
重庆农产品批发市场建设思考

陈淑祥¹

(重庆工商大学经贸学院, 重庆 400067)

【摘要】:重庆农产品批发市场网点少、规模小、布局不合理、服务单一、设施简陋、交易手段落后、建设资金有限,且在管理、中介、政策法规等方面存在诸多问题;应合理规划布局,多渠道筹措建设资金,推行拍卖制、销售代理制、配送制和电子商务等现代交易方式,完善服务功能,拓展市场的外延与内涵,积极培育规模化经营的现代批发商,并加强宏观调控和科学管理。

【关键词】:重庆;农产品批发市场;布局;服务;交易方式

【中图分类号】:F127;F304.3 **【文献标识码】**:A **【文章编号】**:1008-6439(2005)04-0042-04

一、重庆农产品批发市场的现状及存在问题

1. 批发网点少

目前全国有农产品批发市场 5000 多个。3000 多万人口的大农村城市重庆,2003 年主要的农副产品批发市场仅有 23 个,其中有蔬菜市场 7 个,干鲜果市场 7 个,水产品市场 1 个,粮食市场 7 个,仔猪市场 1 个。北京 2000 年底,全市经营农产品的市场有 410 家,其中以批发为主的市场 52 家。上海 2000 年初,建有各类农产品批发市场 329 个,其中,蔬菜批发市场 49 个,水产品市场 74 个,肉蛋禽市场 52 个,水果市场 140 个,粮油市场 14 个;329 个农产品批发市场中,有 6 个国家级中心批发市场,23 个市级批发市场,200 多个地方批发市场,形成了以中心批发市场为枢纽,地方批发市场为骨干,遍及城乡的批发市场网络。

2. 大型批发市场少,交易规模小

根据 2001 年《中国商品交易市场统计年鉴》的有关资料进行统计,在全国年成交额超过亿元的大型农产品批发市场中,东部地区占 70.2% 的份额,而中、西部地区分别只占 17.1% 和 12.7% 的份额。2003 年,重庆市农贸市场年交易额最大的是江北观音桥盘溪市场,达 70.22 亿元,其次是渝中区学田湾农贸市场(5.15 亿元)、菜园坝农副产品批发市场(4.36 亿元)、北碚天生综合批发市场(3.22 亿元)等。

3. 市场规划布局不够合理

布局是否合理主要考虑三点:一是数量,二是分布,三是配套设施。重庆有些地方也出现了“有市无场”和“有场无市”的现象,当然这种情况在全国各地都不同程度地存在着。重庆农产品批发市场多集中在江北区、渝中区等。近年来,居家人口迅速倍增、大型商店林立、购买力相当旺盛的南岸区等,竟无一家农产品批发市场,难怪以麦德龙、百盛、好又多、江南商都等为代表

¹收稿日期:2005-03-01

基金项目:本文为重庆市社科规划课题“重庆农产品流通发展研究”部分内容。

作者简介:陈淑祥(1963-),女,四川仁寿人,副教授。

的国内外商场的生鲜超市总是生意兴隆,还不能满足需求。这块空缺应该补上。

4. 建设资金有限。由于政府财政资金有限,需要投入资金的项目太多,因而在农产品批发市场的建设中,“资金难筹”的情况十分严重,即使是已经建设好的市场在后期的维护和扩建上也面临着资金缺乏的窘况。

5. 经营设施简陋,交易手段落后

绝大多数的农产品批发市场经营服务设施简陋,不配套,尤其缺乏贮藏保鲜设施。许多批发市场长期停留在出租铺位的简单物业管理层次上,像个“放大”的集贸市场。交易手段落后,重庆农产品批发市场,基本是以传统的现货、对手交易为主,代理结算还不普遍。至于实行会员制,采取竞价拍卖、远期合约交易和期货交易方式尚处于萌芽阶段。

6. 服务功能单一,服务意识不强。

很多市场只是提供集中交易的场所而已,稍好一点的配有一定仓储设施,供客商存放货物周转之用。再好一点的引进少量必需的服务机构进场,如银行、运输公司等,提供资金、运输服务等,但大多都由客商自行办理。而从目前批发市场的竞争来看,批发市场能否提供全面、周到的服务,已成为影响市场能否做大、做强的关键因素之一。

