

法规篇

批发市场管理办法

(中华人民共和国国内贸易部 1994 年 12 月 15 日发布)

第一章 总 则

第一条 为完善商品批发市场体系,规范批发市场交易行为,使批发市场的建设和管理纳入法制化、规范化轨道,保护交易当事人的正当经营和合法权益,制定本办法。

第二条 本办法所称“批发市场”是指为买卖双方提供经常性的、公开的、规范的进行商品批发交易并具有信息、结算、运输等配套服务功能的场所。

第三条 本办法中“中心批发市场”是指经国内贸易部批准或确认,在商品主要产地、销地或集散地中心城市设立的,具有辐射周围地区乃至全国的批发交易场所。

第四条 本办法中的“地方批发市场”是指经所在地省、自治区、直辖市和计划单列市商品流通主管部门或省级人民政府指定的部门批准,在国内贸易部备案设立的批发交易场所。

第五条 经批准或确认设立的批发市场必须使用“批发市场”名称。中心批发市场名称需冠以所在地省、市名称,标明交易商品类别和“中心批发市场”字样。地方批发市场名称需冠以所在城市名称,标明交易商品类别和“批发市场”字样。未经批准或确认的市场不得使用“批发市场”字样。

第六条 批发市场是社会公益性的非营利事业法人或公司法人。批发市场实行管理委员会监督管理下的理事会、董事会负责制。

第七条 批发市场以服务为宗旨,遵循公开交易、平等竞争、自由议价的交易原则。

第八条 批发市场必须遵守和执行国家法律和宏观调控政策。

第二章 设 立

第九条 中心批发市场必须经国内贸易部批准方可设立;地方批发市场须经省级(含计划单列市)商品流通主管部门或省级人民政府指定的部门批准方可设立。

第十条 国内贸易部根据国家的经济发展状况制定批发市场建设规划。批发市场建设规划包括:

- (一) 市场建设的总体思路和方针原则;
- (二) 市场的布局、规模和种类;

- (三) 市场建设的目标；
- (四) 市场管理与指导；
- (五) 其他有关市场建设的必要事项。

省、自治区、直辖市和计划单列市商品流通主管部门应根据国内贸易部批发市场建设规划制定本地区市场建设规划，报国内贸易部备案。

第十一条 建立批发市场必须具备以下条件：

- (一) 位于交易商品的主要产地、销地、中心城市或商品集散中心，交通方便，通讯发达；
- (二) 有进行批发交易的场所和基本配套设施；
- (三) 符合国家和地方市场建设规划。

第十二条 批发市场可由政府部门筹资组建，也可按《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)的有关规定由企业出资或合作组建。

第十三条 建立中心批发市场由发起单位提出申请，报国内贸易部批准。

地方批发市场由发起单位提出申请，报所在地省、自治区、直辖市、计划单列市商品流通主管部门或省级人民政府指定的部门批准，并报国内贸易部备案。国内贸易部在接到备案报告一个月内，以书面形式明确答复同意或不同意。同意的，方可依法办理开业等事宜。

第十四条 申请设立中心批发市场需经省级(包括计划单列市)人民政府认可。

第十五条 本办法第十三条所称“发起单位”是指：

(一) 政府部门筹资建立的批发市场为参与筹资的有关政府部门和企事业单位根据共同意向设立的筹备办公室(组)；

(二) 按《公司法》规定以公司形式组建的批发市场为国内贸易部或省、自治区、直辖市和计划单列市商品流通主管部门或省级人民政府指定的部门同意的一个以上的企事业单位。

第十六条 申报开办批发市场须提交下列材料：

- (一) 发起单位的申请报告；
- (二) 建立批发市场的可行性报告；
- (三) 建设计划和实施措施；
- (四) 章程、交易规则、内部管理规章草案。

第十七条 批发市场可行性报告包含以下内容：

- (一) 拟进行批发交易的商品种类和名称；
- (二) 市场所在地区该种类商品的生产能力、消费量和流通量，及同类市场的数量及规模；
- (三) 市场交易量、交易金额和对周围地区及全国辐射能力预测；
- (四) 所在地交通、通讯和流通设施情况；
- (五) 市场的面积、设施、主要服务功能；
- (六) 专职管理人员情况；
- (七) 批发市场的筹建方案和近、远期建设目标；

- (八) 建设资金数额和筹集方案 投资筹建单位所签订的筹建合同；
- (九) 投资的直接、间接效益预测；
- (十) 项目的优势、不足及相应的对策措施；
- (十一) 其他需要说明的事项。

