

中国商业发展报告

1 9 9 7

主编

苏志平

ZHONGGUO SHANGYE FAZHAN BAOGAO

中国财政经济出版社

1997



Z G S Y F Z B G

中国商业发展报告

1997

主 编 苏志平
副主编 冯中越

北京商学院市场开发研究中心主持编撰

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国商业发展报告: 1997/苏志平主编. -北京: 中国财政经济出版社, 1997. 11
ISBN 7-5005-3630-5

I. 中… I. 苏… III. 商业经济-研究报告-中国-1997 IV. F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 21814 号

中国财政经济出版社出版

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

北京通县西定安印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 14.125 印张 348000 字

1997 年 10 月第 1 版 1997 年 12 月北京第 1 次印刷

定价: 20.00 元

ISBN 7-5005-3630-5/F·3335

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

序 言

建立社会主义市场经济体制，要求发展大流通、大市场、大贸易。改革开放以来，特别是 90 年代，中国的商业得到迅速发展，取得了举世瞩目的成就，主要表现在以下几个方面：

第一，流通体制改革取得突破性进展。商品（服务）价格改革基本完成，以市场形成价格为主的价格机制已经确立；多元化、竞争型流通体制已经形成，各种市场主体逐渐发育成熟，统一开放、竞争有序的市场体系框架初步形成；公有制流通企业不断深化改革和转换经营机制，市场竞争能力有所提高；国家的宏观调控体系已基本建立并不断完善。

第二，市场格局发生深刻变化。市场态势已由卖方市场转向买方市场，消费品和生产资料的购销平稳增长；国内市场与国际市场的联系日益紧密，经贸对外依存度已达到 40% 的水平；市场结构进一步趋于合理，市场组织化程度有所提高。

第三，商业发展成就斐然。消费品商业持续快速稳定发展，市场物价涨幅得到有效控制，连锁经营等现代流通组织形式取得长足发展；粮食商业供求状况明显改善，建立在中央宏观调控下的全国粮食市场已初步形成，国有粮食企业成为稳定市场、支援农业发展的重要支柱；生产资料资源充裕、价格平稳、市场容量不断扩大，新的购销方式——代理配送制获得较大发展，流通秩序得到进一步规范；旅游服务业已成为国民经济发展中的重要产业；对外贸易规模迅速扩大，对我国国民经济的发展产生着巨大的推动作用。

以上成就的取得，给中国的经济发展注入了生机和活力，也表明了商业对国民经济的贡献率大大提高。从现在到 2000 年的几年内，是中国经济成长的关键时期。在这段时间里，中国经济不但要继续全面推进体制改革，初步确立社会主义市场经济体制的基本框架；而且要保持住已经形成的持续快速增长势头，在人口增长的条件下实现小康战略目标，并为达到中等发达国家水平奠定基础。可以说，改革和发展是自 80 年代以来直至未来 15 年，关系中国经济成长的两大主题。在

改革和发展相互作用所形成的合力推动下，中国经济发生了深刻的变化。这种变化，既可以概括为工业化、市场化、国际化的进程，也可以通过大流通、大市场、大贸易的改革发展表现出来。《中国商业发展报告(1997)》，正是力图对中国商业改革和发展状况进行全面的描述和评价，并对未来进行展望和预测。这是一项艰苦和很有意义的工作，相信这一研究成果——经验总结、问题分析、政策建议，将对中国商业的改革和发展起到积极的促进作用。

