

成都市金牛区专业市场发展战略研究^{*****}

□刘印勇 邵培基 王予嘉 方佳明 田 禹 [电子科技大学 成都 610054]

【摘 要】 本文首先介绍了荷兰、美国以及我国浙江省的专业市场的发展现状;通过实地调查,对成都市金牛区专业市场进行了现状研究,分析了目前成都市金牛区专业市场的发展现状与存在的问题。运用产业集群的理论对成都市金牛区专业市场的发展与提升进行了战略规划,提出了专业市场集群的发展方向与发展步骤。

【关键词】 专业市场; 战略研究; 运作模式

【中图分类号】F723 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1008-8105(2006)04-0016-05

引言

专业市场是以现货批发为主,集中交易某一类商品或者若干类具有较强互补性和替代型商品的场所,是一种大规模集中交易的坐商式的市场模式。专业市场的集聚效应和辐射效应对于国民经济的发展和产业结构调整具有巨大的拉动作用^[1]。

成都市金牛区是四川省乃至整个西部地区专业市场最密集、市场类型最齐全、市场交易最活跃的区域。经过20余年的建设发展,目前金牛区已拥有成都荷花池市场等一大批国内专业知名市场。近年来金牛区专业市场发展迅速,已成为区域发展的重要推动力,但与国外和东部发达地区的专业市场相比,存在着较大差距。

本文针对成都市金牛区专业市场的发展现状与问题,运用产业集群的理论对其发展与提升进行了战略规划,以提高金牛区专业市场的档次,增加其专业市场的功能,推动金牛区的经济发展。

一、国内外典型专业市场的发展现状

在发达国家如美国、荷兰等,其专业市场的发展水平已经很高,顺利、便捷、高效的流通系统,方便、快

捷的电子拍卖系统,使专业市场发挥了巨大的功效。

我国专业市场由于历史、交通、经济发展水平和人才储备等多方面的因素影响,有着很大的地区差异。2002年,我国东部地区有亿元市场2191个,占全部亿元市场的67.2%,中部12省有亿元市场699个,占21.5%,西部12省仅有亿元市场368个,占11.3%^[2]。通过对我国东部地区如浙江省专业市场的研究将更有助于结合成都市金牛区的经济结构特点和环境因素,来剖析金牛区专业市场存在的问题与不足,并以此制定出适合金牛区专业市场发展的对策与方针。

(一)荷兰专业市场

荷兰是世界花卉种植面积最大、销量最多的国家之一,有“世界花卉王国”之称。鉴于该专业市场的代表性以及荷兰花卉业的成功和重要性,本文选取荷兰专业市场中发展较好的花卉市场作为背景研究对象。

目前,荷兰有5个大型的花卉拍卖市场,按年销售量由多到少依次为:花荷花卉拍卖市场(Floraholland Flower Auction, FFA),阿斯米尔花卉拍卖市场(Aalsmeer Flower Auction, AFA),东荷兰拍卖市场(Oost-Nederland Flower Auction, ONFA),威鲁特花卉拍卖市场(Vleuten Flower Auction, VFA),远程电子花卉拍卖(Tele Flower Auction, TFA)。

荷兰花卉专业市场的主要流通形式是拍卖,如图

• 【收稿日期】 2006-05-11

• 【基金项目】 成都市金牛区2005年软科学项目

• 【作者简介】 刘印勇(1968—)男,电子科技大学管理学院研究生,成都市金牛区副区长;邵培基(1946—)男,教授,电子科技大学管理学院博士生导师。

1所示。

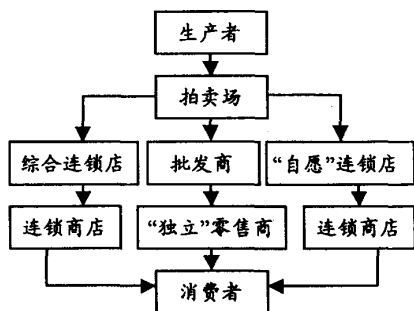


图1 荷兰花卉流通模式

先进的科学技术与有效率的拍卖方式,是荷兰花卉专业市场蓬勃发展的重要原因。荷兰花卉专业市场采用电子拍卖运作模式,交易信息完全公开,竞争机会均等,以公开竞价的方式,采用“降价式拍卖”,通过电子拍卖大钟将花卉产品转让给最高出价者,同时向入场谋利的双方,即花卉生产者与购买者,以拍卖交易总金额为依据向双方收取一定比例的手续费作为拍卖市场收入的主要来源,保证了市场的正常运行^[2]。

