

中国农村市场模式研究

《中国农村市场模式研究》编委会 编

新华出版社



中国农村市场模式研究

《中国农村市场模式研究》编委会 编

(京)新登字 110 号

1283
中国农村市场模式研究

《中国农村市场模式研究》编委会 编

*

新华出版社出版发行

新华书店经销

机械工业出版社印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 9.125 印张 227 千字

1993 年 10 月第一版 1993 年 10 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-2189-3/F·276 定价:9.80 元

农村研究

十

编委会名单

主 任 赵福贵

副 主 任 赵金榜 魏贵欣

委 员 (按姓氏笔划为序)

许光建 刘 瑞 赵金榜

赵福贵 程卫平 魏贵欣

主 编 魏贵欣 刘 瑞

副 主 编 程卫平 许光建

撰写人员 (按姓氏笔划为序)

许光建 刘 瑞 何宜强

陈德礼 李辉华 程卫平

董正信(特邀)



7月12/10

序

正当我们深入学习贯彻党的十四大精神，努力为建立社会主义市场经济体制奋斗的时候，由保定地区行署工商行政管理局和中国人民大学的理论工作者撰写的《中国农村市场模式研究》一书出版了。这是一件值得庆贺，令人高兴的事。这部从我省保定地区农村专业市场的历史和现状入手，从理论和实践的紧密结合上，深层次地研究、探讨中国农村市场经济模式的力作，对我国亿万农民奔向小康，对我们的改革开放事业，对我省市场建设，都是大有益处的。

保定地区的农村专业市场历史悠久，早有盛名，其发展过程绝非一帆风顺。正是具有划时代意义的党的十一届三中全会“忽如一夜春风来，千树万树梨花开”，给农民群众提供了得以施展聪明才智和活动舞台的大好机遇。于是，象安国祁州药市、新城白沟市场、蠡县留史皮毛市场等国内外闻名的大市场，便迎来了无比繁荣兴旺的今天，并展示了更加光辉灿烂的明天。我们悉心探索这些市场的发展历史，将使我们更加自觉地培育和建设新的市场，给农民群众提供更为优越的生产和流通环境，促使他们在前进的大道上迈出更坚实的步伐，显示他们巨大的能量。

《中国农村市场模式研究》这部新书，对我们各行各业的同志，对我们各级领导干部、对我们的理论工作和实际工作者深刻领会市场经济都是大有裨益的。商品经济的存在已经有几千年的历史。

有商品经济就要有市场。没有市场就难以实现商品交换。至于市场经济的概念，最早出现在19世纪末资产阶级经济学家的著作中，并且首先在经济比较发达的资本主义国家确立起来，赋予了它鲜明的时代内容。当商品经济发展到一定程度，需要有一个统一的市场在全社会内进行资源配置时，才能叫市场经济。市场经济就是高度社会化和市场化的商品经济，是商品经济的高级阶段和现代形态。江泽民同志在党的十四大报告中把建立社会主义市场经济体制作为我国经济体制改革的目标，表明我们所要发展的商品经济不是一般意义上的商品经济，而是高度社会化、市场化的商品经济，是要把一切经济活动都纳入市场体系之中或与市场联系起来。市场机制将成为配置一切社会资源的枢纽，政府部门将不再通过行政命令的形式直接干预企业，而是要更多地采用经济杠杆间接对企业进行调控。我国的经济制度属性为社会主义性质，其运行属性为市场经济性质，市场法则将全面发挥作用。然而，市场机制也不是万能的，也有缺陷，必须用计划加以修正，无论是资本主义市场经济还是社会主义市场经济都是这样，都把计划作为一种调节手段。那种认为资本主义就是毫无计划可言当然是不对的。

就河北省而言，市场发育已经有了一个坚实的基础，但距离改革的目标模式还有不小差距。总的说来，市场体系还很不完善，各类市场发育不平衡，滞后于经济的发展，距离社会主义市场经济新体制的要求还相差很远。特别是生产资料市场和资金、技术、劳务、人才、信息等生产要素市场发育很不够，在市场整体结构中明显滞后于消费品市场。就消费品市场说，虽然已形成网络，但与全省当前经济发展仍不相适应，无论是在数量上、规模上还是在档次上、功能上、效益上都还很不够。说得再具体一点，综合市场与专业市场相比较，专业市场显得不够；批发市场与零售市场比较，批发市场显得不够；现货市场与期货市场比较，期货市

