

架起贯通城乡 市场的“连心桥”

○ 胡雪梅

就发展经济,扩大内需而言,目前的农村市场更显重要。但农村工业品市场中传统产品占相当的比重,工业品下乡的渠道不够顺畅,改变现状的关键是架起一座贯通城乡市场的“连心桥”。

两心相隔 制约了工业品下乡

约瑟夫·熊彼特有一段精彩绝伦的论述:谁想打破均衡格局,谁就想千方百计铺就一条由繁华的都市通往偏僻农庄的宽广驿道。此言今解可视为,要想实现城乡共同富裕,就必须实现城乡市场沟通,打通城乡人流、物流、信息流,让适销商品顺畅流向农村。

现在,不少企业家最头痛的问题是,产品长时间躺在仓库里,占用资金、占用库房、占用人力资源。何以如此?原因还在于两心相隔,在于企业家顾此失彼,只考虑开发城市消费品,淡薄了研制生产适合农村消费的产品,淡薄了农村市场的巨大潜力。以江西上饶地区农村的消费结构为例,1997年,该区农民人均纯收入增长12%,而人均生产消费的比重却比上一年下降1个百分点。这意味着农民有更多的钱投入生

活消费。然而,当年农村消费比重并没有出现此消彼长态势,农村社会商品零售额占全社会零售总额比重不仅没有提高,反倒下降了6个百分点,其中人均食品支出下降4%,人均衣着支出下降6%。再从消费品种看,同年,该区城镇家庭冰箱拥有率为68%,而农村仅为2.39%;彩电,城镇拥有率为88%,而农村仅为11.7%。这充分说明,在奔小康的道路上,尽管农民收入有较快的增长,但农村消费并未“水涨船高”。

各地农村消费疲软的原因固然很多,但有一点是共同的:工业产品生产者与农村消费者缺乏“心灵感应”;商业企业组织商品下乡时缺乏与农民的“心灵沟通”;农村流通设施与农民购物要求缺乏一种“心心相印”。因此,要使工业品下乡顺畅起来,就必须在工农、商农之间架起一座“连心桥”。

建设“连心桥”的思路

找到了问题症结,并不等于找到了城乡市场通开的“金钥匙”。对工商企业来说,面对市场的冷淡,不能再搞就生产抓生产、就流通抓流通的简单化,

而应善于反弹琵琶,逆向操作,从生产的源头着眼,从流通的终结入手,做好城乡“连心”的大文章。

首先,应转变由来已久的重城轻乡的市场观,树立心系农村、心贴农民的发展观。尽管目前的农村还比较贫困,农民收入还不高,但农村比重大、农民人口多,市场极为广阔。日本企业界有一句至理名言:比起那些一百元钱的顾客,一元钱的顾客才是企业兴旺发达的根本。更何况我们国家以农为首,把“农民增收、农民富庶”作为立国之基,农村购买力将与日骤增。一位西方企业家断言,哪个企业在中国的农村市场锁定一席之地,那你就拥有了兴旺的明天和持久的生命力。10亿人口、2.3亿家庭的市场,无疑是巨大的、前景诱人的。任何一家工商企业,都必须视农为本,面向农村。不在经营理念、经营策略上来一番彻底的幡然醒悟,不在自己经营宗旨中深深打上农民的烙印,不采取措施真心为农民服务,要想有所作为是不现实的。

其次,应摸清农村的真正需要,做到在开发、研制产品上与农民心心相印。现在,我们的一些工商企业高高在上,调查市场,了解需求,不愿深入到广袤的“希望田野”,故而,他们对农民的需要只能从道听途说中略知一二。过好产品销售关,实现产品的“惊险一跳”,连通城乡市场的桥梁,最要紧的是摸清市场脉搏。所有工商企业都应象“海尔人”那样,一头扎到广大的农村市场,做好深入细致的市场调查。不仅要了解农村市场的发展趋势,而且要对农村市场进行细分,对农民需求进行细划,对农村青年、中年、老年,妇女、儿童等不同对象的需求进行细致入微的分类。要有“踏破铁鞋”的深入作风,对农村市场有个清醒的了解。只有心中有数,才能开发出农民喜欢的产品。

再次,生产销售应有序衔接,工业与农业应心有灵犀。搞好工业品下乡,应致力于产销衔接。对于这个问题,我们可以在这样几方面做好工作:一是多

到农村征求对产品的意见。包括产品功能、价格、质量、营销等方面的意见,让农民对产品品头论足。二是到农村召开一些看样订货会、展销会,与农民签订一批供货合同,使产品适销对农。三是广泛应用产销联营、合同定购的办法,组织工业品直达农村,减少中间环节。四是减少产品功能,尤其要减少那些至今在农村还用不上的“超前性”功能,以降低成本,尽可能以价廉实用的产品供应农村。五是实行赊销服务,特别是对那些贫困农村,应允许农民现时购货、“秋后算帐”。

第四,发育小城镇,培育大市场,让工农、商农心底交融,默契配合。小城镇是连接城乡的桥梁,发育小城镇,无疑为工业品下乡提供了重要载体。浙江路桥工业品市场就是以镇兴市、不断发育的典型。如何以镇兴市?我认为,一要搞好小城镇规划布局,注意大市场在小城镇的布点、建设,尽可能在农村人口多而聚集的城镇设市;二是在建设小城镇时,规划建设好农村流通网点和必要的配套设施,科学建立农村电网,道路、自来水、运输工具、闭路电视系统的建设都应纳入小城镇体系之内,合理建设,有序安排。三是工业生产企业应下伸销售、修理网点,直接为农户服务,为农民解忧。四是培育新型流通组织,让其在工业品生产中与农民心贴心。法国的农业合作社、英国的市场公司和日本的农协何以驰名世界?关键在于他们的“双重”功能,即一手帮助农业出售农副产品,一手向农民提供生产、生活资料及其他服务。这对我国农村也很有借鉴意义。我们的一些乡镇近年也成立了一些民间流通组织,应一手推销农产品,一手销售工业品。农村民间流通组织来自农民,熟知农民需求,引导他们扩销工业品可起到“近水楼台”的作用,有利于城乡市场“连心桥”的架通。四是引导部分企业按照区位优势条件设立产品定销、直销点,以点带钱、以线带面,形成辐射型的农村销售网络。

(作者单位:江西上饶地区行署办公室)



财政宏观调控是政府利用适当的财政机制并通过一定的手段,使微观经济活动符合宏观经济目标的政策运作过程,是政府为实现宏观经济目标而经常利用的宏观调控工具之一。财政宏观调控政策可分为两种类型:其一是自动的财政政策,主要途径是政府通过制定富于弹性的个人所得税制度和公司所得税制度、失业救济金和各种社会福利性支出制度、农产品价格保护制度等,建立一种能够随着经济周期变化自动调节经济的财政机制,即在经济高涨时,个人所得税和公司所得税自动增加,而失业救济和各种社会福利开支以及政府用于农产品价格保护的支出则自动减少,而经济衰退时上述制度则会

呈反向变化;其二是主动的财政政策,是政府根据经济形势的变化而主动采取的调控措施,其主要途径是调整政府支出水平、发行公债、变更税率、改变税收起征点或减免税条件、修正转移性支出的有关规定等等。

一、我国近 20 年的财政宏观调控实践及其影响

近 20 年来,我国的财政宏观调控政策的两次比较大的突破,促进了国民经济的快速发展。

1. 减税让利政策的积极作用及其体制性后果

80 年代初至 80 年代中期,我国正处于改革开放初期,经济增长面临的主