

第一部分 导论

下面两章概括地介绍批发销售的背景、发展过程以及为新市场的建立和原有市场的改造制定计划时可以采用的设计方法。

尽管批发销售方面的著述很多，但是市场规划实践方面的资料仍嫌不足。尤其需要对规划设计起“画板”作用的简化方法，同时也需要提供一种编写建议书的方法。供综合应用的手册，范围要很宽，要考虑到涉及市场扩展和计划改变的诸方面（经济的、社会的、环境的、规划、工程以及管理）的问题。

第一章 批发市场作用的变化

食品是人类最基本的需求，在欠发达国家，食品销售的改善对社区贫困人口有很大影响。低收入家庭用于食品方面的家庭预算的比例比富人高得多，可能占家庭总收入的 50%—60%。对于十分贫困的家庭，食品消费可能高达家庭总收入的 70%—80%。

批发市场的功能

供销售的食品的消费和生产在空间上是分开的，生产一般是在农村地区，而消费主要在城市地区。销售是消除这种分离的过程，使产品从过剩的地区转移到需要的地方。本手册主要讨论物质基础设施的规划设计（这个过程的某一阶段需要这种基础设施）问题，即新鲜产品（主要是水果和蔬菜）的批发销售设施规

划设计问题。

批发的目的 食品通过供销网到达消费者手里，包括生产、集中、分级、再集中、分配和零售诸阶段。图 1 以图解说明这个过程。生产者（农民）和零售商之间联系的形式是集中和批发贸易系统，在该系统内，农民能够小量出售农产品，商人和批发商可以大量购买农产品。

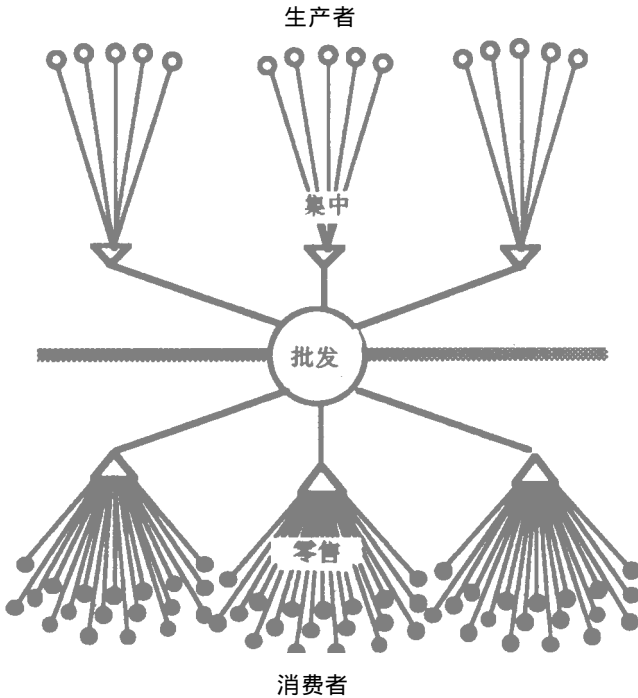


图 1 食品销售系统示意图

图 2 说明这个过程是如何运转的。如果没有批发商，零售商势必要直接向农民购买农产品，这不可避免地要有许多较小的交易。要是建立农村集中批发市场，交易次数就会减少，销售过程

简化。在这种情况下，零售商不必亲自分级、再集中或分销，而可以集中精力向消费者出售农产品。

批发能够通过供需力量给一种商品确定一个单一价格，有利于发挥买卖的经济职能（通常称“价格形成”），买分散的小生产者的农副产品去城市市场的经纪人或批发商也可以搞仓储，还可以在从农场到市场的运输业中形成规模经济。参与批发

的人可以只作为商人，买卖产品；充当经纪人，经管定货单，而不是实物；作为生产者的代理人（无产权）或作为进出口代理商，只经营外贸。

食品是如何到消费者手里的 在农村生存经济中，食品来源主要有两个方面，一个是农民在自己地上种植的，另一个，如果可能的话，到当地农村市场去购买。至于城市地区，食品来源的门路比较多，其变化主要取决于经济和文化因素。最重要的来源是市场货摊或者经营地点固定的普通零售店。他们由批发商供货，或者直接由生产者供货。

在欠发达国家，食品供应源除了正式零售商之外，非正式的来源常常同样重要，而其对于城市贫民尤为重要。它大多为沿街叫卖的商贩经营的非正式部门，往往只有少量商品、专门供应新