第十八条 章程、交易规则中应对以下内容做出规定：

- (一) 市场的地点及规模；
- (二) 交易品种；
- (三) 招商方式、组织结构和领导机构、管理机构组成方案；
- (四) 交易方式和结算方法；
- (五) 从事批发业务人员的有关事项；
- (六) 从事市场管理人员的有关事项；
- (七) 设施使用费用；
- (八) 交易时间；
- (九) 代理规则和手续费标准；
- (十) 日常经费来源及使用原则；
- (十一) 章程、交易规则所包含的其他要求的内容。

第十九条 国内贸易部在接到建立中心批发市场申请和上述文件的三个月内进行审定核实 并明确答复 地方批发市场由省、自治区、直辖市和计划单列市商品流通主管部门或省级人民政府指定部门参照中心批发市场的方式进行审批。

第二十条 对批准建立的中心批发市场和经国内贸易部同意备案的地方批发市场，由国内贸易部统一及时予以公告。

第三章 监督管理机构

第二十一条 批发市场设立管理委员会。中心批发市场管理委员会由国内贸易部、发起单位上级主管部门、所在地政府有关部门的代表和专家组成。管理委员会设主任一人、副主任若干人 分别由国内贸易部、所在地省级 包括计划单列市 人民政府、生产主管部门派员出任。

第二十二条 管理委员会是批发市场的监督管理机构，主要职责是：

- (一) 批准市场管理规定、章程、交易商管理规则、交易规则、工作人员守则等有关规章制度；
- (二) 批准交易品种、交易方式 不含中远期合同竞价交易)；
- (三) 协调处理批发市场筹建和运行中涉及的有关政策问题和部门、地区之间的关系；
- (四) 审批理事会(董事会)的报告；
- (五) 对批发市场交易活动进行监督、指导；

(六) 审议批准批发市场的其他重大事项。

第二十三条 管理委员会每年至少召开一次会议，会议须有三分之二以上成员出席，其决议须经由半数以上成员通过方为有效。

第二十四条 地方批发市场管理委员会参照中心批发市场管理委员会的模式设立。

第四章 权力机构

第二十五条 政府部门筹资建立的中心批发市场设理事会。理事会是批发市场的权力机构。

理事会由不少于五人的奇数组成，其中参与筹资的政府部门推选的理事不多于理事成员的三分之二，其余由交易商选举的代表出任；理事会选举产生理事长一名、副理事长若干名，任期二年，可以连选连任。理事长是批发市场的法人代表。

(一) 理事会对筹资政府部门和交易商负责，行使以下职权：

- 1、制定、修订批发市场有关规章制度；
- 2、决定经营方针和投资方案；
- 3、决定批发市场的招商和交易方式（不含中远期合同竞价交易）；
- 4、批准交易商进场交易；
- 5、批准交易商开展代理批发业务；
- 6、决定批发市场的合并、分立、解散和清算等；
- 7、决定批发市场内部机构设置；
- 8、聘任或解聘高级管理人员；
- 9、制定批发市场年度预、决策方案。

(二) 批发市场设总经理(或总裁)。总经理(总裁)由理事会聘任。总经理(总裁)对理事会负责，行使以下职权：

- 1、组织实施批发市场经营方针和投资方案；
- 2、拟订批发市场内部管理机构设置方案；
- 3、拟订批发市场具体管理制度；
- 4、负责批发市场日常工作；
- 5、批发市场章程和理事会授予的其他职权。

总经理(总裁)列席理事会会议。

第二十六条 中心批发市场根据需要设立交易、信息、结算、交割、开发、监察等职能部门。

第二十七条按《公司法》设立的中心批发市场设董事会。董事会是批发市场的权力机构，董事会等组织机构产生、职权按《公司法》的有关规定执行。

第二十八条 地方批发市场工作机构由当地政府根据当地实际情况设立，也可参照中心

批发市场模式设立。

第五章 交 易 商

第二十九条 本办法所称“交易商”是指具有商品批发交易能力可进入批发市场进行交易的批发企业、经纪商和经批准的生产企业和用户。

第三十条 交易商必须具备下列条件：

- (一) 具有独立的法人资格；
- (二) 拥有开展规定商品批发业务所必需的最低注册资金和相应的经营设施；
- (三) 经纪商要有经营批发业务的许可；
- (四) 有良好的商业信誉，无违法记录；
- (五) 批发市场章程规定的其他必备条件。

