

中国商品市场

任兴洲 编

湖北人民出版社

从书名：中国市场大

书名：中国商品市场

作者：任兴洲

ISBN：7-216-02830-9/F519

责任编辑：王惠玲

字数：329千

出版日期：2000年4月26日

定价：20元

序 言

范恒山

市场是市场经济的特色,在市场经济条件下,市场是经济运行的枢纽和资源配置的舞台。而作为“ 枢纽 ”和“ 舞台 ”的市场,在实践中则体现为一个相互依存、相互作用,也相互交融的各类市场构成的完整的市场体系。在这一体系中,既有消费品市场和生产资料市场构成的商品市场,也有由资本、劳动力、房地产、技术、信息等市场构成的要素市场。

商品市场是市场体系的基础,没有商品市场的发展,要素市场的发展就失去了依据。但是,当商品市场发展到一定阶段,必然推动要素市场的发育和发展。要素市场是市场体系的核心,没有要素市场的发育和发展,不仅商品市场难以真正发展起来,经济运行也会失去活力。事实上,在现代社会化大生产和市场经济的发展过程中,生产、流通、分配、消费的各个再生产环节,无不与资本、劳动力、房地产、技术、信息等要素资源的交易和配置紧密联系在一起。因此,推进市场体系建设,既要大力发展商品市场,更要大力发展要素市场。

1978 年底以来,我国改革与发展沿着市场化方向不断朝前推进。其间,市场体系建设取得了很大成就,逐渐走向完善与成熟。

这一进展在 1992 年以后尤其明显。

1992 年召开的党的十四大明确提出我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制,而这一体制“就是要使市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础性作用”。这样,组织严整、规则健全、功能完备、机制灵敏的开放性市场体系就成为市场经济体制的关键部分和主要构件。正因为如此,党的十四大会议强调,要“加快市场体系培育。继续大力发展商品市场,特别是生产资料市场,积极培育包括债券、股票等有价值证券的金融市场,发展技术、劳务、信息和房地产等市场,尽快形成全国统一开放的市场体系,加强市场制度和法规建设,坚决打破条条块块的分割、封锁和垄断,促进和保护公平竞争”。随后不久召开的党的十四届三中全会作出的《关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》中,又系统地勾划出新体制的基本框架,并进一步明确了建立市场体系的具体任务。

没有思想上理论上的这些重大突破,就不会有市场体系建设的巨大进展。

但是,我国市场体系建设的任务显然还没有完成。经过 20 年的改革与发展之后,作为社会主义市场经济体制重要组成部分的市场体系,到底发育和发展到了什么样的程度,是否已经建立起基本构架?我国市场体系的建设有怎样的特色,存在哪些问题?在大的路径上是否体现了现代市场经济的本质要求?面对着处于初级阶段的现实和主要来自发达市场经济力量推动下的全球经济一体化的挑战,下一步我国市场体系建立的任务与重点在哪里?在我国改革进入攻坚阶段,人类正值世纪之交的重要时刻,有必要对这些问题作认真的思考和研究,并给予明确的回答。

出于“位卑未敢忘忧国”的责任和对市场体系建设的上述认识,我们组织编纂了这套《中国市场大系》丛书。对各主要市场门类的发育过程、发展现状、存在问题、未来走向等进行了总结、分

析。

我们期望这套丛书,能对关心、关注中国改革,特别是关心关注我国市场体系发育和发展的读者较为清晰、准确地把握各主要市场的发展脉络与走势有所帮助;我们也期望这套丛书能对政府部门的合理决策,从而对我国市场体系的进一步良性发展做出贡献。当然,我们的研究还是初步的和粗糙的。我们也愿藉此就教于大家。

1999年9月

目 录

中国商品市场:历史与现状

- 1. 中国商品市场发展的历史回顾
- 1.1 传统体制下商品流通体制和政策的
 形成及演变
- 1.2 改革以来中国商品市场发展的进程
- 1.3 中国商品市场发展的现状、成就及
 存在的问题
- 2. 中国商品市场的体系与结构
- 2.1 中国商品市场体系构成
- 2.2 中国商品市场在市场体系中的地位
 与作用
- 2.3 发展和完善中国商品市场的基本思路
- 3. 中国商品批发市场