荷兰花卉专业市场的成功与它完善先进的物流系统密切相关,荷兰国内五大花卉拍卖市场均充分运用高科技手段建立了一整套的高效物流系统,降低产业链中的风险,并引进大量运输商来为客户提供多种运输服务,同时依靠网络联系来增加物流的有效性。

荷兰花卉市场具有很强的信息功能,花卉拍卖市场具有统一、公开、集中的特点,成交协议公开形成,拍卖信息透明、开放,拍卖市场每天都会将当天的拍卖信息反馈到生产者和经营者会员手中,生产者和购买商可以通过拍卖市场了解到最新的行情。从而有效保证了信息的对称性及入市双方的利益。

荷兰花卉专业市场通过会员管理制使花卉生产者与购买者之间相互结为一个有机整体,为会员提供完整的社会化服务体系,例如出入境检疫、海关、金融、邮政、通讯、质检等“一条龙”服务,使其花卉市场具备良好的市场吸引力。

(二)美国专业市场

美国专业市场的发展始于19世纪,目前其专业市场的市场占有率稳定在30%左右,在国内经济发展中占有重要地位。现以具美国地方特色的农产品专业市场为例进行分析。

在美国农产品市场内部,交易方式主要以拍卖、代理销售为主。由于采取公开拍卖、代理销售和期货交易,使农产品市场价格充分反映市场的供求变化,

从而形成农产品市场价格信息传播机制。同时为配合农产品高效流通,产生了许多专门为农产品交易服务的渠道组织,如装卸公司、加工和分类配送中心及银行等^[3]。

美国政府并不参与专业市场的开发和建设,但负责一定范围的管理。专业市场的交易活动由商家自己决定,进货对象、进货渠道、经营方式也是自己选择。政府只协调产品流通,并按市场发展的总体布局组织建立专业市场(市场建设资金来自市场的批发商)。定期举办交易会、展示会,增进会员间的交流等活动则由协会——介于政府和企业之间的一种行业组织负责。从而使得专业市场更具灵活性。

近年来,随着互联网技术的迅猛发展与成熟,电子商务理念的普及,美国专业市场的运作充分利用现代信息技术发展电子化交易,通常由某行业的若干领先企业在互联网上建立联合营销平台,形成电子交易市场(e-Market Place)运作模式。

(三)浙江省的专业市场

国内专业市场的发展以浙江省最为突出,据统计,2001年浙江省有各类专业市场4278个,其中超亿元市场465个,超十亿元市场82个,超百亿元市场6个,市场成交额、超亿元市场和单个成交额连续10年居全国第一位。浙江的区属经济GDP总量占了全省GDP总量的三分之二左右^[4]。具有代表性的专业市场有:义乌小商品市场、绍兴中国轻纺城、余姚中国塑料城、嘉兴中国茧丝绸市场、镇海液体化工产品交易市场等。

国内最知名的小商品市场——义乌小商品市场组织形式如图2所示^[5]。

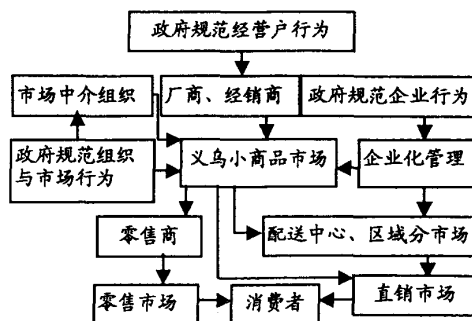


图2 义乌小商品市场组织框架图

义乌小商品市场的繁荣发展与它的组织形式以及当地政府行为的引导、经营机制、管理体制等方面的创新举措和先进的物流与营销举措有着重要的关系。

政府对小商品市场的管理是一种宏观的引导,不具体干涉经营事务,实行政企分开,使人们在不损害他人和社会利益的前提下按照自己选择的方式去追求自身的利益,追随个人的市场行为,并加以引导和推动,从而形成了交易规模的不断扩大和市场的持续繁荣。

义乌小商品市场管理体制由产权管理、经营管理、后勤服务管理、行为管理、行业管理、社会事务管理在内的相互关系、管理原则和途径组成。管理体制可规范为政府宏观调控间接化、市场管理企业化、行为管理法律化、行业管理社会化、社会事务管理社区化。

义乌小商品市场物流管理的效率高、成本低,承担小商品市场物流管理的是市场经营户和义乌联托运市场。经营户主要负责商品的仓储、从仓库到联托运市场的市内运输;义乌联托运市场内运输户主要负责商品从义乌市内到目的地的运输,托运手续简单,实行一次托清、一票到底、全程负责、客货保险的运作机制,保证了其物流的高效性。