第三十一条 凡具备上述条件的批发企业、经纪商和大的生产企业和用户均可向市场提出申请，经理事会（董事会）批准，方可进场交易。

第三十二条 交易商平等地享有批发市场章程赋予的权利，履行章程规定的义务。

第三十三条 交易商必须委派具有资格证书的交易员进场交易。批发市场交易专业人员资格认定由国内贸易部负责。其培训、考核事项可委托全国性行业组织或其他有关部门具体承办。培训合格者将发给从业资格证书，未取得资格证书的人员不得参加交易。

第三十四条 交易员根据授权全权负责所代表交易商在市场内的交易，所签订的合同具有法律效力。交易员只能接受本单位的指令，不得接受其他交易商或客户的指令。

第三十五条 经理事会（董事会）批准，企业法人交易商有权接受客户的委托，进行代理批发业务。

第三十六条 企业法人交易商变更法人代表时，在变更后一个月内向批发市场备案。变更或增加交易员须提前十五天向批发市场备案，原交易员在了结各项手续后方可退出。

第六章 交 易

第三十七条 交易商按照诚实、守信、公平、公正的原则在批发市场内进行交易。

第三十八条 交易方式根据不同商品的特性采取协商买卖、竞价买卖和拍卖。

第三十九条 批发市场内的交易经市场确认后具有法律效力，买卖双方必须严格履约。批发市场有保证交易双方履约的权力和义务。

第四十条 即期现货成交按双方商定的时间、地点、品种、数量、质量等条件和交货方式由买卖双方负责，批发市场负责监督。

第四十一条 严格控制批发市场进行中远期合同竞价交易。批发市场进行中远期合同竞

价交易或由即期现货交易转为中远期合同竞价交易，必须经国内贸易部批准。

第四十二条 改变或增加中远期合同竞价交易品种必须报国内贸易部批准。

第四十三条 中远期合同竞价交易具体管理办法由国内贸易部另行制定。

第四十四条 有条件的批发市场要主动争取铁路、交通部门的支持。

第四十五条 批发市场交易品种必须符合国家认可的质量标准。

第四十六条 批发市场可根据国内贸易部、生产主管部门或地方政府的要求，承办全国或省、市范围的商品交易会。

第四十七条 批发市场内的交易禁止下列行为：

- (一) 蓄意串通 制造虚假供求和价格；
- (二) 故意捏造或散布虚假的、容易使人误解的信息；
- (三) 以操纵市场为目的，连续抬价或压价买入或卖出同一种商品；
- (四) 以其他直接或间接方式，操纵或扰乱交易；
- (五) 未经批准进行中远期合同竞价交易；
- (六) 未经批准开展代理批发业务；
- (七) 从事代理批发业务收受章程规定的手续费以外的报酬。

第七章 代理批发

第四十八条 交易商进行代理批发业务必须遵守代理规则和有关细则。

第四十九条 批发市场对交易商负责，代理者对被代理者负责。

第五十条 代理者可向被代理者收取手续费。

第五十一条 批发市场有权对代理业务进行检查监督，保护被代理者的利益。

第五十二条 被代理者可以自由选择代理者，代理条件由代理双方本着公正、合理的原则协商确定并签订代理协议。

第八章 价 格

第五十三条 除国家另有规定外，批发市场交易价格允许随行就市，法定报价货币为人民币。

第五十四条 批发市场应根据国家有关法律制定价格管理规则。

第五十五条 批发市场成交的价格、数量等信息由批发市场专门机构统一汇总。

第五十六条 建立批发市场行情报告制度。中心批发市场在每天交易结束后，要将成交品种、产地、数量、价格等行情报告国内贸易部，统一向全国发布。地方批发市场在每天交易结束后 要将成交品种、产地、数量、价格等行情报省级 包括计划单列市 商品流通主管部门或省级

人民政府指定的部门，统一组织发布；各地商品流通主管部门要定期将上述行情报国内贸易部。

第九章 结 算

第五十七条 有条件的批发市场对场内成交的商品实行统一结算。

第五十八条 以竞价方式交易的批发市场可实行保证金制度。条件成熟后要建立全国统一的结算机构。

第五十九条 批发市场有权追偿并处罚违约方造成的经济损失。

第十章 监督管理

第六十条 批发市场必须积极、严谨、高效地为交易商服务。凡因市场工作人员失职、渎职造成损失的，由市场予以赔偿。

第六十一条 批发市场的工作人员必须主持公道、清正廉洁，不得参与场内的交易活动。对于徇私舞弊、违法乱纪者，按工作人员守则的有关条款予以处罚。情节严重者，按照干部、职工管理权限和有关法律、法规由有关部门处理。

