

第一部类 专文

ZHUAN WEN ZHUAN WEN

1995

责任编辑：
苏伯华

人

I. 专 文

深化改革 强化服务 为促进农村经济的全面发展而奋斗

陈俊生

一、过去工作的回顾

从1954年中华全国合作社第一次代表大会至今，供销合作事业走过了一条曲折的创业发展之路。供销合作社是党中央为了促进社会主义经济发展和引导农民走社会主义道路而决定创建的，始终受到党和政府的重视和支持。1949年11月，成立了中央合作事业管理局。1950年7月，召开中华全国合作社工作者代表会议，制订了社章，成立了中华全国合作社联合总社。1954年7月，召开了中华全国合作社第一次代表大会，在认真总结前5年工作的基础上，适应农业和农村经济发展的需要，制定了为农服务的办社宗旨、经营方针和管理制度，修改了社章，将中华全国合作社联合总社改名为中华全国供销合作总社，基本形成了供销合作社的组织体制和经营管理框架。全国供销合作社系统的广大干部职工在十分艰苦的条件下，全心为农，热诚服务，肩挑背扛，送货下乡，得到了广大农民的关注、支持和爱护，社农之间形成了休戚与共、水乳交融的亲密关系，促进了农业和农村经济的蓬勃发展。短短几年内，供销合作社不仅成为满足农民生产和生活需要、组织农村商品流通的主渠道，而且成为连结城乡、联系工农、沟通政府与农民密切联系的桥梁和纽带，在引导农民走社会主义道路方面发挥了重要作用。这是我国农村经济、农业生产在土改之后大发展的时期，也是供销合作事业兴旺发达的黄金年代。

1958年之后，供销合作社的发展经历了一个曲折时期。在“大跃进”和“文革”期间，由于“左”的思潮影响，与国营商业两次合并、两次分开，影响了供销合作事业的发展。1982年在机构改革中，全国供销合作总社第三次与商业部合并。这次合并与前两次有所不同，总社机构合并后，供销合作总社保留了名

义，对内对外开展了一些必要的活动；各地总结了过去两合两分的经验教训，绝大部分供销合作社没有同国营商业合并，使省以下供销合作社作为独立的组织系统得以保留，为以后的改革与发展奠定了基础。

1982年至今这段时期，尽管总社机构没有单设，但在党的十一届三中全会以来的路线、方针、政策指引下，在改革开放的宏观环境中，经过全国供销合作社系统广大干部职工的奋发努力，供销合作事业发展的主流是好的。应该说这是供销合作社发展史上积极探索、锐意改革、开拓进取、不断发展的时期。在此期间，党中央、国务院连续下发了一系列文件，对供销合作社改革的方向、目标、做法作了明确的指示，要求通过体制改革，“恢复和加强供销合作社组织上的群众性、管理上的民主性和经营上的灵活性”。“扩大经营范围和服务领域，逐步办成供销、加工、贮藏、运输、技术等综合服务中心”。“完全独立核算，自负盈亏，自主经营，由群众民主管理”。并且提出，“要按照合作社原则，尽快办成农民的合作商业组织，完善商品生产服务体系”。根据党中央、国务院的要求，全国供销合作社从1982年到1988年，进行了恢复“三性”（群众性、民主性、灵活性）、“五个突破”（劳动制度、农民入股、经营范围、内部分配、价格管理）、“六个发展”（发展系列化服务、横向联合、农副产品加工、多种经营方式、农村商业网点、科技教育）几个阶段性改革。进入90年代，又进一步“探索向综合性农业服务组织发展的新路子”，朝着建立以骨干产品为龙头的生产、加工、储藏、运输、技术等多功能、一体化服务体系的方向发展，取得了可喜成就。

恢复了集体所有制性质，改善了与农民的关系。通过清理社员股金、补发红利、扩大入股，全国农民社员已达1.6亿户，占全国农户总数的80%，入股金额达100亿元，比改革前增加了27倍。各级供销合作社

初步恢复了集体所有制性质和社员代表大会制度,一批农民社员进入了供销合作社的领导班子,逐步实行了民主监督和民主管理,与农民的关系有所改善。

加强了为农服务,促进了农业发展。改革以来,各级供销合作社积极参与农业社会化服务体系建设,建立了以庄稼医院为主体的各种服务网点 8.5 万个,配备农技服务人员 20 多万人,每年为农民供应化肥上亿吨,帮助农民测土配方施肥、植保防治 2 亿多亩。建立商品生产基地 4500 个,专业合作社、专业协会 3.3 万个,以农副产品为主的加工企业 3.2 万个,年产值 600 多亿元。

改进了经营方式,发挥了主渠道作用。以大中型商场、批发市场和专业公司为龙头,以工业品联购分销和农副产品分购联销为手段,逐步形成了具有自身特点的经营方式。积极开展了代购、代销、代贮、代运、代加工,发展总代理、总经销。认真执行国家政策,较好地完成了农资、棉花等重要商品的经营任务。1994 年全国供销合作社系统完成购销额近 9000 亿元,比改革前的 1981 年增长 5 倍多,是 1954 年的 40 倍,位居国内四大贸易系统之首。

改革了企业机制,提高了管理水平。实行了独立核算、自负盈亏、向国家纳税的制度;实行了经营管理人员的聘用制和职工的劳动合同制;实行了责权利相结合、劳动所得与劳动成果相联系的分配制度;实行了主任(经理、厂长)任期目标责任制、离任审计制和职工岗位责任制,稳定了干部职工队伍,企业管理水平有了一定程度的提高。

增强了综合服务实力,支援了国家经济建设。经过 40 多年的发展,全国现有 3.2 万个基层供销合作社,2300 多个县(市)联合社,28 个省(自治区、直辖市)联合社,干部职工 580 万人,经营服务网点 90 多万个,其中具有一定规模的综合商场 1 万多个。自有资金 708 亿元,其中固定资产 583 亿元,分别比 1954 年增加了 40 倍和 193 倍。40 年来供销合作社共上缴利税 1025 亿元,其中 1982~1994 年上缴 650 亿元。

扩大了对外交往,发展了外向型经济。1985 年 2 月,我国正式加入了国际合作社联盟,1988 年成为该组织的执行委员会成员国,1992 年又成为亚太地区合作社委员会主席国。与各国合作社之间的经济、技术、教育交流与合作日益频繁,目前已与美国、英国、法国、德国、日本、加拿大等 30 多个国家和地区的经济企业界合作,建立了 3000 多家合资、合作企业,吸引外资数 10 亿美元,在境外建立了一批合资企业和贸易机构。近年来,全国供销合作社每年组织出口货源 600 多亿元,为支援国家创汇做出了贡献。随着外贸体制的改革,供销合作社的直接对外贸易也有了一定发展,不仅开展了边境贸易,而且有 25 个省、市级供销合作社获得了进出口权,为中国农业和农民走向国际市场

提供了良好条件。

上述成绩是在各级党委和政府的领导下,在广大社员的热情支持下,经过广大职工的艰苦创业、辛勤劳动所取得的。多年来,全国供销合作总社各届理事会做了大量的工作,为供销合作事业的发展做出了贡献。这些成绩的取得,不仅为进一步深化改革趟出了路子,而且为这一次党中央、国务院制定《关于深化供销合作社改革的决定》以及成立中华全国供销合作总社创造了条件。

40 多年来,供销合作社的发展道路是坎坷曲折的。历史上的每一次合并,都有其复杂的历史背景和思想渊源,但有一点是共同的,就是忽视了我国以公有制为主体、多种经济成份必须长期并存的实际,认为社会主义所有制形式越大、越公、越单一越好。把集体所有制性质的供销合作社硬性合并,改为全民所有制,不仅平调了集体的财产,剥夺了农民的合法权益,而且阻碍了农村生产力的发展,损失是巨大的,教训是深刻的。如果不是历史上的几合几分,供销合作社必然会取得更大的成绩,供销合作事业必然会得到更大的发展,供销合作社在农业和农村经济中必然会发挥出更大的作用。

同时,我们还应清醒地看到,目前供销合作社还面临着不少现实的问题,有的还比较严重。一是改革距党中央、国务院把供销合作社真正办成农民群众的合作经济组织的要求还相差甚远,改革初期的一些好制度没有坚持下来;二是服务功能不强,一些供销合作社为农服务观念淡薄,合作社意识不强,供销合作社与农民群众基本上还是单纯的买卖关系,甚至有极少数单位和个人背离办社宗旨,经营作风不正,与农民群众的关系紧张;三是历史包袱沉重,据不完全统计,全系统有各种资金挂帐 200 多亿元,这些历史包袱有政策原因造成的,也有自身经营不善造成的,整个系统为此背上了巨额的利息负担;四是亏损严重,1994 年全国供销合作社亏损面为 34%,亏损额 40 亿元,其中基层社亏损面为 40%,亏损总额 15 亿元。有些基层社已经成了“空壳”社,占相当比重的基层社面临着严峻的生存问题;五是合法权益得不到保护,下放基层社、将公司“升格”、平调人财物、乱摊派、乱罚款现象严重,由供销合作社扶持发展起来的产品不让其经营,剥夺了供销合作社合法经营权益,给供销合作社造成了很大的经济损失,引起干部职工的思想波动,使队伍的稳定受到影响。这些问题的产生,既有组织体制不顺、领导不力、政策不配套的原因,也有我们在由计划经济向市场经济过渡过程中的不适应问题,等等。