义乌小商品市场通过举办多种形式的各类商品展销会,使得义乌市场的外向度达 55%,并使厂商直接与国内批发商挂钩,为企业、市场搭建了良好的产销平台,促进了市场繁荣。

二、成都市金牛区专业市场的发展现状及存在的问题

成都市金牛区是四川省乃至西部地区专业市场最密集、市场类型最齐全、市场交易最活跃的区域。近年来,金牛区专业市场的建设发展迅速,已成为区域经济发展重要的推动力。截止到 2004 年 12 月底,成都市金牛区的生活资料、生产资料市场共 145 个(不含 48 个农贸市场),2004 年年交易额达 201 亿元,市场经营商家 4 万余个,从业人员 10 万余人,其数量规模以及成交额已经接近成都市区专业市场的 1/2,集聚力和辐射力强。

金牛区拥有全国十大商品交易市场之一的成都荷花池市场,西南地区最大的生产资料集中交易场所——成都西门生产资料交易区,西南地区最大的鞋类批发市场——成都蓉北市场,西南地区极具影响力的电子电器市场——成都城隍庙电子电器市场,国家级的中药材专业市场——荷花池中药材市场,国家级二次商品交易市场——五块石旧货市场。还有金府机电、量力钢材、府河桥建材、西南建材中心等一大批知

名品牌市场。这些品牌市场又形成了 8 大市场集群,即城隍庙—高笋塘—府河桥—西门生资—金府生资组成的 5 大生资市场板块,由荷花池(含北站片区)—五块石组成的 2 大生活市场板块,五块石医药物流板块。

这些市场形成以日用百货、电子电器、中药材和机电、钢材、建辅建材及居家装饰用品为主导,商品种类齐全的区域大市场特色。这 8 大专业市场集群基本情况如表 1 所示。

表 1 2004 年金牛区专业市场集群统计表

市场集群名称	市场个数 (个)	成交额 (万元)	摊位数 (个)
荷花池市场	41	700,000	16,100
五块石市场	16	530,000	8,090
金府生产资料交易区	8	490,000	3,760
西门生资一条街	20	225,000	2,350
府河桥市场	5	16,900	1,310
城隍庙市场	14	17,000	860
高笋塘市场	4	1,700	1100
五块石医药物流配送中心	4	237,000	

数据来源:2004 年金牛区统计资料

成都市金牛区的专业市场在市场数量和规模以及经济效益上均居全市乃至全省之首,但和浙江省以及国外的专业市场相比仍存在很大的差距。

在金牛区区政府有关部门的支持下,本文通过选取相关人物访谈的方式进行了为期 3 个月的调查研究,初步调查和分析如下。

(一)整体战略规划方面的问题

除了少数几家发展较好的市场有较明确的战略规划外,多数市场没有制定战略规划实施的具体步骤,多数停留在理论阶段,有的市场甚至没有战略规划。在制定规划时很少有分析周围环境因素和内部因素来确定自己的竞争优势,随后再制定战略规划的过程。专业市场中重复建设的现象严重,在市场建设中没有从整体发展的角度去考虑和规划;另外由于开发商出售产权分散,没有统一的管理,制约了专业市场的提档升级,也阻碍了专业市场的整体规划进程。

(二)经营管理方面的问题

目前金牛区专业市场的市场承办主体大多是民营企业、集体企业,还有一些国营企业。这些企业在管理市场方面大多只是一种“物业管理型”管理者的角色,未实施现代化管理制度。市场主办者仅收取摊位费、管理费,而不直接涉足商品流通经营,也不对市

场内经营业户进行统一指导与管理。市场内经营户以单个个体、分散、自主经营为主,基本谈不上规模效益与组织化。这在客观上造成市场内部信息、运输、仓储等资源的分散、浪费,市场内经营户的流动性较大,不利于市场的持续发展。

(三)缺乏营销理念和完善的应用及监督机制

专业市场中营销的观念淡薄,市场的管理者还停留在传统的经营模式阶段,营销工作被认为是市场中商家、批发商自己的事。在此次的调研过程中发现,目前金牛区专业市场缺乏监督机制,大部分市场对商家还只停留在量的要求阶段,仅追求市场的人驻率,未顾及商家产品的质量。商家进入门槛低,市场内没有相应的监督、评估机制来管理产品的质量。