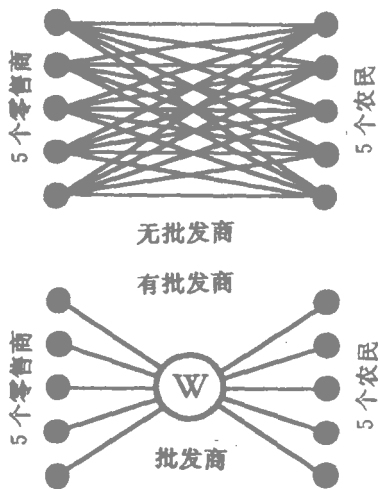


图 2 批发的影响

鲜产品和熟食。在市内，也有来自家庭或后院菜园的维持生活产品。

出自家庭菜园的产品 中国有些城市所消费的食品 85% 以上是在市界内种植的(尽管这些城市有广阔的行政区域)这些当然是极端的例子，但所消费的食品 10%—30%是由市内生产的，是相当普遍的。例如在雅加达，家庭自产的食品占食品消费总量的 18%左右，尽管这个百分比随户主的收入和职业而变。对西方国家的调查也已得出结论，出自菜园的产品为家庭饮食作出很大贡献。10%—20%的宅基面积常常被用于食品生产。

批发和零售市场的国际趋势

批发市场的发展分若干阶段，开始它们是一般市场，后来经营一定范围的产品，变得比较专门化了，其后一个时期涉及产品的样品，最后经营分级产品。西欧和美国最近的趋势是跨越批发环节，生产者和超级连锁店直接联系，通常是签定产销合同。

发达国家最近 10 年新建的批发市场很少，只有一些老的市场被重新安排到新的地点。原有的那些也纷纷调整，为综合食品分销业提供仓储设施，成为“食品中心”(在美国)，商品包括非鲜食品。在市中心重要地段，批发市场仍然销售园艺产品，但是传统的鲜肉和鲜鱼，特别是活的商品一般都取消了。

零售趋势 在欠发达国家，零售渠道仍将是传统市场和小商店，但是随着综合食品经销系统的壮大，这些小店可能要减少。超级市场和特超级市场将成为更加重要的食品供应源。图 3 是说明随着经济发展食品分配中可能出现的变化的典型例子。

都市化与消费趋势 随着都市化和收入增加以及饮食爱好的变化，欠发达国家食品分配长远总的趋势将是园艺产品人均消费量上升，这个变化往往沿着西方走过的路线。食品开支伸缩性愈

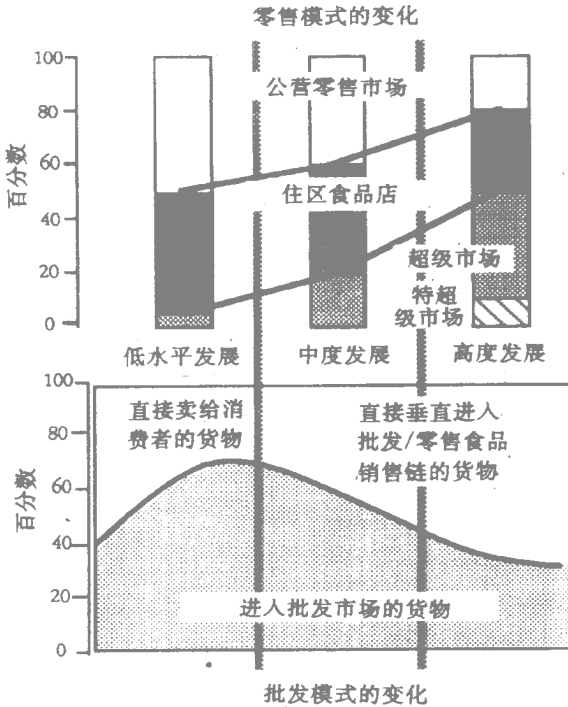


图 3 食品分配系统的演变

来愈大，人们可以任意购买副食品，往往是进口的。

工作模式的改变，特别是妇女就业，加之收获后处理技术的革新以及食品加工和贮藏技术的进步，包括家用冰箱的采用，倾向于鼓励推行超级市场一次购物，通常一周购物一次。例如在香港 超级市场从 70 年代的 62 个增加到 80 年代的 655 个 那时它们的销售量约占食品零售量的 55%。这种现象在西欧也出现过。在瑞典，1990 年超级市场销售的蔬菜占销售总量的 90%，英国、法国以及荷兰大约为 55%。在西班牙，经超级市场出售的食品平均大约只占 30%，但是进口产品较多，当地产品较少。