总之,40 多年来,供销合作社有过曲折,但发展是主流,成绩是主要的。其间,供销合作社不仅经受了考验和锻炼,而且不断发展,走出了一条自强、竞争、联合、服务的创业之路,为今后的发展积累了宝

贵的经验。这就是：

第一，必须充分认识到供销合作社的问题实质上是农业、农村和农民问题。40多年来的实践证明，供销合作社与农业生产、农村经济和广大农民是同呼吸、共命运、休戚与共的。农村是供销合作社生存发展的坚实基础，供销合作社是农村稳定繁荣的重要力量。重视、加强供销合作社，农业、农村和农民就得利受益；忽视、削弱供销合作社，农业、农村和农民就受到损害。

第二，必须坚持供销合作社的集体所有制性质。历史反复证明，什么时候坚持这一点，供销合作事业就兴旺发达；什么时候违背农民意愿，以下放、升格、撤并机构等形式，把集体的财产收归国家所有，或以股份量化、职工自营的名义，把供销合作社的财产变为个体经营者所有，都是对农民社员财产所有权的侵犯和剥夺，不仅会脱离广大农民，损害农民的合法权益，阻碍供销合作事业的发展，而且对农业和农村经济的发展造成极为不良的影响。

第三，必须坚持供销合作社的为农服务宗旨。为农业、农村和农民服务，是供销合作社存在和发展的基础。坚持为农服务的办社宗旨，牢固树立为农服务的观念，做好为农业、农村和农民的服务工作，促进农村经济发展和农民收入水平的提高，供销合作社才能不断发展壮大。否则将会成为无源之水，无本之木。

第四，必须加强供销合作社的联合群体优势。合作与联合是供销合作社的本质特征。不仅要有组织上的联合，更要有经济上的联合。要坚持“联合社为社员社服务，各级联合社为基层社服务”的原则。联合社要依法维护社员社的合法权益，社员社也要尊重联合社的权威。只有充分发挥供销合作社的联合群体优势，才能在为农服务上有所作为，才能在市场竞争中立于不败之地。

供销合作社正在走向新的发展之路，今后的发展任务还非常繁重和艰巨。如果我们对目前面临的困难和问题不能正视，对供销合作社现状缺乏正确的认识，对今后的发展缺乏信心，不进行彻底的改革，供销合作事业就不会得到更大的发展。因此，我们必须对供销合作社的过去、现在以及将来的发展有一个全面、客观、正确的认识，正视面临的困难和问题，吸取历史的经验教训，通过深化改革，尽快加以解决。

加快和深化供销合作社的改革，强化综合服务功能，这是整个农村改革的一个重要组成部分，也是振兴供销合作事业的唯一出路。我们要认真总结供销合作社40多年来的经验教训，贯彻《决定》，抓住机遇，深化改革，进一步明确供销合作社发展的指导思想、发展目标和今后的工作方针，努力开创供销合作事业的新局面，促进农业和农村经济的繁荣与发展。

二、供销合作社面临的形势和任务

农业、农村和农民问题始终是一个关系到国民经济发展全局的根本性问题。在建立社会主义市场经济体制的新形势下，农业和农村经济面临着许多新矛盾和新问题，这些矛盾和问题解决得怎样，不仅关系到农村，也关系到整个国家的稳定和昌盛。发展农业生产，解决农业存在的问题，就要提高农业综合生产能力，增加农产品的有效供给，千方百计地提高农民收入。但是，我国目前农村实行家庭联产承包责任制，生产基本上还是分散在千家万户，农户的分散生产与市场需求之间缺乏有机的联系；生产的规模小和专业化程度低，农民始终在市场竞争中处于弱势地位；面临市场经济的汪洋大海，农民不知道选择什么生产项目、生产什么、产品能否卖出去、卖上好价钱，在农副产品生产、加工、销售过程中迫切需要各种服务。在这种情况下，如何引导农民面向市场，逐步调整农村产业结构和农产品结构，发展高产、优质、高效农业；如何引导农民进入流通领域，积极推行贸工农一体化，根据市场需要搞加工，按照加工需要安排原料生产，以贸工农的顺序组织生产和经营，就显得非常必要，任务也非常艰巨。我国12亿人口，9亿农民，要进一步促进农业发展、繁荣农村经济，就必须解决这些问题。这就要求依靠农民自己的力量，以合作的形式，建立一个能把一家一户分散经营与统一的大市场联系起来，为农民提供产前、产中、产后系列化服务，与农民结成利益共同体的经济组织。

合作社是进步的社会经济组织。从世界各国成功的经验看，解决农业和农村问题，一个有效的办法，就是引导和组织农民走合作社的道路。列宁早在《论合作制》一文中就指出，合作社在采用农民感到简便易行和容易接受的方法使社会过渡到新制度方面具有重大意义。他特别强调“使所有小农都能参加这项建设”。毛泽东同志在《组织起来》、《论合作社》等讲演中把合作社喻为经济竞争中的工具，是破除封建主义生产关系之后的生产制度上的革命，是第二个革命。邓小平同志1962年在谈到怎样恢复农业生产时讲到：“中央已经决定把全国的供销合作社普遍搞起来。搞好供销合作社，不仅有利于交易，而且还可以组织和促进生产，增加市场供应，使农民增加收入。”党中央、国务院决定成立中华全国供销合作总社，并于1995年2月专门下发了《关于深化供销合作社改革的决定》，明确指出：“当前，我国农业和农村经济正向社会主义市场经济发展，广大农民迫切要求提供各种经济、技术、信息服务和联合起来进入市场，国家也需要对农村经济加强指导和调控。供销合作社应该在这些方面发挥作用，担当起责任。”这里，我们可以清楚地看出，党中央、国务院对供销合作社改革作出决定，目的就是要通过深化改革，把供销合作社真正办成农民群众的合作经济组织，使之成为解决我国农业、农村和农

民问题的重要依靠力量。

今后一个时期内,全国供销合作社工作总的指导思想是:认真按照《中共中央、国务院关于深化供销合作社改革的决定》和建立社会主义市场经济体制的要求,抓住机遇,深化改革,强化服务,增强实力,加强联合,壮大基层,把供销合作社真正办成农民群众的合作经济组织,办成富有生机和活力的农村综合性服务组织,促进农业和农村经济的全面发展。

坚持这样的指导思想,要重点实现4个方面的改革发展目标:一是努力恢复和加强供销合作社组织上的群众性、管理上的民主性、经营上的灵活性,真正办成农民群众的合作经济组织;二是加快建立和完善农业社会化服务体系,努力成为农村的综合性服务组织;三是把供销合作社的发展建立在支持农业增产、帮助农民增收、促进农村繁荣上,同农民真正结成经济利益的共同体;四是承担国家委托的重要农业生产资料和农副产品的经营任务,宣传、贯彻党和政府有关农村经济和社会发展的方针、政策,反映农民群众的意见和要求,成为党和国家联系农民的桥梁和纽带。

实现上述改革发展目标,有许多有利的条件。从供销合作社本身来说,供销合作社原本就是农民群众的合作经济组织,与农业、农村和农民有着天然的密切联系,它在不改变农民独立的商品生产者地位的前提下,以合作社的形式把千家万户的农民联结起来,发展商品经济,为广大农民群众所乐意接受。40多年来特别是改革开放以来,供销合作社形成了贯通城乡、遍布全国的经营网络和服务体系,建立了较为完备的经营服务设施,具备了一定的综合经济实力,拥有一支庞大的懂经营、会管理、能服务的干部职工队伍,积累了丰富的经营服务经验。

从客观上讲,供销合作社发展正面临着前所未有的大好机遇。一是我国正在建立社会主义市场经济体制,为供销合作事业的发展提供了良好的客观环境;二是党中央、国务院高度重视农业、农村和农民问题,采取了一系列重要措施,全社会已形成了重视和加强农业和农村工作的大好形势,广大农民社员也有要求办好供销合作社、搞活农村商品流通的强烈愿望;三是党中央、国务院十分重视供销合作社的改革和发展,专门下发了《关于深化供销合作社改革的决定》,并决定成立全国供销合作总社,为供销合作社的发展提供了新的契机。

实现供销合作社改革发展的目标,是供销合作社适应社会主义市场经济要求和农村经济发展的重大转变。只要按照党中央、国务院的要求,深化改革,强化服务,供销合作社就完全有条件担当起联结城市与农村、工业与农业、政府与农民、农民与市场的桥梁和纽带,完全有能力在解决我国农业、农村和农民问题上发挥重要的作用。

三、今后工作的指导方针

实现供销合作社改革和发展的目标,要按照邓小平同志“有利于发展社会主义社会的生产力,有利于增强社会主义国家的综合国力,有利于提高人民的生活水平”的原则,把思想认识统一到《决定》上来,认真贯彻落实《决定》,加快和深化供销合作社改革。为此,在今后的工作中,应主要遵循以下10个方面的指导方针:

(一)真正把供销合作社办成农民群众的合作经济组织

认真贯彻落实《决定》,核心是要把供销合作社真正办成农民群众的合作经济组织,还社于民,还权于社。只有这样,才能从性质、宗旨及管理体制上保证供销合作社真心实意为农民服务,在解决我国农业、农村和农民问题上发挥应有的作用。

要坚持供销合作社财产属入社农民(包括入社职工)共同所有的集体所有制性质,要从法律上、制度上、政策上真正体现社员的所有者地位,保证入社社员的合法权益。对供销合作社的财产,既不能收归国有,也不能分给职工个人。已经这样做了的,要坚决纠正。为促进供销合作事业的健康发展,要尽快制定有关法律和法规。