第六十二条 批发市场有权监督交易商的交易行为；有权按有关规定、章程和细则对违章、违纪行为进行处罚。

第六十三条 交易者不严格履行商品批发合同所规定各项条款产生的纠纷，首先由买卖双方协商解决，双方不能达成一致意见时，由批发市场依法予以调解。

第六十四条 批发市场通过下列工作行使监督、处罚的职责：

- (一) 听取交易商申诉；
- (二) 受理对交易商不正当行为的指控；
- (三) 调查交易商交易、财务状况，检查帐册、文件和原始记录；
- (四) 以书面形式通知交易商停止或纠正不正当行为。

第六十五条 对交易商和交易员的违规行为，按市场有关规定予以警告、取消交易商及交易员资格处罚。情节严重、触犯刑律的行为依法由司法机关审理。

第六十六条 批发市场对交易商和交易员资格实行年审制度，并向国内贸易部备案。

第六十七条 当批发市场交易中出现不正当行为或不正常价格时，国内贸易部或各地商品流通主管部门可对批发市场交易进行监督指导。并有权要求批发市场或交易商提供业务报告或资料，进行检查。

第十一章 附则

第六十八条 各省、自治区、直辖市和计划单列市商品流通主管部门可根据本办法制定地方批发市场管理办法。

第六十九条 本办法由国内贸易部负责解释。

第七十条 本办法自发布之日起施行。

整顿流通秩序 规范市场行为 将批发市场建设和管理纳入法制化轨道

(国内贸易部新闻发言人 丁俊发 1994 年 12 月 20 日)

1994 年 12 月 15 日,张皓若部长签发中华人民共和国国内贸易部第三号令,正式发布《批发市场管理办法》。这标志着我国商品批发市场建设和管理将逐步走向规范化、法制化轨道。

一、制定《批发市场管理办法》的必要性

党的十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决议》中提出:改革现有的商品流通体系,进一步发展商品市场,在重要商品产地、销地或集散地建立大宗农副产品、工业消费品和生产资料批发市场。

改革开放以来,我国已有 90% 以上的商品进入市场,一个大中小相结合、有形市场与无形市场相结合、多种经济形式和运行方式的商品市场网络正在形成。商品市场特别是批发市场有了长足的发展,到目前为止,有各类商品市场 10 万多个,其中批发市场 3000 多个,虽大部分属于初级市场,中心批发市场不足 100 个,但这些市场的存在,对以市场为取向的改革与国民经济的发展正发挥着越来越大的作用。

当前在商品市场的建设和管理中存在一些比较突出的问题:一是市场建设没有统一规划,管理政出多门,存在着盲目发展、重复建设的现象;二是重建设、轻管理,对批发市场自身的发展、制度的完善、服务功能的提高等,没有明确的规定和要求,一些市场的档次还不高;三是市场建设和管理没有纳入规范化、法制化轨道,在开设、审批、交易、管理、服务等方面无法可依,存在一些亟待解决的问题;四是不同商品的市场建设模式单一,部分商品市场有场无市,功能没有完全发挥出来。这些问题的存在影响和制约着市场的健康发展和应有作用的发挥。如何有组织、有领导地建设批发市场,确保批发市场合理地、健康地运行,发挥其在促进生产和流通中应有的作用,保护批发交易当事人的正当经营和合法权益,逐步将批发市场的建设、运行、管理纳入法制轨道,是当前市场建设、管理的核心和重点。批发市场管理办法的制定已成为当务之急。

原物资部和商业部为批发市场立法做了大量工作。物资部从 1992 年起,就着手起草“商品批发市场管理办法”,并列入了国务院法制局的立法规划;商业部起草了专业批发市场管理办法。由于种种原因,这些办法都没能正式发布实施。近年来,各级地方商品流通主管部门也制定了一些综合性或专业性的市场管理办法。有的已经当地人民政府批准试行。上述工作为制订全国统一的管理法规,打下了一定的基础。