场显得不够；国内市场与国际市场比较，国际市场显得不够。我们一定要充分看到我们河北全省市场建设存在的问题，克服盲目乐观和畏难情绪，把握当前有利时机，进一步抓好市场建设，取得市场经济发展的主动权。

我们要放开眼界，放开手脚，树立超前意识和现代思想。把我们的经济由长期处于集中化、实物化、封闭化的计划经济时代的市场观念中解放出来，转变到能灵活运用市场机制，还存在不少困难，比如：

市场发育程度不平衡，产品与价格之间，产品价格与要素价格之间无论是形成机制还是比价关系都处于彼此矛盾相互脱节状态，无规则、应急性的政府干预又不断造成参数体系的重及扭曲。改革以来，市场机制所处的配角地位使它根本无力扭转这种局面，各种资源常常沿着与优化组合相反的方向流动和配置，造成长线越压越长，短线越拉越短。

市场力量与行政力量双向渗透。市场竞争基本上是在原有成份和行为规模格局下展开的，竞争者并非是同一起跑线上的市场主体。在这种情况下，企业要想立足于市场，通常都要“挂靠”于有实力的行政机构。各种超经济特权侵入市场，行政权力商品化、货币化，加剧了部门分割、地区封锁、市场拥塞和市场短缺以及时而又出现疲软。市场竞争基本上没有打破原有行政等级的界定，许多业务直接受政府制约。市场组织由于人际关系的过分渗透和人际组织的过分发育，破坏了经济组织的市场取向的构造程序，直接阻碍了市场发育的过程。此外，由于生产要素市场发展迟滞，企业经营机制迟迟难以转换。生产资料市场的双轨制价格，造成企业行为双重化——半行政半市场，更多的注意力是“抢”到最多的平价资源，承包制、租赁制等浅层次的改革并不能把企业的生产经营活动真正纳入市场取向轨道，而且还造成生产要素市场发育与企业改革相互冲突。

针对上述种种现实问题和困难，我们应该深层次地思考，究竟我们的市场发育的目标模式是什么样呢？我认为这个目标模式应该是：市场主体的专业化，自主化；市场客体的社会化与统一化；市场运行的规范化与可控化；市场信息的有序化与灵敏化。就目前来说，我省的市场发育状况，离这个目标还相距很远。为了在我省城乡建立起成熟的社会主义市场经济体制，我们必须从各方面进行努力，其中包括：使商品、资金、生产资料、劳务、技术、房地产、信息等市场普遍发育起来，并形成从批发（期货）到零售的体系，完全有能力承担生产者与消费者的需求。打破地区贸易壁垒，与全国的统一市场相衔接。完全转变政府职能，使政府对经济生活由直接命令职能转变为间接导向职能，由“管家”职能转变为服务职能。彻底割断政府与企业之间的“脐带”，把指挥权交给市场。使之真正成为具有勃勃生机的“自主经营、自负盈亏、自我约束、自求发展”的企业。此外，还应努力确立起等价交换、平等竞争、在市场面前人人平等的市场规范，用以约束经营者的行动，形成一系列诸如契约制度，经营法规、产权保障、标准监督、价格监测乃至商业道德等社会规范。而这一切，决非一朝一日所能奏效的。

社会主义市场经济体制的确立，是一个十分复杂的过程，势必交织着权益与权力的纷扰。我们应该努力学会利用各种经济的、法律的杠杆，有计划地按照事物固有的发展规律，顺利平稳地到达胜利的彼岸。而这部力作将会给我们以深刻的启示，成为我们行动的明镜和参照物。

郭洪歧

1993年8月

目 录

序	郭洪歧
---------	-----

上 篇 农村市场的理论透视

第一章 发展农村市场的意义	(3)
一、我国农村市场发展的基本格局	(3)
二、发展农村市场的意义	(6)
第二章 农村市场模式及成因	(13)
一、农村市场的模式	(13)
二、农村市场的成因	(20)
三、农村专业市场分析	(32)
第三章 新老市场的交替	(39)
一、传统市场的过去与未来	(40)
二、新兴市场的建设	(51)
第四章 农村市场的主体结构及行为	(60)
一、农民商人的崛起	(60)
二、乡镇企业的市场行为	(71)
三、国合商业企业的出路	(81)

第五章 市场管理者的责任 (85)

