了通货膨胀、平抑物价，今年要腾出手来抓市场。

批发市场要抓好自身管理

国家经贸委税则办主任姚成海：据了解，我国现有批发市场中经济效益好的只占三分之一，最早形成的不少批发市场还是计划性的，形式有一级批发、二级批发、三级批发。

批发企业如何实现两个转变，如何在经营管理上、流通体制上适应市场经济的需要？我认为，一是要借鉴国外成功的经验，推进我国以批发市场为重点的商品市场体制的改革；二是批发市场体系的建设必须根据中国的特殊情况进行深入研究和不断的探索。

关于市场体系的建设还需要深入的研究，需要总体上的把握。目前市场流通秩序还很乱，市场的地区分割还很严重，今后的市场究竟如何发育，如何建设，如何管理，还需要规划。批发市场建设过程中还要抓市场自身的文化建设、法规制度建设、队伍建设，探索商品市场发育如何与金融市场结合？

批发市场建设要少走弯路

国家计委市场司司长高铁生：建立社会主义市场体制，必须要建设社会主义市场体系。建设市场体系主要是建设商品市场体

系，中国批发市场的出现和发展是有其必然性的。改革，就是要从旧体制下走出来形成新体制，既然要搞市场经济，就不能再轻视流通，不能再排斥市场。从实践部门到理论部门，从城市到农村都已经认识到，中国必须要坚持走市场化的道路，必须要建设市场。中国因为过去长期排斥市场，轻视流通，因此流通一直处于落后、萎缩状态。然而现代化社会大生产，不能没有流通，发展社会主义商品经济，不能没有流通。目前情况下，我国商品流通体系中见效最快、成本最低、最能适应农民生产积极性和乡镇企业发展需要的，就是集贸市场、批发市场，它们发挥了决定性作用，具有强大的生命力，在相当长一段时间内将无法替代。

根据我国国情和市场发展的一般规律看，中国现代化流通的发展还不是一朝一夕的事情，在一段时间内批发市场还将继续发展，它的存在不容否定。但随着人民生活水平提高，当我们的企业由小到大、由弱到强发展起来之后，当现代化的流通形式如配送中心、物流中心、超级市场、连锁业迅速发展起来之后，哪些批发市场继续生存，哪些批发市场将要消亡，就有个自然淘汰的过程。

农副产品批发市场中国有，外国也有，农副产品批发市场的存在是因为这种商品很难规格化，它的品质好坏、新鲜程度、色泽如何、外形大小是不可能靠生产来整齐划一的，况且萝卜白菜各有所爱。还有服装类等款式多变不断推新的商品，需要货比三家，需要用眼睛去看，需要体现手感的商品，在相当长的时间内要走批发市场的道路。一些无力构建大的销售网络的中小企业，在它们的羽翼还没有丰满起来之前，还需要依靠批发市场。因此批发市场要根据其商品的适应性来考虑自身的发展，避免批发市场建设中的盲目性。

目前，部分批发市场中还存在逃税避税、假冒伪劣等问题，需要下大力气解决。一些批发市场的交易手段还比较落后，还需要提高市场层次。

批发市场发展需循序渐进

中国社科院财贸经济研究所研究员贾履让：批发市场，是在旧的流通体制被打破，新的现代化流通体制还没有建立起来的背景下产生的一种新的商品流通形式，真正适合市场经济要求的流通体制还没有建立起来。现阶段，在相当长一段时间内，批发市场是适应生产力发展需要的，是适应生产关系发展要求的，对促进生产、满足需求起着不可低估的重要作用。我认为，现在要从政策的支持和引导上积极促进和扶持批发市场的发展。

商品流通的方式也要随着生产力的发展而发展，随着科学技术的发展而发展，要形成由低到高的发展过程。商品市场的内容及形式都不应是一成不变的。它应在有利于经济效益的提高、有利于交易成本的降低的前提下不断发展变化。

批发市场建设要从实际出发

国家体改委市场流通司司长阎克庆：体改委流通部门今年要在两个方面做点深入研究，一是批发市场建设，这里包括有形市场和无形市场；另一方面是培育市场中介组织。我认为，还要有个全面的统筹规划。

批发市场建设要因事制宜、因物制宜、因时制宜、因地制宜，注重从实际出发。

因地制宜——在建市场之初，首先要根据地区特点搞清楚将要建设成为产地市场，还是销地市场或是中转市场，从而明确市场建设的发展方向。一个地区将要建什么市场，在哪里建立市场，对场所的认定，对市场主体资格的认定，必须由政府来管理。

