

| | | | |
|-------|--|-------|-----------------------|
| 索引号: | 11220000013544357T/2003-00148 | 分类: | 农业、林业、水利、农业、畜牧业、渔业;通知 |
| 发文机关: | 吉林省人民政府办公厅 | 成文日期: | 2003年12月15日 |
| 标题: | 吉林省人民政府办公厅关于转发吉林省农资和农村日用消费品连锁经营发展规划(2004—2006年)的通知 | | |
| 发文字号: | 吉政办发〔2003〕71号 | 发布日期: | 2003年12月22日 |

吉林省人民政府办公厅关于 转发吉林省农资和农村日用消费品连锁经营 发展规划(2004—2006年)的通知

吉政办发〔2003〕71号

各市州、县(市、区)人民政府,省政府各厅委、各直属机构:

省供销社制定的《吉林省农资连锁经营发展规划(2004—2006年)》和《吉林省农村日用消费品连锁经营发展规划(2004—2006年)》已经省政府同意,现转发给你们,请认真贯彻执行。

吉林省人民政府办公厅

二〇〇三年十二月十五日

吉林省农资连锁经营发展规划(2004—2006年)

(省供销社 二〇〇三年十一月二十八日)

为贯彻党的十六届三中全会精神和振兴东北老工业基地的总体战略,认真落实《中共中央关于做好农业和农村工作的意见》(中发〔2003〕3号)关于“供销社要充分利用自身的优势,在农村逐步发展农业生产资料和日用工业品的连锁经营,用现代流通方式改造传统经营网络”的要求,大力引进现代经营方式,充分发挥供销社农资经销网络对农业生产、农民需求的引导和牵动作用,加快我省农资流通现代化的步伐,结合我省农村经济发展和农资流通的实际,制定本规划。

一、发展农资连锁经营的重要意义

以化肥为主的农资商品供应,在我省农业发展中曾做出过巨大贡献。全省粮食产量连续上台阶,并成为全国的商品粮基地,其中的化肥施用起到了不可替代的作用。随着化肥等农资流通体制改革的进一步深化,我省农资流通在促进农村产业结构调整、满足农民多元化需求方面,继续发挥着不可替代的作用,但现代化发展水平与国外和经济发达省市相比,还有相当大的差距:一是“小”,即农资经营企业数量多而规模小,实力弱。二是“散”,即分散经营,各自为战,全省没有形成有序的上下联动的农资经营大市场。三是“乱”,即经营局面混乱,不正当竞争、假冒伪劣产品流入市场等现象时有发生。四是“差”,即市场竞争能力差,目前我省农资流通企业的现状,难以同省外、国外现代农资经营企业相抗衡。五是“经营业态单一”,很多企业仍然沿用过去简单的一买一卖的经营方式,官商作风和坐门待客的经营方式没有改变,总经销、总代理、连锁经营等新型业态引入和利用不够。这些问题的存在,与党的十六届三中全会提出的建立农业社会化服务体系(包括农资供应服务体系)的要求有很大差距。因此,加快改革步伐,打造新型的农资连锁经营网络体系势在必行,它将对推动我省流通现代化、完善农业社会化服务体系产生重大影响。

(一)有利于改进为农服务手段,促进农业产业化经营。通过发展农资连锁经营,建立层次清晰的销售网络,将直营店、加盟连锁店等终端设立到乡村中去,把村级综合服务站、庄稼医院、农资专业合作社连接起来,采用贴近农民的方式,送农资到千家万户农民手中,满足农业结构调整中农民对日新月异变化的商品和服务的需求。同时利用连锁配送形成的规模优势,与生产厂家加强合作,掌握货源,获取优惠价格,让利于农民,使农资经营网络成为农业产业化服务体系的重要环节。

(二)有利于规范农资市场秩序,维护农民利益。发展农资连锁经营,可以依靠健全的营销网络、规范的经营机制、良好的品牌效应、诚实的企业信誉,规范无序的市场竞争,减少流通环节,降低流通成本,同时创造安全可靠的农资市场环境,杜绝假冒伪劣农资产品进入市场,保护广大农民的切身利益。

(三)有利于同现代流通业接轨,提高我省农资流通企业的市场竞争力。通过发展农资连锁经营,能够适应加入世贸组织后经济全球化的进程和我国市场经济发展的需要,用先进的经营理念、先进的流通方式改变现有农资市场各自为战的营销状态,联合起来,共同建立稳定、可控的农资市场网络体系,扩大经营规模,提高我省农资流通企业的核心竞争能力。

二、指导思想和总体目标

我省发展农资连锁经营的指导思想是:以十六届三中全会精神为指导,深入贯彻落实中发(2003)3号和回良玉副总理对发展农资连锁经营的重要批示精神,紧紧围绕为“三农”服务这个宗旨,以深化农资流通企业改革为动力,以整合农资经营资源为突破口,以营销方式和经营业态创新为手段,以提升农资企业规范化、现代化经营水平为重点,充分发挥省农资股份公司的龙头作用,构建并完善与市场经济体制相适应的新型农资流通体系和营销网络,促进农资传统经营向营销现代化的转变,推动助农增收,为建设农村小康社会贡献力量。3年内要实现的总体目标:通过科学筹划,分步实施,最终构造一个以“吉农”(暂定名,以工

商部门最后核定名称为准,下同)为品牌,以经济利益为纽带,上下贯通、物流顺畅、科学管理、规模经营的农资连锁经营经销网络。真正实现统一购进、统一配送、统一价格、统一结算、统一门店、统一管理的目标。在全省建成1个省级配送中心,四平、白城、松原、吉林、延边、通化6个分销中心,50个省公司直营超市,400个专卖店(加盟店、便利店、综合店),2500个自由连锁店和村级销售点,使连锁经营体系内的化肥供应量达到社会总需求量的90%。

