

■30 年历程侧记

农民进城卖菜：开农村流通领域改革先河

上世纪 80 年代末山东寿光人“自产自销”，闯京城卖蔬菜，这一模式被不断复制，它突破了农村原有的农产品流通模式与商业形态，这是当时我国农产品流通领域改革的一个创举。随着国家支持农民改革，开辟农副产品的绿色通道，“寿光”模式既为我国现代流通领域改革，也为农村的农业经济产业化发展提供了可贵的经验。这也显示，政府的政策支持与民间智慧之间的结晶在很大程度上将决定改革能否成功。

○倪小林

从山东寿光到北京，农民运一车蔬菜要走上好几天，辛苦自不待说，但农民们却很高兴。因为，他们要上京城去可挣城里人的钱。这是上世纪 80 年代末山东寿光人闯京城卖蔬菜的故事。

山东寿光是当时我国流通领域改革的一种另类现象：农民可以不经过程原有的供销社渠道（即原有的国有商业渠道），自产自销，自己可以长途跋涉去卖菜。在我国流通领域改革过程中，农民的智慧有些出人意料。后来，国家打开了农副产品绿色通道，也就是说，闯开了农民可以大胆进城卖菜之道。

农民自发改改革推动我国农村流通领域改革

在上世纪 80 年代初，山东寿光的农民自发地组织起来，土法上马，用土坯和玻璃盖起了阳光大棚。他们要搞温室蔬菜，期望一年四季都能种出新鲜蔬菜。1984 年，17 户农民投资成立了“寿光蔬菜批发市场有限公司”，从种植到市场，开始了“自产自销”一条龙积极探索之路。

流通领域的研究专家认为，当时寿光农民提出要将自家种植的蔬菜卖向全国，这是我国农副产品流通领域内改革的一个创举。

这些农民在产销一条龙方面的改革创举经验，很快传遍整个寿光地区。而且，当地的蔬菜批发市场的交易也成倍增长。当时，批发市场从仅提供买卖交易平台开始，很快又建起了冷库和仓储系统。随着参与交易的农户不断增多，信息管理和市场管理系统也日臻完善。当时，四面八方的人络绎不绝地奔赴山东寿光学习取经，不久“寿光”模式被各地不断复制。像北京这样的大城市，在利用城市改造的同时，也办起了像大钟寺批发市场那样的农副产品交易集散地。

如今的寿光，早已今非昔比。今年 4 月，山东寿光召开了第八届寿光国际蔬菜科技博览会。山东寿光已从 17 位农民建大棚进城卖蔬菜，发展为一个国家级的蔬菜基地。从 2000 年开始，每年召开一届这样的博览会，至今已经有来自 50 多个国家和地区及国内 30 个省市自治区总计 565 万人参展参会。如今，山东寿光已经成为我国蔬菜生产、科研基地、农副产品信息发布的现代物流港。

其实，我国流通领域的改革始于 1979 年，但改革初期起步的商业改革与农村改革在很大程度上是相互脱

节的。当时，农村原有的流通领域主要是依靠供销社系统，统购包销农民们生产的农副产品。在农村联产承包责任制推开后，统购包销的体制受到了严峻的挑战。

在很长时间内，供销社自身的改制并不能满足农民土地承包后释放的能量。同时，市场本身也教育了农民，要获得相对高的利润，必须自产自销，不经过“二传手”，农民当然对统购包销越来越不买账了。在上世纪 80 年代后期，供销社改革如此艰难，说到底是在很大程度反映了农民市场意识的进一步觉醒。

农民进城卖菜：打破阻碍我国农业经济产业化樊篱

虽然农民的自产自销农副产品是改革的新生事物，但这样的事在以往往往被称之为“资本主义的尾巴”，是要被割掉的。所以，它的成长也是很不不容易的。如果农民们运输蔬菜的车遇上沿途收费关卡，最后的结果只能是他们“赔本赚吆喝”，卖一车菜的收益常常抵不过一路要上缴的费用。尽管如此，只要能卖出自己的产品，农民们还是天天闯京城，向城里运送自家或邻里的蔬菜。