坚持“入社自愿,退社自由”的原则,争取农民群众的广泛参与。要动员农民群众入股入社,对入社农民给予必要的优惠待遇,以利益为纽带把农民社员与供销合作社联结在一起。

(二)切实搞好综合服务

各级供销合作社必须把为农服务放在各项工作的首位,努力向农村综合服务组织的方向发展。进一步拓宽服务领域,农民需要什么服务,就积极提供什么服务。

要大力发展贸工农、产加销一体化经营服务。这不仅是供销合作社自身发展壮大的需要,也是今后农村经济的发展趋势。供销合作社要积极参与和支持农村产业化经营。要充分发挥自身贴近农业、农村和农民的优势,以县(市)联社为依托,围绕骨干产品,抓好龙头企业,以市场为导向,带动分散经营的农民,创办农产品商品基地和为城市服务的副食品基地。大力发展农副产品的加工和综合利用,发展出口创汇农业和高产、优质、高效农业。通过提高农业生产率,实现农副产品的加工增值,不断增加农民收入。

农村“买难”、“卖难”交替出现,生产波动,农民蒙受损失,主要原因是信息不灵,生产存在盲目性。加强对农民的信息服务,是一项十分紧迫的任务。我们要下决心尽快建立起全国供销合作社系统的信息网络,运用现代化的手段,及时收集、分析、预测、发布政策信息、市场信息、技术信息乃至气候信息,使广大农民能够随时了解党和政府的政策,了解市场需

求,知道应该发展什么,不该发展什么,从而确定发展生产的品种和数量,尽量避免盲目性和市场风险。

解决我国人多地少的矛盾,发展农业生产,增加农产品的有效供给,最终要靠科技。供销合作社农业科技方面的人才相对较少,投入不足,这是我们为农服务工作的一个薄弱环节。各级供销合作社的领导同志都应当从战略高度来看待这个问题,下大力量培养和引进农业科技人才,逐步巩固和扩大供销合作社自己的科技服务队伍,加大科技投入,增强科技服务的能力。加强与涉农部门的联合与合作,积极探索多种形式的科技服务,努力成为农业科技转化为现实生产力的依托和载体。

(三) 强化民主管理

各级供销合作社都要严格按社章办事,定期召开社员代表大会,把民主管理落到实处。各级社的领导机构中要特别注意吸收农民社员中的优秀分子参加。要改变基层社主任单纯由县联社任命的办法,实行民主选举。各级联合社也要逐步推行民主选举。供销合作社的重大决策要实行民主协商,经营管理实行民主监督,民主权利实行一人一票,充分体现民主性。任何组织和个人都不能剥夺入社社员参与民主管理的权利。要按照民主原则,理顺供销合作社的民主管理体制,把民主管理逐步规范化、制度化。

(四) 与农民群众结成经济利益共同体

要坚持对社员不以营利为主要目的、对外经济活动实行企业化经营的方针,把为社员服务放在首位。改革传统的经营方式,广泛推行各种形式的合同制、联营制、代理制,代社员购买,为社员推销,并争取卖一个好价钱,使供销合作社成为社员群众在市场上的代言人。

要认真搞好社员股金的管理和分红,取信于民,使农民社员真正体验到供销合作社是自己的经济组织。供销合作社在供销、加工、储藏、运输等环节的盈余,除留下一定比例作为公共积累、壮大集体经济实力外,其余要逐步推行按照交易额返利的方式,按合同规定返还给社员群众。

开展与农民群众更广泛的联合与合作。逐步发展消费合作、信用合作、保险合作、生产合作、运输合作、住宅合作、医疗合作等,与农民群众结成更广泛的经济利益共同体。

(五) 加强农村综合服务网络建设

大力加强服务网络建设,按照加强县级、完善乡级、发展村级的思路,调整人员结构,增加服务项目,提高服务质量,逐步形成以县联社为中心、基层供销合作社为依托、村级服务组织为前沿的综合服务体系。

发展农村经济、完善双层经营体制,最重要的一环在村一级。供销合作社在搞好村级综合服务组织的建设,使村级综合服务组织成为供销合作社为农民生产、生活服务的前沿阵地,使农民对供销合作社看得

见、管得着、用得上。基层社要相应调整自身的建制,完善自身职能,成为当地经济区域内的综合服务中心。县级供销合作社处于城乡的结合部,处于组织工业品下乡、农副产品进城的中心位置,必须加强自身的改革,转变职能,真正成为基层供销合作社的依托和后盾。

(六) 更好地发挥农村商品流通主渠道作用

认真贯彻执行国家的宏观调控政策,根据政府授权,搞好棉花及重要农业生产资料的组织、协调与管理。严格执行国家的价格政策,组织好采购、供应和储备。进一步完善棉花和农业生产资料的系列化服务体系,充分发挥主渠道作用,确保国家的宏观调控目标落到实处。

切实加强流通基础设施建设,尽快改变供销合作社基础设施薄弱的状况。配合集镇建设,抓好基层收购和零售网点的改造;加强和改善农产品的储运能力,搞好季节性调剂。按照网络化、集散型的要求,积极发展农副产品初级市场,重点建设区域性农副产品批发交易市场,并有计划地建设一批中央批发交易市场,形成比较完善的市场体系。

努力扩大经营范围,增强供销合作社实力。根据农民社员生产、生活的需要和建立社会主义市场经济体制的要求,大力调整经营结构,改进经营方式,搞活业务经营,在服务中求生存,在竞争中求发展。

加强联合与合作,逐步实行集团化经营。一要加强各级供销合作社之间的纵向联合。要把加强业务联合放在首位,以联合社为龙头广泛开展各种形式的联购分销、分购联销以及连锁经营。联合社的大型经营服务设施要重点为社员社服务,成为社员社走向大市场的依托。二要加强供销合作社之间的横向联合。发达地区供销合作社与不发达地区供销合作社之间,要加强联系,互助合作,优势互补,推动全国供销合作社系统的协调发展。三是加强与系统外部的联合。遵循自愿、平等、互利、互惠的原则,大力加强与其他各种经济成份、各种经济组织,特别是涉农部门的联合与合作,取长补短,相互促进,共同发展。

要加强位于大、中城市供销合作社的建设。这些供销合作社是整个供销合作社的重要组成部分,是供销合作社在城市的延伸和发展。要充分发挥交通、市场、信息、设施等方面的优势,按照立足城市,面向农村,城乡结合,协调发展的原则,积极参与大市场,开展大流通,组织好农副产品进城和工业品下乡,积极兴办跨部门、跨所有制,有益于城乡经济发展的实业。

(七) 进一步完善经营机制

完善供销合作社的经营机制,要有利于调动干部职工的积极性,有利于强化为农服务,有利于社有资产的保值、增值。不能把供销合作社改组为股份公司,但可以与其他经济组织合办股份制企业。除少数“边、

小、微、亏”专销生活资料和从事饮食、服务业的门店、柜组外,不能搞“社有个营”或“公有私营”。

供销合作社要依法自主经营。各级供销合作社理事会是本社财产所有权的代表,拥有对所属企业主要负责人的聘任和解聘权、企业重大经营和投资活动的审批权,以及对企业经营管理的监督、检查权。各级供销合作社的所属企业可以是独立的企业法人,拥有经营、用工、分配等自主权;也可以受本级供销合作社理事会的委托,在受权范围内,行使相应的权力。加强供销合作社的监督管理,不仅符合合作社原则,也是建立现代企业制度的需要,各级供销合作社要切实做好这方面的工作。

供销合作社的各类企业,应从实际出发,实行各种形式的经营责任制。加强企业管理,搞好扭亏增盈,切实提高效益。要搞好内部各项制度的配套改革。干部实行选举制和聘任制,职工实行劳动合同制。

(八) 下大力量加强基层供销合作社建设

基层供销合作社是供销合作社的基础,是直接体现农民群众合作经济性质和实现为农服务宗旨的基本环节。但是,当前基层面临的问题很多,困难很大,与农村经济的发展和市场经济的要求很不适应。因此,必须加大改革力度,千方百计振兴基层社,使之成为农村“两个文明”建设的阵地。

切实加强基层社的领导班子建设。对于经营活、效益好的基层社,要稳定其领导班子;对于亏损严重的基层社,要帮助选好主任。要打破基层社主任只能从职工中选拔的框框,不管是农民社员,还是职工社员,谁能搞好为农服务、促进农业生产、发展壮大供销合作事业,谁就有资格当选为基层社的领导。对于那些能力不高、事业心不强、软弱无力的现任领导,要通过民主程序,进行调整。

积极稳妥地按经济区调整基层社建制。按照发展社会主义市场经济的要求,结合农村集镇建设,适当调整基层社布局,扩大经营规模,提高规模效益。对于真正困难、当地又必不可少的基层社,要帮助其改善经营管理,采取具体的帮扶措施;对于真正扭亏无望、资不抵债、无发展前途的基层社,要按照法定程序和有关规定,实施破产或兼并。

加强基层社的经营管理。振兴基层社,归根到底要在自身管理上下功夫。要进一步建立健全企业的各项管理制度,努力克服以包代管、以租代管的现象,防止供销合作社集体财产的流失。

