

市场·营销·开放

黄海论商品流通改革

中国商业出版

市场·营销·开放

黄 海 著

CD212/14

中 国 商 业 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

市场·营销·开放/黄海著. —北京:中国商业出版社,
1999. 7

ISBN 7 - 5044 - 3897 - 9

I. 市… II. 黄… III. 商品流通 - 经济改革 -
研究 - 中国 - 文集 IV. F724 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 26194 号

责任编辑:施 红

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

北京星月印刷厂印刷

850 × 1168 毫米 32 开 12 印张 310 千字

1999 年 7 月第 1 版 1999 年 7 月第 1 次印刷

定价:28.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

發展商業連鎖經營，
推動流通事業的現代
化。

李銳

一九九四年五月

这是国务院领导同志为作者主编的《商业连锁经营指南》
(中国商业出版社 1994 年出版)一书所作的题记。

前 言

1990年11月,中组部调配局的一纸调令,使我跨进了位于北京西长安街的中华人民共和国商业部的大门,也就此进入了商品流通工作这个全新的领域。十年来,我先后担任商业部经济研究中心副主任,国内贸易部商业经济研究中心副主任兼部政策法规司副司长,商业经济研究中心主任、部政策法规司司长,国家国内贸易局总经济师等职。回顾这十年,我国市场由商品短缺走向兴旺繁荣,由卖方市场走向买方市场,由销售疲软走向快速增长,其中的发展变化令人眼花缭乱。由于工作的关系,我不仅同全国人民一起,目睹了这一巨大的变化,而且作为商品流通体制改革的当事人,直接参与了许多政策、决策的调查研究和文件起草工作。

当前,我国改革开放的宏伟事业已进入攻坚的关键阶段,为了从改革的历史进程中吸取经验教训,我将十年来所发表的有关商品流通体制改革的部分文章,分为三个专题,按照发表的时间顺序汇集成册。这些文稿中,有十余篇有幸曾被国务院领导同志审阅并作出批示。十年来,我起草的文稿中,还有为数不少的作为政府文件或领导同志讲话,这里面包含着领导同志的思想和集体的智慧,自然不能收入本书。

需要指出的是,在今天看来,文章中的有些观点已经过时,或是被实践证明是不准确的(将在每篇文章前面的“要目”中予以说明)。为了忠于历史,本书的文稿全部按

照当年发表时的原样收进。这些观点在短短几年内就已过时，恰恰说明我国流通体制改革的突飞猛进之势。

古人道：“螳臂当车，不自量力。”我出版这本文集，也有不自量力之感，但目的是为了“螳臂推车”，助我国的流通体制改革一臂之力。

谨以此书，感谢十年来在工作上给我巨大支持和帮助的领导、同事和朋友们！

作者

1999年6月于北京

目 录

市 场 篇

“重生产轻流通”的观念应当改变·····	(3)
改革开放要更大胆一些·····	(9)
计划和市场不是判断姓“社”姓“资”的标准·····	(11)
社会主义也可以搞市场经济·····	(16)
办好批发市场 走向期货市场·····	(21)
中国的市场体系和运行机制·····	(37)
大型百货商场建设“热”应该降温·····	(47)
内贸工作要为国民经济持续快速健康发展服务·····	(52)
依靠“两个转变”求生存、图发展、创大业·····	(59)
对大连市商品流通工作情况的调查·····	(69)
关于县级流通改革的几个问题·····	(74)
酒类市场依法管理势在必行·····	(78)
有中国特色的重要商品流通渠道与模式研究·····	(82)
努力开拓国内市场 促进国民经济发展·····	(127)
贯彻落实《条例》 推进依法治商·····	(132)
进一步开拓和培育农村市场·····	(137)
农村流通体系目前应以非公有制经济为主·····	(142)
适应新的需求 发掘新的商机·····	(145)

营 销 篇

搞活国营批发商业·····	(153)
不失时机地深化商业改革·····	(156)