批发市场的类型

可以根据竞争程度对市场进行分类，其范围从当有大量对需求、供应以及价格有完全知识的买者和卖者时的“完全”竞争到当只有个别企业或个体支配市场时，“独卖”（1个卖者）或“独买”（1个买者）式的“不完全”竞争的批发市场。通常情况是“寡卖（卖者少）或寡买（买者少）市场。市场也可以按政府干预程度分类，其范围从非正规市场到交易按照规章制度进行的完全正规市场（见第九章）。

然而，本手册主要讨论批发市场的实际位置和批发销售系统的作用。市场的种类大致可分为两类：次级批发市场和集散批发市场。这些市场专门地，至少是主要地用于批发产品的交易，因为产品的购销通常是在农民或商人与批发商之间进行的。

次级批发市场 这些市场位于地区城市中，其产品大多取自位于产区的农村集中市场。这些集中市场交易规模小，并且通常发生在农民和商人之间。农村集中市场和次级批发市场的区别往往不明显，差异在于次级批发市场是常年营业（而不是季节性的或经营专门产品）交易的产品总量比农村集中市场大，还可能涉及一些专业人员，例如贸易代理人和经纪人。

集散批发市场 这些市场是在大城市里，在那里，产品经批发商和零售商交易最终供应消费者。产品也可能被装运出口。要是批发商精心组织商品交换，可以搞期货贸易。另有一种市场位于较大港口（或某一边境火车站，有时位于机场）这种市场专门经营产品进出口业务。

市场设计问题的特点 市场可能有若干共同点，可以作为地区级城市的集散市场，但是也为销往同一省或同一地区，或国内其它地方，或供出口的产品提供装运设施。尽管次级批发市场和

集散批发市场以产品交易量来衡量可能有差异，但是它们有不少相似处。它们都搞类似的批发业务，二者的区别在于它们的位置和集货区域大小不同。次级批发市场主要在农村或小城镇，集货区域仅限于当地，而集散批发市场是位于城市，集货区域是地区或全国。

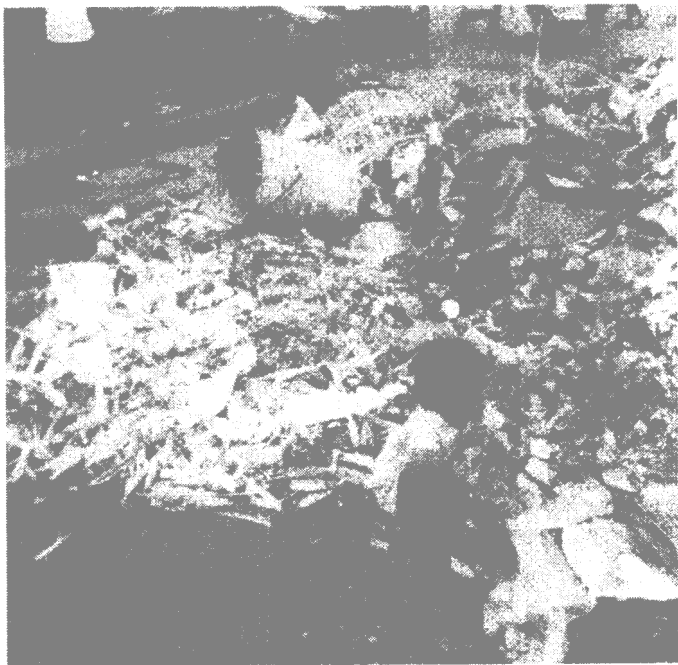
次级批发市场特有的设计问题是与生产季节高峰和农民直销市场有关，农民直销市场的目标是特定用户群（并且常常用于改变目前运行的销售渠道）。要解决次级批发市场的这些问题，需要充分了解其当地情况，包括地区道路网、产区位置、产量季节变化以及它们与农村主要集中市场的关系。

集散批发市场的问题常常是由于位置不适宜或批发和零售业务不适当的混合引起的拥挤问题。传统上，批发市场是接近市中心。位于市间运输设施集中点靠近主要零售区。人口增长、城市土地利用模式的改变以及现代运输网的发展，全都影响原有的和拟议的批发市场地址的适宜性。因此必须了解城市规划对发展集散批发市场的影响。