(四)信息建设方面的问题

在此次调研中发现,金牛区专业市场在信息建设上还很落后,基础设施还很不完善,其中由于信息的不通畅与信息不对称引起的“柠檬”问题导致其交易效率低下,资源浪费严重。这些问题影响了金牛区专业市场的信誉,阻碍了市场的健康发展。

(五)交易方式的问题

市场交易模式单一落后,调研结果显示98%的市场仍停留在传统的双边交易,虽然各专业市场的管理者在一定程度上认识到电子商务交易方式的好处,但对互联网的应用仅停留在简单的发布信息上,对电子商务交易方式仍存在很多顾虑。现有市场交易模式成本高、浪费大。交易双方多数靠自己的力量,花了更多的人力、物力和时间去搜索有关行业、企业和产品的信息,大大增加了营销成本。

(六)物流及配套设施的问题

从物流及配套设施的角度来分析,现有专业市场中,部分设施先进的不如设施简陋的,交易方式先进的不如交易方式初级的。这一方面反映了目前金牛区的现货流通水平低下,市场流通发育仍不成熟,另一方面也反映了市场建设的前期论证存在问题,没有根据当地的实际情况对项目进行有效、客观的评估与论证。同时发现虽然某些市场出现了“物流中心”的概念,但仅指运输车队,距离真正意义上的物流中心还相差较远。

三、成都市金牛区专业市场的提升战略

成都市金牛区各专业市场存在不足,市场的发展也受诸多因素的制约,通过调查,本文提出:通过规划专业市场的整体战略目标来带动各专业市场的战略

发展,具体如下。

(一)专业市场集群化建设

专业市场集群化是成都市金牛区专业市场发展战略规划的主要核心之一。

集群也称产业集群,它是指一组在地理上靠近的相互联系的公司和关联的机构,它们同处在一个特定的产业领域,由于具有共性和互补性而联系在一起。

专业市场集群化的实质是政府规划、市场引导使同类市场相对集中以达到规模化、规范化和专业化经营,提高经营效益,并通过服务功能和城市功能的完善,配套以方便客、商,集聚人气、商气,把市场做大做强,提高市场的综合竞争力,拉动区域经济持续发展。

从战略的角度来规划专业市场,加快专业市场集群化建设可从以下几个方面来实施:

1. 按专业市场集群化要求,抓好金牛区市场发展规划,具体包括:

(1)加强专业市场的整体性调整与改造

可以结合一些以往市场改革方案,利用精干主业与分离辅助,通过重组改制等方式,就近形成一个外部配套协作群体。通过一些扶持政策与措施,或通过老城区拆迁、土地置换等统筹规划,形成物流区、深加工区和服务区。

(2)着力培育有竞争优势的特色专业市场集群

成都市金牛区特色专业市场集群的培育,是以特色资源为依托,以市场需求为导向,以提升竞争力为目标,着力培育具有市场前景、对整个经济发展具有较强关联带动作用的特色专业市场,实现优势突出、重点集中的倾斜式发展。

(3)提高专业市场的集中度

引导布局分散的中小市场逐步集中到统一规划的产业区内,改善产业空间布局,促进各市场共享基础设施和公共服务,加快生产要素的集聚和资源的优化配置,并充分利用信息化等先进手段,扩大市场交易规模和辐射半径,发挥市场的信息传播作用,进一步促进专业市场发展。

2. 加强政策引导,加大金牛区专业市场集群化整合力度,具体包括:

(1)制定吸引社会各方投资的系列优惠政策,建立和完善管理制度,强化和丰富市场集群的社会资本,协调市场间的共同行动,催生和维护市场之间良性的竞争与合作格局。

(2)加强市场自身的基础设施以及市场物流系统等配套服务设施方面的建设和升级改造,为投资者、市场经营者创造良好的投资和经营环境。

(3) 为市场集群提供优质高效的公共服务, 促进市场集群的成长与升级, 通过集群内各主体的共同参与, 树立本地的良好形象, 创建地域品牌。

(4) 出台鼓励性的规定和措施, 吸引投资者到金牛区投资市场建设改造, 提升金牛区专业市场的现代化程度, 促进金牛区市场集群的发展。

3. 以现有区域市场发展为基础, 梯次推进金牛区专业市场集群化

在充分掌握金牛区经济特点、资源优势和经济发展进程的基础上, 通过政府引导和运用市场经济, 来达到新、老市场聚合、迁移、拆迁的有机衔接, 培育专业市场集群化的形成, 引导专业市场集群化的逐步发展, 从而促进区域经济的发展。如以五块石(荷花池北区)现代商贸区建设、金府机电大世界为前端, 逐次规划推进金牛区专业市场集群化的发展。