因事制宜——它符合发展什么，是产地市场，是销地市场，还是中转市场，必须考虑市场建立起来它的支撑是什么。

因物制宜——不同的商品具有不同的交易形式，特别是有形市场一般适于农副产品这类鲜活商品。生产资料的有形市场在国外无论东方或西方的确都不多见，国外一般是根据期货市场的价

格导向来进行生产资料的交易。当然中国有自己的特色，不是国外没有的中国就不能有。

因时制宜——中国还处在从计划经济向市场经济发展的过程中，在这个过程中完全照搬国外的做法是要出毛病的。中国生产资料市场从目前看是有存在的必要和存在的理由的，现阶段它对于解决中小用户的需求、满足市场的需要确实起到了不可忽视的作用，包括有形的钢材市场、水泥市场、建材市场，但它们中标准化程度很高的产品，一段时间后就会完成这个有形的现货交易过程。在这个过程中，国家要不断调整政策，加强对批发市场的引导，使它们向世界先进的批发市场靠近。

我们这次研讨会在北京建材经贸大厦召开，很有意义。希望北京市建委系统的批发市场建设搞出新的成绩。

国有企业应充分借助和培育批发市场

国家工商局市场司副司长宁望鲁：北京建材经贸大厦经过这两年的发展，取得了一定的成绩，对物资批发市场发展具有借鉴意义，非常值得宣传。关于生产资料市场的流通到底采取一种什么样的形式更好？理论界、企业界似乎都认为农副产品搞集贸市场和批发市场没问题，但生产资料搞成集贸批发不一定适宜，因为国外设有成功的典型，我国也不要搞生产资料批发市场。我们曾对这个问题进行过探索。认为这个问题必须从国情考虑。我国流通现代化程度低，众多的中小企业没有能力去建立自己完整的经销网络，另外农村的工业化、农业的商品化，千家万户的农民要进入市场，还需要批发市场来把它们连结起来，给它们提供信息和商品。因此我们提出过生产资料也可以搞些集中的现货交易，并在全国作了推动，全国也形成了不少集中有形的生产资料交易市场。一方面缓解了大中型企业的困难，一方面也带动了地方经济的发展，吸引了不少国家大企业进入市场。实践证明生产资料集中起来交易的这种现货批发市场还是有生命力的。

我国流通业的主力军、主渠道应当积极进入批发市场，充分

利用好这个市场。目前我国许多大的国有企业搞不活，其中一个很大原因就是不会借助这个市场、培育这个市场、建设这个市场、依托这个市场。而其它经济成份则在它一产生的时候就投入这个市场，利用这个市场，使自己立住了脚根。

不要把集中交易的有形市场作为市场发育的唯一形式，国有流通主渠道还应广泛开展销售代理，推动现代市场营销手段和现代化流通形式的发展。

中国社科院财贸经济研究所教授陶珪：在生产资料当中，有一部分产品是可以以集中交易的形式来实现其批发功能的。究竟哪些产品宜于进入有形市场，尚需要进一步研究。如建材产品，它的标准化程度低、挑选余地大、有一定的流行期，这类产品进入批发市场非常适宜；而其它标准化程度低，挑选余地小的产品就不宜建成批发市场。

通过对一些批发市场的考查发现，政府在转换职能过程中是可以通过行业对市场进行规范，对生产与用户的衔接这一过程来实现调控性的管理，来治理伪劣，来理顺流通渠道。

关于生产资料专业批发市场的发展前景，我认为必须考虑三个方向。一是要在市场建设的同时重视市场中介组织和机构的培育，通过中介组织使市场与社会形成紧密联系；二是必须以信息交换为中心，形成商流、物流、信息流三流分离的配套机构，为用户提供大量的资源品种、产地、特色、用途等信息，同时为人们提供国外市场信息；三是要使专业批发市场的组织管理、服务功能、交易手段不断上档次，并以此来吸引更多的用户。

中国人民大学经济学教授何伟：通过批发市场来配置资源，这是从计划经济向市场经济转变的必然选择。它有利于提高效率，提高效益，有利于市场规范化，有利于摆脱不正当竞争，杜绝商品的假冒伪劣。

在市场经济下，搞不搞批发市场，这其实是不以人们意志为转移的。批发市场具有自身生存的内在规律和内在魔力。我国刚