

产销联合体与农产品流通组织形式的选择

高涤陈 荣 炜

产销联合体是社会商品经济发展的一种新的经济组织形式。它是商品生产者和经营者为更顺利解决产品销售问题而组织起来的一种流通形式,主要目标是使产品更加符合市场需求,并以最少的费用和最短的时间把产品运送到消费者手中。在不同生产力水平下,不同商品因客观制约条件不尽相同,它们必然有不同形式的产销联合方式。在实践中,目前得到广泛发展的产销联合体主要有产加销一条龙和产销直挂联合两大类。其共同本质特征是:同时兼有产品的生产和销售两种基本职能。其中的加工职能,则是由于市场经济和社会分工的发展而派生的一种新的职能。近些年我们提出的“农工商”、“贸工农”一体化等,就是以农产品的生产和再加工,同国内外的销售联结在一起的产销联合体的一种概括性的说法。

产销联合体作为商品流通的一种组织形式,是商品经济发展到一定高度时出现的。这种产销合一的经营方式并不是小生产者自产自销的简单复归,而是发生了根本性变化的高级形态上的再现。在国外一般称之为产销一体化。但是,如果从产销联合组织在程度和层次上的差别来考虑,作为一个经济概念,还是称之为“产销联合体”更为适宜。各种产销联合体的产生,以及它们发展的深度与广度,取决于社会商品经济的发展水平和产品自然属性的若干特点。弄清产销联合体发展的各种制约条件,对于按照具体情况组织不同形式、不同层次的产销联合体是十分必要的。

第一,产销联合体的发展规模与发展程度受社会生产力发展水平所制约。

在市场经济形式下,社会生产力发展状况具体表现为产品商品率的高低、社会分工和生产流通过程的专业化发展程度。生产力愈发展,生产单位的商品产量愈多,商品的销售量愈大,销售半径愈长,则组织产销联合体的必要性越大,其规模也就相应地愈是发展。

第二,产销联合体的层次受生产和流通企业经营规模的大小所制约。

生产、流通企业经营规模之大小,既是产销联合体产生与发展的内在要求的基本条件,也是制约产销联合体不同发展阶段与具体组织形式的决定性力量。一般说来,生产经营规模大的企业既有组织产销联合体的客观需要,也有了经济实力自己去设立销售机构,或者同规模相应的商业企业结成产销联合体。而规模较小的生产企业,则适于若干个生产者共同组织联合销售机构,或由规模较大的商业机构为它们“代销”产品,也就是说,那些生产经营规模较小的企业所组成的产销联合体,或是层次较低的,或是较为松散的。

第三,产销联合体还要受商品生产与流通过程的自然规律作用的制约。

在商品经济形式下,所有经济组织都要遵循经济规律的客观要求,从经济利益上去处理它们的内部和外部关系,各种产销联合体当然也不能例外。但是,在生产和流通过程中起着重大作用的自然规律,却是被经济理论所忽视的。这种自然规律是产品的生产特点、消费特点,以及产品本身的自然属性所决定的。如可以长期保存的商品与易腐坏变质的鲜活商品,季节性生产

常年消费的商品与常年生产季节性消费的商品,就需要有极不相同的经营方式。商业不同行业的划分,就反映出自然规律如同经济规律一样,以其客观力量作用于商品流通的全过程。对于组织商品产销联合体来说,这种自然规律的作用也同样是不可忽视的。

综上所述,在组织发展产销联合体过程中,既要充分考虑它兼有生产和销售两种基本功能,更要认真研究它自身发展的各种制约条件,这样才能选择好适合本地区生产力发展水平,适应现有生产、经营规律,符合不同商品和不同行业特点的产销联合组织形式。

从世界各国商品经济发展的历程看,不同商品的产销联合体大致可分为以下几种类型:

(一)生产者自设销售机构或联合组织推销的产销联合体。一类是生产某种产品的企业,由于生产经营规模扩大,产品拥有较大的市场占有率,具有了一定的经济实力,自行建立销售自己产品的机构而形成的产销联合体。这种大型的高级形态的产销联合体不仅在国内市场销售产品,而且一般也都在国际市场上销售自己的产品,并提供售后服务。一类是分散的商品生产者集资合股,为了提高流通效率,节约流通费用,共同组成销售机构而形成的产销联合体。目的是为自己提供产前、产中、产后一系列服务。供销社从本来意义上讲就是这样的组织。

(二)由大型生产、销售企业联合或兼并而形成的产销联合体。它们有的是由生产企业同商业企业联合组成;有的是以商业企业为主体,由大型商业企业兼并某几个生产同类产品的生产企业而形成;有的则是以生产企业为主体,由大型生产企业兼并某些已拥有一定经营规模的商业企业而形成。这类产销联合体的销售机构一般都保持其原有的经营特色,并兼营其它企业的产品。由于这种产销联合体具有商品品种较多的优势,因而它在一些工业部门发展较快。农村中近些年兴起的由农业生产合作组织或专业合作社与国有商业或外贸企业的联合,亦属此类。