7. 重销地市场,轻产地市场建设

长期以来产地批发市场基础设施条件、经济效益较差,与销地市场相比,明显处于发展滞后状态;与农业生产发展的需要相比,更显得市场的支撑、引导作用严重不足,可以说产地市场已成为当前农产品市场体系中最薄弱的环节。

8. 管理主体问题

目前许多农产品批发市场的投资者与管理者常常是合二为一,甚至还以经营者或变相经营者的身份参与交易。这种现象在由政府管理部门或管理部门与其他单位联合举办的批发市场中更为普遍,从而造成对公平交易与公平竞争原则的损害。尽管在许多地方,必须由政府有关部门推动,批发市场才能迈出最初的步伐,但无论如何,市场主办者参与交易是交易秩序混乱的重要制度根源。在实践中,“二合一”或“三合一”都将损害管理的权威性和公正性,破坏市场交易秩序与市场经济规律的作用。

9. 市场管理政出多门,企业和交易者负担过重

由于全国没有统一的批发市场法规,许多批发市场组织化程度和管理水平不高,与农村集贸市场有许多相似之处,致使有些部门将批发市场视为集贸市场,这是目前占很大比重的农产品批发市场实行多头管理的主要原因。由于政出多门,行政管理收费乱,企业负担重,有些市场负责人的精力主要用在协调与政府部门之间的关系上,很少顾及市场的经营和服务。而且,在一些地方,市场的服务收费也很乱,因收费引发的争执经常发生。通常产地市场收卖方0.5~1%的服务费,销地市场收卖方1~3%的服务费。过高的收费已严重制约了市场的发展。

10. 市场中介组织方面的问题

目前农产品批发市场上代表农民整体利益的中介组织很少。农民一家一户参与市场流通,增加了流通和交易费用,造成规模不经济;同时,农户作为交易一方,数量大大超过了中间商业组织,使自身讨价还价的能力削弱,只能坐视利润流失。因此,培育批发市场中代表农民利益的中介组织,提高农民参与市场流通活动的组织化程度,成为进一步完善批发市场的迫切需要。

11. 法规问题

农产品批发市场的组织化程度和管理规范化程度都较低,其中一个原因就是农产品批发市场法规建设严重滞后。主要表现在:《批发市场法》、《公平交易法》、《反垄断法》等一系列必要的法律尚未制定出来,或出台时间短,执行不力,使现有批发市场的重要地位得不到国家法律的全面保护,其运行也得不到国家法律的正确指导。对已经实施的市场规则和法律执法不严、有法不依,削弱了政府法规的严肃性和有效性。由于缺乏市场法规,许多实际问题难以解决。

12. 市场存在“脏、乱、差”,以次充好、以假乱真、掺“水分”现象,存在无效物流和潜在高成本的问题。对农产品卫生、防疫和安全等的有效监控较缺乏。

二、重庆农产品批发市场发展的对策建议

1. 完善批发市场的布局规划

政府应对批发市场进行统一规划、集中审批,尽快改变目前农产品批发市场各自为政、多头管理、缺乏统一规划的局面。根据可能的辐射范围进行布局。从整体上看,销地批发市场的数量已经不少(人口密集、商圈多的南坪等地除外),应主要从追求数量的扩张向质的提高转变;产地批发市场由于起步晚,建设相对滞后,量较少,可适当新建。

今后在批发市场的发展上应以改建、扩建为主,在现有规模下提高市场商品的流通量,增加交易额。对重复建设、盲目发展、存在恶性竞争的市场以及趋于萎缩的市场和空壳市场,该并的并、该关的关、该迁的迁、该转的转,进行合理调整。

通过市场竞争的力量,对已有市场进行整合,鼓励一些规模大、辐射广、实力雄厚的大型批发市场,以控股、参股或建分市场的形式跨地区兼并市场,或以联合方式增强辐射功能,扩大交易规模。

2. 多渠道筹措建设资金

农产品批发市场设施简陋,很难满足广大人民群众对优质农产品日益增长的需求,而要改善这种状况需要大笔资金投入。由于政府的投入资金有限,因此,寻求多元化的投资主体和多渠道的资金来源已成为促进农产品批发市场建设的首要问题。要解决这一问题,可借鉴“布吉模式”。

