

· 西部研究 ·

西南民族地区农村商品市场建设与贸易发展*

丁建军¹, 张海燕²

(1. 吉首大学 商学院, 湖南 吉首 416000; 2. 湘潭大学 商学院, 湖南 湘潭 411105)

摘 要:西南民族地区农村商品市场运行基础薄弱、运行要素缺位、运行环境恶劣, 民族贸易发展也深陷困境。建设西南民族地区农村商品市场和发展民族贸易需要走产业、市场互动的自生型发展的道路。应落实民族贸易政策, 重构民族贸易体系。

关键词:西南民族地区; 农村商品市场; 民族贸易

中图分类号: F061. 5; F327. 8

文献标识码: A

文章编号: 1008 - 6439 (2008) 01 - 0038 - 05

Rural commodity market construction and trade development in southwest minority nationality areas

DING Jian - jun¹, ZHANG Hai - yan²

(1. School of Commerce, Jishou University, Hunan Jishou 416000, 2. School of Commerce, Xiangtan University, Hunan Xiangtan 411105, China)

Abstract The rural commodity market running basis in southwest minority nationality areas is weak and its running factors have defect and its running environment is adverse and minority nationality trade development is in difficulty. Construction of rural commodity market and development of minority nationality trade in southwest minority nationality areas should follow the auto - development road in combination of industry and market, should carry out minority nationality trade policy and should restructure minority nationality trade system.

Key words southwest minority nationality area; rural commodity market; minority nationality trade

一、引言

西南民族地区民族贸易体系曾经为少数民族必需品的生产和流通以及少数民族地区的稳定和发展作出过重要的贡献。但由于种种原因, 传统的民族贸易体系正逐渐萎缩和被边缘化, 这使西南民族地区农村商品市场走向衰退。因而, 研究西南民族地区农村商品市场建设与民族贸易发展有着现实的紧迫性。

目前, 国内外关于民族地区农村商品市场建设与民族贸易发展的研究资料相对较少, 大多数学者主要从一般意义上来研究农村商品市场和商品流

通领域, 如 A. de Janvry (1981)、D. Bryce son (2000)、K. Jansen (2000) 等人指出农村市场体系的创新需要外部力量的介入; 王晓红 (2000)、周力 (2005)、柳思维 (2004, 2006) 等人则分析了农村现代市场流通体系的构建对经济增长与发展 and 提升农民利益的重要作用。另外, 少数学者如彭继芝 (2004)、朱瑞雪 (2005)、郭妍 (2002)、杨清震 (2003) 等分别从新时期民族贸易的地位和作用, 绿色边境贸易和民族地区经济的可持续发展, 民族贸易政策与民族贸易发展, 民族贸易与全面小康社会建设等方面对民族贸易进行了探讨^[1]。真正运用区域经济理论和城乡

* 收稿日期: 2007 - 10 - 20

基金项目: 国家社科基金 (06BJY093)

作者简介: 丁建军 (1980—), 男, 吉首大学商学院, 讲师; 湘潭大学, 硕士研究生, 从事产业组织理论与企业理论研究。
张海燕 (1970—), 女, 吉首大学商学院, 教授, 硕士生导师, 从事商业经济与少数民族经济研究。

协调发展理论来研究西南民族地区农村市场体系建设、创新与民族贸易发展的则更少。目前,仅有王兆峰、张海燕教授(2007)从民族地区农产品市场创新建设与民族贸易发展的角度进行了全面和深入的探讨。不过,民族地区农村商品市场的客体不仅仅局限于农产品,还涉及日用消费品、民族工艺品、农业生产物资等。因而,从农村商品市场的一般客体的角度来研究西南民族地区农村商品市场建设和民族贸易发展是有必要的。本文正是以此作为切入点,在充分借鉴已有研究成果的基础上,提出西南民族地区农村商品市场建设和民族贸易发展的构想。

二、西南民族地区农村商品市场建设落后的表现及民族贸易发展的困境

西南民族地区主要包括贵州、重庆、四川、湖南、湖北、云南、广西、西藏等辖区内少数民族自治地区,这些地区以山区为主,自然条件相对恶劣,长期处于封闭与半封闭状态。再加上长期以来受城乡二元经济结构的影响和农村生产力水平、收入水平低的制约,以及在商品流通体系建设中“重城市,轻农村”在农村工作中“重生产,轻流通”惯性思维的影响下,政府对西南民族地区农村商品流通体系建设投入严重不足,发展缓慢^[2]。并且,在全国由计划经济向市场经济转轨过程中,传统的民族贸易政策、民族贸易体系不能适应新的经济条件,民族贸易政策名存实亡,民族贸易企业、网点则逐渐萎缩和被边缘化。