希望这项研究工作继续下去，并不断取得新的成果。

陈邦柱

1997年8月14日

目 录

第一章 中国商业的回顾与展望	(1)
一、中国商业的体制变革	(1)
(一) 90 年代前, 中国商业的体制演变	(1)
(二) 1991—1995 年中国商业体制改革	(6)
(三) 1996 年中国商业体制改革的进展	(10)
二、中国商业的发展现状	(13)
(一) 90 年代前中国商业的发展	(13)
(二) 1991—1995 年中国商业的发展	(15)
(三) 1996 年中国商业的发展	(17)
三、中国商业发展中的主要问题及成因	(18)
(一) 中国商业发展中的主要问题	(18)
(二) 中国商业发展中问题的成因	(26)
四、中国商业发展的主要趋势和对策	(29)
(一) 中国商业发展的主要趋势	(29)
(二) 中国商业发展的对策	(33)
第二章 中国消费品商业的发展	(41)
一、中国商品流通体制改革	(41)
(一) 农副产品流通体制改革不断深入	(41)
(二) 日用工业品流通新格局初步形成	(43)
(三) 国有商业企业改革取得较大突破	(45)
(四) 流通秩序明显好转	(46)
(五) 流通领域对外开放成效显著	(47)
二、中国消费品市场的发展状况	(48)
(一) 消费品市场持续增长, 买方市场初步形成	(48)
(二) 消费结构不断变化, 区域间消费增长不平衡	(49)
(三) 连锁、配送和代理制等新的组织形式和业态不断出现	(50)

(四) 商业基础设施建设进展显著·····	(51)
(五) 商业服务质量不断提高·····	(52)
三、中国消费品商业的主要问题及成因·····	(54)
(一) 市场发展不平衡·····	(54)
(二) 市场建设和管理缺乏统一规划·····	(55)
(三) 国有商业企业效益滑坡, 市场份额下降·····	(56)
(四) 公平竞争的市场环境有待形成·····	(58)
(五) 经营管理者 and 职工培训薄弱·····	(58)
四、中国消费品商业发展的主要趋势和对策·····	(59)
(一) 认真实施“五三一”工程, 大力促进商业领域的两个转变·····	(59)
(二) 培育和完善以批发市场为核心的商业市场体系·····	(60)
(三) 开拓市场, 扩大销售, 引导消费健康发展·····	(61)
(四) 继续深化国有商业企业改革, 激活市场主体, 发挥主渠道作用·····	(63)
(五) 加强精神文明建设, 提高商业道德水平, 规范服务标准·····	(64)
(六) 积极推进商业科技进步, 加快商业现代化建设·····	(65)
(七) 不断扩大商业领域的对外开放·····	(67)
第三章 中国粮食商业的发展 ·····	(70)
一、中国粮食流通体制改革·····	(70)
(一) 粮食流通体制的回顾·····	(70)
(二) 粮食流通体制改革的经验性结论·····	(71)
(三) 对 1992—1995 年粮食价格波动的分析·····	(73)
(四) 粮食储备制度的建立和发展·····	(75)
(五) 粮食部门两线运行改革·····	(80)
(六) 粮食省长负责制的背景与展望·····	(83)
二、中国粮食市场发展的基本现状·····	(85)
(一) 中国粮食市场的发展概况·····	(85)
(二) 中国粮食商业的结构与分析·····	(86)
(三) 中国粮食市场的调节机制和政策环境·····	(88)
三、中国粮食商业存在的问题及其成因·····	(90)
(一) 粮食商业存在的主要问题·····	(90)
(二) 粮食商业现存问题的成因·····	(92)
四、中国粮食商业的发展趋势和对策·····	(93)
(一) 粮食商业的发展趋势·····	(93)
(二) 粮食商业的发展对策·····	(94)
第四章 中国供销合作商业的发展 ·····	(96)