农民进城卖菜，也引起了方方面面的注意。有的地方政府开绿灯支持农民，也有的机构认准这是发财的捷径，打起了蔬菜运输车辆的主意。1993 年，在一次全国省市领导参加的农村工作会议上，当时主管农业的中央领导当场将一篇题为《雁过拔毛何时休》的内部参考文章念给在场的各位参会人员听。这份来自对北京大钟寺市场的调查报告，记载了山东寿光和河北农民口述进京卖菜的种种遭遇，如他们沿途被强行收费的经历。此事震动很大。

此后，一场惩治车匪路霸的战役很快打响了，为农民京城卖菜的绿色通道工程也终于启动了。那些发生在上世纪 80 年代的故事，一直延续到 90 年代。1994 年，国务院下发了《关于禁止在公路上乱设站卡、乱收费、乱罚款的通知》，为农副产品流通保驾护航。三乱问题，一直伴随着农民上路贩运商品多次反弹，国务院在 1998 年又重申治理三乱，坚持要让农民有一条放心的绿色通道能够真正致富。

来之不易的绿色通道，为农民致富开启了新的大门，农民把自己辛苦种下的新鲜蔬菜、干鲜果品送到城市交易，更催化了他们的市场意识。沿着绿色通道，他们开始了将农副产品面向全中国及五大洲的经营之路。

可以说，改革开放释放出农民的智慧，他们从进城卖菜到进城建市场，从靠电话联络客户到用互联网下订单，中国农民实现了从绿色通道到现代物流港的跨越。如今，政府支持和农民筹资相结合办现代物流港已经不再是一个神话。

从某种意义上，打开绿色通道极大地冲击了中国几千年来小农经济条件下形成的商业形态，那种小商小贩小农经济的运作方式与改革中的农民生产生活方式已极不适应。从更深层面上来看，农民进城卖菜打破了阻碍我国农业经济产业化的樊篱。

流通体制改革促进农民财富增长

谁会想到，山东寿光农民进城卖蔬菜，能卖出如此巨大的一个产业。如今，日本和韩国在我国山东和东北都有蔬菜的种植基地，并自产自销到海外上市，这多少也沾了点中国农民买菜经的光。寿光农民的改革创意，也给我现代流通体制改革提供了经验和路径。

我国流通体制改革始于上世纪于 70 年代末期，且主要是从城市开始的，并逐步放开各类商品按市场规律流通。年纪稍大一些的人都不会忘记“二两花生、半斤油”的生活。当时，放开商品经营渠道的目标其实很单纯，就是要让百姓吃到更加丰富的农副产品，能随意购买到食用油。

改革与百姓的日常生活关系实在太密切。当寿光农民的蔬菜销售到北京和上海等大城市时，城里的老百姓出望外。因为，他们更期望能一年四季吃到绿色蔬菜。假如完全依照旧体制改造，这一愿望在短期内很难实现。

从农民自产自销起步发展而来的农副产品批发市场，正好顺应了当时变化中的百姓生活。1993 年，北京大钟寺农副产品批发市场对 60 位菜农的调查显示，自产自销户占到了 50%，其中采取几家合作形式出售自产菜占自产自销户的 40%。也就是说，当时农民合作运输农副产品的形式已经出现。当时，山东寿光县十几万农户生产的蔬菜中，70%以上都是自己送入市场出售的。

虽然，农民自产自销之路很艰难，但寿光送往北京和上海等打城市的蔬菜源源不断，寿光的经验也向全国不断推广。始于 1979 年的农产品流通改革，在当时最大的突破点正是这些农民卖菜卖出的经验。

在流通领域改革中，给农民致富创造条件，国家逐步放开了鼓励农村

集体经济组织和农民个人以多种方式组织起来进入流通领域，发展多渠道经营。国家多次治理三乱，都是为农民进入流通领域扫清障碍。在流通体制改革中，国家为农民开设的绿色通道逐步遍及了海南、浙江、四川、贵州和新疆等地。国家在进入 21 世纪之后大力发展公路网络，为农副产品进入流通领域打下了坚实的基础。

