
对中国农产品批发 市场的认识

关键词：中国 农产品批发 市场现状及对策

论文摘要：当前，我国农业发展正进入一个新的阶段，市场约束对农业和农村经济发展的影响越来越大，这预示着批发市场在农产品产销中的地位 and 作用将进一步强化。因此，正确地认识与分析当前批发市场的发展现状、存在的问题，对搞活农产品流通具有重要的意义。

一、我国农产品批发市场发展的现状

（一）市场规模获得前所未有的发展。

20 世纪 80 年代以来，在全国“菜篮子”工程带动下，我国农产品批发市场迅速发展。

（二）市场基础设施建设日益完善。

我国许多地区进行新建、改建、扩建农产品批发市场，加强市场的硬件建设，完善基础设施，改善市场交易条件。2000 年 3 月开始营业的广东农产品中心批发市场是我国目前规模最大、投资最多、设备最完善、技术最先进的农产品批发市场。

（三）市场管理和服 务不断强化。

经过多年来的建设和发展，许多批发市场已不再仅仅停留在提供交易场地、功能单一的初级阶段，开始向管理规范化、服务多功能化发展，储运、代理、结算、质量检测和信息等综合服务功能不断增强。

（四）市场影响和辐射半径逐渐扩大。

许多市场采取多种形式扩大市场影响和知名度，与全国大市场联为一体，从区域范围走向全国大流通，特别是通过互联网和中央电视

台七频道、农民日报、市场报等大众传媒发布信息，直接面向全国，一些市场形成了“买全国、卖全国”的营销格局。

（五）市场投资和运作方式不断创新。

近年来，越来越多的批发市场在市场建设和发展中，借鉴现代企业运作方式，改革产权制度，采用多渠道筹集资金方式，解决了自身发展的问题。上海曹安、江西乐平、长沙马王堆、青岛抚顺路等市场相继进行了股份改造，建立了产权明晰、管理规范的经营机制。深圳布吉、青岛抚顺路等市场取得了异地建设、兼并批发市场的成功经验。

（六）我国农业信息化服务取得了新的进展。

1995 年农业部率先创建了中国农业信息网，提供市场供求、预测分析、产销动态等多项信息服务，对引导产销、搞活农产品流通发挥了日益重要的作用。

二、我国农产品批发市场存在的问题

（一）从布局上看，盲目建设，缺乏统一布局。

在批发市场建设上，政府缺乏统一规划，造成重复建设，无序竞争。如一个城市相距不远范围内，多头管理的批发市场达七八个之多，出现了有场无市现象；而有些地方，则存在数量不足、有市无场问题。

（二）从形式上看，重销地市场，轻产地市场建设。

长期以来，我国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，已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。

（三）从管理上看，市场管理制度不健全，条块分割严重。

近几年，农产品区域化生产、专业化分工的发展虽然促进了农产品跨区域流通，但是传统的条块分割、地区封锁、长途运输中的乱收费仍然不时阻碍农产品的正常流通。不仅如此，政府对农产品批发市场的管理制度和市场内部管理制度也都不健全，国家尚没有一部有关农产品批发市场的法律法规，有些地方采用粗放式管理，批发市场上欺行霸市、哄抬物价、强买强卖等大量违法现象时有发生。

（四）从功能上看，市场交易规模小、交易设施简陋、配套服务落后。

我国大多数农产品批发市场交易规模小，只有少数农产品批发市场交易规模大。大多数市场仍是露天市场，有的甚至地面都没有全部硬化，市场设施不完备，仓储、制冰灯基本配套设施严重不足，其统一结算、信息传递、价格形成、运输、保管、包装、加工、配送等各种辅助性功能很薄弱。

（五）从网络建设上看，信息传递滞后，网络利用率低。

目前提供市场信息的各种渠道，如“全国农产品批发市场信息网”等发挥了较好的作用，但从总体上看，一是对于全国大市场来说，信息量远远不够，许多地区的农业生产还不能得到信息的指导。二是信息渠道不畅通，有的到不了乡村基层，使众多的龙头企业、种植户和运销大户对农业信息网不甚了解。三是信息质量不高，信息包含的要素不全、不准确。四是信息滞后，即时信息十分短缺。

三、我国农产品批发市场发展的对策建议

（一）完善批发市场的布局规划。

各地方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产地批发市场各自为政、多头管理、缺乏统一规划的局面。销地批发市场应纳入城市建设总体规划，根据可能的辐射范围进行布局。产地批发市场必须采取与销地市场有所区别的政策，由地方政府直接主持建设，并把产地市场作为农业的一项重要基础设施和公益性事业对待。

（二）探索组建企业化的批发市场。

组建企业化的批发市场，有利于建立现代企业制度，从而使企业能够成为自我经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的产权组织。据资料所知，崛起于 80 年代后期的深圳农产品股份有限公司，经过十几年的努力，该公司以组建和经营农产品批发市场为主线，着眼于大市场与大流通的“大而专”的经营目标，已经发展为一个集农产品生产、加工、包装、储藏、运输以及现货批发、拍卖、直销、配送、进出口贸易等多功能纵向一体化的营运体系，率先实现了三大创新（企业办市场、企业管市场、市场企业化）、五大功能（产品集散、价格发现、信息传递、运销服务、产地带动）、三大对接（产地市场与销地市场对接、农户小生产与社会化大市场对接、国内市场与国际市场对接）的农产品流通体制的崭新模式，为构建社会主义市场经济条件下我国农产品流通体制提供了重要的启迪。

（三）加强我国批发市场的法规体系建设。

国家应尽快颁布有关农产品批发市场的法律或行政法规，确定企业化的农产品批发市场的法律地位，规范其组织行为，促进这一特

殊的流通型龙头企业健康发展。同时，要不断完善农产品流通的宏观调控体系，强化经济手段作用，在市场投资、贷款、税收、管理费等方面制定相关政策，并给予适当的优惠。

（四）加快配套设施建设，完善市场服务功能。

完善市场配套设施、改善市场服务，是提高市场建设、管理水平和市场营运效益的有效途径。因此，应积极支持批发市场开展电子统一结算、组织开展农药残留和产品质量检测试点、引导农产品的分级分类包装和销售、发挥信息网络的服务功能作用，以提升市场档次、改善市场形象。

（五）鼓励交易方式的变革与创新，稳妥推行拍卖制、销售代理制、配送制和电子商务。

农产品交易方式的创新，可以大大节省买卖双方的交易费用，并有利于建立比较稳定的产销。

此外，预计在今后一二十年里，农产品批发市场发展趋势可能还会集中体现在以下几个方面：

- 1.东强西弱格局将得到一定程度改善。
- 2.批发市场将逐步向城市特别是区域中心城市转移。
- 3.远期交易和远程交易将逐渐成为交易的主体内容。
- 4.市场经营企业化并形成一些专业性市场经营公司。
- 5.将产生一定数量的拍卖市场。
- 6.将发展一批专为进出口服务的外向型市场。