

陕西苹果流通问题初探

王 执 印

(农经系)

摘 要 陕西苹果流通正面临着日益严峻的形势。进一步搞好陕西苹果流通工作应该着重抓好三个方面的工作:①继续贯彻“三多一少”方针,不断完善新的流通体制,使各种流通渠道互相配合,协调发展;②加强市场建设,优化市场环境;③千方百计搞好苹果收购和销售工作。

关键词 苹果流通,流通体制,市场建设,收购,销售

中图分类号 F323.7

“七五”以来,陕西苹果生产发展很快。1989年,全省共有苹果园270多万亩,预计总产量可达到300 kt左右,分别比1985年增长2.52倍和1.13倍。现在苹果生产已经成为陕西部分农村脱贫致富的支柱产业之一;苹果已经成为陕西农村的一项重要拳头商品产品。面对苹果生产的迅速发展,认真研究苹果流通问题,努力作好苹果流通工作,已经成为当前摆在人们面前的一个亟待解决的重大问题。下面就这个问题进行一些初步探讨。

1 加强苹果流通工作的紧迫性

苹果生产的迅速发展和整个经济形势的深刻变化,使陕西苹果流通面临着日益严峻的形势。

1986年~1988年是陕西苹果大规模集中建园的高潮阶段,也是全国苹果园建园最多的一个时期。三年间,全省苹果园从75.2万亩发展到250.7万亩,净增175.5万亩;全国苹果园从1 298.1万亩发展到2 490.7万亩,净增1 192.6万亩^[1-2]。这些新建果园将在最近三年内陆续进入正常结果期。届时,陕西和全国的苹果产量和人均占有量都将大大增加。如果按照1988年的实有面积作为挂果面积,并以亩产500 kg的单产水平计算,1992年陕西的苹果总产量将达到1.25 Mt,比1988年的237.6 kt增加1.01 Mt,增长4.28倍;全国苹果总产量将达到12.45 Mt,比1988年的4.34 Mt增加8.11 Mt,增长1.87倍。如果再按照1992年可能达到的预计人口数(陕西3 318万人,全国115 823万人)计算,1992年陕西苹果人均占有量将达到37.8 kg,比1988年的7.6 kg增加30.2 kg,增长4倍;全国苹果人均占有量将达到10.8 kg,比1988年的4 kg增加6.8 kg,增长1.7倍。

随着治理整顿工作进一步全面深入地开展,整个经济形势将发生深刻变化,最近几

文稿收到日期:1990-01-05。

年出现的包括苹果在内的各种不合理的价格上涨和盲目抢购现象必将逐步改变。今后，在苹果购销过程中，国家收购部门和各种购销组织以及广大消费者都将更加注意苹果的质量和价格。

根据以上两个方面的分析，不难预料，今后三年内，陕西省和全国的苹果市场必将发生急剧变化。总的趋势将是：从卖方市场向买方市场转变；从多家抢购向多家竞销转变；从价格连年上涨向逐年回落，渐趋合理平稳转变。为了在日益激烈的竞争中求得生存和发展，我们必须紧急行动起来，采取切实可行的措施，全面加强苹果流通工作。如果麻痹大意，行动迟缓，措施不力，广大果农以及经营苹果购销的单位和个人就会蒙受巨大的经济损失，陕西苹果生产发展的前景就会受到严重影响。

2 苹果流通的现状和问题

2.1 流通体制

1980年以前，陕西的苹果购销业务基本上全由国营商业部门和供销合作社（以下简称国合商业）独家经营。1980年以后，国家、集体和个人在多种经济成份、多种经营方式、多种流通渠道并存，减少流通环节的“三多一少”方针的指导下，经过一系列改革，逐步形成了新型的流通体制。从最近两年的苹果购销额比看，国合商业约占6%左右，其他集体商业和个体商贩约占50%左右，果农直接向其他居民销售约占40%左右，其他渠道约占4%左右。