(二) 专业市场产业链的整合

对专业市场而言, 产业链整合主要是指在某一范围内把产品的生产、分销和其他经济过程科学地结合起来。

金牛区专业市场目前大多为销地型和集散地型专业市场, 市场的功能仅停留在物流配送的功能上, 这对提高专业市场的整体竞争力不利, 可以根据专业市场各自的特性, 酌情进行产业链的纵向整合, 规划建设好产业链的上游, 使金牛区专业市场成为产地型和集散地型相结合的专业市场, 以形成更强的区域竞争力。

(三) 现代经营管理与信息对称策略

金牛区专业市场, 它并不从事直接的物质生产和

商品经营, 而是向众多经营者提供商品交易场地和经营环境。它具有既要提高市场经营者的经营效益, 又要为进市场的商品经营者营造一个合法有序的商品交易环境的双重责任。

针对金牛区专业市场目前的情况, 其市场的经营企业首先要完善企业内部经营机制, 建立健全企业法人治理结构, 扩大企业直接融资渠道, 强化约束监督机制, 同时要努力推动现代企业制度的建立和完善, 并做好营销和宣传工作, 走区域性品牌之路。

金牛区市场应从多方面着手, 通过电子商务途径, 实现信息的即时共享, 使各类交易信息透明、公开、公正, 避免信息不对称的“柠檬问题”产生; 推出商品质量的统一标识, 治理专业市场上的假冒伪劣现象; 建立信息中介, 对商家进行信用评级; 买卖双方可以达成不完备合同, 制约卖方的低质量产品销售; 完善信用制度, 培养人们的诚信意识。

参考文献

- [1] 郑勇军. 农村制度变迁中的专业市场[J]. 经济学家, 1995, (1): 88-92.
- [2] 李国新, 张天柱. 我国花卉产业发展探讨[J]. 园艺温室, 2004, (4): 32-35.
- [3] 孙剑, 李崇光. 美日农产品营销模式及借鉴[J]. 国外农业, 2004, (7): 41.
- [4] 郑勇军, 袁亚春, 林承亮. 解读“市场大省”——浙江专业市场现象研究[M]. 浙江: 浙江大学出版社, 2002, 12.
- [5] 张春霞. 义乌小商品批发市场研究[D]. 上海: 上海财经大学, 2001.

The Research on Specialized Market in JinNiu District of Chengdu

LIU Yin-yong SHAO Pei-ji WANG Yu-jia FANG Jia-ming TIAN Yu
(Univ. of Elec. Sci. & Tech. of China Chengdu 610054 China)

Abstract This paper gives a brief introduction to the development condition of specialized market both home and abroad, including Holland, the United States and Zhejiang Province in China. Based on the results of a recent survey research associated with the specialized market in JinNiu district of Chengdu, this article analyzes the present condition and brings forward the specialized market's characteristics and the problems. In the end, the paper analyses these existent problems and gives countermeasures.

Key Words specialized market; strategic research; operational model

(编辑 刘波)

成都市金牛区专业市场发展战略研究

作者：[刘印勇](#)，[邵培基](#)，[王予嘉](#)，[方佳明](#)，[田禹](#)，[LIU Yin-yong](#)，[SHAO Pei-ji](#)，[WANG Yu-jia](#)，[FANG Jia-ming](#)，[TIAN Yu](#)
作者单位：[电子科技大学, 成都, 610054](#)
刊名：[电子科技大学学报（社会科学版）](#)
英文刊名：[JOURNAL OF UNIVERSITY OF ELECTRONIC SCIENCE AND TECHNOLOGY OF CHINA \(SOCIAL SCIENCES EDITION\)](#)
年，卷(期)：2006, 8(4)

参考文献(5条)

1. [郑勇军](#) [农村制度变迁中的专业市场](#)[期刊论文]-[经济学家](#) 1995(01)
2. [李国新](#); [张天柱](#) [我国花卉产业发展探讨](#)[期刊论文]-[园艺温室](#) 2004(04)
3. [孙剑](#); [李崇光](#) [美日农产品营销模式及借鉴](#) 2004(07)
4. [郑勇军](#); [袁亚春](#); [林承亮](#) [解读“市场大省”——浙江专业市场现象研究](#) 2002
5. [张春霞](#) [义乌小商品批发市场研究](#)[学位论文] 2001

本文链接：http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_dzkjdxsb-shkx200604004.aspx