国务院批准的国内贸易部“三定”方案,明确规定国内贸易部的主要职能之一是“负责拟定

商品市场和商品流通领域交易法规，制定管理办法，保护公平竞争，打破条块分割、地区封锁和垄断，促进全国统一市场的形成。所以，内贸部一成立，就把市场法制建设作为一项重要工作，特别是加紧制定“批发市场管理办法”，为此作了大量的调查研究，又广泛听取了有关专家的意见，吸收了日本、韩国、香港等国家和地区市场法规的有关内容。本着促进市场竞争、规范交易行为、理顺关系、逐步细化的原则，从目前我国批发市场的实际出发，又充分考虑到今后我国商品经济发展对批发市场这种组织形式的更高要求，制定了目前这个《办法》。相信该《办法》的发布实施，必将促进我国批发市场建设和管理工作走向法制化、规范化的轨道。《办法》的发布实施，也是对最近召开的中央经济工作会议要求整顿流通秩序、加强市场管理、规范价格行为所采取的一项重大举措。

二、该《办法》实施中需要注意哪些问题

《办法》实施中要特别注意以下几个问题：

（一）关于批发市场的名称。现有批发市场名称比较混乱，带有一定行政级别和部门所有、地区封闭的色彩，不便于区分、掌握。而且容易产生在建市场的过程中，争上级别，争上“国家级”、“全国性”、“区域性”市场，争大、攀高的倾向。而且过去“全国性”、“区域性”是按市场幅射面划分的，随着经济的发展，市场的开放度日益提高，市场幅射面越来越宽，因此，按幅射面划分市场既不准确、不科学，也不易掌握，在实践中很难划分与管理。日本、韩国是按审批权限确定名称的，中央主管部大臣批的市场称为“中央批发市场”，地方政府批的称为“地方批发市场”，这种方法便于区分，也好掌握。借鉴日本、韩国的经验，我们认为按审批权限把我国批发市场分为“中心批发市场”和“地方批发市场”是个简便易行且矛盾较小的好办法。凡国内贸易部批准的称为“中心批发市场”，地方商品流通主管部门批准的，在国内贸易部备案的称为“地方批发市场”。并且在市场名称上标明“中心批发市场”或“地方批发市场”字样。这样划分符合商品市场发展的要求，避免了行政级别和部门行业性带来的弊端，操作起来也比较容易。

（二）关于批发市场的审批。目前，我国从国务院各有关部门到各级地方政府及其所属机关都在批准建立和管理批发市场，多头审批、多头建设、多头管理，造成批发市场建设的宏观失控。这种多头建市场的状况，还容易形成部门封锁，地区分割，影响批发市场正常发展和应有功能的发挥，这种状况必须扭转，急需有一个全国统一的、有权威的管理法规。国务院赋予国内贸易部“培育和发展商品市场，统筹规划商品市场体系”的职能，我部有责任和义务承担起规划、审批和管理批发市场的工作。为了保证履行这一职能，《办法》规定：批发市场必须经国内贸易部、省级商品流通主管部门或省级人民政府指定的部门批准方可设立，并规定了具体审批的条件和审批程序。为了增加市场审批的权威性、公正性和透明度，也便于及时统计市场数量，《办法》规定，对批准建立的中心批发市场和在国内贸易部备案的地方批发市场实行统一公告。为了防止重复建设，使市场建设既要符合全国规划，又要照顾地方规划，《办法》规定，申报中心批发市场须经地方政府认可。

（三）严格控制中远期合同竞价交易。目前，有不少批发市场开展了中远期合同竞价交易。

但批发市场的主要功能是现货交易，以实现资源配置，中远期合同竞价交易只是其中的一部分，并不是批发市场的主要功能，也不是任何商品都能搞中远期合同竞价交易，而且目前中远期合同竞价交易很不规范，缺乏有效的管理经验，搞不好容易形成变相交易所，存在很大的风险和不稳定因素。因此，对中远期合同竞价交易必须严格控制，只能在少数批发市场慎重试点，目的在于总结经验 建立起完善、有效的监管机制。所以，《办法》规定严格控制中远期合同竞价交易，由我部统一审批，并对已开展中远期合同竞价交易的批发市场要补办批准手续。中远期合同竞价交易作为特殊的交易形式 要求起点要高、管理要严、措施要得力。我们在《批发市场管理办法》发布之后 对中远期合同竞价交易将制定专门的管理办法。这里要特别强调指出 在确定试点商品交易所后，一些未被列入试点的交易所将转为现货批发市场。进行中远期合同的竞价交易，要防止这些交易所和其他一些引进期货机制的批发市场办成变相的交易所。对从事中远期合同竞价交易的批发市场要严格审批、严格管理，未经内贸部批准，不得从事中远期合同竞价交易。已进行中远期合同竞价交易的批发市场 在本《办法》发布后三个月内 到国内贸易部市场建设管理司重新审核，补办批准手续。对不执行管理规定的，将会同有关部门严肃查处。