然而，从规划的角度来看，次级批发市场和集散批发市场的问题可以用同样的方法来解决因为问题相同，为了分析这些问题所要收集的资料相同，而解决这些问题时制定方案和设计设施所用的方法也相同。这无论是用于拟议的新的位置，还是对原有设施作改进，都一样。

批发市场能标准化吗

如果能设计出供欠发达国家采用的批发市场发展标准模型，那就便利了。如果你调查一下当代专用建筑物，例如国际机场或货用码头、医用手术室、工业实验室或使用机械设备的仓库，你会发现这一般是可能的。尽管设计方法要取决于特定地区的需要，



照片 1 缺少固体废物处理设备

但设计这种建筑物的空间标准，无论这个设施是建在阿拉斯加还是加尔各答，一般是相同的，整体构造将大体相同，设备的复杂程度也将大体类似。现代管理技术也将得到广泛应用，不管是在哪里。

批发市场的特点 尽管批发市场有差异，比如说伦敦和罗马批发市场之间，但是发达国家现代化的批发市场有许多共同点。其布局和运行类似于特超级市场或大型物资调运库。它们必需有效地输入输出大批量产品，并为产品出售提供设施。那么欠发达国家的批发市场差别在哪里？差别不在于向市场输入和从市场输出的产品种类，差别在于对各种产品用什么方法运输才能使产品的

质量和数量都合乎标准。当前在任何一个发达国家都可以做到这不仅对市场地址规划，而且对市场建筑物的设计均有重大影响。

“理想市场”从理论上讲，“理想”市场有若干原则销售经济学的教科书中把这些原则称为“金科玉律”。欠发达国家的实际情况是这些原则的大多数没有得到遵守。要想理解这些市场中出现的情况，你得从这些原则的对立面来考虑：

- 1) 产品进入市场前不清洁；
- 2) 不同质量的产品不是分开卖；
- 3) 产品出售前不分级；
- 4) 产品不按标准重量或标准包装出售；
- 5) 产品不是标价出售，使人捉摸不透；
- 6) 不用贮藏设备或无贮藏设备，产品必须尽快出售。

因此，市场发展计划的重点应该是努力扭转以上一些因素，以便改善生产者和消费者都能得到的条件。正如国际趋势那一节所讨论的，市场的发展要经历若干阶段。开始为综合市场，然后变成经营有限范围产品的较为专门化的市场，接着是经营分级产品，如在西欧和美国按货样出售产品。

当生产单位小、购买者无组织以及缺乏经营管理复杂销售系统的技能时，实际上不可能很快采用较尖端的技术。

改变批发市场的动力是什么

尽管目的可能是发展私营部门市场机构，但在欠发达国家改变批发市场的主要力量，除非在非常特殊的情况下，将来自中央政府或市政府。其主要原因可能是水果和蔬菜的国内批发销售系统弱小和有关销售的信息网不健全。

与全国计划的关系 销售干预，特别是对集中批发市场和（或）次级批发市场的干预，往往与实现政府支助的园艺项目的增



照片 2 巴黎 Rungis 批发市场

产目标联系在一起，这些园艺项目是全国计划及基本需求计划中农业部门项目的一部分。主要目的是提高水果和蔬菜生产者的收入，他们由于水果和蔬菜销售市场扩展不够而受到制约。

与集散批发市场有关的全国计划很可能与有效地满足迅速增长的城市人口，特别是低收入人口的食品需要有关。目前水果和蔬菜的消费量相对较低，政府可能把销售看作增加消费量，从而增加营养，同时增加农村生产者收入的主要限制因素。