一、中国供销合作流通体制改革·····	(96)
(一) 恢复“三性”改革·····	(97)
(二) “五突破”、“六发展”，建立和完善农业社会化服务体系·····	(99)
(三) 真正办成农民的合作经济组织·····	(101)
(四) 供销合作商业经营机制的沿革·····	(104)
二、中国供销合作商业的发展现状·····	(106)
(一) 供销合作商业的经营规模和经营地位·····	(106)
(二) 国家委托的农业生产资料和棉花经营·····	(108)
(三) 日用工业品经营·····	(110)
(四) 农副产品经营·····	(111)
(五) 供销社对外贸易·····	(111)
三、中国供销合作商业现存的问题及成因·····	(113)
(一) 市场份额下降·····	(113)
(二) 亏损额上升，历史包袱沉重·····	(115)
(三) 农资棉花经营困难·····	(117)
(四) 经营机制不完善·····	(118)
(五) 合作制原则没有得到充分遵守·····	(120)
四、中国供销合作商业发展的主要趋势和对策·····	(122)
(一) 积极参与市场体系建设，站稳农村、进军城市·····	(122)
(二) 农资、棉花经营的市场化趋向·····	(123)
(三) 加强合作与联合，集约经营，深化服务·····	(125)
(四) 发展和完善合作制经营方式·····	(127)
第五章 中国生产资料商业的发展 ·····	(129)
一、中国生产资料流通体制改革·····	(129)
(一) 90年代前，中国生产资料流通体制演变·····	(129)
(二) 1991—1995年中国生产资料流通体制改革·····	(130)
(三) 1996年中国生产资料流通体制改革进展·····	(132)
二、中国生产资料市场的发展·····	(133)
(一) 90年代前中国生产资料市场的孕育过程·····	(134)
(二) 1991—1995年中国生产资料市场的发展·····	(137)
(三) 1996年中国生产资料市场的发展·····	(142)
三、中国生产资料商业发展中存在的主要问题及成因·····	(143)
(一) 中国生产资料商业发展中存在的主要问题·····	(143)
(二) 成因分析·····	(147)
四、加快中国生产资料商业发展的对策·····	(148)

(一) 加快生产资料流通体制改革与经济增长方式的转变·····	(148)
(二) 加强市场建设与市场管理, 促进生产资料流通市场体系的完善·····	(152)
(三) 加强生产资料流通的基础设施建设, 提高生产资料流通现代化水平·····	(153)
(四) 切实搞好生产资料流通的宏观调控·····	(153)
第六章 中国旅游服务业的发展 ·····	(155)
一、中国旅游服务业管理体制的改革·····	(155)
(一) 加强行业管理, 规范行业行为·····	(156)
(二) 推行旅游标准化工作·····	(157)
(三) 鼓励发展多种经济成份的服务业, 适应旅游业和人民生活的需要·····	(157)
(四) 转换国有旅游企业内部机制, 试行股份制企业体制改革·····	(158)
二、中国旅游服务业的发展现状·····	(159)
(一) 入境旅游稳步增长·····	(159)
(二) 国内旅游业快速发展·····	(160)
(三) 旅游服务业平稳发展·····	(161)
三、中国旅游服务业现存问题及成因·····	(163)
(一) 未全面实施国家标准对旅游服务企业进行分等定级, 影响旅游服务业整体经营质量的提高·····	(163)
(二) 国有旅游服务业面临内外夹击的强大竞争·····	(166)
(三) 服务质量及价格的保障机制尚未形成·····	(169)
四、中国旅游服务业发展的主要趋势·····	(171)
(一) 旅游业方兴未艾, 将成为国民经济的支柱产业之一·····	(171)
(二) 质量、特色是旅游服务业的经济增长点·····	(172)
(三) 旅游服务业的功能逐渐向社会渗透·····	(174)
五、中国旅游服务业发展的主要对策·····	(175)
(一) 组建和发展旅游服务业企业集团, 逐步形成名牌旅游服务企业·····	(175)
(二) 大力发展餐饮业连锁经营和中式快餐·····	(176)
(三) 实行分等定级、服务质量标准化, 推动全行业经营质量的提高·····	(178)
(四) 调整旅游产品结构, 改善旅游服务环境·····	(180)
第七章 中国对外贸易的发展 ·····	(181)
一、中国对外贸易体制改革·····	(181)
(一) 对外贸易体制改革的初始阶段 (1979—1987 年) ·····	(181)
(二) 对外贸易体制改革的第二阶段 (1988—1990 年) ·····	(183)
(三) 对外贸易体制改革的第三阶段 (1991—1993 年) ·····	(184)
(四) 对外贸易体制改革的第四阶段 (1994—1995 年) ·····	(186)
(五) 1996 年的外贸体制改革 ·····	(188)