3.1	中国商品批发市场的发展现状
3.2	中国商品批发市场现存的主要问题
3.3	典型批发市场介绍
4.	中国消费品零售市场
4.1	中国消费品零售市场的现状
4.2	中国消费品零售市场存在的问题
4.3	消费品零售企业案例介绍
5.	中国生产资料市场
5.1	中国生产资料市场发展现状
5.2	中国生产资料市场存在的主要问题
5.3	生产资料市场案例一:上海华通有色 金属现货批发市场
5.4	生产资料市场案例二:天津北方建材 公司所属家居建材超市
6.	中国商品拍卖、旧货与租赁、邮购市场
6.1	中国商品拍卖市场
6.2	中国商品旧货市场
6.3	中国商品租赁市场
6.4	中国商品邮购市场
7.	中国商品市场的对外开放
7.1	对外开放的国内背景
7.2	对外开放的国际背景
7.3	对外开放的政策内容
7.4	对外开放的过程及调控程序
7.5	对外开放的现状

- 7.6 对外开放中存在的问题
 - 7.7 商业流通领域对外开放的新进展
 - 7.8 中外合资零售商业企业:燕莎友谊
 商城
-

中国商品市场的管理

- 8. 中国商品市场的宏观管理
 - 8.1 中国商品市场的宏观调控体制
 - 8.2 中国商品市场宏观调控手段
 - 8.3 中国商品市场中介组织的发展
 - 8.4 中国商品市场运行中的消费者权益
 保护组织
 - 9. 中国商品市场的微观管理
 - 9.1 中国商品市场的组织结构
 - 9.2 中国商品市场的连锁经营管理
 - 9.3 中国商品市场微观管理手段的现代化
-

中国商品市场发展趋势

- 10. 中国商品市场发展面临的背景
- 10.1 国内经济背景
- 10.2 国际经济背景
- 10.3 加入 WTO 及对中国商品市场的影响

11. 中国商品市场发展的趋势	
11.1 商品市场发展的现代化趋势	
11.2 商品市场结构多元化趋势	
11.3 商品市场发展的法制化、规范化趋势	
11.4 商品市场发展的国际化趋势	
11.5 商品市场建立统一、开放、竞争有序的趋势	
11.6 商品市场区域发展的不平衡趋势	
12. 国外商品市场发展现状、趋势及启示	
12.1 国外商品市场发展的现状	
12.2 国外商品市场发展趋势	
12.3 国外商品市场发展的启示	

附 录 中国商品市场的重要法规和政策	
--------------------------------	--

参考文献	
------------	--

后 记	
--------------	--

中国商品市场：历史与现状

- 中国商品市场发展的历史回顾
- 中国商品市场的体系与结构
- 中国商品批发市场
- 中国消费品零售市场
- 中国生产资料市场
- 中国商品拍卖、旧货与租赁、邮购市场
- 中国商品市场的对外开放

1.

中国商品市场发展的历史回顾

1.1 传统体制下商品流通体制和政策的形成及演变

从新中国建国开始,一直到 1978 年党的十一届三中全会之前的这一时期,在理论研究中一般称之为传统体制时期。在这一较长的时期内,我国实行的是高度集权的计划经济体制,并形成了与这一经济体制相适应的商品流通体制。这种体制的形成不是偶然的,而是有其特定的背景。

第一,苏联经济体制模式的影响。建国伊始,对于力图建立一个新民主主义国家进而建设社会主义的中国而言,当时的社会主义苏联,为中国提供了现成的“软件”和“硬件”的“样板”,即高度集权的计划经济理论、指导思想和直接的、具体的计划经济体制模式,以及与这种体制相适应的经济政策框架。

第二,经济与政治背景。新中国成立后,百废待兴,国民经济

处于恢复时期,国家的经济能力相当薄弱,物质资源极其匮乏。在这种条件下,国家必须集中有限的财力和物质资源恢复经济,加快建设。这在客观上决定了传统体制下的经济政策以及流通体制和流通政策的形成。特别是 50 年代初的抗美援朝战争,使新中国承受着战火的考验。政府必须首先维持社会的生存与安全,稳定经济,支持保家卫国的战争,这也促使了中国传统计划经济体制的形成。