实际条件的变化 销售系统中的变化受到一大批因素影响，其中一个主要因素是由于人口增加引起的对产品需求的增加。

一般认为在原有市场内要克服需求增加、拥挤和延误，现有销售系统无能为力。有效处理产品的空间不足和市场场地过挤，常

常使活动扩展到附近的街上去。停车场一般有限，废物处理设备往往缺少。

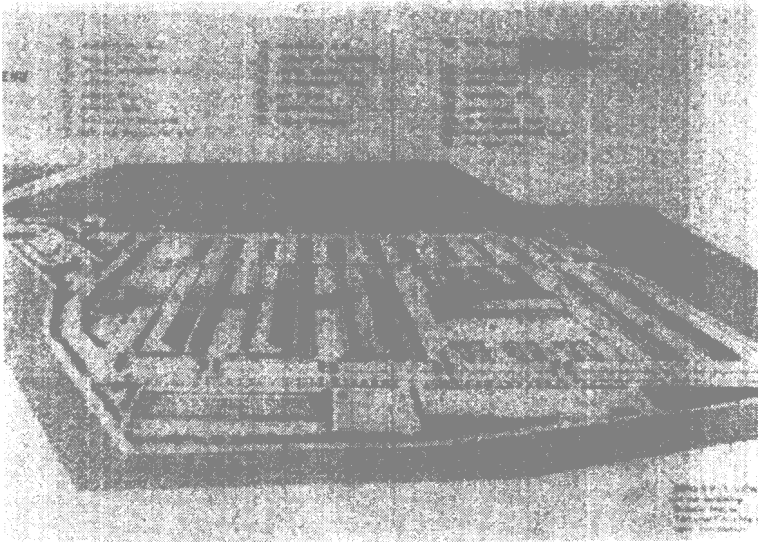
可能影响扩展市场或搬迁市场需要的其它实际因素有：改变运输方式和添置新的交通设施，例如建筑通向产区的道路、建立新的市区公路网或新的港口，这不仅使国内市场，而且使外贸市场的产品销售得到改善。改善贮藏设备也可能便于生产者以灵活和有利于获利的形式销售其产品。

机构和政策变化 可能发生的机构和政策变化包括：增设银行和信用社，让生产者的产品在市场里有更大的自由；增加政策稳定性和放松定价控制，改变对生产者和商人的支持政策；建立商会和提高批发技术，这可能促使建立更高级的市场营销组织。

政府干预对引起变化可能起作用，例如通过为市场建立规章制度，包括改进出售方法。这种干预往往是为了引进拍卖方法，用即期付款鼓励销售和提高产品质量。包括“幕后交易”等传统方法往往被禁止，因为这些方法为欺骗提供许多机会。如果产品质量参差不齐，往往抵制采用拍卖，因为这会花费很多时间。这可能会被迫把产品结合成批，形成买方市场。

外部力量 市场发生变化也可能由于市场管理部门无法控制的外部因素所致，这些外部因素对市场发展可能有巨大影响。最常见的因素是要给目前这个市场重新安排一个位置的市政管理当局的规划，因为它要改建城市某一地区或者为了某一个大面积土地利用项目，或者为了改变城区环境。在致使现有市场发生变化的所有因素中，这是最常见的。不过，市场管理部门必须意识到市场搬家可能带来的一些副作用：商人可能不乐意搬；在原有市场工作的人，改变他们工作地方时可能遇到困难；从原有市场得到实惠的城市贫困居民可能会失去购买廉价供应品的机会。

另一种外部力量是要求实行新的食品卫生和安全规章制度。例如，欧洲经济共同体对销售鲜肉和渔业产品的新规定目前正在



照片 3 马尼拉批发市场——由于劝批发商搬
到一个新的地址去而遇到许多问题

欧洲市场实施。这可能导致欧洲现有市场组织发生重大变化，要求更加严格地控制温度，禁止机动车辆在市场建筑物内行驶。

第二章 批发市场规划设计方法

这本批发市场规划设计手册服务对象为广大用户，包括负责市场建设的决策者、高级管理人员、计划工作者以及在某些方面负有重要责任的技术人员，其中很多人在市场发展方面经验相对不足。尽管有当地规划指导和市场规章条例，但本手册可以作为

这些文件的补充材料，并且为培训计划的参加者提供有用材料。市场管理机构聘请的顾问会发现，本手册可以说是市场发展问题一览表。

批发市场为什么必须规划

为市场设施制定主计划和设计方案的主要目的是寻找功能和效率好并且符合预算限制条件的解决方法。这意味着，聘请的协助规划的顾问应发挥应有的作用，有助于找出适宜的解决方法并为市场管理机构节约资金。如果在资本和经常费用方面节约下来的资金至少等于专业设计者的报酬，那么这个规划是成功的。