二、中国对外贸易发展现状·····	(189)
(一)“八五”期间中国对外经济贸易发展概况·····	(189)
(二)1996年中国对外经济贸易的发展·····	(192)
三、中国对外贸易现存的主要问题、成因及对策·····	(195)
(一)出口退税问题分析·····	(195)
(二)反倾销问题分析·····	(198)
(三)外贸企业经济效益滑坡问题分析·····	(202)
四、中国对外贸易发展的主要趋势·····	(206)
(一)1997年中国外经贸工作面临的严峻形势·····	(206)
(二)1997年中国外经贸工作的总体要求和目标·····	(207)
(三)1997年中国外经贸工作的重点·····	(207)
后记·····	(211)

CATALOGUE

Chapter1 Review & Prospect of Chinese Commercial Industry	(1)
1. Evolution of Chinese Commercial System	(1)
(1) <i>changes of Chinese commercial system before 90's</i>	(1)
(2) <i>structural reforms of Chinese commercial industry during 1991 and 1995</i> ...	(6)
(3) <i>developments of reforms of Chinese commercial system</i>	(10)
2. Current Situation of Chinese Commerce	(13)
(1) <i>developments of Chinese commerce before 90's</i>	(13)
(2) <i>developments of Chinese commerce during 1991 and 1995</i>	(15)
(3) <i>developments of Chinese commerce in 1996</i>	(17)
3. Main Problems & Causes of Chinese Commercial Industry	(18)
(1) <i>main problems of Chinese commercial industry</i>	(18)
(2) <i>causes of problems</i>	(26)
4. Trends and Counter-measures of Chinese Commercial Industry	(29)
(1) <i>trends of developments of Chinese commercial industry</i>	(29)
(2) <i>counter-measures to develop Chinese commercial industry</i>	(33)
Chapter2 Developments of Chinese Consumer Goods Markets	(41)
1. Structural Reforms of Chinese Circulation System of Commodities	(41)
(1) <i>structural reforms of circulations of agricultural by-products is deepening</i> ...	(41)
(2) <i>new circulation pattern of manufactured goods for daily use</i>	(43)
(3) <i>breakthrough of state-owned commercial enterprises reforms</i>	(45)
(4) <i>improvement of circulation order</i>	(46)
(5) <i>opening-up to the outside of the field of circulation</i>	(47)
2. Current Situations of Developments of Chinese Consumer Goods Markets	(48)
(1) <i>buyer's market is establishing</i>	(48)
(2) <i>unbalanced development of consumption among regions</i>	(49)
(3) <i>new organization forms such as chains and distribution</i>	(50)

(4) <i>construction of commercial infrastructure</i>	(51)
(5) <i>improvement of service quality</i>	(52)
3. Main Problems & Causes of Chinese Consumer Goods Markets	(54)
(1) <i>unbalanced development of markets</i>	(54)
(2) <i>lack of unified planning of market construction and administration</i>	(55)
(3) <i>decreases of profits and market shares of state-owned commercial enterprises</i>	(56)
(4) <i>dissatisfied market environment for fair competition</i>	(58)
(5) <i>lack in training of managers and labors</i>	(58)
4. Main Trends and Counter-measures to Develop Chinese Consumer Goods Markets	(59)
(1) <i>Implement "531" program to enhance two transformations of commerce</i>	(59)
(2) <i>set up commercial market system focusing on wholesale markets</i>	(60)
(3) <i>guide consumption to healthy development</i>	(61)
(4) <i>deepen the reform of state-owned commercial enterprises to play their leading roles</i>	(63)
(5) <i>strengthen cultural and ideological progress to regulate service standard</i>	(64)
(6) <i>speed up modernization construction in commercial industry</i>	(65)
(7) <i>increase opening up in the field of circulation</i>	(67)
Chapter3 Developments of Chinese Grain Circulation	(70)
1. Structural Reforms of Chinese Grain Circulation	(70)
(1) <i>review of structural reforms of grain circulation</i>	(70)
(2) <i>some experiences in structural reforms of grain circulation</i>	(71)
(3) <i>analysis of fluctuation of grain prices during 1991 and 1995</i>	(73)
(4) <i>the founding and development of grain reservation system</i>	(75)
(5) <i>reforms on double-track mechanism of grain departments</i>	(80)
(6) <i>background and prospect on governor of province responsibility mechanism</i> ...	(83)
2. General Situation of Chinese Grain Market	(85)
(1) <i>survey of developments of Chinese grain market</i>	(85)
(2) <i>structure and analysis of Chinese grain circulation</i>	(86)
(3) <i>adjustment mechanism and policy environment of Chinese grain market</i>	(88)
3. Problems & Causes of Chinese Grain Circulation	(90)
(1) <i>main problems of grain circulation</i>	(90)
(2) <i>causes of current problems</i>	(92)
4. Trends and Counter-measures of Chinese Grain Circulation	(93)