当前，在苹果流通体制方面主要存在以下三个问题：一是国合商业处境艰难，影响下降；二是新型的果农联合销售组织数量不多，发展缓慢，群体作用尚未真正表现出来；三是各种流通渠道之间联系配合不够，相互关系尚未真正理顺。

2.2 销售结构和市场范围

最近几年，陕西每年大约有2/3的商品苹果在省内销售，1/3的商品苹果在省外销售（见表1）。

表1 陕西省苹果销售状况

kt

年 份	商品量	省 内 销 售		省 外 销 售	
		数 量	结 构 (%)	数 量	结 构 (%)
1986	136.8	88.8	64.91	48.0	35.09
1987	197.2	134.2	68.05	63.0	31.95
1988	226.1	156.1	69.04	70.0	30.96
合 计	560.1	379.1	67.68	181.0	32.32

四川、云南和贵州是陕西苹果销售的传统市场。最近几年以来，省外市场范围有了较大扩展，东到上海，西到新疆，南到两广，北到黑龙江，全国大多数省、市和自治区都有陕西苹果的销售。

上述情况表明，陕西苹果在外省的销售范围已相当广泛，但所占比重不高，省外市场的潜力很大，只要努力开拓，前途是非常光明的。

2.3 购销价格

最近几年，陕西苹果的购销价格连年大幅度上涨（见表2）。

表2 陕西省一类一级苹果购销价格

年份	元/kg		
	收购价	成交价	零售价
1986	0.96~1.18	1.04~1.26	1.28~1.40
1987	1.20~1.30	1.34~1.50	1.48~2.00
1988	1.28~1.66	1.60~2.30	2.20~4.20

注：资料由陕西省果品公司提供。

值得注意的是，陕西省的苹果购销价格一直比别的苹果调出省份高。平均每 kg 收购价高 0.05 元~0.10 元；每 kg 调出价高 0.10 元~0.15 元。

2.4 交易场所

1988 年，陕西共有城乡集市 2 087 个。其中，城市集市 392 个，乡村集市 1 695 个^[3]。城乡集市中的农副产品批发市场数量更少。1989 年，全省仅有 34 个农副产品批发市场。

当前，各种交易场所不仅数量不足，而且设施简陋，由于管理工作跟不上，交易秩序混乱的问题也十分突出。

2.5 包装和运输

1989 年，陕西省共有包装材料厂 43 个，每年可加工纸箱的包装能力为 630 kt。销往省外的苹果基本上都可以按照客户的要求实行纸箱包装，但省内销售的包装当前仍以条筐和废旧塑料袋为主，散装销售的也不少。

运输方面，长途、出省的大批量销售一般以火车为主；省内和省外距离稍近、批量较小的销售一般以汽车为主；县境以内及其附近当天可以往返的小批量销售一般以自行车和拖拉机为主。就全省来看，当前的中、短程销售运输各地基本上都可以自行解决，但长途铁路运输的紧张状况仍然有增无减。

2.6 贮藏和加工

1989 年，陕西省各类果库的总贮藏能力为 48 kt，约占当年全省苹果预计产量的 16%，其中，社会冷库总容量为 11.9 kt，约占总库容量的 1/4；其余 3/4 均为砖窑、土窑、地下、半地下通风库和简易地窖。

1989 年，陕西省共有 23 个苹果加工企业，年加工能力约 2.5 kt，不到当年全省苹果预计产量的 1%。

由于前几年苹果鲜销畅通，各地对苹果贮藏、加工环节的发展都有不同程度的忽视，因而当前全省普遍存在贮藏、加工能力不足，技术落后的问题。

3 进一步搞好苹果流通工作的对策

3.1 继续贯彻“三多一少”方针，不断完善新的流通体制

3.1.1 加快国合商业的改革步伐，充分发挥主渠道作用

国合商业机构健全、实力雄厚、信息灵通、联系广泛，又有长期从事苹果流通工作的丰富经验，完全有条件充当苹果流通主渠道的角色。在各种苹果流通组织中，国合商业是一支最稳定的中坚力量。只有充分发挥这支力量在苹果流通中的主渠道作用，才能在多渠道流通的条件下保持相对平稳的市场状况，避免购销数量和价格的大起大落。这