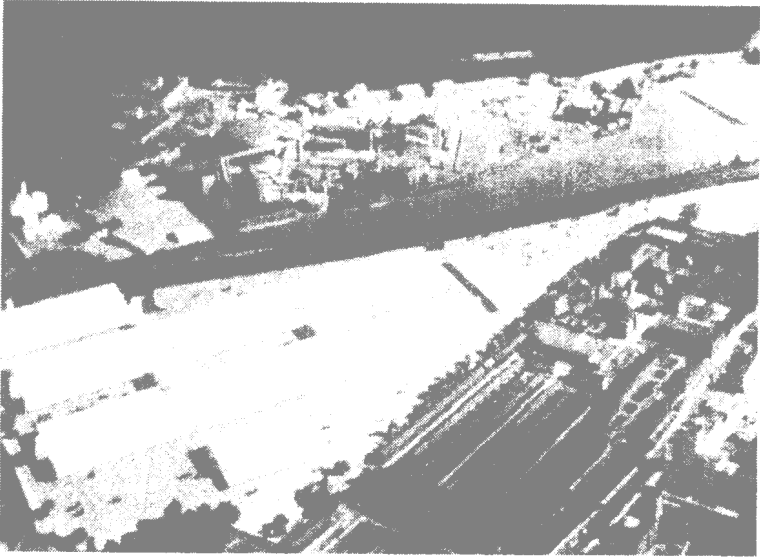
经济而适宜的解决方法 重要的是市场发展应遵循切实可行的计划，计划应适合于特定市场的规模、发展潜力和预期的收益水平。重点放在解决方法上面，采用的解决方法应当与国家的资源条件和建筑技术相适应，尽量少用外汇，不要采用把握不大的技术。

协商法 除了满足市场管理机构的需要之外，市场设计方案要使可能受到市场发展影响的各方都能接受，包括政府、生产者、市场组织、商人以及当地社区。在设计过程中，必须经常召集有利害关系的各方讨论，以便确定发展的顺序和列出市场可能需要的设备一览表（将为设计者提供一个设备摘要）。具体执行过程要按计划进行，通过讨论确定市场应采用的租价、停车费以及手续费等收费标准，使各方都能接受。在协商中要注意商人的情绪变化，不要使他们只注重收费问题而不愿对规划设计问题发表意见。

确 定 目 标

落实市场发展计划必不可少的一步是确定一批目标，这些目

标不仅引导决策者而且引导设计者。重要的是不要忽略这一步，因为只有通过对项目目标进行充分讨论才能满足市场用户的不同需要。目标可能分两个不同等级：国家或（和）部门的目标和项目目标。



照片 4 伦敦 Nine Elms 的 New Covent 果蔬市场——为销售蔬菜和水果给原有的一个市场提供一些设备成功地将其重新建在一个新地方

国家和部门的发展目标 这些目标关注的是建设项目给整个国家以及农业和商业部门带来的利益。这些目标可根据国家政策的有关规定由下述指标来评定，例如果蔬的较高人均消费量；水果和蔬菜的产量增加以及有关生产者收入的增加；较低的零售价格和较小的季节性价格波动；以及通过改进销售和装卸方

法减少收获后损失。

项目级设计目标 这些目标与拟议的市场业务系统和建筑设计的最优化有关。用于评价一个市场项目成绩的典型标准为：它是否符合规定的最小空间标准；它是否能在规定的成本限度及预算之内建成；以及通过财务和经济分析，从通过费和租费获得的潜在收益与项目的资本投入和经常费用进行对比的项目评估准则。

其它项目级标准包括：新建的或经改造的市场设施是否会使生产者、商人和批发商的经营成本降低。降低装卸费和设备费或者保险和货车运货收费率均可使经营成本降低。只要证明经营成本能够降低就能使市场用户相信较高的租金和（或）市场搬迁是合理的，这一点是决定性因素。

批发市场发展计划还应具备一定水平的经营灵活性，包括：适应日常营业变化的需要；适应营业季节性变化的短期灵活性；为顺利扩展业务和改变设施提供机会的长期灵活性。

批发市场设计方法

这本手册的市场规划设计是采用有把握的设计方法。图 4 为整个过程列出一张图表式的梗概，说明设计方法的各步是属于整体系统的哪一步。各项活动之间相互影响是关键，不应该把计划的某一方面与其它方面孤立开来，也不应该在基本资料还没有收集的情况下就进行设计。设计的各个方面都应该遵循同样的总规则和财政限制条件。

分步法 在制定市场主计划时必须采用分步法，每一阶段的产出不同。每一阶段都必须遵循系统法，这是最重要的，以便参与设计过程的各方面专业人员都能明白理解各自的作用。可以从几个方面来了解整个设计过程：设计阶段、任务、级别或者活动。