(一)商品市场运行基础薄弱

西南民族地区农村商品市场建设落后的首要表现就是商品市场运行基础薄弱。从产出能力来看,西南民族地区农村自然条件恶劣,长期以来的“刀耕火种”式家庭生产效率低下,难以形成大量的剩余。并且,由于缺乏市场意识,村民所生产的农产品也主要为基本粮食作物,缺乏市场竞争力和较高的市场价值。显然,这种不合理的产业结构和落后的生产方式严重地制约了西南民族地区农村商品的产出能力。从需求能力来看,消费者需求的商品数量、商品种类及消费水平与消费者的收入水平密切相关。西南民族地区农村经济发展落后,村民收入来源单一且有限,再加上子女教育支出、医疗支出及其他预防性支出的制约,西南民族地区农村的现实需求能力极其有限。在低产出能力和低需求能力的双重制约下,西南民族地区农村商品市场运行基础相当薄弱。在缺乏利益的驱动下,市场机

制难以吸引众多资源向西南民族地区农村转移,这在一定程度上又加剧了该地区商品市场运行基础发展的滞后。

(二)商品市场运行要素缺位

在所有的市场运行要素中,市场主体是最积极和主动的要素,在商品市场建设中也发挥着核心作用^[3]。目前,西南民族地区农村商品市场运行的三类要素普遍缺位是西南民族地区农村商品市场建设落后的最突出表现。首先,缺乏合格、规范的商品市场主体。传统的民族贸易企业的萎缩与退出、城市现代商业组织不愿进入、经过专业培训的经纪人数量有限使得西南民族地区农村商品市场主体仍以个体商贩为主。其次,商品市场客体相对单一。目前,西南民族地区农村最主要的商品市场客体是日用消费品和农业生产物资,而且主要是从城市市场淘汰出来的次品或假冒伪劣产品,这些产品存在着严重的质量和安全隐患。西南民族地区特色的农产品和民族工艺品既没有形成大规模的产出,也尚未成为商品市场客体,极少数民族旅游开发较好的村寨的民族工艺品和特色农产品虽有销售,但规模极其有限。另外,质量较高的家电产品、首饰、服装等时尚产品也尚未成为这些地区农村商品市场的客体。最后,实现商品交易的网络体系等商品市场载体陈旧且残缺不全。西南民族地区仍以传统的集市作为商品交易的载体,商流、物流、信息流仍高度统一于交易的一刹那。在随机匹配的单次博弈和高度的信息不对称的情形下农村商品市场是一个“柠檬市场”。可见,商品市场主体、客体、载体“三体”的缺位不仅是西南民族地区农村商品市场建设落后的表现,也是制约其进一步发展的主要原因。

(三)商品市场运行环境恶劣

西南民族地区农村商品市场运行环境恶劣主要表现为:第一,市场的社会化服务体系尚未建立。由于自然条件闭塞、信息传递渠道狭窄,西南民族地区农村居民具有天然的信息劣势,主动搜索市场上哪些产品畅销、哪些产品滞销,产品的价格、质量等信息对于单个农民来说成本高昂而且由于信息外部性导致的“搭便车”行为使信息搜索者缺乏搜索的激励,进而使农民长期蒙受信息不对称之苦。第二,市场秩序混乱,市场监管工作不力^[4]。由于缺乏严格的准入制度、健全的商品质量检测制度和必要的检测设备与手段,导致进货渠道混乱。目前,西南民族地区农村商品市场是主要的假冒伪劣商品的销售市场,如药品质

量案件中农村占 80%。另外,西南民族地区农村市场欺行霸市、强买强卖、价格欺诈的事件时有发生,乱收费、乱摊派和乱涨价现象也相当普遍。第三,区域社会资本缺失^[5]。社会资本是“能够通过推动协调的行动来提高社会效率的信任、规范和网络”,它是经济发展和商品市场运行的“润滑剂”、“黏合剂”^[6]。西南民族地区农村缺乏普遍的社会信任以及被大家“理解”和“共享”的正式和非正式规范,这阻碍了村民市场意识、市场观念的形成,也进一步恶化了商品市场的运行环境。