各级联合社要加强对基层社的领导和服务。各级联合社的机构设置要面向基层,服务基层。加强对基层社干部职工的培训和教育;加强对基层社的业务服务,组织基层社开展联购分销、分购联销和连锁经营,并实行利润返还制,让利于基层社,切实保护基层社的合法权益。要建立基层供销合作社发展基金,主要用于补贴“老、少、边、山、穷”地区的基层社和需

要重点支持的基层社建设。对于各级供销合作社的各种资金挂帐,特别是政策性亏损,要进行调查,摸清底数,分清责任,逐步加以解决。

(九) 加强国际合作,发展外向型经济

合作社是一个国际性的民间社会经济团体。供销合作社要充分利用这一点,积极加强同各国合作社之间的经济贸易合作与技术、教育交流,借鉴世界各国发展合作社的成功经验,促进我国合作社的发展。中华全国供销合作总社将继续代表中国合作社,积极参与国际合作社联盟的活动,不断提高我国合作社的国际地位。

要积极发展对外经济、贸易、技术合作,逐步实现供销合作经济的多元化、国际化。发挥供销合作社自身优势,兴办“三资”企业,开展“三来一补”业务,引进国外资金、技术和先进的管理经验,提高企业管理水平。目前全国有25个省、市供销合作社获得了进出口权,我们要充分利用好这个权利,组织好农副产品及乡镇企业产品的出口,大力开拓国际市场,带动广大农民社员提高产品档次,发展创汇农业,成为农业外向型经济发展的排头兵和生力军。

(十) 努力搞好精神文明建设

供销合作社在抓好物质文明建设的同时,要抓好精神文明建设。并且要把精神文明建设贯穿于物质文明建设之中,不能搞“两层皮”。供销合作事业是一项志愿者的事业,需要培养一大批甘愿为农业、农村和农民做贡献的志愿者,才能真正把供销合作社办成农民群众的合作经济组织。各级供销合作社必须把加强合作社的精神文明建设作为一项战略任务,切实抓紧抓好。要大力发扬供销合作社艰苦奋斗、勤俭办社的优良传统,努力培养一个懂经营、会管理、熟悉农业生产、对农业发展具有高度责任心、与农民群众有着深厚感情、廉洁奉公的合作社领导班子;造就一支能服务、肯奉献、全心全意为供销合作事业拼搏的职工队伍。要建立多层次的教育培训体系,大力发展供销合作社的高等教育、职业技术教育及各种形式的在职教育,培养和造就大批高素质的供销合作社人才。要突出抓好对干部特别是领导干部的培训,全面提高供销合作社干部的政治素质、业务素质和工作水平,使各级供销合作社主任不仅成为合格的企业家,而且成为合格的社务活动家,使每个供销合作社干部都成为优秀的合作社工作者。

解决好我国的农业、农村和农民问题,关键在于提高广大农民群众的科技文化素质,增强合作社意识。供销合作社要充分发挥自身与农民密切相联的优势,利用各种形式、多种手段对农民群众开展合作社知识、科学技术和劳动技能的教育和培训,把供销合作社办成精神文明建设的阵地。

要加强供销合作社理论方面的研究,充分发挥供销合作经济学会等学术研究团体的作用,推动理论与

实践相结合,促进供销合作事业的发展。

以上10条指导方针,是在总结过去40多年来供销合作社发展经验和教训的基础上,根据在新形势下供销合作社改革和发展的总体目标提出来的,是我们工作的大方向、大思路,应该说是具有广泛的指导意义。但由于各地供销合作社的发展还很不平衡,情况千差万别,在贯彻执行中要注意因地制宜,同本地具体实际结合起来,紧紧依靠当地党委和政府的领导和支持,创造性地工作。这10条指导方针也需要在今后的实践中,不断充实,不断完善。

目前,供销合作社正处在发展机遇最好的时期。有

党和国家的大力支持,有全系统580万干部职工的积极努力,有广大农民社员群众的积极参与,我们完全有理由对未来充满信心。我们要在邓小平同志建设有中国特色社会主义理论和党的基本路线指引下,在以江泽民同志为核心的党中央的正确领导下,抓住机遇,锐意改革,团结一致,真抓实干,再创供销合作事业的辉煌,为促进农业和农村经济的全面发展做出新的贡献!

(作者系国务委员、中华全国供销合作总社理事会主任)

加快实现两线运行改革 开创粮食工作新局面

罗 棣 龄

将粮食部门政策性业务和商业性经营分开,建立两线运行机制,是深化粮食流通体制改革做出的又一项重大举措。

一、实行两线运行是深化粮食流通体制改革的重要举措

近几年,在党中央、国务院统一部署下,我国对粮食购销体制、管理体制、价格机制和企业经营机制进行了改革,取得了明显成效,粮食流通体制发生了巨大变化。但是,由于在计划经济向社会主义市场经济转轨过程中,粮食部门本身还存在着体制不顺,职责不清,包袱沉重等问题,尤其是巨额粮食财务挂帐所形成的沉重包袱,已严重地影响着粮食企业的生存和发展。不解决这些问题,不利于国家对粮食市场的宏观调控,不利于国有粮食部门发挥主渠道作用。在经过长时间的调查研究以后,国务院决定对粮食部门现行体制进行改革,将粮食部门政策性业务和商业性经营分开,实行两线运行。

粮食部门实行两线运行的目的在于:一是加强国家和地方政府对粮油市场的宏观调控,更好地组织实施粮油的总量平衡,适时进行吞吐调节,保持粮油价格基本稳定。粮食是关系国计民生的特殊重要商品,粮食市场和粮食价格能不能稳定,关系到整个经济形势的大局。粮食改革的实践证明,对粮食工作绝不可掉以轻心,国家必须加强对粮油市场的宏观调控,确保两级总量平衡。粮食部门实行两线运行,由政策性业务机构或由政府委托的商业性经营单位承担保证市场供应和价格稳定的责任,商业性经营企业按市场经济要求开展经营,这是在新形势下加强国家对粮食宏观

调控、保持粮油价格基本稳定的有效途径。二是用好国家对粮食企业的财政补贴,更好地发挥财政补贴的作用。过去由于政策性业务和商业性经营不分,在粮食核算方面,既有商业性挤占政策性业务补贴的问题,也有商业性盈利抵补政策性亏损的问题。这样做既不能更好地发挥财政补贴的作用,也不利于进一步搞好企业经营。通过实行两线运行,将财政补贴集中用于政策性业务,就能充分发挥财政补贴的作用,以达到促进粮食生产,加强国家对粮食市场的宏观调控,稳定市场,稳定粮价的目的。三是管理好银行收购资金,保证政策性收购资金不被商业性经营业务所挤占,禁止用银行贷款弥补企业亏损或垫付财政应拨未拨补贴款。实行两线运行,通过明确划分不同的贷款渠道,政策性业务在农业发展银行贷款,商业性经营与附营业务在其它银行贷款,既能保证政策性粮油收购对资金的需要,不向农民“打白条”,又避免商业性经营占用政策性业务资金,实现粮油资金的规范化管理,有利于国家实现信贷平衡的目标。四是加强国有粮食企业经营管理,减少粮油流通环节,降低流通费用和经营成本,在竞争中增强实力和活力。通过政策性业务和商业性经营分别核算,分清职责,有利于政策性业务单位加强管理,建立各种责任制,提高效益;有利于商业性经营企业成为自主经营、照章纳税、自负盈亏的经济实体,在市场竞争中不断发展。

粮食部门实行两线运行经历了不断探索和实践的过程。1994年国务院在《关于深化粮食购销体制改革的通知》(国发[1994]32号)中,在总结以往经验的基础上,就提出了两线运行的基本原则。根据国务院领导同志的有关指示和32号文件精神,从1994年下半年开始,国内贸易部和国家粮食储备局开始制定实

施方案,并在一些省市进行了试点,同时,各地也进行了广泛深入地调查研究。1995年上半年在北京和天津分别召开了两个座谈会,广泛听取各地粮食部门,特别是基层同志的意见,对方案做了多次较大修改,为国务院决策提供了重要的参考依据。国务院15号文的下发,标志着全国推行两线运行的时机已经成熟。

二、全面理解两线运行的精神实质, 正确贯彻两线运行改革的原则

粮食部门实行两线运行,要在全面理解国务院《通知》精神基础上,把握精神实质,抓好贯彻落实。两线运行主要应把握以下几点:

(一)明确划分中央和地方的粮食事权,搞好两级总量平衡。正确划分中央和地方在粮食方面的事权,是实行两线运行的一个重要条件。中央掌握的粮油是国家储备粮油和中央进口粮油,主要用于对特大自然灾害地区确需国家帮助安排的救助粮,必要的战略储备和在全国性粮油市场出现较大波动时,进行吞吐调节,平抑价格,稳定市场。中央的责任是集中力量搞好对全国粮食市场的宏观调控,负责全国粮食的总量平衡。地方的粮食平衡实行省长负责制。各级政府要切实搞好本地区的粮油总量平衡工作,保证本地区粮油市场供应,安排好人民生活,保持粮油市场价格的基本稳定。地方政府的责任包括:一是稳定粮食播种面积和规定的库存数量,提高粮食单产,增加粮食总产量;二是掌握粮源,管好市场,完成国家下达的订购任务、储备粮油收购计划及地方确定的市场收购计划;三是按照国家核定的规模建立地方储备和风险基金;四是主产省、自治区要完成国家规定的省际粮食调剂任务,并进一步提高粮食的商品率,不能自给自足的省、自治区、直辖市必须完成粮食进口计划和调拨任务,并逐步提高粮食自给率,努力组织粮源,确保供应和粮价稳定。地方粮食平衡不是自我平衡,产区要支援销区,为全国粮食平衡做贡献。