(1) <i>trends of grain circulation</i>	(93)
(2) <i>counter-measures of grain circulation</i>	(94)
Chapter4 Developments of Chinese Supply and Marketing Cooperative	(96)
1. Structural Reforms of Chinese Supply and Marketing Cooperative Circulation ...	(96)
(1) <i>reforms to resume good practice on three aspects</i>	(97)
(2) <i>establish and improve socialized service system of agriculture</i>	(99)
(3) <i>set up real cooperative organization for peasants</i>	(101)
(4) <i>evolution of operating mechanism of supply and marketing cooperative</i>	(104)
2. Current Situations of Chinese Supply and Marketing Cooperative	(106)
(1) <i>operating scale and position of Chinese supply and marketing cooperative</i> ...	(106)
(2) <i>operating of agricultural means of production and cotton entrusted by government</i>	(108)
(3) <i>operating of manufactured goods for daily use</i>	(110)
(4) <i>operating of agricultural by-products</i>	(111)
(5) <i>foreign trade of supply and marketing cooperative</i>	(111)
3. Present Problems & Causes of Chinese Supply and Marketing Cooperative	(113)
(1) <i>decreasing market shares</i>	(113)
(2) <i>increasing losses and heavy historical burdens</i>	(115)
(3) <i>difficult operating of agricultural means of production and cotton</i>	(117)
(4) <i>imperfect operating mechanism</i>	(118)
(5) <i>operative principles not fully observed</i>	(120)
4. Trends and Counter-measures of Chinese Supply and Marketing Cooperative	(122)
(1) <i>strengthen construction of market system</i>	(122)
(2) <i>trends of market of agricultural means of production and cotton</i>	(123)
(3) <i>enhance cooperation and coalition</i>	(125)
(4) <i>improve cooperative mechanism</i>	(127)
Chapter5 Developments of Circulation of Means of Production	(129)
1. Structural Reforms on Circulation of Means of Production	(129)
(1) <i>evolution on Chinese circulation system of means of production before 90's</i> ...	(129)
(2) <i>structural reforms on circulation of means of production during 1991 and 1995</i>	(130)
(3) <i>progress of structural reforms in 1996</i>	(132)
2. Developments of Chinese Means of Production Markets	(133)
(1) <i>founding of means of production markets before 90's</i>	(134)
(2) <i>developments of means of production markets during 1991 and 1995</i>	(137)