人们记忆很深，曾连续多年，中央“一号文件”内容都有涉及农业和农村问题，足以看到中国解决农民问题对国民经济的重要性。

随着经济的发展，建立现代农副产品物流系统也被纳入了解决三农问题的目标中。我国是一个农业大国，农副产品和农业生产资料的流通量很大，如果仅仅依靠农民的自产自销，不仅成本高，对于偏远山区的农民生产生活方式已极不适应。建立现代农副产品物流港，大型农副产品批发市场成为我国投资的重点。

国家统计局的数据，1978 年由我国农林牧渔构成的第一产业总值为

1018.4 亿元，2005 年为 23070.4 亿元（增长了 22 倍）。中国物流与采购联合会提供的数据，1978 年时农产品物流总值为 527 亿元，2006 年为 13456 亿元（增长了 24 倍）。全国各地农副产品物流港的建设，已经成为近几年的投资热点。

如今，我们对绿色通道并不陌生，各种各样的绿色通道在人们的生活当中随处可见。但是在十几年前，绿色通道出现在流通领域是一件很了不起的大事情，它预示流通领域改革，承认农民可以直接进入交易，农民在现代市场中所占份额不断增加得以实现并有了保证。

很多时候，人们在评价改革成绩时，很容易陷入精英出思路的前提假象。按照蔬菜绿色通道的现身说法，我们可以看到，其实改革在很大程度上是民间智慧的结晶，就像农民卖菜的智慧为现代物流开道一样。在这里，政策的最大作用，保护好了那些来自民间的优秀创意和改革的点子。

■本期人物话语



当前银行业应重点抓好三方面工作

刘明康（中国银监会主席）6 月 23 日上午在视察中国银行业协会时指出，当前银行业要认真研究新形势下的新问题、新情况，再接再厉，做好银行业改革发展和风险防范等各项工作，应重点抓好三个方面工作：一是要继续做好抗震救灾和灾后重建的金融服务工作；二是要全力做好奥运金融服务工作；三是要继续按照科学发展观的要求，做好当前经济金融工作。

■多声道

上海为并购市场发展提供强大支持

屠光绍（上海市委常委、副市长）6 月 27 日在上海举行的“2008 中国并购年会”上表示，上海是我国金融业最发达的地区之一，上海国际金融中心建设的稳步推进，将为中国并购市场的发展提供强大支持。上海国际金融中心的建设，首先，为我国并购市场发展提供金融支持尤其是资本市场的支持；第二，提供多样化金融工具的支持。并购市场必须依赖于丰富的融资工具和融资手段。上海金融中心建设，将推动金融工具和金融产品创新，从而提高并购效率，降低并购成本；第三，为并购市场提供专业的中介服务；第四，提供机构投资者资源的支持。

美国经济衰退有可能加剧

沃伦·巴菲特（美国投资家）日前在接受美国 CNBC 电视台采访时说，与建筑和消费有关的所有经济数据都显示疲软，美国经济衰退有所加剧，美国经济形势正在进一步恶化。美国通货膨胀压力正在上升，特别是钢铁和石油价格上涨明显，美联储应对此保持关注。美联储不应向外界传达出任何将控制通胀作为其次要政策目标的信号。另外，最近一段时间，国际油价大幅攀升，纽约市场指标原油期货一度逼近每桶 140 美元关口。但推动油价上涨的主要因素是供需矛盾，而非投机炒作活动。

700 亿元灾后重建基金有四大来源

谢旭人（中国财政部部长）6 月 24 日受国务院委托，向全国人大常委会作了关于提请审议 2008 年中央预算调整草案的议案说明时指出，适当调整 2008 年中央预算，安排一定数量的资金用于灾后恢复重建，能够尽快恢复受灾地区正常的生产和生活秩序，促进灾区经济社会恢复和发展。中央财政今年拟先安排 700 亿元建立灾后恢复重建基金，明年后继续作出相应安排。这 700 亿元灾后重建基金来源包括：从中央预算稳定调节基金 1032 亿元中调拨 600 亿元，通过划转地震灾后恢复重建基金“科目”列支后，转入地震灾后恢复重建基金。除调用中央预算稳定调节基金外，中央财政还将对今年预算支出作相应调整，通过车辆购置税、彩票公益金、中央国有资本经营预算安排部分资金用于灾后恢复重建。