关于发展连锁商店的几个问题	(159)
我国商业应该发展连锁经营	(166)
连锁店:何时连起来	(169)
搞活企业 全盘皆活	(172)
我国商业发展连锁经营的对策建议	(175)
关于连锁经营的几个问题	(198)
积极稳妥地发展我国连锁商业	(205)
关于“十点利”讨论的意见	(213)
我国超级市场发展问题研究	(216)
我国连锁商业的发展现状与前景	(227)
抚顺市发展蔬菜连锁便民利民	(237)
促进我国连锁经营健康发展的重要举措	(239)
中国大型零售企业的前景与出路	(245)
准确定位是大型商场生存和发展的根本出路	(248)

开 放 篇

市场经济条件下的中国市场	(253)
日本连锁商店考察报告	(265)
就中日流通问题答日本记者问	(273)
日本超级市场考察报告	(277)
国外的特许连锁店	(289)
中国国内贸易对外开放的前景	(296)
日本、韩国农副产品流通考察	(301)
日本稳定蔬菜价格的若干对策	(306)
从发达国家看零售业发展趋势	(313)
中国流通领域对外开放的回顾与思考	(320)
加拿大、巴西商品流通考察	(329)
对澳大利亚等国连锁经营的考察	(334)
出访日、韩、泰三国的考察报告	(341)

德国、法国商业考察	(347)
中国商品流通领域对外开放问题研究	(355)
日韩开拓市场、扩大内需的做法	(371)

市 场 篇

“重生产轻流通”的观念应当改变

(1992年1月)

●本文第一节题为“把流通作为一项产业来抓”。文中提出“要重新评价流通的地位和作用……像重视抓生产那样重视抓流通”。

●本文第二节题为“重视流通对生产的引导作用”。文中提出“在我国已经出现某种程度的买方市场的新形势下……做到抓流通促生产至关重要”。

●本文第三节题为“进一步加大市场调节的成分”。文中提出“有部分同志总是把市场经济同资本主义等同起来”，提出计划与市场“不是区别社会主义经济和资本主义经济的根本标志”。本文发表后第三天，就有一位读者给报社写信要同作者“商榷”，信中说要“识破西方渗透的市场经济思潮”。

把流通作为一项产业来抓

按照马克思主义关于社会再生产的理论，流通同生产、分配、消费共同组成社会再生产的链条，循环往复，缺一不可。马克思明确指出：“在商品生产中，流通和生产本身一样必要，从而流通当事人也和生产当事人一样必要。”但是，由于我国长期以来商品经济

* 本文是作者起草的一篇文稿，发表于1992年1月28日《经济日报》。

不发达的影响,轻商抑商的思想一直很浓厚,很多人存在着“重生产轻流通”的观念,使流通成为国民经济发展中突出的薄弱环节。1986~1990年,国家对商业部系统的投资,在预算投资中的比重分别为0.82%、0.71%、0.57%、0.36%和0.24%,比重过低且逐年下降,严重制约了商业的发展。目前,主要由流通业组成的第三产业占国民生产总值的比重,我国仅相当于其他同等收入国家的一半。

“重生产轻流通”的一个重要思想原因,是不少同志认为流通不创造价值,从而忽视流通产业的重要性。诚然,马克思曾经讲过“流通或商品交换不创造价值”。但马克思在这里所说的流通,指的是在理论研究上区别于生产、分配、消费的纯流通概念,不能完全等同于现实生活中的商品流通,更不能误解为流通产业不创造价值。首先,在商品流通过程中,商品的运输、储藏、保管、分类、包装既是商品使用价值的运动,又为商品增加了价值和使用价值。其次,流通产业包括相当数量的加工业,仅商业部系统的商办工业到1990年末就有301万职工,年产值1114亿元,年利税58.6亿元,产值在国民经济各部门中名列第5位。商办工业的产品不仅满足了人民生活的需要,有些还填补了工业部门的生产空白。更为重要的是,商品的价值虽然在生产过程中已经随着劳动的凝结而产生,但这时还只是潜在的、没有实现的价值,只有通过流通环节使商品从生产者手中转移到消费者手中,才能实现商品价值的补偿。如果没有流通,商品便不能进入消费领域,商品的价值对社会是没有意义的。从这一点上说,流通环节实现价值的功能,不亚于生产环节创造价值的功能。目前很多生产企业纷纷建立庞大的自销队伍,其中有些是必要的,但也有不少是越俎代庖,造成巨大的社会浪费,这不能不说是我国流通产业发展滞后的一种惩罚。