(3) <i>progress of means of production markets in 1996</i>	(142)
3. Main Problems & Causes of Circulation of Chinese Means of Production	(143)
(1) <i>main problems of circulation of means of production</i>	(143)
(2) <i>analysis of causes</i>	(147)
4. Counter-measures to Develop Circulation of Chinese Means on Production	(148)
(1) <i>speed up structural reforms on circulation and transformations of economic growth pattern</i>	(148)
(2) <i>strengthen market construction and regulation</i>	(152)
(3) <i>strengthen infrastructure construction to improve modernization level of circulation</i>	(153)
(4) <i>improve macro-control over circulation of means of production</i>	(153)
Chapter6 Developments of Tourism Industry of China	(155)
1. Structural Reforms of Tourism Administration	(155)
(1) <i>strengthen administration to regulate service behaviour</i>	(156)
(2) <i>practise standardization of tourism industry</i>	(157)
(3) <i>encourage multi-economic compositions of service industry</i>	(157)
(4) <i>transform internal operating mechanism of tourism enterprises</i>	(158)
2. Current Situations of Tourism Industry	(159)
(1) <i>steady increase of foreign tourists</i>	(159)
(2) <i>rapid development of domestic tourism</i>	(160)
(3) <i>stable development of tourism & service industry</i>	(161)
3. Problems & Causes of Tourism Industry of China	(163)
(1) <i>dissatisfied operating level of tourism industry</i>	(163)
(2) <i>state-owned travel business facing challenges</i>	(166)
(3) <i>lack of guarantee mechanism of service quality and price</i>	(169)
4. Trends of Tourism Industry of China	(171)
(1) <i>tourism will become one of the mainstay industry of national economy</i>	(171)
(2) <i>quality and characteristic will be the economic growth points</i>	(172)
(3) <i>the function of tourism industry is penetrating into society</i>	(174)
5. Counter-measures to Develop Tourism Industry of China	(175)
(1) <i>establish and develop large scale groups or tourism industry</i>	(175)
(2) <i>develop Chinese fast-food and chains of food and baverage</i>	(176)
(3) <i>enhance service standardization</i>	(178)
(4) <i>readjust products structure of tourism industry</i>	(180)
Chapter7 Developments of Foreign Trade	(181)

1. Structural Reforms of Foreign Trade	(181)
(1) <i>initial period of structural reforms (1979—1987)</i>	(181)
(2) <i>second period of structural reforms (1988—1990)</i>	(183)
(3) <i>third period of structural reforms (1991—1993)</i>	(184)
(4) <i>fourth period of structural reforms (1994—1995)</i>	(186)
(5) <i>structural reforms of foreign trade in 1996</i>	(188)
2. Current Situations of Foreign Trade of China	(189)
(1) <i>general situations of foreign trade in the 8th “5-year” program</i>	(189)
(2) <i>developments of foreign trade in 1996</i>	(192)
3. Problems, Causes and Counter-measures of Foreign Trade	(195)
(1) <i>analysis of export drawback</i>	(195)
(2) <i>analysis of anti-dump</i>	(198)
(3) <i>decrease of economic benefits of foreign trade enterprises</i>	(202)
4. Trends of Foreign Trade of China	(206)
(1) <i>foreign trade facing a severe test in 1997</i>	(206)
(2) <i>general requirements and object of foreign trade in 1997</i>	(207)
(3) <i>emphasis of foreign trade in 1997</i>	(207)

第一章 中国商业的回顾与展望

一、中国商业的体制变革

（一）90年代前，中国商业的体制演变

社会主义中国商业的体制建立，最早可追溯到新中国建立之时。90年代前，中国商业的体制演变，大致经历两个大的时期：

第一时期为十一届三中全会之前。国民经济恢复的三年当中（1949—1952年），为了集中财力、物力，打击投机，稳定物价，国营商业系统实行了资金大回笼、物资大调拨的高度集中的商业管理体制，这在当时起到了一定的积极作用；第一个五年计划时期（1953—1957年），根据中央人民政府委员会1952年8月通过的《关于调整中央人民政府机构的决议》，对商业部门进行了多次调整和改组，从而奠定了我国现行商业体制的基础；1958年商业部门实行政企合一的管理体制，并下放了部分管理权限，取消了专业公司系统上下之间的领导关系，有利于地方党政机关对商业工作的领导；国民经济调整时期（1960—1965年），根据中共中央1961年《关于调整管理体制的若干暂行规定》和国务院1962年《关于商业部系统恢复建立各级专业公司的决定》，商业部门对管理权限进行了调整，收回部分权限，恢复了专业公司；文化大革命期间（1966—1976年），采取了大撤大并机构和盲目下放管理权限的措施，商业处于几乎停滞的局面。