(二)政策性业务和商业性经营分开。政策性业务和商业性经营分开是两条线运行的基本要求和重要内容,主要从4个方面做好划分工作:(1)按业务性质来划分。政策性业务是指国家订购粮、中央和地方储备粮的收购、进出口、储存、批发、调运;城镇居民基本口粮、军粮、农村救灾救济粮和水库移民口粮的供应;吞吐粮食平抑市场粮价。商业性经营是指政策性业务范围以外的经营活动。(2)按粮食企业单位来划分。粮食政策性单位是:农村粮管所(站)、粮库、军供站等。商业性经营单位是:粮油零售单位,即城镇粮店,以及独立核算的加工企业和运输企业等。(3)政策性业务单位在保证完成政策性业务的同时,也要积极开展附营业务,但一定要与政策性业务分别核算,不能占用国家财政补贴,也不能占用农业发展银

行的收购资金。(4)商业性经营单位要积极拓宽门路,开展多种经营,做到自主经营、自我发展、自负盈亏、照章纳税。但也要承担政府委托的政策性业务,由财政给予定额补贴。城镇粮店从事以粮油为主的商业性经营活动,同时负有保证城镇居民基本口粮供应的责任。在搞活经营的同时,要接受当地政府委托从事挂牌销售等政策性业务,国家要给予代理费。

(三)实行政策性业务和商业性经营财务分开,单独核算。国有粮食企业承担中央或地方的政策性业务必须实行财务分开,核算分开,绝不允许与商业性混淆。通过分开核算,具体做到以下4个分开:(1)政策性业务单位和商业性经营单位财务分开,单独核算。这样有利于减少财政补贴,更好地发挥补贴作用,同时,调动商业性企业开拓经营的积极性。(2)政策性单位内的政策性业务与附营业务财务分开,单独核算。这是解决企业内部政策性业务和附营业务费用互相挤占,附营业务经营成果与政策性亏损相掩盖的有效办法。要实行帐目分设,费用合理分摊,明确划分企业的经济责任。(3)政策性业务中的中央政策性费用与地方政策性费用分开核算,按照中央和地方粮食管理权限,实行分级管理,明确各项补贴来源渠道,保证补贴足额、及时到位。(4)商业性经营单位承担的政策性业务与其自身经营财务分开核算,国家付给合理的代理费。

(四)建立起适应两线运行的组织机构和灵活有力的粮食市场调控机制。中央从事粮食调节管理的系统是国家粮食储备局及其直属机构等。国家粮食储备局是国务院主管粮食流通、管理国家粮食储备的职能部门,要集中力量搞好对全国粮食市场的宏观调控。根据国务院关于建立精干、高效、事权统一的中央粮食调节管理系统的要求,为了增强中央的宏观调控能力,保证国家储备粮油购得进、管得好、用得上、调得动,必须进一步抓紧中央调节管理系统的建设。地方粮食调节管理系统是省、地、县三级粮食局和粮食基层单位,要在政府的领导下,管好用好地方储备粮油,完成粮油收购和调拨任务,组织好余缺调剂,保证市场供应,搞好本地区的粮油总量平衡。与两线运行相适应的宏观调控机制,包括国家储备粮油的灵活吞吐机制、补贴及时足额到位的财政保障机制、明确划分资金渠道的信贷机制、政企职责分明的企业经营机制和促进粮食生产、保持粮食市场稳定的价格机制。

(五)坚持统一领导的原则。两线运行的原则是:“统一领导、两线运行、明确职责、分别核算、稳定市场、搞活经营”。实行统一领导,是搞好两线运行的前提,基本要求有3点:(1)粮食部门实行两线运行,必须在国务院和各级政府统一领导下进行。各级政府要有一位主管领导亲自抓,有关部门要积极支持,密切配合。(2)必须坚持各级粮食局的统一领导。粮食部门是一个整体,实行两线运行是分工而不是分家,政

策性业务单位和商业性经营企业都要在各级粮食局的领导下,团结协作,各司其职,更好地发挥整体优势,发挥主渠道作用,保证粮食市场的稳定,促进粮食事业的发展。(3)各级粮食局一定要保留,凡撤销粮食局的,要按照国务院领导的指示,立即恢复,以便实施对两线运行的统一领导。

三、抓好落实,确保两线运行改革如期进入规范化运行的轨道

国务院《关于粮食部门深化改革,实行两条线运行的通知》下发后,国内贸易部和粮食储备局立即召开了全国粮食部门两线运行工作会议,对两线运行工作进行了具体部署。各地粮食部门积极贯彻国务院文件精神,按照国内贸易部和国家粮食储备局的部署,把两线运行改革作为中心任务来抓,认真组织粮食系统的干部职工学习国务院文件,提高认识,增强改革的紧迫性和自觉性,正确处理改革与当前工作的关系,在努力做好粮油收购和稳定市场粮价的同时,围绕着本地区实施方案的制订做了大量细致的工作。各地组织了专门班子起草实施方案,并主动向政府请示汇报,积极与有关部门协商,结合本省(市)实际,深入调查研究,广泛征求意见,对方案进行反复修改,力争做到全面、准确、可行。各省、自治区、直辖市政府对粮食部门两条线运行改革十分重视,许多省召开了省长办公会议,专题研究部署,并确定由一位主管副省长挂帅,成立了由体改、粮食、财政、银行等部门参加的领导小组,讨论修改方案,协调政策。各地财政、银行等部门积极支持和配合粮食部门改革,为粮食部门两线运行创造了较好的政策环境。由于各方面的努

力,绝大多数省、自治区、直辖市都按要求在10月1日前完成了制定实施方案的工作,上报省级政府批准。到11月10日止,已有浙江、北京、湖北、陕西、河北、黑龙江、海南、江苏、江西、安徽、天津、辽宁、湖南、上海、内蒙古等15个省、自治区、直辖市政府批准下达了方案。目前,各地粮食部门正在根据新体制的要求,抓紧制定各项实施细则,完善内部管理措施,抓好政策的衔接和落实,为在年内按期推开改革、1996年进入规范化运行做好各方面的准备工作。

粮食部门两线运行虽然取得了初步进展,但是,由于这项改革政策性强、涉及面广,在具体实施过程中还会不断遇到新问题,出现新情况,必须在实践中不断总结经验,完善做法,不断把改革引向深入。下一步两线运行改革要继续坚持国务院15号文件精神,重点做好政策配套和规范化运行工作。一是抓紧制定相关的配套政策,为两线运行改革提供有利条件。两线运行中财务问题是关键,必须解决财政补贴及时、足额到位问题,同时,要保证商业性经营贷款的规模和渠道,尽快落实粮食企业财务挂帐停息政策。国家粮食储备局正在和有关部门起草粮食部门两线运行中的关于财务管理暂行办法、政策性企业会计核算规定、信贷资金管理暂行办法等几个文件,争取政策尽快出台。同时,各地也在制定具有可操作性的实施细则,确保两线运行落到实处。二是加强督促检查。认真研究各地两线运行的实施方案,严格把关。各地方案的具体内容可以根据本地实际情况有所不同,但基本原则要和国务院15号文件精神相一致,不一致的都要纠正过来,确保两线运行的规范化。

(作者系国内贸易部副部长、国家粮食储备局局长)

我国零售业进入新的发展时期

黄 海

1994年,我国社会消费品零售总额达16264.7亿元,比上年增长30.5%。但是,我国零售业的发展,绝不是仅仅体现在数字的增加上。应该看到,随着生产力的发展,人民生活水平的提高,市场由卖方市场转向买方市场,零售的功能和形式发生了很大变化,进入了新的发展时期。从零售市场看,有以下几点发展变化。

一、消费心理个性化,消费行为多元化

国外对于消费市场发展变化的趋势,有一种形象

的说法:由十人一色发展到十人十色,再发展到一人十色。我国的零售市场,也正处于这样的变化过程中。例如由于三四年级人的小家庭数量及比例上升,轻、薄、短、小型的商品需求量增加;由于收入提高,家庭用于“第二次购买”的支出增加,如一个家庭拥有两台电视机、两台冰箱等;家庭生育的数量下降,子女在家庭中的重要性提高,儿童教育用品销售增加,儿童用品的高价位市场得到发展;人们的休闲活动增加,从而扩展了休闲用品、旅游、美容、健身等休闲市场;平均寿命的延长,使得中老年人在总人口中的比重增加,扩大了健康医疗、滋补药品、老年娱乐等市场;由

于购买次数相对集中并逐渐减少,消费者单人单次的购买量大大增加。

如果再深入分析一下,这些变化可以归纳为:

(一)消费单位由家庭主妇掌握财权的家庭消费,逐步转为家庭各个成员各自支出的个人消费。因此,针对妇女消费、儿童消费、男士消费的商品和商店应运而生。同时,根据不同消费对象的不同年龄阶段,又可以细分为青年市场、中年市场和老年市场。

(二)消费者选择商品的标准,由注重价格转为注重质量,再由注重质量转为注重功能,又由注重功能转为注重感性的印象。商店在商品开发、商品采购和商品陈列上,普遍注意到这些特点,各种名、特、优、新商品不断面世,商品的更新换代速度大大加快。