在上述背景下,中国逐步形成了高度集中的计划经济体制模式。其基本特征:一是中央政府权利高度集中,通过集中统一的国民经济指令性计划来组织国家的经济活动;二是企业的微观生产经营活动也由政府来决定,企业只是从事生产或经营的具体单位,而没有自主权利,形成了“政企不分”的关系格局;三是形成了财政上“统收统支”的分配体制和投资体制。这种计划经济体制决定了流通体制的基础,进而决定了传统体制下流通政策的构架和基本走势。加上中国在建国后的相当长时期内受物质资源短缺的制约和西方帝国主义国家的经济封锁,更强化了传统体制下流通体制和流通政策的计划经济体系。在这样的流通体制和流通政策条件下,中国商品市场的发育本身被蒙上了厚厚的计划经济的色彩,形成了中国的商品流通的基本特征。

1. 1. 1 单一商品流通所有制形式

新中国建立后的 1950 年 3 月,中央人民政府颁布了《关于统一全国国营贸易实施办法的决定》,规定中央贸易部是全国国营商业、合作社商业和私营商业的统一领导机关。各大行政区也设立了贸易部,形成了全国性的商业行政系统。同时,中央贸易部相继建立了 15 个专业总公司,各总公司根据业务发展的需要,由总公司和当地人民政府双重领导,以总公司领导为主,对所属公司的全部业务实行统一管理、统一经营,形成了全国性的商业企业管理系

统。国营流通企业经营机构迅速增加。从而形成了包括商业行政部门、企业管理机构和经营机构的一套国营商业系统。随后,经过第一个五年计划中实行的对私营工商业改造的基本完成,原来5种经济成份并存的国内流通市场格局发生了根本变化。“资本主义”商业被挤出流通领域,形成了以国营流通企业为主体和领导力量的基本企业格局。这一格局在后来又进一步得以巩固和强化。如1959年将供销社转为全民所有制,1962年恢复为集体所有制,1977年又转为全民所有制。形成了单一国营的流通企业的所有制形式。

1. 1. 2 高度集中统一的商品流通管理体制及政策

在50年代,高度集中的流通管理体制已基本形成,主要是通过建立贸易金库和商品统一调拨制度来实现的。各级流通企业的资金由专业总公司统一调度,一切现金收入均须缴入贸易金库,一切现金支出都要列出计划经专业公司审核后,通知金库支付。企业间资金往来则通过上一级公司实行内部转账。商品由专业总公司统一调拨。这一高度集中的体制在当时对于统一调拨商品和资金,集中恢复经济、控制市场、稳定物价起到了重要作用。但也存在过于集中、缺乏灵活性的问题。因此,1957年11月,全国人大常委会批准了国务院关于改进工业、商业、财政管理体制的3个规定。从1958年开始实施。自此,流通管理体制根据“统一领导、分级管理”的原则进行改革。国务院颁布了《关于改进商业管理体制的规定》,主要内容是扩大地方在管理体制方面的权限,原同部门管理的流通企业,除一级批发站外,全部由各省、市、自治区领导。加工企业全部下放到地方。而且精简、合并了商业行政部门。同时,中央和国务院还发布了《关于物价管理权限和有关商业管理体制的几项规定》、商业部发出《关于若干规章制度下放、废止或修改的通知》、商业部等四部门发出《关于国内商业企业、事业单位的财

务工作问题的规定》，从而使地方的流通管理权限扩大。到 70 年代初，中央又收回了部分下放的权限，如中央收回了商业一级站，省市收回了二级批发站，在改革前，形成了几收几放的流通管理体制格局。

1. 1. 3 与计划分配体制相适应 的流通方式和流通渠道

从 1953 年开始，与当时的计划分配体制相适应的流通方式和流通渠道逐步形成。根据管理与经营分开、采购供应与市场销售分开的原则，商业中的日用工业品的流通主体主要是国营商业企业和供销社，流通渠道主要是批发商业和零售网点。形成了三级专营批发组织：即一级、二级和三级批发站。形成了与当时的计划经济体制和商品物资分配体制相适应的计划流通方式和渠道。

在这样的流通方式、流通渠道条件下，中国商品市场不是按照经济规律和市场竞争的原则发育和发展，而是按照计划给出的轨道和方向发展。这固然有经济发展水平较低，商品供求矛盾较大等原因。但是，从根本上来看，则是当时的理论认识的局限，没有认识到中国应该发展商品经济和市场经济，市场经济体制是与资本主义制度相联系的。尽管当时承认消费资料是商品（不承认生产资料是商品），但商品流通仍要在高度集中的计划控制之下，从而极大地制约了商品市场的发展。虽然随着经济发展，物质商品的数量在增加，居民消费也有所增加，但是，中国的商品市场却在长时期中始终未能真正发育起来。