第二时期为10年商业改革时期。十一届三中全会以来，随着经济体制改革的展开，商业领域也进行了改革，这一时期的商业改革分为两个阶段：第一阶段为放权让利阶段（1979—1984年），这个阶段以“计划经济和市场调节相结合”为原则，着重调整了日用工业品和农副产品的计划管理体制，扩大了市场调节范围，改革了商品购销体制，打破了国有商业和供销合作社一统天下的经营管理体制；第二阶段为租赁承包阶段（1984—1989年），这一阶段以“建立有计划的商品经济体制”为指导思想，对企业体制、价格制度、批发体系、经营形式、组织结构等方面进行了多元化改革，使商业朝着更加社会化、现代化、国际化的方向发展。10年商业改革的主要内容如下：

1. 中国商品流通体制变革

(1) 商业结构调整。在继续巩固和发展国有商业的基础上,对社会商业结构进行了调整。首先,在产销分离的商业形式内部本身,发展了集体商业和个体商业;其次,产销合一的流通形式大大增加,如恢复和发展城乡集市贸易,发展了工业自销,组建了各种产供销合一的企业和农工商联合企业。工业自销比重从1978年的5.2%增至1987年的15%;再次,非商业部门的自办商业大量涌现。如此,整个商业结构不断趋于完善。

(2) 农副产品流通体制调整。第一,购销政策上:从1979年起,调整了农副产品的购销政策。第一步是大幅度提高了18大类大宗农副产品和部分土特产品的收购价格,扩大了加价收购和奖售的范围,开放了城乡农副产品贸易市场,恢复和发展了议购议销。在逐步缩小统购范围,减少统购、派购品种的基础上,1985年进行第二步改革,取消了沿用30年的农产品统、派购制度,对农副产品分别实行合同定购和市场收购。规定粮、棉、油实行合同定购,生猪、鲜蛋、蔬菜取消派购,实行有指导的议购议销,其他农副产品基本上放开,实行自由购销。国家保留对城市居民等所需粮食、食油的定量供应。第二,价格上:1979年大幅度提高粮棉油等农作物的收购价格,同时增加财政补贴,保持定量内粮油销价的稳定。1981年至1984年降低涤棉布、国产手表、黑白电视机和纤维棉布的零售价,提高烟、酒和纯棉布的零售价,1985年决定提高生猪等副食品的购销价格,以及1988年决定试行主要副食品零售价格变动按定量计算给职工适当补贴等。目前,对农副产品国家只保留定购品种的购销价格的管理权以及规定少数非定购产品的购销指导价,其余实行议购议销和市场调节。计价办法:1982年和1985年,国家先后决定计划内收购的油菜籽、粮食等商品,收购价格按“基数法”改为按“比例法”计算,为解决不同产区因基数不同而产生的苦乐不均的问题创造了条件。第三,批发上:实行合同定购或国家定购的产品,其定购部分由国家指定的经营部分负责收购和经营,计划外的允许自由流通;农副产品的经营环节在县级,凡是县能经营的,省、地两级都不能插手,由县直接运销;积极发展农商、农工商以及商商联营,密切了产区和销区的联系,并探索生产、加工和销售一体化。目前,除棉花、烟叶的全部和其他合同定购和国家定购品种的一部分,由国家指定部门收购并组织流通外,其余农产品的集散过程基本上是多渠道和开放式的。

(3) 工业品流通体制调整。第一,购销政策上:主要是改变了过去分配型的购销形式,1980年起取消了包销形式,对三类工业品的一部分实行订购、选购。选购剩余部分允许工业自销或商业代销。1982年,在实行统购、统销、计划收购、订购、选购、工业自销等形式的基础上,出现了商业为工业部门代批代销、联营联销形式。与此同时,逐渐减少了计划管理的商品品种,到1985年,商业部计划管理的商品品种已从1978年的130多种减到14种,绝大多数工业品的购销已经放开,统购包销不复存在。第二,价格上:国家有计划分步骤地对主要商品的收购和销售价格作了较大的调整。从1982年起,国家分三批全部放开了小商品价格,实行市场调节、企业定价。1985年到1986年又先后将九种耐用品价格放开,并拉开质量差价。这样,基本上形成了包括国家统一定价、指导价和市场调节价在内的多种价格形式。商品的计价办法也作了改革。1987年国家批准有计划、有步骤地将日用工业品调拨作价办法,由倒