就要求我们尽量加快国合商业的改革步伐,促使他们尽快摆脱困境。国合商业应该通过改革,牢固树立为农村商品生产发展服务的观念,在供应、生产、加工、贮藏和销售等环节上逐步同农民建立各种形式的经济利益共同体。供销合作社尤其要通过改革恢复其组织上的群众性、管理上的民主性和经营上的灵活性,真正办成农民群众集体所有的合作商业。在苹果流通方面,国合商业在近期内应该重点抓好以下三件事:①充分发挥自身优势,合理安排资金和人员,积极增加购销数量,组织深购远销,开拓新的销售市场,参与市场竞争,平抑市场价格;②逐步完善本系统的苹果生产系列化服务体系,为果农提供产前、产中和产后的综合系列服务;③在自愿、互利、平等和不改变所有制关系的前提下,积极试办、发展利益共沾、风险共担的紧密型果商联合组织和果工商一体化组织。

3.1.2 积极试办和发展各种形式的果农联合销售组织

各种形式的果农联合销售组织,是最近几年发展起来的一种新事物。它是农村经济体制改革,特别是苹果流通体制改革的必然产物。这种联合组织的优点是:较好地解决了在苹果流通领域日益突出的小生产与大市场的矛盾;大大提高了广大果农进入流通领域的组织化程度和群体竞争力量;较好地防止了中间利益的流失;降低了流通费用,提高了流通过程的经济效益。随着苹果生产的不断发展,这种组织必将逐步发展壮大,最终成为苹果流通领域的主要渠道之一。

为了适应苹果市场近期内可能发生的急剧变化,国家应该对这种组织采取积极扶持的方针。各苹果集中生产县、区都应该像礼泉县那样,选派有经验的人员,热情帮助这种组织建立机构、健全制度,逐步扩大服务内容。工商行政、信贷、物资和交通运输等部门对这种组织的正当经营活动还应该给予必要的优待和照顾。

3.1.3 鼓励更多的单位和个人参与苹果流通工作

进一步搞好陕西省的苹果流通工作,只有国合商业及果农联合销售组织远远不够,还必须继续鼓励更多的单位和个人参与苹果流通工作。任何单位和个人,只要政策允许,守法经营,照章纳税,都要一视同仁,热情服务。在参与苹果流通的各种单位和个人中,农民购销队伍人数最多、分布最广、购销量最大,特别值得重视。国家应该继续为他们创造宽松的环境,方便的条件,热情支持他们以各种形式进行经营活动。国合商业还应该通过各种方式加强与农民购销队伍的联系,把他们紧紧团结在自己周围。

3.2 加强市场建设,优化市场环境

首先,要根据全省苹果的产销情况,安排好集贸市场和批发市场的协调发展。当前应在合理布局的基础上适当发展一批苹果批发市场,尤其要加快苹果主产县、区批发市场的建设。

其次,各地都要根据自己的实际情况适当添置一些必要的市场基础设施,努力搞好各项配套服务工作。基础设施能力较强的单位,还要不断改善管理办法,注意提高现有设施的使用效益。

最后,各地还要通过治理整顿加强市场管理,创造文明、有序、方便、安全的市场环境。有关部门应该制定出简单明确的市场管理办法和税费收交条例,并公之于众。每个市场都应该有专人管理,以便及时排解市场纠纷,制裁违规违法行为,保护正当交