(四)民族贸易发展的困境

民族贸易是我国在少数民族地区实施的一种特殊的商贸形式,是我国民族工作中的重要组成部分,具有政策性、民族性和区域性。20世纪80年代末以后,随着市场经济体制的建立,原有的形成于计划经济时代的价格补贴、财政拨款、利润留成与税收减免“三项照顾”的老民族贸易政策基本上全部失效,而新出台的国家对民族贸易企业实行优惠贷款、税收返还等民族贸易政策也因为商业银行的贷款普遍向效益好的地区和企业倾斜以及民族地区财政困难等现实而有名无实。另外,由于民族贸易企业地处经济落后地区,长期以来经营业务单一,再加上少数民族地区生产、生活用品趋向市场化,固有的民族特殊用品逐渐减少,以及民族贸易企业组织结构不合理、经营观念落后、资本积累和投入不足,民族企业大量转产、倒闭,民族贸易网点

大幅萎缩。如“十五”期间在青海农行开户的62户民族贸易企业中已经关停、倒闭、破产的为60户,占96.8%^[7]。可以说,民族贸易发展面临困境,使西南民族地区农村商品市场建设“雪上加霜”。

二、西南民族地区农村商品市场建设与民族贸易发展的思路构想

西南民族地区农村商品市场建设和民族贸易发展有其自身的基本规律,在西南民族地区农村现有的自然条件和经济发展状况下,立足于民族特色产业,走“产业——市场——产业——经济发展——市场”的自生型的农村市场建设和民族贸易发展道路是总体的思路。具体来说,现阶段西南民族地区农村商品市场建设和民族贸易发展可以参考以下构思(如图1):在商品市场运行基础建设方面,重点调整农业产业结构,生产特色农产品并深加工,同时注重开发民族特色旅游和民族工艺品产业,减轻农民负担,提供消费信贷,扩大农村消费力;在农村商品运行要素建设方面,大力引进城市连锁商业组织,恢复和拓展民族贸易企业和网点,建立专业合作组织和农民经纪人队伍,形成高度组织化和规范化的市场运行主体,扩大和丰富特色产品、消费品和生产物资等市场运行客体,建设以专业化市场、电子商务平台和城乡一体化物流系统等市场运行载体;在商品市场运行环境建设方面,主要通过建立农村专业合作组织和农民协会等社会服务组织来规范市场秩序和培育区域社会资本。