（四）建立批发市场行情报告制度。建立批发市场行情报告制度 有利于增加市场价格的透明度 打破部门、地区封锁 促进全国统一大市场的形成 有利于国家和地方政府及时掌握市场供需和价格动态，及时进行有效的宏观调控；有利于我部和地方政府及时了解各类批发市场的运行情况 及时采取加强管理的措施 促进市场健康发展。因此，《办法》规定了建立批发市场行情报告制度的具体要求，这是政府监督管理市场的一项重要内容。各批发市场和各地应严格按照《办法》的要求实行联网 定期报告市场行情。

三、《办法》的发布实施将有利于批发市场的健康发展，特别是一批中心批发市场的发育

按我部制定的《全国商品市场规划纲要》，中心批发市场的规则和建设是商品市场建设的重点，将按农副产品、日用工业品和生产资料三大类布局。农副产品批发市场中包括蔬菜、粮油、冷冻冷藏食品、食糖、水果、水产品、中药材、土特产品等批发市场。要在每个大中城市着重培养一二个有规模、上档次的农副产品批发市场，国内贸易部将与地方政府联合在北京、上海、成都建设示范性的大型鲜活农副产品中心批发市场。日用工业品批发市场可以是综合性的也可以是专业性的 如服装、鞋帽、纺织、烟酒、五金交电、家用电器等。由于生产资料流通的特殊性 今后生产资料市场建设主要是抓好对已建市场的总结提高 上规模、上档次、规范化 进一步加以完善，一般不再铺新摊子。通过 3 至 5 年的努力，要在全中国建立一批规范化的中心批发市场 与地方批发市场一起 形成批发市场网络 成为全国商品市场体系的骨干力量。国家通过这些批发市场调节供求 稳定产需 稳定物价。形成这一网络 需要各级政府的共同努力 需要有关部门的通力合作。国内贸易部决心在新的一年里为稳定市场，稳定物价，抑制通货膨胀作出新的努力。

全国商品市场规划纲要

(中华人民共和国国内贸易部制订 1994 年 12 月 3 日)

一、商品市场是我国市场体系的重要基础。改革现有商品流通体系，进一步发展商品市场，在重要商品的产地、销地或集散地，建立大宗农副产品、工业消费品和生产资料批发市场，并进行少数商品期货市场的试点，为建立现代企业制度，转换企业经营机制，提高企业经济效益，参与市场竞争创造良好的环境，为国家实施调控政策奠定坚实的基础，是培育、发展和完善我国市场体系的重要步骤，也是党的十四届三中全会提出的建立社会主义市场经济体制的重要任务。

二、本《纲要》从我国商品市场的建设现状、管理体制和国情出发，围绕“抓住机遇、深化改革、扩大开放、促进发展、保持稳定”的方针，按照国民经济建设规划和加快发展第三产业的要求，借鉴经济发达国家和地区的市场建设经验，提出 2000 年以前我国商品市场发展的指导方针、战略目标、建设原则、总体布局、实施步骤以及宏观调控措施。

我国商品市场建设现状

三、党的十一届三中全会以来，我国计划经济体制逐步向市场经济过渡，市场在资源配置中的基础性作用逐年扩大。目前除对关系国计民生的少数重要商品仍实行计划管理外，90%以上的商品都已进入市场，通过市场交易实现资源配置。随着流通体制的改革、市场商品流通总量的增加，一个包括生产资料和生活资料在内的大中小相结合、有形市场和无形市场相结合、期货市场和现货市场相结合、多层次、多种经济形式和运行方式并存的商品市场网络正在逐步形成。到 1993 年，全国已建立各类交易市场近 10 万个，其中农副产品批发市场 2100 个，日用工业品批发市场 600 余个，生产资料批发市场近 900 个，拍卖市场 300 余家，其他各类专业批发(交易)市场 1.2 万余个，各类有形市场的商品交易额已占社会商品零售总额的 22% 左右。作为市场活动的补充，各地还举办了一些订货会、交易会、洽谈会、展销会、博览会等形式的商品交易活动。商品市场的发展，在国民经济中发挥着越来越大的积极作用，在促进产需衔接、公平交易、价格形成、引导生产、合理配置资源、促进经济良性循环等方面的作用日益重要。

四、我国商品市场建设中存在的主要问题是：市场的开放程度不够，国内外两个市场衔接不畅，多头管理、部门封锁、地方分割的旧体制对市场发育影响较大，缺乏统筹规划、合理布局，内地和边远地区发展缓慢，大中城市和沿海地区同类型市场过于集中；市场法规建设滞后，交