(三)消费者购物由注重物质的消费,发展为同时注重时间、空间、服务和附加价值的消费。不少顾客喜欢在与日常生活不同的气氛和时间环境下,不一定有明确的购物目的,而以利用商业设施本身为目的,进行时间的消费,“逛”商店也成了一种时尚。不少大型零售商店把完善设施功能、改善购物环境作为重要的营销手段,中央空调、滚动扶梯、POS系统等先进技术装备普遍采用,大大缩短了我国零售企业在硬件设施上同发达国家的差距。

二、零售业态多样化、细分化

国外有所谓“业态”和“业种”的概念,“业种”指“卖什么”,“业态”指“怎么卖”,也可以理解为营业形式。

从国际上看,在19世纪中期之前还没有业态的区别,基本都是小型零售店铺。1852年在法国首先出现了百货店,1930年世界上第一个超级市场在美国诞生,20世纪60年代初出现了折扣商店,60年代末出现了便利店。不同的零售业态的产生,是经济发展的产物。随着消费者收入水平的提高,产生新的需求,对价格、质量、花色、方便、服务等各种流通要素的重视程度发生变化,这样就引起原有业态内部的变化,并导致新的业态的诞生。

目前,发达国家对业态种类的划分大同小异,但由于国情和发达程度不同,具体标准有所不同。日本通商产业省把零售企业划分为9种业态,主要形式有:百货店、超级市场、便利店、专卖店等。美国由于国土辽阔,居民住房宽敞,休息时间充裕,美国的消费者有足够的购物时间和储存空间,因而象日本式的便利店等小型零售店业态并不发达,但同时兼具购物、休闲、娱乐、社交及文化功能的大型店非常发达,业态分类也比较细。

我国的零售业中过去没有“业态”的概念,商店形态都是“大而全”、“小而全”的综合商店,名称也都叫“百货商店”。改革开放以来,特别是最近一两年,

我国的零售业中实际上已经出现了多种业态。传统的大型百货商店向着大型化、高档化、个性化的方向发展,正在和国际惯例接轨;超级市场在80年代初曾经昙花一现,近年来在大中城市已经普遍开花结果;设在居民区、长时间营业的便利店,在一些大城市中已经出现;销售国内外名牌商品的各种专卖店,更是分布在四面八方;批零合一的货仓式商店,在北京、深圳等地开业。总之,在我国的零售业中虽然没有正式使用“业态”这个概念,但国际上通行的几种基本业态形式,在我国都已经出现并获得蓬勃发展。如截止到1994年底,上海市已有超级市场500多家,其中连锁经营的超市,有独立经营的超市,还有在大商厦中设立的超市,全市超级市场总面积近19万平方米。

新的业态不断产生,从另一个角度说明了业态的短期化倾向。在买方市场条件下,消费心理个性化,消费行为多样化,必然带来业态的不断推陈出新。在这种情况下,一些流通企业为了躲避风险,开展多业态的经营。国内不少大型百货商店,如上海华联商厦、北京王府井百货大楼、西单商场都已经开设或准备开设超级市场,实行连锁经营,以达到业态差异化的目的。

三、零售组织大型化、组织化、集中化

在买方市场条件下,消费重点从物质消费转化为时间、空间、服务和附加价值的消费,消费者不仅要求购物方便,要求一次购齐所需物品,而且要求购物环境优雅。中小型商店不可能作到这一点,零售企业的大型化势在必行。1994年,北京市已有年销售亿元以上零售企业40家,上海市年销售亿元以上的零售企业达50多家,武汉市年销售亿元以上商场也已有16家。

面对激烈的市场竞争,单个店铺的面积再大也是有限的。为了获取规模效益,实行连锁经营是提高组织化程度的重要手段。连锁经营指的是经营同类商品或服务的若干店铺,在同一总部的统一管理和同样的商业形象下,采取共同进货或授与特许权等方式,实现规模经营。发展连锁经营使得多店铺大批量共同进货,有利于降低进货成本;连锁总部在经营战略和策略研究上可以投入巨大力量,有利于提高各个店铺的经营水平;连锁公司统一进行商品开发和广告宣传,有利于各店铺降低费用;连锁商店实行标准化的经营,有利于改善服务、扩大销售。从本质上说,连锁经营是把现代化工业大生产的原理应用到传统商业,改变过去那种购销一体、柜台服务、单店核算,主要依赖经营者个人经验和技巧决定销售的小商业经营模式,实现店名、店貌、商品、服务的标准化,采购、送货、销售、经营决策各负其责的专业化,商品开发、信息处理、广告宣传、员工培训、管理规范的统一化,从而把复杂的商业劳动分解为象工业生产流水线上的每一

个环节那样相对的简单,提高经营效率,实现规模效益,形成现代化、社会化的大流通。据粗略统计,国内现已有连锁经营总部企业400多家,拥有各种形式的直营店、加盟店5000多家,为繁荣市场、平抑物价、满足人民群众生活需求,发挥了重要作用。

零售组织的大型化、组织化,对追求购物便利性、舒适性、高选择性和文化性相统一的消费者来说,还不够尽如人意。于是,一种把百货店、超级市场、专业店等多种业态有机地集中在一起的商业形式——购物中心开始出现。购物中心是作为一个整体进行设计、开发和管理,集商业、服务设施于一体的集合体。购物中心的主体部分是一个或几个大型百货店或超级市场,其他部分根据整体设计的布局租赁给若干个专业店、餐饮店、杂品店等,还设有娱乐设施,文化设施、停车场,大规模的购物中心还应有邮局、银行、医疗福利设施,作为城市功能的一部分发挥作用。我国的一些大型零售商店,已经在向着购物中心的方向发展,在店内开设餐饮店和娱乐设施,只是规模还不够大,功能还不够齐全。正在施工建设中的一些中外合资的大型零售企业,如北京新东安商场,建成后将成为比较规范的购物中心。

四、零售商店布局合理化

改革开放以来,我国大型零售企业网点建设发展

很快,取得了很大成绩,也出现一些值得注意的倾向:一是在建规模过大,有的城市在建面积大大超过现有网点面积,超过了社会购买力增长的需要;二是零售设施建设过于求大、求洋、求高档,建设投资大,回收期长,企业还本负担重;三是大型商店过于集中在市中心主要的商业街,群众购物不便。近几年,各地普遍加强了规划管理,先是在市中心集中建设商业设施;随着城市建设的发展,市区面积的扩大,开始建设区域性的商业分中心;由于城市交通必然带来拥挤、地价昂贵等问题,设在郊外交通要道的购物中心纷纷兴建;最后,随着城市人口向郊区卫星城镇分流,新的社区性的商业中心建设后来居上。

在发达国家市政建设的历史上,“城市空心化”的过程值得引起注意。如果在城市人口分流已经开始的情况下,仍然一味在市中心密集兴建商业设施,将会带来资源的浪费。在北京、上海等地,旧城区的规划改造刚刚开始,拆迁人口数量还不算多,传统的商业街销售额已经明显出现下降趋势。当然,中心商业区在一定意义上是城市的“窗口”,应当重视兴建,只是要统筹兼顾,不要顾此失彼。从总体上看,我国的商业设施呈现出三极化的趋势,即城市中心的商业区、沿主要交通干线的商业区、郊区社区性的商业区并存。

(作者系国内贸易部政策体制法规司司长)

代理制——建立和完善社会主义市场经济体制的一项重大改革举措

张廷华

生产资料流通代理制,作为流通领域的一项重大改革举措,在我国经济生活中引起了深刻的反响。在政府和企业的共同努力下,钢材、汽车代理制试点经过调研酝酿、协调准备,正步入有计划、有组织、有领导的具体实施阶段。全国9家钢材、汽车生产企业、79家钢材、汽车流通企业开始联手探索建立新型工商关系,共创社会主义市场经济新秩序。

一、生产资料代理制提出的社会经济背景

在我国,改革开放把过去多年雄居优势地位的国有物资流通企业推向了市场。十几年来,尤其是1993年下半年至今,在市场的激烈竞争中,国有物资流通企业的经营日益陷入一种矛盾迭出、险象环生的困难

境地。一方面,整个国家宏观经济发展势头良好,为国有物资流通企业提供了广阔的市场空间和发展机遇;另一方面,国有物资流通企业却购销下降,经营状况与整个国民经济以及工业增长幅度相距甚远。一方面,生产资料市场化、商品化程度大大提高,形成了不同所有制结构的多元化的流通格局,打破了行业垄断经营,较好地发挥了市场机制的调节作用;另一方面,生产资料市场法规不健全,流通秩序混乱,国有物资流通企业市场萎缩,竞争力差,主渠道作用严重弱化。一方面,国民经济良性循环要求以提高经济效益为中心,转变经济增长方式,促进经济协调发展;另一方面,在多年营造起来的一大批国有物资企业人员、设施闲置的同时,社会各方面却盲目投资、重复布点,争相经营重要生产资料,造成物资流通渠

道超常拥挤,资源严重浪费,加大了全社会的流通成本。

经过一段时间痛苦的思索,人们从上述一系列矛盾的表象后面找到了问题的症结所在——在计划经济向市场经济转轨的过程中,生产资料流通旧秩序被打乱,新秩序未形成。现在,迫切要求找到一种更科学、合理的生产资料流通方式,创造一个公正、竞争、有序的市场环境,有效地发挥其对优化资源配置的基础性作用。在这种对由无序到有序、由低效益到高效益的客观追求的趋动下,人们开始注意到当前国际上已实行多年的一条成功经验——代理制。