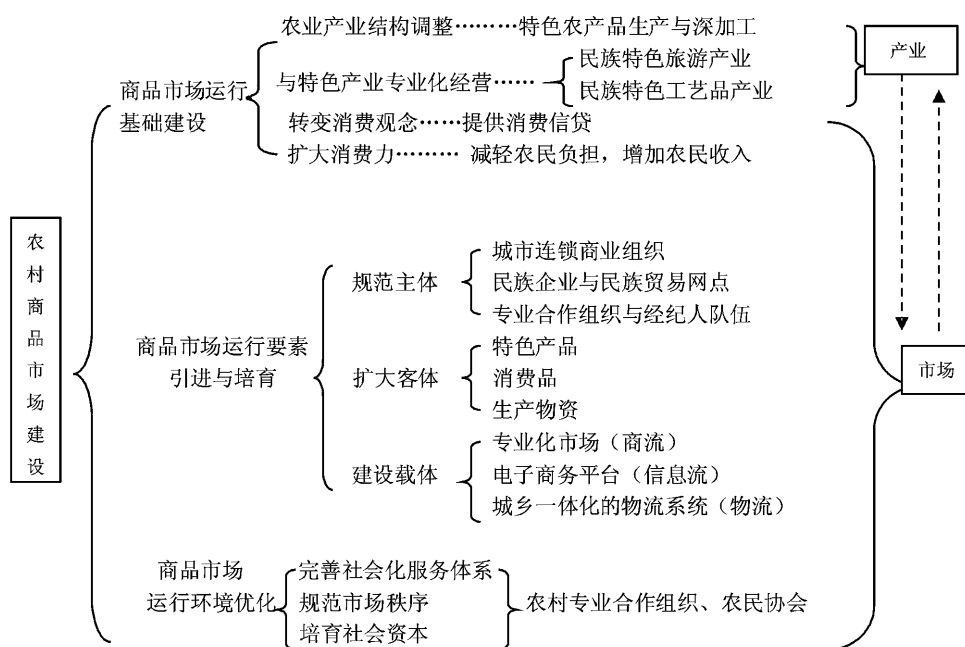


图 1 西南民族地区农村商品市场建设和民族贸易发展构思

三、西南民族地区农村商品市场建设与民族贸易发展的对策建议

西南民族地区农村商品市场建设与民族贸易发展任重道远,但又事关国家“三农”问题、新农村建设、全面小康社会建设与民族团结稳定的大局。国家“十一五”规划纲要中将农村,尤其是中西部落后地区农村建设作为中央政府投入的重中之重。在农村流通体系建设方面明确指出,要推进农产品批发市场建设和改造,促进农产品质量等级化、包装规格化。继续实施“万村千乡市场工程”,加快供销合作社经营网络改造和城市商业网点向农村延伸。完善鲜活农产品“绿色通道”网络。发展农资连锁经营,规范农资市场秩序。然而,西南民族地区农村商品市场特有的封闭性、分散性和低效率均衡性使得其发展在遵循国家总的指导方针之外,还应实施创新发展战略。其中,借助政府、城市现代商业组织、其他新型市场主体等外部力量的冲击,打破现存的低效率均衡状态,以民族特色产业和民族贸易政策为依托,引导市场向现代流通体系演进是西南民族地区农村商品市场建设的关键。因此,本文从西南民族地区农村商品市场建设与民族贸易发展的总体构想出发,提出四点对策建议以供参考。

(一)发展民族特色产业,夯实商品市场运行基础

产出能力和需求能力是市场形成和发展的基础。西南民族地区农村极其有限的产出能力和需求能力是阻碍商品市场建设和民族贸易发展的根本制约因素,而且,产业发展落后又是村民消费能力不足、消费观念落后的主要原因。因而,调整产业结构、大力发展民族特色产业,夯实商品市场运行基础是西南民族地区农村商品市场建设和民族贸易发展的基本切入点。西南民族地区农村特殊的自然条件和特殊的民俗民风是其宝贵的资源,充分挖掘和开发这些资源,发展民族特色产业和特色经济是西南民族地区农村经济发展的根本出路。具体来说,可以采取以下措施:一是调整农业产业结构,延伸农业产业价值链,大力发展特色农产品、特色食品生产和深加工产业。西南民族地区特殊的土壤和气候条件适合于种植一些营养价值高、口感好、无污染的绿色食品、药材和花卉等农产品,如湖南西部少数民族地区的茶叶、橘子、猕猴桃等。通过引导和组织村民进行专业化种植,部分直接销售,部分经深加工生产出价值更高的相关产品之后

再销售。二是大力发展民族旅游产业。西南民族地区特殊的民俗民风和古朴的建筑都是重要的旅游资源,而且随着国家旅游市场的扩大,文化旅游、村寨旅游、原生态旅游已成为游客们青睐的对象。西南民族地区农村可以与周边的旅游胜地开展合作,使其成为大旅游品牌的子项目,也可以定位为周边城市居民周末休闲娱乐的场所。三是积极发展民族工艺品产业。西南民族地区农村居民是少数民族特色工艺等民族文化遗产的直接继承者,他们熟练掌握着各种民族工艺品的制造工艺。组织村民进行民族工艺品的大规模制作可以迅速发展民族工艺品产业。总之,以上三大产业的同时发展可以极大地提高西南民族地区农村商品的产出能力,增加农民收入,提高农民的需求能力,进而为商品市场的建设和民族贸易发展提供扎实的供给和需求基础。

(二)培育现代市场“三体”,充实商品市场运行要素

现代市场“三体”,即商品市场运行主体、客体和载体是农村商品市场建设的基本框架,任何一“体”缺位,市场都不完整。因而,合格、规范的商品市场运行要素的引进和培育是西南民族地区农村商品市场建设和民族贸易发展的核心内容^[8]。具体而言,在西南民族地区农村商品市场运行主体建设方面,一是大力引进,二是积极培育。目前,西南民族地区农村商品市场运行主体之所以不规范,一方面是缺乏竞争,另一方面是投入不足。农村商品市场潜在的需求能力是城市现代商业组织最大的诱惑,进入农村市场也是它们的战略目标之一,引进城市现代商业组织不仅可行,而且它们的进入将对现有的市场运行主体形成刺激,加速其改革,迅速提高市场运行主体的规范化和组织化程度。其次,运用相关的民族贸易政策,支持和加大民族贸易企业的投入,改革民族贸易企业经营模式,扩展民族贸易网点,恢复民族贸易企业在民族工艺品、特色农产品生产中的核心作用。同时,培训大量农民经纪人,建立专业合作组织,使农民经纪人成为有组织的农村商品市场基层运行主体^[9]。在西南民族地区农村商品市场运行客体建设方面,一是多样化农村产出产品种类,如种植尽可能多的特色农产品,并深加工成各类相关产品;二是丰富农村市场消费品的种类,将一些目前只能在城市才能购买得到但在农村有需求的产品引入到农村市场,同时,在生产物资的供给方面也要尽可能地种类齐全。