深圳市在建设布吉农副产品批发市场时,由于城市急剧扩张,市政府在财力紧张的情况下,决定由果蔬公司、食品公司、水产公司、农贸公司、财贸实业开发公司、铁路对外服务公司、社会保险局等相关部门共同组建深圳农副产品批发市场。这样既分担了资金,又加强了相关部门目标的一致性。“布吉模式”表明,在市场经济条件下,“企业办市场”呈现出旺盛的生命力。

因此,应积极寻求市场化的筹资方式,按照“谁投资、谁受益”原则,通过股份制等形式积极调动社会资金投入农产品批发市场的建设。

3. 稳妥推行拍卖制、销售代理制、配送制和电子商务等现代交易方式

拍卖交易在发达国家发展了100多年,被充分证明是一种适合农产品生产和流通特征的交易方式并得到广泛运用。拍卖交易最大限度地缩短了农产品的交易时间,保证农产品价格形成过程中的公开、公正、公平,极大地提高了交易效率。随着农业产业化进程的加快,原先的对手交易将不能适应农产品流通的需要,必将逐渐被拍卖交易所取代。

重庆应抓住目前批发市场的转型时机先走一步,有计划地在大型批发市场中推行拍卖交易方式,可以采取拍卖交易与对手交易相结合的运行模式,对于已经具备拍卖交易条件的品种组织拍卖交易,对于一般品种仍然以传统方式交易,并逐步扩大拍卖交

易范围,从而将传统的农产品批发市场逐步改造成现代批发市场。

日本农产品批发市场的拍卖运作方式值得借鉴。每天清晨,当人们还在酣睡时,早已从全国各地源源不断地运来了各种带有季节性特点和乡土风味、特色的生鲜食品,并且整齐地排列在货场上。这些由生产者自己、产地经纪人、农协组织运来的产品,将被无条件委托给批发商。经农林水产大臣获准的批发商将受委托销售的产品,利用各种竞买(如拍卖)方式出售给经纪批发商,或直接出售给获知事许可的零售商、加工业者或大宗消费者。参加竞买者一般在开始实施竞买以前,要仔细查看已陈列在销售场中的各有关货物的质量,估计价格,并等待竞买。预先检查和拍买过程一般在上午5点至9点之间。经过激烈的竞买,最终出最高价者采取某物品。这种方式充分体现了公开、公正、公平的原则,反映了供求关系,因此自东京都中央批发市场建立以来,一直采用这种方法。拍卖以后,经纪批发商将购得的产品运到自己的店里,并分门别类地摆妥,以便让顾客采购。零售商及饮食业的采购者,将于上午7点到11点前来采购。最后,采购人将采购的物品运到自己的店里零售给消费者,并争取在次日5点前售完,卖不掉的部分则降价处理。

4. 完善服务功能,拓展市场的外延与内涵

大中型批发市场要积极推行代理制和拍卖制,在条件成熟的情况下,逐步发展远期合约和期货交易方式。在不断使现有市场上水平、上档次的同时,还要积极拓展市场的各项相关业务,如发展配送、连锁、加工和储藏等。这方面,欧美国家的经验值得注意。20世纪50年代至70年代,由于超级市场、连锁配送等新型业态的发展,欧美的农产品批发市场受到巨大冲击,市场占有率由鼎盛时期的80~90%,下降并稳定在30%的水平上。

澳大利亚3大连锁超市几乎垄断了果菜零售业的90%,其中60%是从产地直接购进的。我国的农产品批发市场目前正处于大发展阶段,社会效益和企业效益都不错,在这种情况下,市场更要居安思危,不失时机地拓展自身的业务:

一是向农村延伸,发展产供销一体化经营,通过与农民联合兴办商品基地,发展“订单农业”,稳定掌握优质的货源;

二是与连锁超市、仓储式商场和便利店等现代商业实行联合,为其配送商品,或者批发市场自己发展连锁超市,以扩大商品流通规模,减少流转环节,降低流通成本;

三是积极发展仓储和加工业,实现产品的保鲜和加工增值。

5. 努力培育规模化经营的现代批发商

未来的农产品批发市场不应该是个体摊位的集合,而应该是批发企业的集合、公司的集合。市场竞争必然走向集中,优胜劣汰的规律首先表现在经营者规模经济效益的较量上,竞争必将导致许多小规模经营者无法支持而退出市场,批发业最终将是集中与规模经营。