(三)由生产者与具有一定销售能力的加工企业组成的产销联合体。这类联合体多以具有一定实力的加工企业为主体,与生产者及其联合组织建立稳定的购销合同,应用高新技术,进行名、优、特产品的开发和传统产品的更新换代,由此推动生产基地的形成和加工能力的配套发展,开拓新的市场领域。由于具有较好的市场前景,经济效益好,具有较强的生命力,其销售网络亦会迅速扩展。

(四)生产者与具有一定加工能力的销售企业组成的产销联合体。这类联合体多以销售企业为主体,利用自己流通网络优势和信息灵通的特点,以市场为导向,应用先进的技术设备,生产市场周期短、变化快的系列产品或具有消费刚性的消费品。销售企业通过与生产者订立购销合同,并为生产者提供产前、产中服务,扶持生产者的发展和生产基地的形成,最终形成生产、再加工、销售结合在一起的生产一条龙联合体。

(五)生产者、加工企业、销售者共同组成的产销联合体。这是以某种生产资源优势为依托,以具有一定实力的生产企业为基础,以具有相应技术实力的加工企业为条件,以有效的销售网络为保障,集中三者各自的优势联成的具有较强的整体实力的风险共担、利益均沾的产销联合体。这种联合体具有强大的开发新产品、开拓新市场的竞争能力。

实行改革开放政策以来,我国农村生产经营和产品购销体制发生了巨大变化。随着改革不断深化,家庭承包经营基础上的双层经营体制全面推开,它使农产品的生产者成为真正独立核算、自负盈亏的商品生产者;由于取消了农产品统购统销(极个别产品除外),绝大部分农产品放开购销价格,不仅使农产品开始了多渠道流通、多家经营,而且也把农民推向市场。这就给农村经济以前所未有的强大动力和活力,极大地推动了农村经济的快速发展;但同时也出现了农产品流通秩序混乱,产销脱节、城乡分割的矛盾日益显现出来。在市场经济的客观规律作用下,

生产者、加工者和经销者联合的欲望日益萌动,不同层次、不同形式、不同紧密程度的产销联合体在实践中应运而生。又由于农产品的使用价值大多具有既是加工业的生产原料,又是人民生活直接消费品的双重性特点,这就决定了农产品产销联合体必然具有不同的联合方式与内容。根据目前我国农村商品经济发展和商业活动的组织状况,以及农产品市场供需对此关系发展趋势,农产品的流通大致可分别采用如下组织形式:

第一,关于主要农产品,如粮、棉、麻、糖、茧丝、烟等。

这些商品具有生产分散,产区集中,季节性较强,生产规模较小,产品品种单一,产品由分散的农村流向城市和销售半径较长的特点,一般应由生产者联合组成共同的产品销售机构,或者与加工、销售企业订立长期的购销合同,结成产销联合体,即所谓农工产销直挂联合体或工农一体化联合体,比较有利于开拓国内外的新市场。具体说来,

——粮食商品。由于其具有与一般商品不尽相同的特点,须在加速改革粮食经营体制的同时,采取相应的有利于提高生产和流通效率的组织形式。具体做法是:(1)组织全国性的各级粮食流通委员会,由政府机构、粮食经营企业、粮食生产者的代表组成,其成员应以粮食生产者为主。其职责是:研究确定本地区,乃至全国的粮食流通线路;协商议定价格;介绍、推广先进的生产技术和仓储技术设施,等等。(2)现在的国有粮食经营企业,主要通过和农民建立稳定的产销合同经营人们消费用的口粮,也根据市场需求结构的变化,自己投资加工成品或与其他加工企业以产工销联合体的形式经营加工成品粮,供销社则以代理制的形式经营工业用粮。(3)把国内的粮食大公司与粮食进出口外贸企业统一起来,充分发挥其各自多年来已形成的网络优势,与生产合作组织或代理经营的供销社形成遍通国内外的购销联合组织,这种内外贸统一的粮食购销联合组织,更便于根据国内粮食生产状况和国际市场粮食贸易的态势,全面地统筹国内市场和国际市场的安排。(4)除集市贸易式的直挂交易外,有组织的粮食批发交易市场在一定时期内应以长期合约为主要经营内容。(5)非国有粮食企业的各类粮商,不仅应严格控制其数量,而且更重要的是要有严格的批准手续和特殊的营业执照。有关的法制性条文应规定,凡经营粮食者,一旦国家有特殊需要(如灾害、战争),必须完全服从政府命令,冻结库存、限制售价……。这样的流通体制及组织形式,首先是以生产者利益为基点,并通过内外贸统一,搞活粮食市场,保障人们的消费需求,提高粮食经营与管理水平。