而且,要严把所有流入和流出商品的质量关,提升农村商品市场客体质量。在西南民族地区农村商品市场运行载体的建设方面,通过建立乡镇、产地专业化市场以及遍布各村的贸易网点,开发乡镇、产地及特色产品电子商务网站,建成城乡一体的物流体系,确保商流、信息流和物流“三流”畅通。

(三)完善社会服务体系,优化商品市场运行环境

良好的市场运行环境是确保商品市场健康发展的重要外部条件。目前,西南民族地区农村商品市场“散、乱、差”的局面在很大程度上是由于缺乏社会化服务体系所致。由于工商行政部门的监管很少触及农村,农村市场秩序混乱,欺行霸市、假冒伪劣产品横行。一方面,应加强政府部门的监管,但另一方面,也是更主要的应通过建立农村专业合作组织、农民协会等社会服务组织来实施农村商品市场的自治。建立农村社会化服务组织,完善农村社会化服务体系,不仅可以通过结合政府监管的“自治”规范农村商品市场秩序,而且可以培育区域社会资本,提高各市场运行主体之间的信任程度,降低交易成本,提高农村商品市场运行效率。另外,农村社会化服务组织还可以利用自身搜寻信息、洞察市场走势、集体谈判等方面的优势,使处于具有信息劣势的农民不论是作为生产者还是消费者都能从市场中获得正常收益,提高农民参与市场的积极性^[10]。

(四)落实民族贸易政策,重构民族贸易体系

西南民族地区农村商品市场建设是民族贸易发展的重要组成部分,也是新时期民族贸易企业的重要使命。作为西南民族地区农村商品市场运行的主体,民族贸易企业一方面要用足、用活、用好现有的民族贸易政策,加大投入,恢复和扩展民族贸易网点;另一方面,要积极进行现代企业制度改革,提高经营管理绩效,立足于民族特色农产品、特色食品、特色工艺品、民族必需品、民族特色旅游等民

族特色产业,做大做强企业^[11]。同时,西南民族地区政府也要调整和落实民族贸易政策,在确保民族贸易企业享受民族贸易政策的同时,将民族贸易政策扩展到那些积极参与民族地区尤其是民族农村地区商品市场建设的城市现代商业组织及个体,如提供农村商品市场建设、民族特色产业开发的专项资金贷款等。此外,西南民族地区政府应统筹城乡发展,统一规划,重构民族贸易体系。如多元化和规范化的民族贸易主体,组织化和现代化的民族贸易形式,多样化和规模化的民族贸易内容等。

参考文献:

- [1] 王兆峰,张海燕. 民族地区农产品市场创新建设与民族贸易发展研究[M]. 长沙:中南大学出版社,2007.
- [2] 周力,周革非. 新时期我国农村现代市场流通体系建设基本框架及政策取向[J]. 商业经济与管理,2005(9).
- [3] 柳思维,黄福华,等. 新兴流通产业发展研究[M]. 北京:中国市场出版社,2007.
- [4] 吴侃,方传平. 西部地区农村市场发育滞后的三大障碍[J]. 重庆工商大学学报(西部论坛),2004(2).
- [5] 常明明,李汉文. 中国农村市场体系的现状及改革思路[J]. 价格月刊,2007(6).
- [6] Putnam R. The Prosperous Community2Social Capital and Public Life[J]. American Prospect,1993(13):35-42.
- [7] 刘天祥. 对农村商品市场培育中几个认识问题的探讨[J]. 财经理论与实践,2001(1).
- [8] 原梅生,弓志刚. 论现代农村商品流通体系构建[J]. 财贸经济,2005(5).
- [9] 杨亮. 农村现代化商品流通发展之路[J]. 天津市经理学院学报,2007(2).
- [10] 李富忠,张云华. 我国农产品市场体系建设研究[J]. 中国流通经济,2007(5).
- [11] 张雄. 西部民族地区经济起飞的前提和路径[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版),2006(6).

(责任编辑:弘流;责任校对:段文娟)