通常,商品流通中所谓的代理,是指专业流通企业通过签订代理协议的方式,取得生产企业产品销售权或商品用户采购权的一种中介活动。一个国家或地区商业代理的发展水平往往同它经济发达程度联系在一起。在当代世界经济活动中,随着市场经济的日臻成熟,代理活动已逐渐形成成为一种专业性的社会事业。一些西方国家推行商业代理,尽管其历史有长有短,代理形式、内容各异,但作为一项专门的社会事业,都有着诸多共同之处,主要表现在:(1)对代理人的资格都有一套严格的专业化的认定;(2)代理的商业功能都是通过广泛的信息服务、快速有效的结算和良好周到的售后服务,不断开发新产品,提高市场竞争力,减少商业风险,开拓并占领市场;(3)代理的社会效益都在于能够有效地降低流通成本,衔接产需,维护产需双方的利益,促进社会经济的良性发展。

借鉴国外经验,结合我国国情,发展生产资料流通代理制,应该说既有必要,也有可能。我国目前约有国有生产资料流通企业5万多户,这些国有物资流通企业在销售渠道、信息服务网络、基础设施建设、人员素质等许多方面,较之其它经济成份的物资流通单位都占据明显的优势,一直是国家稳定市场、平衡产需的中坚骨干力量。近年来,在我国市场经济的发展实践中,无论是内贸还是外贸,无论是日用工业消费品还是生产资料的流通,都不同程度地出现了一些贸易代理关系。特别是对外贸易和国内日用工业消费品流通,早已有过这方面的先例,有些已经取得了不错的成效。但是,从总体上看,我国的贸易代理事业仍然处于起步阶段,无论在代理的份额上,还是代理方式的规范化程度上,都远不适应市场经济的要求。研究和学习代理制,探索建立新型工商关系,作为一个重要而又迫切的课题提到了人们面前。

二、我国生产资料流通代理制改革实践的回顾

1994年12月,国务院副总理李岚清在内贸部的一份报告上批示:“建议请经贸委牵头,计委、体改委、内贸部等部门参加,以钢材为试点,认真研究一下社

会主义市场经济体制下如何发挥国有经营渠道的主要作用问题,并提出建议。”从那时至今,我国生产资料流通代理制这项重大改革大体经历了这样三个阶段:

第一阶段,调查研究,酝酿准备,统一认识。国务院领导同志作出关于开展代理制探索的指示以后,内贸部立即与经贸委、内贸部、冶金部、机械部等部门配合,认真进行调查、比较、论证,从国内外的实践中总结可资借鉴的经验,为试行钢材、汽车代理制做了比较充分的前期准备。内贸部先后组织有关人员到日本、韩国、美国、加拿大等经济发达国家考察汽车、钢材流通。经贸委、内贸部、冶金部、机械部又组织力量到江苏、上海、山东等地联合调查。国务院各有关部门也都分别通过召开座谈会、研讨会等方式,对生产资料代理制进行认真的可行性论证。

第二阶段,加强领导,多方配合,启动试点。李岚清副总理多次明确指示要搞好钢材、汽车代理制试点,亲自召集有经贸委、计委、体改委、中国人民银行、内贸部、机械部、冶金部、工商局、税务总局等部门参加的会议,统一思想,协调政策、启动试点。在国务院的重视下,各部门积极配合,经过反复协调,数易其稿,终于在试点的指导思想和基本原则、要求、范围、需要国家给予的扶持政策等重大问题上取得了基本一致的意见,形成了初步试点方案,并于10月23日召开了全国物资流通代理制试点工作座谈会,参加座谈会的除国家各有关部门以外,还有初步入选的79家钢材、汽车、工商企业。

第三阶段,落实责任,精心组织,指导试点。全国代理制试点工作座谈会后,由国家经贸委牵头,内贸部等十几个部门参加,组成了国务院代理制试点领导小组,各方面进一步明确了责任,按照试点方案要求,帮助试点企业取得政策支持,精心组织和指导好试点。

在上述推动代理制试点的过程中,国家各部门始终强调以下几个关键环节:

(一)转变观念,统一认识,调动各方面的积极性和创造性。象其它任何一项重大改革一样,代理制的提出,首先遇到的阻力也是人们的思想观念问题。对代理制的不认识,不理解,不仅企业有,政府部门也有;不仅生产部门有,流通部门也有。可以说,推动代理制改革的过程,也是一个思想观念转变的过程。其中主要解决的是工商双方的两种思想倾向:工业生产方面,有看法认为,搞代理,是流通部门想走计划经济的老路,是要从生产者手中分走一块利润;流通方面则确有些人没彻底摆脱官商和计划经济的思想方法、行为方式,对代理制抱有不切实际的幻想。经过一年多来的宣传、引导,特别是组织工商双方共同坐下来研究和探讨代理制的意义、作用,使双方逐渐在认识上取得了共识。工业方面开始认识到,在现代市场经济中,尽管生产企业有自主销售其产品的权利,但

其限于专业知识、信息、时间、人力、运输等各方面的条件,要做到全部产品都由自己直接销给用户并不容易。相反,借助于代理商的优势,自己就可以把精力更多地用于开发新产品,提高产品质量,占领广阔的市场。流通方面也认识到,必须彻底摒弃行业垄断思想和官商作风,诚心诚意地为生产企业服务。工商双方都感受到,依靠代理制这一联结产销的桥梁,大家真正形成利益共同体,必将更有效地抵御市场风险,共谋繁荣发展。

(二) 注意政策导向,既遵循市场经济规律,尊重企业的自愿选择、不搞行政性的拼合,又积极引导,对试点给予必要的政策支持。一年来,一方面由经贸委、内贸部等部门组织钢材、汽车产销双方企业积极接触,为其创造合作的条件,另一方面由国务院直接协调各部门,反复商定给予试点企业的扶持政策,主要有:在流动资金贷款上,中国人民银行、工商银行等商业性银行优先保证参加试点的工商企业;在工商双方间的结算方式上,实行银行承兑汇票或信用证担保;国家各有关部门在技术改造贷款上对试点企业给予支持,特别是扶持其流通设施的改造;试点企业原则上享受国家给予 18 个优化资本结构试点城市企业兼并后债务处理的若干政策;税收上,在总体税负不加重的前提下,对试点企业给予必要的方便;此外,还要抓紧研究建立代理生产资料批发商资格证制度,规范交易行为,为企业创造宽松的市场环境。除中央有关部门以外,试点企业所在地方政府也积极为试点创造条件,热情扶持这项改革。

(三) 提高企业素质,壮大企业实力,尽快适应新型工商关系的需要。实行代理制,工商双方都有一个互相选择,优胜劣汰的问题。国内贸易部在抓代理制改革中一直强调这一点,要求物资流通企业要增强紧迫感,抓紧练内功,树立良好的企业形象。因此,一要扩大经营规模,二要搞好服务。规模上去了,才能占领更大的市场,服务搞好了,才能长期稳定地占领市场,取得生产厂家和用户双方的信任。内贸部要求,各地流通企业组建的企业集团,要按照现代企业制度的要求,以资产为纽带,建立母子公司体系,在市场竞争中形成规模优势,适应代理制发展的要求。同时,还将改、扩建一批新的销售网点,争取用户,拓宽市场空间。为了加快壮大行业实力,实现“整体放大”,一些地方物资流通企业立足于本地实际,在联合上做文章,提高规模经营能力,千方百计增加投入,发展经营网点和加工配送。浙江、江苏等省金属材料公司,以省公司为龙头,把地、市、县金属公司组织成统一的销售网络,向钢厂集中统一代理,扩大了经营规模。中国机械工业供销总公司发挥系统优势,利用行业的经营渠道,积极为钢厂开展代理。1995 年以来,浙江省金属材料总公司代理销售钢材 100 万吨,约占全年钢材销售量的 55%。江苏省金属材料公司代理销售钢

材 20 万吨,约占全年销售量的 66%。汽车代理销售,据生产企业统计,天津汽车工业公司 1995 年上半年通过联营公司代理销售的汽车占 65%,上海汽车工业公司占 58%。为了搞好服务,一些钢材代理销售企业,正在多方筹措资金。一些汽车经销企业也积极完善维修、配件供应和信息反馈等服务功能。

(四) 在立足于现有基础和条件的情况下尽可能做到规范化、高起点,把代理制试点从一开始就纳入规范化、法制化的轨道。目前,钢材、汽车代理已经形成了多种不同的方式。钢材方面,按工商关系划分,有联营代理、委托代理、双向代理;按代理权限划分,有地区独家代理、总代理、一般代理;按结算方式划分,有即期付款、预交部分货款、分期付款、延期付款等方式。汽车方面,目前主要是以工商双方共同投资的联营公司为代理方的联营代理,还有一些地方,按国际汽车销售的普遍作法,正积极探索特许经营权代理。上述诸类代理方式中,无论何种,一般都要通过签订有法律效力的代理协议,明确代理方式、资源分配、品种数量、定价、付款方式、双方权利义务以及违约责任等。为进一步将代理关系规范化、法制化,全国代理制座谈会后,有关部门正抓紧帮助试点企业编制规范的代理合同文本。