流通的作用不仅在于实现价值,而且流通的速度还决定着再生产过程的速度,决定着创造价值的速度。在其他条件相同的情况下,流通速度的加快可以减少投入的资金数量,即以较少量的资金代替较多的资金在流通速度较慢情况下的作用,创造更多的价

值。总之,无论从马克思主义流通观的理论,还是从我国经济建设的现实出发,都迫切需要重新评价流通的地位和作用,真正把流通作为一项产业,像重视抓生产那样重视抓流通。

重视流通对生产的引导作用

长期以来,有不少同志片面理解“生产决定流通”的观点,形成了生产部门生产什么,商业部门就收购什么,零售部门就销售什么,消费者就消费什么的僵化局面,并且认为这是天经地义的。随着生产的发展和人民生活水平的提高,这种“以产定销”的思维定势使商业工作陷入困境,大批品种、质量等不尽如人意的商品销不出去,商业部门严重超储,“蓄水池”变成了“死水池”、“污水池”,最后不得不削价处理,既使商业部门遭受损失,也影响了生产部门的再生产过程。

出现这种流通不畅的状况,不仅是因为生产企业在产品结构、质量上存在问题,商业部门没有能够正确发挥流通对生产的引导作用也是个重要的原因。如何正确认识马克思主义关于生产和流通的关系问题,已经成为摆在我们面前的迫切问题。

马克思认为,生产决定流通,流通又反作用于生产,并在一定形式上对生产起决定作用。从流通发展的历史来看,流通对生产的反作用在不同的经济条件下是不一样的。在自然经济条件下,农民和手工业者所能提供的商品量很小,在社会总产品中所占的比重微不足道。作为自然经济主体成分的农民和手工业者,只是在产品有了剩余的情况下才拿出来交换,有时甚至只有在商人经营的情况下才形成商品流通。在这种经济条件下,生产对于流通的决定性作用是绝对的,而流通对生产的反作用相对很小。但是,在商品经济条件下,社会经济基础本身就是建筑在市场和交换之上,产品已主要不是甚至完全不是为了自己的需要而生产,而是以交换为目的。在这种经济条件下,无论是生产要素的提供,还是商品价值与使用价值的实现及补偿,都必须依赖于流通。虽然从生产为流通提供物质产品这一点来说,仍然是生产决定流通,但随着

商品经济的发展和生产的高度社会化,流通对生产的制约作用、决定作用日益明显和强化。忽视或违背这一点,就会受到经济规律的惩罚。

当前,在我国已经出现某种程度的买方市场的新形势下,正确处理好生产和流通的关系,真正做到抓流通促生产至关重要。据商业部信息中心统计,商业部门经营的主要商品,1991年初同1990年下半年相比,供不应求的有所减少,供过于求的略有增加;1991年下半年同上半年相比,供过于求的商品继续增加。要解决这个问题,需要几个方面共同努力。对商业部门来说,必须转变过去那种“生产部门生产什么,商业部门收购、销售什么,消费者消费什么”的思维方式,变“以产定销,以销定消”为“以消定销,以销定产”。消费者需要什么样的商品,商店就积极销售和采购这样的商品,并向生产部门传递信息,引导生产企业转变产品结构,提高质量,增加花色品种,充分发挥流通对生产的引导作用。对生产部门来说,应该把目光转向市场,同商业部门加强合作,积极生产适销对路的商品。对各级政府部门来说,则应进一步简政放权,减少对企业不必要的行政干预,把《企业法》赋予企业的各项权利真正还给企业。前两年,有的地方不顾市场需求状况的变化,用行政手段要求工业企业增加产值,又要求商业企业收购,结果出现了工业生产与市场需求增长不同步,而生产与库存却同步增长的不协调状况,到头来还是影响了地方经济的发展。因此我们不仅不能把流通看作是生产的附庸,而且要充分重视流通对生产的引导和调节作用,把流通和生产作为经济发展的两个轮子,推动国民经济持续、稳定、协调地向前发展。