1. 2 改革以来中国商品市场发展的进程

1.2.1 改革以来商品市场发展的几个阶段

1978 年 12 月召开的党的十一届三中全会,标志着我国经济体制改革的序幕正式拉开。全会决定把全党工作的重点转移到经济建设上来,实行改革开放的方针。自此,我国商品市场也迈开了 20 年发展的步伐。从商品市场发展进程来看,迄今为止,大体经历了四个大的阶段。

(1)1979 ~ 1984 年

是中国商品市场发展的起步阶段。其背景是:随着农村体制改革的迅速展开,我国农产品产量迅速增加,在解决全国人民温饱的基础上,农副产品商品率迅速提高,从而使城乡集市贸易快速地恢复和发展起来。同时,随着城市经济改革的进展,逐步放开了小商品价格,并对机电产品等部分工业产品实行了浮动价格;一部分生产资料价格实行了“双轨制”。这些改革措施,促进了消费资料商品市场的发展,生产资料市场建设也开始起步。同时,城镇商业流通业发展较快,商业网点迅速增加。

(2)1985 ~ 1991 年

是商品市场建设全面展开阶段。其背景是 1984 年,以中央《关于经济体制改革的决定》的颁布为标志,城市经济体制改革迅速展开。在扩大企业自主权,塑造商品经济主体的同时,价格改革全面展开,在逐步缩小指令性计划范围的同时,重点是改革长期扭曲的价格体系和过度集中的计划价格形成机制,进一步缩小了计划定价的范围,提高了政府指导价和市场调节价格的比重,为商品市场的发展奠定了基础。在这一阶段,商品市场的发育和发展步伐明显加快。农副产品批发市场、专业批发市场纷纷建立。各地政府也重视培育市场。如山东寿光蔬菜批发市场、义乌小商品批发市场和一些生产资料市场等都是在这一时期建立起来的。城镇商品流通市场在这一时期也出现快速发展,商业网点数量较大幅

度增加,居民消费革命带来的消费结构升级促进了商品市场的建设和发展。特别是以千元级的耐用消费品为主导的消费结构变化,使城市商品市场发展步伐进一步加快,以满足人民日益增长的消费需求。

(3)1992 ~ 1996 年

是商品市场快速发展阶段。其背景是 1992 年,在邓小平南巡讲话精神的指引下,中国迎来了新一轮改革发展的热潮。商品市场发展出现了快速发展势头。特别是在 1992 年 10 月,党的十四大确立了我国改革目标是建立社会主义市场经济体制以后,商品市场更迅速地发展。到 1995 年底,我国在“八五”时期建设的市场数量,已经比建国 40 多年的总和还要多。这一时期,一方面,城市商品市场和商业网点建设空前加快。特别是非国有资金大量投入到商业流通领域建设中来。仅北京市,“八五”期间投资建设的万平方米以上的大型百货商场就达几十家,促进了这一时期商品零售总额的快速增长(见表 1·1);另一方面,城乡批发市场建设如火如荼,出现了大量产地型、销地型和集散地型的消费资料、生产资料和农产品批发市场(见表 1·2),辐射范围不断扩大。多种成分的市场经营主体出现。在许多地方,确实是建一个市场,兴一个产业、富一方百姓。如绍兴的“中国轻纺城”、天津的“北洋钢材市场”等都是在这一时期兴建的。同时,这一时期中国商品市场的对外开放迈出了更实质的步伐。1992 年以后,我国的几个沿海开放城市开始进行中外合资商业零售业试点,国外先进的经营技术和理念进入我国,带动了我国商品市场的发展。商业新兴业态迅速发展。但是不可否认,在这一时期,盲目、重复建设市场的问题也比较严重,一些地方,不顾客观现实,盲目建有形市场,导致出现了许多有场无市的“空壳市场”。城市中大型商场过度发展,盲目求洋求大,导致了社会资源的浪费,经济效益低下。

(4)1997 年至今

是商品市场稳步发展和调整阶段。其背景是:经过 20 年的改革和发展的积累,我国综合国力大大提高,供给能力迅速增强。从而改变了长期影响经济发展的短缺局面,商品买方市场初步形成。同时,居民消费结构又一次面临革命性的变化,以“住”和“行”为主