三、深入代理制改革需要进一步做好的几项工作

开展生产资料流通代理制改革,经过一年多的努力,虽然取得了很大进展,但是,在我国它毕竟还是一项新的事业,涉及面广,难度较大。随着我国社会主义市场经济的不断成熟,代理制作为一种切实可行的流通方式之一,也必然会日趋健全和完善。但是,这并不意味着可以静观其自然成长,全社会都应该热情地扶持它,通过各方面的共同努力,把这项改革的步子迈得更大更快。从目前的进展情况看,下一步主要应从以下几个方面继续努力:

第一,严格治理宏观经济环境,为改革创造更加宽松和谐的条件。

生产资料流通秩序混乱、市场主体行为不规范,是当前生产资料流通领域的一个突出问题。特别是,重要生产资料流通事关国家生产、建设的发展,直接影响着国民经济的大局,因此也是代理制发展的一个关键环节。为进一步完善流通秩序,积极推进我国流通产业的健康发展,支持国有流通企业在竞争中充分发挥主渠道作用,当前重点应抓好两年事:一是建立重要生产资料经营资格认证制度。1991 年以来,国家和一些地方物资部门与工商部门配合,采取审批重要生产资料经营资格、经营范围、发放经营许可证等办法,规范交易行为,对于维护流通秩序起到了积极的作用。下一步,在开展物资代理制试点工作中,应统一抓好

资格认定。内贸部是国务院分管生产资料流通的职能部门,应以内贸部为主,会同有关部门制定经营资格认定制度,对经营重要生产资料的流通企业自有资金、经营场地、仓储设施、计量检测手段、经营管理机构、专业技术力量等必备的条件,作出具体规定,经国内贸易部认可,报工商管理部门注册登记。二是加快生产资料流通立法步伐,把生产资料流通代理制纳入法制化轨道。近年来,国有物资流通企业经营与生存受到来自各方面的冲击,其中一个重要原因是生产资料市场秩序混乱,交易行为不规范,制度化、法制化工作滞后。特别是,非法交易手段猖獗,暗拿回扣、偷漏税款、以次充好、伪造发票、短斤缺两、哄抬物价等违法经营行为屡禁不止。其原因,除由于计划经济向市场经济转轨期间流通结构改变、产需衔接渠道被打乱以外,主要还在于,市场管理不严、法规不健全,不是无法可依,就是有法不依或执法不严。在生产资料流通领域,目前还没有一个统一的、具有权威性的管理法规。有些部门规章也互不衔接,甚至互相矛盾,无法执行。全国代理制会的召开,使生产资料流通立法工作提到了重要议事日程上来。最近,国内贸易部已拿出《生产资料经营管理条例》(征求意见稿),准备会同有关部门修改,争取列入国家立法计划。同时,地方流通主管部门也应根据本地区、本行业的实际情况,制订相应的地方性法规或规章,运用法律手段建立正常的生产资料经营市场进入、市场竞争和市场交易秩序,打击,制裁不法交易行为,强化国家对生产资料经营的宏观管理与调控。

第二,落实国家给予代理制试点企业的扶持政策。

代理制能否成功,涉及方方面面的因素,在其外部环境因素中,国家的政策扶植必不可少。经过前一段时间的协调,国家各有关部门已初步提出了一些扶持政策,如流动资金贷款问题、技术改造问题、税收问题、政策性亏损挂帐利息问题等等,下一步,关键是逐一抓好落实。其中流动资金和技改贷款问题,需在试点企业签订代理协议的基础上,由各有关部门联合,对试点单位的资金需求情况进行摸底测算,与相关银行搞好衔接。对税收和政策性亏损问题,也需各部门抓紧协调,逐户兑现落实。

第三,物资流通企业要奋发图强,尽快改变散、小、弱的落后面貌,更好地适应新型工商关系的需要。

代理制是企业行为,能否搞好代理制确实需要客观环境的必要保障,但是归根结底还得靠企业内在因素起作用。下一步,从物资企业自身看,关键是两条,一是抓联合,二是抓服务。要通过联合、改组、改造,强化行业整体优势,壮大行业实力。在确定第一批试点企业名单时,生产企业选择的对象往往集中在少数几家实力强、信誉好的物资企业上,就是这个道理。物资企业靠计划调拨过日子的时代过去了,今后,必须从思想上进一步适应代理制的要求,把“吃计划饭”、“吃政策饭”改为“吃服务饭”、“吃辛苦饭”,千方百计提高为生产企业服务的水平,取得生产企业的信赖。这一点,是工商双方长期合作的基础和条件,也是生产资料流通代理制能够保持长远生命力的基础和条件。

(作者系国内贸易部政策体制法规司副司长)

商业自动化是现代商业发展的必然趋势

王 晴 鞠 喜

“生产和流通是一个国家经济活动的两个轮子,如果不能同步发展,将对国民经济整体的发展形成阻碍”,这话强调了流通在整个国民经济中不可忽视的地位。前两年,我国市场出现疲软,生产受阻,除了生产本身的原因外,还与我国没有高度发达的商业,物流不畅,物流技术落后有极大关系。流通要与生产同步发展,从某种程度上讲甚至要先期发展,先决条件是商业自身要从传统的、粗放的集约管理方式,变为信息密集的集约化行业,成为高新技术不断渗透的应用领域。

当前,一些新的商业企业形式及技术手段的出现,使商业自身对高新技术的吸纳程度有所增强。但我国大多商业活动依然是在低层次、低水平上运行。商业部

门商流物流技术、设施、装备普遍落后的状况,造成一系列诸如信息反馈慢、商品损耗高、资金周转慢、资源利用率低等问题,不仅制约着商品流通渠道的畅通,也制约着全国合理、科学、现代化运输链与资金链的形成。最终会制约生产的发展,拖国民经济现代化的后腿。因此,传统的物流手段需要变革,要融进充足的科技养份。传统商业向现代化商业的转变,如果没有现代科技的支撑与投入就会落空。但是,原来传统的产业观念,意识不到商业领域可以自动化。当电子技术以猛烈的势头渗入商业作业的全过程时,就从根本上改变了商业企业的特性,其中包括商业企业与金融部门、税务部门、通讯部门、相关的产业部门以及消费者间的关系。这对商业的确是一个前所未有的挑

战,也是一场极为深刻的革命,会遇到许多新矛盾,新困难。

商业流通技术的研究和应用,是“获取利润的第三源泉”。商流物流不仅在商品流通乃至整个经济中具有重要的作用,而且,商流物流费用已成为生产成本和流通成本的重要组成部分,产品包装、储存、搬运、商品营销等方面的费用比重越来越大,占整个国民经济费用的35%以上,产品的最终价格60%耗在了运输和仓储过程之中。因此,各国都十分重视流通技术的研究和应用。现在,我国商品流通的规模越来越大,商业流通技术的研究与应用已引起有关部门的关注。这其中面临许多新的课题。

为推进流通现代化,推进商业自动化工程,现代商品流通需要全方位开放,沟通生产与市场各方面的信息,远已成为当今商业活动不可缺少的重要资源条件。我国商业目前的情况是,信息量成倍增长,而利用率却很低。现在要建立新的市场经济体制,就对信息的传递、处理提出了高的要求:把滞后、静止的信息变为实时、动态的有高质量的信息资源。这就需要改变传统的手工方式,需要新型的电子技术的支撑。我们将组织有关专家调查论证、研究开发,提出商流、物流、资金流、信息流自动化的发展战略与对策,并提供在商业设施与技术装备上的设计方案。目前国内外都关注着我国正在推进的金融电子化和税收管理自动化几项大工程,其中几个主要操作环节都与商业自动化有关,可以肯定地说,商业自动化程度越高,电子货币工程及税收监督工作越有可能顺利实施,为此我们将从实际出发,创造实施条件。

推进商业自动化工程,首先应开发研究大型商场管理(MIS)系统、销售点(POS)系统、电子数据交

换(EDI)系统、电子订货(EOS)系统、条形码技术的应用开发;然后是现代商业设施与技术装备的研究(其中包括零售百货业、副食业及饮食服务业连锁化成套技术装备的研究);还有现代化批发交易市场和期货市场信息管理系统,仓储业、批发业管理系统及建立物流中心和连锁化配送中心的试点研究。

推进流通现代化,推进商业自动化,这是需要多方配合的社会系统工程,我们的作用好象桥梁和纽带。沟通政府各个部门与商业用户,促进政策的制定与实施;沟通与此有关的各个产业部门和主管部门,反映商业部门的意见要求和实际问题;沟通产业部门和商业企业,让产业部门不仅有条件用好技术,还知道他们自己研制的东西应用到商业作业流程中是怎么回事;同时让商业单位了解电子技术能帮助企业做什么,打消他们的顾虑。在当今世界由“科技推力”的思维方式转变为“市场引力”来考虑问题的时候,产业部门不能忽视对市场的研究,因为对人们消费结构、消费方式、消费习惯的研究,可为产业部门的产业结构、产品结构的调整提供可靠依据。有一句话说得好:“市场需求是新科技的‘催生婆’”。亟待用高新技术改造的商业企业,正是产业部门的大市场,大用户。

推进流通现代化,推进商业自动化,我们还将商业自动化、信息化对社会经济信息的影响及商业自动化有关政策法规建设方面进行研讨。我们希望集思广益,以促进各界共识的形成,促进流通向社会化、合理化、现代化发展,促进有关的政策法规尽快形成实施,最终可望促进一个高效、畅通、多功能、网络化的商品流通体系在我国早日建成。

(王晴系国内贸易部科技质量管理局局长,鞠喜系国内贸易部科技质量管理局处长)