进一步加大市场调节的成分

市场是商品交换的场所,从广义上也可以理解是商品交换关系的总和。商品在市场中有秩序地流通,可以在大范围内交流供求信息,在平等竞争中形成合理的价格,更好地按市场需求引导生产。商品经济区别于自然经济的根本标志,就在于生产的目的

是为了交换,市场的存在成为生产的前提条件。从这个意义上说,商品经济必然要求经营市场化。当然,我们所说的市场化同西方国家完全的市场经济不同:一是市场运行的基础是公有制而不是私有制,二是市场运行的机制是计划与市场相结合,而不是全部由市场自发调节。

既然市场是商品交换的前提,在建设有计划的商品经济新体制过程中,推进市场取向的改革就是不言而喻的了。十一届三中全会以来,我们把计划经济和市场调节结合起来,在培育竞争性的市场体系,引导商业企业发展为自主经营、自负盈亏的商品经营者,建立以间接调控为主的宏观调控体系方面,都有了长足的进步。目前商业部系统经营的商品中,属指令性计划和指导性计划管理的商品已由数百种减少到二十几种,绝大多数商品都已放开,由市场进行调节。今天的中国市场,商品丰富,琳琅满目,质优量足,人民满意。这都是引进市场机制,实现计划与市场相结合带来的丰硕成果。

《国民经济和社会发展规划》和“八五”计划纲要,明确提出要更多地发挥市场机制的作用。不久前召开的中央工作会议和十三届八中全会,再次重申要扩大市场调节的范围。因此,我认为90年代的商业改革,应注意抓好以下几个问题:

首先,要进一步提高对市场机制重要作用的认识。经过十年改革,人们对市场的认识大大前进了一步,但还不能说已经完全一致,仍有部分同志总是把市场经济同资本主义等同起来,因而尚存顾虑。计划与市场,作为调节经济的手段,是建立在社会化大生产基础上的商品经济发展客观需要的,因此在一定范围内运用这些手段,不是区别社会主义经济和资本主义经济的根本标志。那些符合社会化大生产和商品经济发展要求的通用做法,本身并不带有不同政治制度的性质。资本主义国家可以运用计划手段,我们为什么要对市场讳莫如深呢?在当今世界上,谁不搞市场,谁就是自甘落后。

其次,要积极而稳妥地继续扩大市场调节的作用范围。经过几年的改革,日用工业品已经基本上全部放开,蔬菜、水产品、水果等农副产品已在不同程度上放开经营,在食糖经营上也已适当加大市场调节的成分。经过多渠道供应的蔬菜,大城市占总供应量的50%左右,中小城市占到70%~80%,县城及县以下集镇已占90%以上。今后,凡是供求大体平衡的商品,如食油、猪肉等,都可以有计划、有步骤地放开,并允许多渠道经营。即使是关系到国计民生的重要商品(如粮食等),在完成国家定购任务后,也可以放开经营,进入市场。需要说明的是:放开经营并不是放手不管,而是在强化宏观调控的条件下,放开市场价格,利用价值规律来指导生产、搞活市场,既调动生产者和经营者的积极性,又使消费者的需求得到满足。

第三,要建立和培育完整的市场体系。建立和培育市场,是搞活流通,加强宏观调控,按经济区域组织商品流通,实现计划与市场相结合的经济运行机制的一项重要措施。现在不少人一谈起市场,就指零售商店和农贸市场。这种认识是很肤浅的。现代市场是一个完整的体系:从横向划分,有消费品市场、生产资料市场、资金市场、技术市场、劳务市场、信息市场,以及房地产市场等;从纵向划分,有中央市场、区域市场和初级市场等;从种类划分,有现货市场、期货市场等。按照这样的标准衡量,我国商品经营市场化的程度是远远不够的,建设和培育市场的任务非常繁重。目前,商业部已分别同河南省、四川省人民政府合作,联合开办了郑州粮食批发市场、成都肉类产品批发市场这两个中央批发市场,还指导一些地方政府和商业部门在哈尔滨、长春、九江、芜湖、武汉、长沙、威海等地开办了粮油区域性市场,推广湖北等地建设初级市场的经验。并同上海市人民政府商定,在浦东开发区筹建上海粮油交易所,逐步为建立具有中国特色的期货市场创造条件。