易行为不规范 交易方式落后 市场建设资金不足 管理人员素质亟待提高 市场组织程度仍然较低 特别是农副产品、日用工业品等专业性市场发展缓慢 很难适应市场经济发展的需要。随着国家金融、财税、外贸、投资、计划等方面改革措施的逐步到位 上述问题急需尽快解决。

我国商品市场发展的指导思想

五、根据我国商品市场建设的实际情况和国民经济发展要求 围绕党的‘十四大’确定的建立社会主义市场经济体制的总目标和《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》提出的要求,2000年前,我国要完成从旧经济体制向新经济体制的转变,在全国统一的市场体系中建立起比较完整的商品市场体系,就必须适应商品经济的要求,围绕各类商品市场的建设,确立合理的发展思路,提出明确的指导方针。

六、我国商品市场的指导方针,既要针对市场建设现状,也要充分考虑到市场发展的内在规律,在现阶段和未来一定时期,大体上应包括以下方面:

(一)重点建设全国性(含跨区域市场,下同)商品批发市场,带动地方市场、集贸市场的发展。在全国性商品市场中,首先要抓好大型农副产品批发市场的建设。全国性批发市场是在同类商品市场中规模大、辐射面广、功能齐全的大宗商品交易中心,主要集中全国大型生产企业和流通企业的资源,为较大用户、地方市场和大型商品批发企业服务,同时组织全国性商品交易会。地方市场是为本地区或毗邻地区大中型生产企业、流通企业、广大用户服务的商品交易中心,并组织地区性商品交易会。

(二)要积极发挥全国性商品市场在调剂供求、平抑价格、引导和组织生产等方面的作用。国家对经济的间接管理主要体现在对市场的调控上,粮、棉、油、糖、肉、钢材、汽车、煤炭、木材、化肥等国家重要商品的吞吐、投放主要通过商品市场进行,形成透明、公开的资源配置方式。国有生产和流通企业要积极参与商品市场,在商品市场中发挥主导作用。为保证商品市场健康运行,防止不法商贩操纵垄断,对参与批发市场交易的批发企业要研究建立资格审查和监管制度。

(三)建立适应商品特性的流通方式,按专业特点分层次组织批发市场。提倡商品市场专业化,有利于大宗商品高效率流通,也有利于办出市场特色,推动市场向现代化、规范化发展。根据我国国情,粮、棉、油、糖等大宗农产品和原材料、燃料适宜组织以商流为主的商物流的批发市场,日用工业品、机电产品(包括汽车、农机具)可以多组织一些商物合流的展销市场,废旧物资和二手设备、执法部门罚没物品适宜组织拍卖市场,蔬菜、肉、蛋、水果、水产、土产等鲜活农副产品应在现有流通设施的基础上,充分利用冷藏仓储设施,举办以物流为主、商物流结合的批发市场。

(四)发展有形市场和无形市场相结合的批发市场体系。各种有形的批发市场要注意改变现有的招商、摆摊和赶集等模式,充分发挥商品大批量集散、配送、加工、信息和数据处理功能。

对中远期合同交易要严格控制 加强管理。在发展有形市场的同时 重视无形市场建设 逐步完善经纪人制度 加强产销中介组织建设 积极推行代理制 建立社会化的购、销、运服务体系等等。

(五) 构筑多元化的市场建设投资格局 在政府的统一规划和管理下 鼓励各方参与市场投资。市场建设规划应纳入国家和各级政府部门的经济发展规划,对重点市场建设,政府部门应给予必要的资金支持。在发挥中央和地方两个积极性的同时,还要调动一切积极因素,鼓励有条件的企业向商品市场投资。有条件的地方可以吸引外商,对鲜活农产品市场和食品行业市场进行投资试点。

(六) 确立合理的商品市场布局 沿海、内地、边远地区共同发展。商品市场布局要根据不同经济区域在资源、交通、通讯、文化等方面的不同特点 突出重点、各有侧重、相互促进、取长补短。大体上说 沿海地区和经济发达的大都市 利用通讯发达、经济文化中心的优势 适于建设功能齐全、设施配套的中心批发市场 粮油主产区、农副产品基地和集中消费地区 适于建设专业化的农副产品批发市场 实施“菜篮子”、“米袋子”、“油瓶子”工程 重点工业城市既有原材料销地优势,又有工业产品优势,可以适当建设一些生产资料市场和日用工业品市场。内地和边远地区要充分利用资源优势,结合边贸发育本地市场,并最大限度地发挥市场辐射功能,建设与东部沿海地区密切联系的商品走廊,推进经济均衡发展。