——棉麻、蔗糖。它们主要用于加工工业的原料。生产者与加工企业直接挂钩和由商业企业组织以各种方式组织收购、供应就是它们的两种主要流通方式。棉花一直由供销社代国家统一收购,再调拨给各地用户。这种以行政手段为主的收购、供应方式虽然在保障用户原料方面起一定作用,但它不能有力地促进棉花生产者更新技术、提高质量和产量的积极性。其根本原因就在于它不能协调、平衡棉花生产者、经营者和加工企业三方面的利益,厚此薄彼,能维护用户和经营者利益,而不能保障棉花生产者的利益,甚至损害他们的正当经济利益。目前,政府再次实行对棉花统购政策,这似乎是对供销合作社经营活动的巨大支持,供销社员工也喜形于色。但是,我们应该看到,这种以行政手段为后盾的购销方式是不适合市场经济运行规律的,是一种最终必须改变的临时性措施。对于棉麻、蔗糖类工业原料产品,作为中间环节的商品经营企业,特别是供销社,必须以农业生产者的利益为立足点,选择能够维护生产者利益的购销方式,如组织以加工企业为主的工农商联合体,以供销社为龙头的商农工联合体,以外贸企业为龙头的贸农工联合体,都是可供选择的产销联合的方式。对生产者与加工企业就近直接挂钩的流通方式,供销社也不可以“与己无关”观念去处置,相反,应充分运用自己的条件去参与组织、

协调,使之遵循等价交换、利益均沾原则,以使产品流通顺畅。对于供销社自己直接进行购销业务的流通方式,则宜以代理制为主要形式。供销社应是生产者自己产品的推销机构,而不是简单的商品购买者,与农民也不应是单纯的买卖关系。为此,必须尽快恢复供销社的本来意义,使其真正成为“民办”,与广大农民的经济利益结合在一起,充分发挥其多年来形成的网络体系优势,以代理、组织参与等多种形式,为农产品的货畅其流服务。

——烟、茧丝。这两类商品应改变目前垄断型的经营体制,因其最大弊端是它能保障经营者利益,而不能维护与协调生产者和消费者的利益。与世界各国类似,我国对烟产品也实行专卖制度,但执行过程中很不规范。为了保证专卖制度的正常实施,烤烟收购应由代表烟农利益的供销社代理,由供销社与厂家建立相对稳定的供销关系。彻底改变经营者自行定价,市场混乱的局面,在全国范围内统一卷烟的零售价格,所有经营者只能享受批零差价。丝绸是我国出口的传统产品。但近些年国内市场需求量大大增长,由丝绸公司独家垄断型的经营方式已不适应国内市场变化的实际情况。因此,茧丝、绸产品应组织以外贸企业为龙头、贸工农结合的产销联合体为主要形式;供销社作为农民销售产品的合作组织,除集中货源,向丝绸加工业供应原料外,还可在蚕茧初加工方面发挥其优势,以增加蚕农的经济收入。

第二,关于肉、禽、蛋等主要副食产品。

由于这类商品具有产品由农村流向城市;销售半径长,销售量大且需要不间断地供应;产品加工技术比较简单等特点,因此在其集中产区,适宜建立集生产、加工、销售三种职能于一身的产销联合体。改革开放以来特别近些年,供销合作社与农村社员联合兴办的这类贸工农一体化的流通组织形式,在主要副食品经营中取得很大的成功,积累了不少的经验。供销社作为农民销售合作的联合组织,它既有较为雄厚的经济实力用于设备投资,也有布满全国城乡的流通网络;它不仅把副食品由农村运往大中城市的经济实力和网络体系,而且还具有广泛的国际联系。因此,以供销合作社为龙头组成的、以经营副食品为主的贸工农联合体是稳定和副食品的生产,开展副食品加工,提高其附加价值,有效地保障城市的副食品供应所必需的。全国许多地方的成功经验已充分证明这一点。在市场经济条件下,这无疑是供销合作社与社员群众结合在一起推动农村经济和壮大自己的发展方向。

第三,关于水果、蔬菜、牛奶等鲜活易腐产品。

——果菜类产品具有生产品种繁杂,生产分散,防腐保鲜要求高,目标市场多元化的特点。所以,一般应由生产者集资组成联合推销机构,建立相对稳定的购销关系,才能有效地推动生产的发展和不断断的市场供应。自从对这些产品采取放开经营后,这类商品的国内市场已基本被私营商业所占领,国有商业、供销社或是完全退出、或是占有市场份额很少,于是,欺行霸市、垄断市场的情形到处发生;产地价格不高,甚至下降时,城市零售价格却居高不下已成为全国性的现象。鉴于目前城乡果蔬产品的差价之大,在其集中产区供销社已经有条件利用本系统城乡网络的优势,协调一致,打破行政区划,以代理制的形式联成网络,组织这类产品在城乡之间的流通,以逐步恢复和占领失去的市场阵地。

综上所述,产销联合体作为一种集生产、加工、销售三种功能于一体,兼顾产、工、销各方利益,以自愿为原则结成的流通组织形式是具有强大生命力的,因为,它能够调动生产、加工、经营者的积极性,推动小生产向社会化大生产发展,促进生产、流通的现代化和规模经营,提高全社会的生产效率。因此,它是值得在农产品流通中因地制宜地加以推广的一种经济组织形式,更是供销合作社大有作为的一个领域。

责任编辑 彭江