

2000年第15期(总第147期) 对农民企业经营棉花实行规范性准入政策的分析建议——“我国棉花经济和政策研究”简报之五

对农民企业经营棉花实行规范性准入政策的分析建议

在GOOGLE搜索此内容

2000-3-20

阅读4111次

1999年进行新一轮棉花流通体制改革,再次使人关注我国粮棉流通改革一再出现反复的特殊转型现象。我们早在80年代就对棉花流通体制进行了市场化改革探索,90年代初进一步明确提出“三放开”体改目标并实施了全面改革试点;然而,由于对一些转型现象认识和对策发生偏颇,棉改进程一再出现反复。新一轮棉改决策极为必要和正确;但要保证其健康有序发展,避免再次出现反复,有必要对传统棉改思维模式进行反思调整,并尽快对农民企业参与棉花经营实行规范性准入政策。

农民企业进入棉花流通的经济合理性探讨

我国棉花体制转型的一个引入注目现象,就是农民自发参与棉花经营一再被严令禁止但又长期禁而不止,至今仍是棉改面临的难点问题之一。对这一问题有必要重新认识探讨。棉花流通转型的基本背景是从国家垄断体制转变为竞争性市场体制,其间势必会有新的经营主体进入流通领域。作为市场化的一个新现象,农民企业进入虽然存在有待规范的问题,但总起来看具有多方面经济合理性和必要性,因而应当实行规范性准入政策。如果仅仅看到进入发生的负面问题而忽视其经济合理性,并采取强行禁止政策,便会给棉花市场化改革造成极大困难。前两次棉改反复都与这一问题有关。

可以从以下两方面观察农民企业进入棉花流通的经济合理性和必然性。第一,从棉花流通领域各个环节技术和经济条件看,基本特征是劳动投入密集,资金和技术的进入门槛较低,规模经济效应不强,农民企业进入不仅可能而且合理。首先,从收购环节来看,棉花生产季节性和地域分散特点决定了收购活动时间集中而空间分散,收购旺季又是非农忙季节,大体属于适合农民企业介入的农村第三产业范畴。其次,从加工环节看,虽然存在相应技术,设备和质量要求,但属于劳动相对密集农产品加工行业,技术标准一般并不构成农民企业进入的绝对障碍。另外,我国经济发展不平衡,纺织品市场需求不同层次质量要求差别较大,面向国内中低档纺织品市场提供棉花原料的棉花加工技术和质量要强相对较低,农民企业介入更具有现实可能性。再次,从运销环节来看,有的棉区在历史上就有本地商业资本利用当地农村劳动力从事棉花营销的传统,人力资源方面参与棉花流通的经营意识较强;当代信息革命促使“垂直信息结构”向“扁平信息结构”转变,加上公路建设快速发展降低了大宗农产品运输对集中控制性较强的铁路运输系统依赖程度,增加了农民企业直销棉花的相对优势。因而,棉花经营各个环节都不存在禁止农民企业进入的技术经济条件,而是显示了农民企业进入具有相当的经济合理性和必然性。

第二,农民参与棉花流通经营,对活跃农村经济,提高农民收入,促进棉花市场化改革具有正面“溢出”效应。首先,在棉花收购,加工和销售旺季约四个月(9-12月前后),经营棉花流通的资金和劳动回报率相当高,因而农民企业参与棉花流通有助于活跃农村经济,符合中央“千方百计提高农民收入”的政策方针。其次,由于籽棉单位重量(体积)价值量较低,棉花收购加工通常在棉花产地进行,而我国棉花主产区大都分布在农民收入水平较低的中西部地区,即便沿海省份棉产区也通常分布在区域性相对贫困地区,因而农民参与棉花流通有助于缩小城乡之间以及农村地区间收入差别,具有显著的社会公平效应。再次,农民企业参与棉花流通对于引入必要竞争和促进供销社棉麻系统改革,早日建立和完善符合中国国情的棉花市场体系具有积极意义。一些地方的改革探索实践已经说明这一点。由于农民企业进入具有经济合理性,有关部门长期禁止政策与市场化改革目标实际上不相协调,因而需要调整。

重新认识棉花加工质量问题

从90年代棉改历史看,禁入政策一个重要依据是农民企业加工棉花存在质量问题,有关部门试图通过禁入来保证和提高棉花质量。首先应当说明,棉花质量是关系到我国纺织业市场竞争力的重要问题,农民企业加工经营棉花确实存在忽视质量,甚至以次充好和掺杂使假问题,因而重视棉花质量并采取有效措施加以规范和改进是完全必要的。问题在于有关政策目标和手段是否协调一致。从经济学原理和我国经济转型一般经验来看,必要的市场竞争不仅与提升产品质量目标具有兼容性,而且是后者的必要条件;因而,把禁入和垄断作为质量管理手段难以奏效。对此也可以从两方面讨论。第一,常识告诉我们,市场竞争环境具有逐步提高产品质量内在机制,也是根治棉花质量问题的基本保证,因为竞争环境下消费者(纺织企业以及纺织品最终消费者)自主选择行为,会促使棉花流通企业和生产者出于自身利益来关