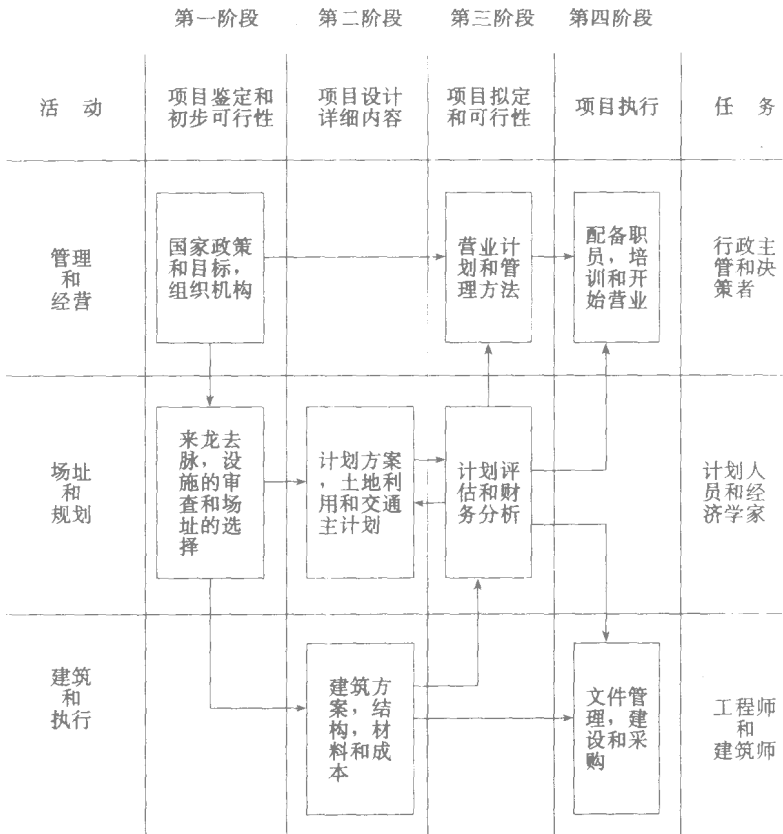


图 4 批发市场设计方法

设计阶段 考察设计过程最简便的方法是按照设计顺序（或阶段）进行，第一步一般是项目鉴定和初步可行性研究，如果项目显然是可行的，接下去是第二阶段项目设计详细内容以及第三阶段项目拟定和可行性分析。第二和第三阶段在很大程度上是互相依存的，可以同时进行，因为它们都需要收集资料和调查分析，特别是需要市场实际成交量的资料。第四阶段是项目执行，不是原有的市场改造，就是把它重新安排在一个地方，或者建一个新市场。这在本手册的第三到第六章讨论。

设计任务 考察设计过程的另一种方法是根据确定的任务和市场发展所涉及的专业人员进行。项目拟订和可行性研究主要由社会经济学家、工业或企业管理人员承担。项目设计是物资计划人员和工程师的事，而项目实施将涉及项目管理、建筑、调查以及工程技术人员。

设计水平 设计的阶段也反映不同设计水平。项目鉴定主要与比较广泛的问题有关，首先要考虑国家政策，然后考虑的是地区市场规划内容。对于次级批发市场，它将属于农村内地规模，而集散批发市场主要考虑拟建市场的城镇地区的交通和土地利用问题。细部设计和可行性阶段，市场地址规划和总体建筑设计是重点。执行阶段的重点是建筑物和基础结构的设计详图以及固定和可移动设备的采购。

设计活动 对于每个设计阶段可以列出一个流程图或一览表，以反映上面提到的设计任务和水平。这些将规定为了实现最后计划、预算以及执行计划而必须开展的活动。每个设计阶段必须进行的活动的模式归纳成下列的框架：

- 1) 资料收集，可以从政府部门等机构顾问们的研究报告或出版物收集资料；
- 2) 社会经济调查、市场调查和工程测量；
- 3) 数据处理，人工和用电子计算机处理；
- 4) 资料分析和综合；
- 5) 编写建议书和设计草案；
- 6) 制定详细建议书和设计方案，包括和有利害关系的用户商议。这可能要求进一步收集资料，并对资料进行处理、分析和综合，在此基础上修改规划纲要，形成最后设计草案；
- 7) 经过一段时间的进一步商议之后，对最后建议书、预算以及主计划作最后修改。这最后阶段也可能要求对设计期间提出的问题进一步研究和调查。