重庆农产品批发市场必须意识到新时期批发市场建设的战略要点是培育现代批发商,尽快提升批发市场经营主体的组织化水平。一方面,政府和批发市场管理者要引导现有经营主体按照现代流通方式转换经营业态,做大做强,朝着现代企业方向发展;另一方面,要有计划地引进大生产商、大批发商、大代理商入场经营,尤其是那些在国际和国内都享有很高知名度的品牌企业,要积极创造条件吸引他们入市,通过他们的规范化经营带动批发市场整体素质的提高。

6. 加强宏观调控和科学管理,使农产品市场功能运作具有良好的环境

(1) 在农产品市场的建设方面,政府要加大财政投入

市场初建时,在征地拆迁、规划修建、工程建设等方面不能等同于普通企业,应免除或减免一些税费,以支持农产品市场尤其是大型批发市场的建设。在市场的科技投入方面,例如,市场的电子信息通讯设施及管理软件、农产品有害物质残留检测设备以及有关市场建设的科学研究等方面,要给予财政资金支持,使农产品市场建设能够逐步提高科技水平,更好地发挥市场功能。

(2) 在农产品市场管理方面,要强化政府职能

首先,建议改革目前不合理的市场管理体制,应明确一个农产品市场主管单位,其他相关部委参加,形成一个有权威的农产品市场管理机构。这个机构可以隶属于政府,也可以是半官方的协会性质。区、县各级政府也要相应地建立这样的管理机构。其次,各级各类农产品市场要成立市场管理委员会,在相应的政府主管农产品市场机构领导下,对本市场实行封闭式管理。

工商、税务、公安、国土、卫生、纪检等部门应参加市场管理委员会,统一实施对市场的规范化管理,不要各自为政、无序管理,以形成良好的市场经营环境。第三,在目前国家尚未出台《批发市场法》等法规之时,重庆应当加紧制定地区性管理条例,以规范批发市场内部的经营行为,达到公平、公正、效率的目的,使批发市场在搞活农产品流通上起到中心环节的作用。

(3) 建立绿色通道,健全社会化服务体系

首先,加强运输服务。应在鲜活农产品产地与中心城市之间普遍开辟绿色通道,在这个通道里,一律取消关卡收费,就是对有违章行为的运载鲜活农产品的车辆,也要先放行后处理。

其次,加强信息服务。重庆农产品上网交易近五年只成交 6000 万元,政府部门,例如农委、财委或信息中心,要加速电子信息传递手段建设,要及时把有关农产品市场信息传递到农户。

此外,还可以多渠道开展社会信息服务,政府有关部门可以提供一些设备,组建多个信息公司,让他们在信息市场上互相竞争,迫使他们把信息搞得更准确、更细致、更有效一些。这样,多渠道开展信息服务,农民也可以进行分析比较,自主选择。根据国际经验,发达国家的农业现代化基本上是由农业信息化推动的。

第三,加强对农产品流通的中介服务。可以采取组建农产品销售公司、培育批发市场中大批发商和专门的农民营销队伍、成立联结市场的农村专业合作社或专业协会等措施,开展专业农产品流通服务并使农产品流通社会化,以克服自产自销的小农经济生产经营方式。第四,加强农产品的储藏保鲜、深加工、配送及“三化一测”(对农产品实行质量等级化、重量标准化、包装规格化和检测制度)工作。

参考文献:

[1]汪凤桂.农产品流通中介组织的几个问题——以农产品批发市场为例[J].经济问题,2000,(12).

[2]马龙龙,孟祥.我国农产品批发市场的发展及存在的主要问题[J].首都经济贸易大学学报,2002,(1).

[3]毕美家.中国农产品批发市场的建设与发展方向[J].中国农村经济,2001,(12).

[4]崔承印,于彤舟.北京农产品批发市场规划[J].北京规划建设,2002,(3).

[5]刘文敏,俞菊生.入世后的上海农产品批发市场发展研究[J].上海农业学报,2001,(4).

[6]周颖, 井森. 我国农产品批发市场发展的现状、问题及对策[J]. 农业经济, 2001, (10).

[7]吴晓佳, 等. 我国农产品批发市场建设中的问题及对策[J]. 农村经济, 2003, (3).