一、农村市场中市场机制的缺陷 (85)

二、农村市场管理的必要性 (88)

三、农村市场怎么管 (90)

四、农村市场谁来管 (92)

下 篇 农村市场模式的实证剖析

第六章 传统市场发展模式之一：从祁州药市到东方药城 (101)

一、安国市中药材专业市场发展概况 (101)

二、安国市中药材专业市场对安国经济发
展所起的作用 (122)

三、祁州药市存在的问题及其发展的前景 (131)

第七章 传统市场发展模式之二：中国皮毛第一市 (137)

一、留史皮毛市场概况 (137)

二、留史皮毛市场的形成与发展 (138)

三、留史皮毛市场的特点及作用 (143)

四、市场的引导与管理 (149)

五、留史皮毛市场的发展前景 (152)

六、中国皮毛城的建设 (155)

七、问题与启示 (159)

第八章 传统市场发展模式之三：挑战与出路 (164)

一、传统市场兴起的特定历史原因、作用

和局限	(164)
二、传统市场所面临的挑战	(171)
三、可能的前景及其对策	(174)
第九章 农副产品批发市场模式	(180)
一、保定地区农副产品批发市场的现状及 发展过程	(180)
二、农副产品批发市场功能分析	(185)
三、农副产品批发市场的建设、管理与培育	(189)
第十章 生产资料市场模式之一：庞口机动车 零配件市场	(198)
一、庞口市场形成的轨迹	(199)
二、庞口市场的特点	(200)
三、庞口市场的作用	(203)
四、一点启示	(207)
第十一章 生产资料市场模式之二：定州钢网市场	(209)
一、定州市钢网市场的形成与发展	(209)
二、定州市钢网市场的作用、问题及对策	(216)
第十二章 再生资源市场模式	(222)
一、市场概况	(222)
二、市场的形成及发展	(225)
三、市场的特点和作用	(229)
四、市场的综合管理	(235)
五、市场给予人们的启迪	(237)

第十三章 以市场为依托的乡镇企业发展模式 (240)

 一、高阳县和蠡县纺织品市场的成因 (240)

 二、市场对乡镇企业发展的促进作用 (242)

 三、乡镇企业对农村经济和整个国民经济
 发展的作用 (245)

 四、乡镇企业发展中的问题和对策 (251)

第十四章 从市场到商城的发展模式：白沟群落
 型市场 (261)

 一、市场的现状及其特征 (261)

 二、由单一市场向群落市场演变的过程 (264)

 三、围绕市场的本地经济结构 (275)

 四、从市场到商城的几点启示 (280)

后记 (283)

上 篇

农村市场的理论透视

本篇分别从五个不同的角度对我国农村市场的现状与历史进行了深入的理论分析。在今天的农村，民间市场已是三分天下有其一，具有突出的意义。农村市场发展形成7类模式，它们在相互推动和演进。形成农村市场的原因既有内外在因素，更有某些特殊之处。当前农村专业性市场是建设的高潮。在市场竞争中，新老市场处于交替状态，传统市场面临三种前途，新兴市场建设需要注意一系列问题。活跃于农村市场的主体是农民商人，这一批新型农民改变着农民阶级的形象，改变着农村的社会结构。乡镇企业是农村经济的支柱，它与农村市场同生死共存亡，有三种市场倾向。国合商业在官方市场继续占居着主导地位，但它已日益面临着非国合商业的挑战，出路只能是进入市场，参与公平竞争。最后，对农村市场运行中存在的缺陷提出了管理的必要性。但农村市场怎么管，谁来管理是一个需要深入探索的问题，本篇介绍了一种较为成功的管理办法和组织形式。