易。

市场建设也要贯彻国家、集体、个人一齐上的方针，多渠道筹集市场建设所需的人力、物力和财力，并实行共建共管。

3.3 千方百计搞好苹果收购和销售工作

收购和销售环节是流通的中心环节。搞好收购和销售环节的工作就能带动各项流通工作的顺利进行。为了搞好苹果收购和销售环节的工作，应该采取以下7项措施：①合理制订苹果收购价格。每年苹果集中收购季节到来以前，有关业务部门应在深入调查研究 and 多方协商的基础上合理制订出各种苹果的收购价格，并及时公之于众，以便维护生产者、经营者和消费者三方面的利益，避免苹果收购价格的盲目波动，保证苹果收购工作的顺利进行。②大力作好宣传介绍工作。陕西省的苹果生产虽然近年来发展十分迅速，但由于原来面积较小、商品量不大，很容易被外省客户忽视。因而，作好宣传介绍工作对于开拓该省苹果的销售市场尤为重要。有关部门应该组织精干力量，充分利用电视、广播和报纸等宣传媒介进行广泛的宣传和介绍，让更多的地区和客户了解该省苹果的生产发展、质量变化以及品种特性等情况，以便迅速扩大影响力，提高知名度，增加销售额。③认真研究市场动态，及时调整销售策略。在激烈竞争的条件下，只有认真研究市场动态，及时调整销售策略，才能作好苹果销售工作。例如，最近几年，随着生活水平的不断提高，南方一些大、中城市逐渐形成了在中秋节来临之前争购红苹果的风习。需求量很大，销售价格也较高。我省某些主产苹果的县、区如能抓住这一动态及时调整品种结构、改进生产技术，组织货源，就会占领很多市场。④切实改变旧的销售习惯。为了适应产销形势的急剧变化，不断开拓新的市场，必须切实改变过去那种坐在家里等待客户上门采购的旧的销售习惯。各主产苹果的县、区有关部门都应主动加强与新、老客户的联系，积极搞好推销工作。可以邀请外地客户入境洽谈；也可以派人去外地推销；还可以在产地和销地举办各种形式的苹果展销会和订货会。⑤积极开拓国外市场。陕西省苹果生产的自然条件十分优越，科技力量也比较雄厚，苹果外销的前景非常光明。但最近几年我省苹果的外销市场单一、销量很小、亏损严重。1988年，该省仅销往香港144.3 t 苹果，亏损额达16.3万元。造成这种状况的原因主要是质量问题。为了改变这种状况，生产单位和科研单位应该瞄准国外市场的质量要求，联合攻关，努力赶上和超过世界先进水平。外贸部门应该及时提供准确信息，积极组织适销苹果出口；同时投入一定的力量，注意研究和开拓苏联、东欧和蒙古人民共和国这几个市场。⑥建立良好的商品信誉、各个苹果经营单位都应信守合同，诚实交易，注重商品道德，建立良好的商业信誉。尤其要严格执行检查验收制度，保证购进、销出的苹果质级相符，货真价实。⑦努力作好铁路运输工作。铁路运输部门应该同有关部门密切协调，合理安排，最大限度地缓解铁路运输的紧张状况，保证长途、出省和大批量苹果的及时运输。

参 考 文 献

- 1 中国农业年鉴编辑委员会。中国农业年鉴。北京：农业出版社，1986。196
- 2 国家统计局。中国统计年鉴。北京：中国统计出版社，1989。249
- 3 陕西省统计局。陕西四十年。北京：中国统计出版社，1989。197

A Discussion on the Problem of Apple Circulation in Shaanxi

Wang Zhiyin

(*Agricultural Economic Department*)

Abstract There is a serious increasing situation in apple circulation in Shaanxi Province. For this reason, a good work should be done on apple circulation in Shaanxi in the following three aspects: (1) the principle of being three more and one less can be further insisted on to continue the completion of circulation system so as to make inter-matching of various circulation channels and have a coordinative development; (2) efforts are made to strengthen market construction and to optimize the market environment; and (3) every means possible should be tried to do a good job in apple purchasement and marketing work.

Key words apple circulation, circulation system, market construction, purchase, sale