(七) 加强地方市场建设和管理 满足城乡人民生活需要 繁荣城乡经济。凡是人口集中的县以上城镇 都应重视建设以满足当地人民生产和生活需要为出发点的粮油、蔬菜、肉类、水果和建材、农资、日用工业品等中小型专业或综合批发市场。地方市场建设要注意与商业网点布局密切衔接,配套进行。

(八) 强化商品市场监督、管理和服务体系 不断提高商品市场建设的现代化、规范化程度。在市场建设上 要注意和克服只重基本建设 不注意监督、管理和服务系统建设的倾向。市场建设不是简单地盖大楼、购计算机 市场的法规制度是否健全 信息和其他服务系统是否成熟 人员素质是否符合要求,往往决定着市场的成败。要把强化市场软件建设作为首要任务抓好,使市场在现代化和规范化的轨道上稳步、健康地发展。

2000 年前发展商品市场的战略目标

七、按照上述指导方针提出的商品市场建设思路,2000 年前,我国有形商品市场发展的战略目标是 适应国民经济的发展 初步建成以商品集散面广、容量大、功能全、交易规范的全国性批发市场为中心,以地方批发市场为骨干,以中小型市场、遍及城乡的集贸市场和商业网点为基础的统一、开放、竞争、有序的全国商品市场组织体系。

八、在这一战略目标的指导下 为建立合理、科学、发达的商品市场网络 提高流通效率 减少流通环节 建设大市场 发展大贸易 搞活大流通 根据国家宏观调控的需要 发挥市场在资

源吞吐、平抑物价、引导生产方面的更大作用 应充分发挥中央和地方两个积极性 逐步实现下述工作目标：

（一）不断提高已建成的全国性中心批发市场的交易规模 完善内部运行机制 充分开发市场组织流通的功能和潜力 使之成为辐射面广、凝聚力强的产销集散中心、信息反馈中心、价格发现中心，带动地方同类市场共同发展。

（二）建设完整、高效、灵敏、现代化的商品市场信息系统 利用图文传真、光缆、计算机等先进技术设施，逐步形成一套与国际市场衔接、覆盖全国、沟通县以上城镇的具有双向反馈功能的商品市场信息网络，充分发挥全国性商品市场信息对商流、物流的导向作用。

（三）根据商品市场建设和发展进程 研究、制定有关商品市场管理法规 完善商品市场的法规体系。尽快制定《商品流通法》、《拍卖法》 认真执行《拍卖管理办法》和《批发市场管理办法》等规章。运用法制手段建立正常的市场进入、市场竞争和市场交易秩序 防止和克服不规范的交易行为，维护市场秩序，强化国家对市场的宏观调控。

（四）加强商品市场人才培训。为提高商品市场的管理水平和市场整体运行素质 要充分利用国内现有科研院校的师资力量、设施，同时要有计划地安排组织出国培训和请外国专家对口交流，并在全中国建立 1~2 个专业化的全国商品市场管理人员培训中心。力争在若干年内，通过国内国外多种渠道，培训一大批专业化的政府市场管理人员和商品市场的中高级管理人员、专业技术人员。

（五）建立商品市场社团组织 分层次将不同行业和地区建立起来的商品市场联合起来 交流管理经验 协调市场运行 传递市场信息 加强市场自律管理。

（六）根据商品市场建设的需要，有重点地选择一些商品仓储运输企业，充分利用其专用线、仓库、货场和起重运输等设施 改造、改建成商品贸易、仓储相结合的批发市场。

（七）改造商品贸易中心、钢材市场和其他部门组织建立的各类市场。对具有市场功能的，要总结经验 提高市场素质 使其更加规范和完善。对已不具有市场功能的 要加以整顿 取消市场名称，改造为与自身相适应的经营机构。

全国性商品批发市场布局

九、全国性商品批发市场即“中心批发市场”是我国商品市场的龙头和今后市场工作的重点 其总体布局根据市场建设的总体构思和战略目标 宜采取综合与专业结合、东西部结合、产销地结合、生产和流通结合的方针 大体上可按照农副产品市场、日用工业品市场、生产资料市场等三大类进行布局。

十、农副产品市场建设

把培育、发展与人民群众生产、生活密切相关，同时又适应进行大宗批发的农副产品市场作为工作重点 在 3~4 年时间内，选择一批大中城市，集中力量组建若干个全国性的粮油、糖