推进中长期投融资市场健康发展

陈元（国家开发银行行长）6 月 27 日在“2008 中国并购年会”上发表演讲时指出：今年以来，国际金融市场动荡加剧，对金融安全带来新的挑战，应对复杂多变的国际金融形势，中国需要建设强健高效的金融体系，发展中长期投融资市场。发展中长期投融资市场，要重点关注四个问题。一是坚持规划先行，树立高远目标。二是发挥政府、市场和金融机构的系统合力。三是加快推进资本市场发展。四是加强金融机构自身建设，不断提高国际竞争力。

■经济新观察

全球社会责任投资 长期投资回报更有吸引力

○乐嘉春

在初步了解了全球主要社会指数的构成及特征基础之上，现在我们就可以尝试比较主要社会指数与一些国际上著名大型股票指数之间的市场表现，或比较社会责任投资基金与主要社会指数之间的市场表现。通过这两个层次的分析与比较，我们就可以获得当今全球社会责任投资之投资回报的一个全景式图景。

由于全球主要社会指数的市场表现反映了社会责任投资回报的一般市场状况，我们不妨先从比较分析主要社会指数与国际上大型股票指数之间的市场表现差异入手，透过这个视角来深入观察一下全球社会责任投资业绩（或言投资回报）。

从目前来看，对多米尼社会指数、卡尔弗特社会指数、金融时报道德指数和道琼斯可持续发展指数等主要社会指数与标准普尔 500 指数等大型股票指数之间市场表现差异进行比较分析，似乎更为常见和流行。

以多米尼 400 社会指数（The Domini 400 Social Index SM）为例，多米尼 400 社会指数是通过采用一定的社会标准及针对标准普尔 500 指数而编制而成的，特别是该指数构成中还包括了标准普尔 500 指数中近 250 家公司股票。所以，通过比较多米尼 400 社会指数与标准普尔 500 指数的市场表现，我们就可以获得有关多米尼 400 社会指数表现的一些分析结论。

根据 KLD 研究与分析机构于今年 5 月发布的研究报告显示，多米尼 400 社会指数自 1990 年发布以来，10 年、5 年、3 年、1 年及今年 5 月份的市场表现分别 11.06%、3.88%、8.27%、5.87%、-7.82% 和 1.64%，同期标准普尔 500 指数的相应市场表现分别为 10.60%、4.21%、9.77%、7.57%、-6.70% 和 1.30%。

透过这些数据，从短期来看，多米尼社会 400 指数的市场表现要略逊色于标准普尔 500 指数，前者的投资回报要低于后者。但从长期来看，前者的市场表现则略胜于后者。

再从金融时报道德指数（FTSE4Good Index）来看，目前金融时报道德指数系列涵盖了包括全球、欧洲、美国、英国和日本五个交易和基准市场的股票指数。为了分析的简单和明晰，我们挑选金融时报道德指数中的美国指数与金融时报美国指数的市场表现进行比较。

其中，截至今年 5 月份，FTSE4 美国指数的 1 个月、3 个月、1 年、3 年、5 年的投资回报分别为 1.1%、5.7%、-11.2%、14.7% 和 42.0%。与此对应的 FTSE 美国指数同期的投资回报分别为 1.6%、5.9%、-6.1%、26.1% 和 62.5%。

数据分析显示，FTSE4 美国指数的市场表现要低于其对应的 FTSE 美国指数的市场表现。也就是说，前者的投资总体回报要明显低于后者。这一特征也反映了金融时报道德指数中基准指数总体投资回报的基本情况。

最后，让我们再来分析一下道琼斯可持续发展指数（Dow Jones Sustainability Indexes, DJSI）的市场表现。该系列指数由一组全球、欧洲、北美和美国等道琼斯可持续发展指数组成的。在此，我们主要比较一下道琼斯可持续发展世界指数（DJSI）与摩根士坦利世界指数（MSCI World）之间的投资总体回报情况。

其中，截至今年 5 月份，DJSI 的 1 个月、3 个月、1 年、3 年、5 年的投资回报分别为 0.90%、4.49%、-2.53%、46.85% 和 103.75%。而同期 MSCI World 的投资回报分别为 1.52%、5.84%、-2.82%、41.49% 和 94.71%。