第一章

发展农村市场的意义

一、我国农村市场发展的基本格局

中国社会主义市场经济建立的进程开始于 70 年代末 80 年代初，到 90 年代初达到一个高潮。然而任何新事物都有一个开始的起点，以后再逐步扩广到各个方面。农村专业市场的起点在哪里？在农村实行家庭联产承包责任制。以家庭为生产经营独立单位制度的推行，为社会主义市场经济创立了一个基本的前提，即在农村培育了一大批市场主体。这些以农民为主的市场主体，独立经营，自负盈亏，从内在素质上初步具备了从事商品生产和交换的能力。然而，从外在条件上讲，市场经济所必须具备的运行机制，如供求机制、价格形成机制、竞争机制和利益机制则远远没有形成。随后一段时期的改革，在继续深化微观层次改革的同时，国家对农村流通领域也作了一些改革，如有步骤有条件地放开了一批农副产品价格，缩减了一部分农副产品的计划控制指标，1984 年国务院取消了对长途贩运的限制，允许农民进入流通进行商品交易活动。然而这些改革遇到了整个流通体制改革滞后的阻碍，在流通领域中国合商业继续占居着主渠道地位，所谓“官方”市场继续处在自我的封闭型循环中。由于“官方”市场的改革滞后，在主渠道内迟迟不能形成有效的市场运行机制，农民无法平等地进入这个市场与国合商业企业展开竞争。于是，农民以坚韧不拔的

毅力，绕过壁垒森严的“官方”市场，开始创建自己的市场，即所谓“民间”市场。这是由微观层次改革形成独立的市场主体之后的第二次改革，即新型的市场主体为自己寻找适于生存的空间。新的市场在那里兴起，新的市场主体在那里聚集，新的市场机制在那里开始运行，新的市场力量在那里形成。这样，当整个经济机制还继续在传统的轨道上负重行驶时，一个充满勃勃生机新的运行机制已悄然在农村中崛起。

农村市场的兴起，经历了一个曲折复杂的过程。在 70 年代末 80 年代初，当改革并未在所有的地方全面推行时，当人们的观念还束缚在旧有的框架之中时，农村市场的发展谈何容易。第一批“民间”的农村市场是在传统体制最薄弱的地方出世的，这与中国共产党领导民主革命建立红色革命根据地竟有某种相似之处。出世的市场曾经连续遭到取缔和轰赶，但是，它们仍然以顽强的生命力存活下来。1984 年前后，这一批市场逐步形成一定规模，市场发展达到一个高潮，在全国形成了以浙江的温州、安徽的阜阳和河北的保定为代表的农村市场聚集带。以后农村市场进入了一个徘徊、调整的时期。到 1992 年，在邓小平同志南方谈话和中国共产党第十四次全国代表大会精神激励下，我国农村市场发展出现了第二个高潮，涌现出象浙江的义乌、福建的石狮、河北的白沟等一批档次较高的农村市场典型。而白沟市场所在的保定地区继续处于整个农村市场建设与发展的前列。目前，农村市场的格局发生了较大的变化。全国的集市数在 1980—1985 年期间年均增长 7.07%，在 1986—1990 年期间年均增长 2.21%，1991 年则比 1990 年又增长 2.20%。其集市贸易成交额占农村社会商品零售总额的比重由 1980 年的 17.74%，增加到 1991 年的 30.59%。仅以保定地区所在的河北省为例，集市数在 1986—1990 年期间年均增长率达到 3.0%，高于全国增长速度，1991 年比 1990 年又增长 6.73%，而集市贸易成交额占农村社会商品零售总额的比重由

1985 年的 19.42% 增加到 1991 年的 29.11%。参见表 1—1。上述事实说明，无论全国还是河北省，同期民间的集市贸易成交额的增长都快于通过官方市场而成交的社会商品零售总额的增长。在农村，民间集贸市场已闯出了三分之一的天下，并且整个农村市场的发展形势还在继续向民间集贸市场倾斜。

表 1—1 农村市场发展情况

	单位	1980 年	1985 年	1990 年	1991 年
1、全国					
(1) 集市贸易成交额	亿元	211.0	511.6	1330.4	1542.9
增长速度	%		19.38	21.06	15.97
(2) 集市数	个	37890	53324	59473	60784
增长速度	%		7.07	2.21	2.20
(3) 社会商品零售总额	亿元	1189.7	2517.0	4565.1	5044.4
增长速度	%		16.17	12.65	10.50
(4) $\frac{\text{集市贸易成交额}}{\text{社会商品零售总额}}$	%	17.74	20.33	29.14	30.59
2、河北省					
(1) 集市贸易成交额	亿元		27.0	62.27	76.02
增长速度	%			18.19	22.08
(2) 集市数	个		2257	2617	2793
增长速度	%			3.00	6.73
(3) 社会商品零售总额	亿元	77.22	139.05	236.62	261.19
增长速度	%		12.48	11.22	10.38
(4) $\frac{\text{集市贸易成交额}}{\text{社会商品零售总额}}$	%		19.42	26.32	29.11