注和改进产品质量。从棉花质量国际比较情况来看，美国，澳大利亚等发达市场经济国家棉花质量较高，除了因为有一套行之有效的管理制度，竞争环境起到了不可替代作用；市场机制诱致形成的棉农，企业，消费者之间出于自利动机的互动过程，加上行业自律规范和政府部门适当管理，保证了棉花产品高质量。我国改革经验也表明，较早实施市场化改革的行业，市场竞争一般比较充分，产品和服务质量提高得也就比较快，如纺织服装，家用电器，餐饮服务等行业产品和服务质量显著改进较快都是这类事例。另外，市场竞争环境下即便一时出现比较突出的质量问题也能得到较快解决。例如，改革初期个别沿海地区民营经济一度造假盛行，VCD行业兴盛之初出现家庭“床板工厂”制造冒牌劣质产品问题，然而，在市场竞争优胜劣汰机制作用下，通过消费者，企业，政府，以及象消费者协会这样的非政府组织（NGO）的集体努力，上述质量问题都较快得到了明显改进。因而，推进市场化改革，鼓励公平竞争是解决棉花质量问题不可或缺的体制条件。

第二，负有垄断经营责任的企业或机构缺乏竞争压力，缺乏关注质量问题的内在激励机制，因而排斥竞争和诿诸垄断不是解决棉花质量问题的有效办法。以棉花为例，1994年有关部门在全国进行了一次10万吨棉花大规模质量检查，不仅查出棉麻企业内部存在大量严重质量问题，而且发现有的垄断经营单位竟能胁迫下游棉纺企业订立协议来认可质量不合格的棉花，致使受损失棉纺企业不敢接受专业纤检机构监督检查；个别棉纺厂因为配合上级调查质量问题，棉花调拨计划便受到棉麻垄断经营单位抵制而面临停产困境。这一事例说明，试图用垄断思路解决棉花质量实际是缘木求鱼。近年棉花流通实际情况也说明了这一点。1994-1999年棉花流通“三不放开”垄断体制时期，有关部门解决棉花质量问题决心很大，有关政策力度也很大，但质量问题不仅未能得到解决，反有加重趋势。在1999年全国棉花工作会议上，政府主管部门负责人都强调“棉花质量问题日益突出”，“棉花质量问题要引起足够重视”。

放松管制，开放市场，实行规范性准入政策

1999年棉花流通改革出现两点新现象。一是不少农民企业和个人进入棉花流通领域，并再次引发有关部门和媒体的批评指责。由于1999年棉花收购经营环节利润比较高，估计今年农民企业进入会更加活跃。农民企业自发进入与现有政策矛盾已经并将愈益成为新一轮棉改所难以回避的焦点问题之一。二是有的棉产区地方政府在规范棉花市场化方面进行了大胆探索并取得了有益经验。例如，山东夏津县依据省有关厅局文件精神，于1999年建立了地方性棉花交易市场，对农民企业参与棉花流通进行资格认定和质量管管理，并协助提供技术服务。从初步实施情况来看，不仅较好地规范了体制外棉花经营交易，促进了棉麻企业自身改革，而且较好地解决了棉花收购资金不足困难，一定程度上保护了棉农利益。总之，世纪之交新一轮棉改背景下，基层自发创新再次走到现有政策规定的前头。

我国农业经济市场化转型进程表明，通过上下互动机制培育市场体系是一条基本经验。就是说，农产品流通市场体系的建立和完善，既需要中央政府部门的规范指导，也需要基层和民间自发创新；自上而下与自下而上两方面条件不可或缺。传统棉改思路一点不足之处在于对基层创新重视不够，在市场准入问题上把规范指导变成了一味管制禁止。总结历史经验，审视现实形势，笔者建议有关部门改变观念，因势利导，尽快对农民企业经营棉花实行规范性准入政策，从引入和扩大竞争入手把新一轮棉改推向深入。

新政策建议的要点是规范和准入相结合。依据个人初步看法，规范性准入政策可以包含以下内容：第一，依据建立竞争性棉花市场体系的改革目标，改变对农民企业参与棉花经营的传统禁入政策，允许它们进入棉花流通经营并与其它流通企业展开公平合理竞争。第二，由省级有关部门制订各地棉花市场准入和资格认定标准，对农民企业进入棉花流通经营的资金，设备，场地，技术等方面要求提出具体规定。农民企业和其它企业都必须通过规范的资格认定途径进入棉花流通经营，防止在放松管制过程中出现一哄而起的无序现象。第三，依据建立专业性市场的一般原则和程序，在体制外棉花交易需求规模比较大的地区，由地方政府协调或参与建立规范的地方性棉花交易市场，并设立相应的组织管理机构，要求所有棉花交易必须通过棉花交易市场进行，为放开经营后对棉花交易进行规范化管理提供必要的组织机构保证。第四，地方质量检查部门在棉花交易市场派专人对交易棉花的质量进行检验，没有经过检验程序的棉花一概不许进行交易，棉包的“口麦头”除了包含加工厂名，运出地点，批号，包号，重量和品级长度等常规信息之外，还要求规范地标识质量检验结果，作为万一发生重大质量问题时追查相应责任的依据。第五，加强对市场交易行为的一般管理措施，如禁止偷税漏税和欺行霸市之类违规行为等等。第六，由权威机构组成一个跨越行业部门并具有分析独立地位的专题研究小组，对上述准入政策以及棉改其它重大问题设计提交可操作方案，并对政策实施情况进行追踪观察分析，及时提出充实完善或调整修正建议，以供科学决策参考。

没有相关信息

相关评论:

没有相关评论 [点这里发表评论](#)



[发表、查看更多关于该信息的评论](#)



[打印本页](#)

[| 北京大学](#) | [中心概况](#) | [BiMBA](#) | [CENET](#) | [联系方式](#) | [站点导航](#) | [繁体版](#) | [ENGLISH VERSION](#) |

Copyright© 1998-2005 北京大学 中国经济研究中心 版权所有

保留所有权利, 未经允许请勿挪用, 有任何问题与建议请联络: webmaster@ccer.pku.edu.cn
京ICP备05005746