这一数据显示，从短期来看，DJSI 的市场表现要弱于 MSCI World，但从中期来看，两者之间的差距并不大，甚至前者要强于后者。

透过上面几个主要社会指数的市场表现（或言投资回报）分析，我们可以对社会责任投资的总体投资回报情况有了一个清晰的认识。

值得注意的是，主要社会指数的短期市场表现之所以会弱于标准普尔 500 指数等大型股票指数，是因为在目前的主要社会指数构成中，科技股所占权重较大，而能源、基础材料和大宗商品类等权重股票相对较低。由于近年来，在美国等全球股市中，科技股的市场表现平平，而能源、资源及工业类股票市场表现却非常突出。这是导致主要社会指数的短期市场表现弱于大型股票指数的根本原因。

不过，从中长期看，主要社会指数的市场表现并不弱于大型股票指数，可以说是“旗鼓相当”，有的甚至还略强于后者。

正因为如此，主要社会指数的中长期市场表现并不弱于大型股票指数，主要社会指数的长期投资回报接近甚至超过国际上著名的一般大型股票指数，这一点恰恰是社会责任投资吸引越来越多的社会责任投资者加入并推动全球社会责任投资运动的重要理由与原因之一。

■来自日内瓦

欧洲足球赛：全球著名奢侈品云集作秀

○徐千惠

除了启用世界顶尖体育选手作为商业代言人外，借助 2008 年欧洲杯足球赛的全球吸引力，全球各大奢侈品牌采用电视转播权等方式大肆宣传自己。此次，在瑞士与奥地利联合举办的欧洲杯中，更是展露无遗。

根据一项调查显示，欧洲每天有约 2.347 亿人观看欧洲杯，这还不包括印度或中国等国的足球迷们。为此，各大商业公司都不敢低估这些世界性大赛的巨大商机。

事实上，许多商家都认为，足球作为一项世界性运动，是显示他们产品尤其是那些豪华品牌的一个极好橱窗。同时，许多球员也希望穿上豪华品牌来秀出自己的品位，最著名的莫过于英国的贝克汉姆了。这些球员对一些奢侈品的追求，更是鼓励了奢侈品品牌寻求明星球员来做代言人，并借助于他们参赛来推

动其市场营销。如可口可乐，嘉士伯和麦当劳等都作为此次赛事的主要赞助商。还有，阿玛尼还为意大利国家队设计了队服。

值得注意的是，在瑞士钟表业看来，瑞士作为 2008 年欧洲杯足球锦标赛的主办国之一，如果让一个瑞士制表师作为赛事官方定时表，这是一个令人难堪的事情。

为此，瑞士顶尖手表制造商 Hublot 和 Ebel 也倾力参与到此次欧洲杯之中。

作为瑞士顶尖制表商，Hublot 作为主要赞助商，将自己的产品作为此次官方计时器出现在了 2008 年欧洲杯足球锦标赛上。同时，Hublot 针对此次赛事，还专门制作了 2008 年特别版，每只售价为 1 万 5 千瑞郎。到目前为止，已全部售完。

由瑞士私人银行 Vontobel 的调查显示，全球奢侈品手表市场力（销售额潜力）在 180.0 亿瑞郎左右。值得一提的是，豪华手表的利润是相当

高的。

Ebel 总裁认为，奢侈品牌在新兴市场的需求将高速增长。以东欧一些国家为例，一些新贵们都急需利用品牌来证明自我。为此，他们不惜购买最昂贵的手表或汽车等。在新兴市场中，奢侈品已成为他们在社会沟通中显示身份的一张名片。

据调查显示，2007 年瑞士手表对新兴市场的出口约为 20%，由此大大刺激了 Swatch 集团和 richemont 集团等瑞士著名手表制造商的销售增长。当然，它们也乐意作为在世界各地拥有球迷的一些足球俱乐部主要赞助商。每当有足球球赛，球迷们可以在世界各地球场上看到 Swatch 的赞助标语。对它们来讲，这就是最好的广告。

如今，运动与市场已成为许多全球著名奢侈品作秀的一个最佳场所，这也是为何全球著名奢侈品会大力赞助奥运集此次 2008 年欧洲杯的原因所在。