三、总体布局和推进步骤

在全省50个县(市、区)设立50个“吉农”直营超市。以7个配送中心为依托,根据各地化肥需求量,设立400个“吉农”专卖店(包括直营店、加盟店,见附件)。

根据我省实际,具体推进步骤是:

2004年,在认真分析全省农资市场需求的基础上,省农资股份公司充分考虑现有37个化肥经销点和200多家农药经营点的作用,布设50个直营超市;按照现代物流的要求,有计划地筹建好小南省级仓储配送中心。

2005年,重点研究县(市)“吉农”连锁店的布设,并对全省大集镇的购买力、主导产业等情况进行分析、筛选,具体确定196个“吉农”连锁专卖店,即每个县(市)按设立连锁店的计划数完成一半。同时根据各主要消费区域的需求状况,筹建好6个地区分销中心。

2006年,总结上年经验,再确定204个“吉农”连锁专卖店,同时认真研究每个乡(镇)连锁专卖店辐射的村屯需求状况,结合原有村级服务站和社会经营大户,设立“吉农”自由连锁店和村级销售点,使其达到2500个左右。

四、主要措施

(一)高度重视,摆上日程,强化对发展农资连锁经营工作的领导。各级政府要充分认识发展农资连锁经营对建设农村小康社会的重要作用,切实把这项工作摆上重要位置,纳入当地统筹城乡发展的总体规划,做到政策到位、措施到位、领导到位,从政策、体制、法规等方面为推进农资商品流通现代化提供支持和保障。

(二)筹措资金,保证货源,奠定开展农资连锁经营的基础。各级供销社要加大同银行之间的协调力度,采取灵活多样的措施,积极争取银行贷款或拆借资金。发挥股份合作制的优势,号召组织广大干部和职工集资,解决资金短缺困难。同时,积极开辟其他融资渠道,如契约联结、资产联结、利益联结等,主动与其他经营主体建立互联机制,吸收不同地区、不同所有制企业参股或入股,实现投资主体多元化。在保证货源上,一方面本着“相互合作,平等互利”的原则,加强同中农集团的合作,寻求支持;另一方面积极与省内外化肥厂家联系,发展联储、联销、总代理、总经销等新型工商合作模式。在工商之间建立起以市场为导向、互惠互利的合作关系,把生产厂家的资源优势同农资经销企业的销售优势

充分结合起来,在市场竞争中形成利益统一体,避免恶性竞争,以此增强农资公司的货源控制能力。

(三)研究市场,合理布局,构建全省连锁经营经销网络。对全省农资目标市场进行细分,按照经济区域组织农资流通。充分考虑我省粮食主产区、暖棚经济发展区、经济作物生产区的不同需求特点,在东部山区、中部平原和西部草原分别建立不同规模的经销网络。在连锁经营起步阶段,巩固省农资股份公司现有经销点的辐射作用,设立50个“吉农”直营店,运作成熟后,向全省扩展。

在县(市)连锁店的建设上,各县(市)农资经销公司除搞好自身的连锁直营超市,并辐射带动本区的各个经销网点的经营外,还可以采取特许加盟的办法,在原来“县基联营”的基础上,改造自己的原有企业,加入到全省连锁经营体系中来。

在乡村连锁店的建设上,可以本着“高密度、小规模”和“低密度、大规模”的原则,设立连锁店,不追求单店规模,主要通过发展网点数量和网点的科学布局来扩大市场占有率,实现规模效益。

在配送中心建设上,按照现代物流的要求,合理设计配送中心的商品进出流程、商品的摆布和吞吐规模。首先培育长春小南农资物流配送中心,带动全省的连锁经营。在县级经销网点确定后,着力培育吉林、延边、四平、白城、松原和通化6个配送分销中心,使其满足本经济区域农资商品的需求。通过对各个连锁环节的改造,最终形成“公司总部+配送中心+直营店+基层分销机构”的连锁经营运作模式。

(四)实施品牌战略,培育吉林名牌,扩大连锁经营规模。一是依托供销社农资经销企业多年来在农村流通的影响,利用“吉农”商标,对连锁经营企业统一店面,统一“吉农”商标标识和文字,统一装修,统一建筑材料,统一窗口业务人员服饰,统一配送车辆标识。二是实行承诺经营,树立连锁企业新形象。把培育品牌贯穿于农资经营的全过程,保证农资商品无假货、高质量;保证不短斤少两;在经营农民所需品种上做到人无我有,人有我全,人全我优,更好地满足农民个性化需求。三是借总经销、总代理业务推销连锁企业品牌。在每个总经销和总代理品种的包装袋上印上“吉农”总经销的商标,并依托省农资公司复合肥厂扩大“吉农”品牌的影响。同时,还要把“吉农”向其他生产领域延伸,把销售品种和产品品牌合二为一,同国际、国内知名品牌的生产厂家联营,采取挂强联名的办法,培育“吉农”大品牌,力争在3年时间内打造成吉林名牌。

(五)强化终端销售,建立社会化服务体系,巩固连锁经营网络。一是以组建各级农协为契机,兴办农资专业合作社,吸收广大农民入社、入股。结合“一人连百户”活动,对入社农民的需求登记建卡,实行优惠销售。二是扩大农资超市(便利店)的经营品种。利用总部取得经营许可,分支机构同时获得许可的连锁经营优惠政策,在经销化肥的同时,增加农药、农用图书、农机具、种子等经营品种,满足农民的“一站式”需求。三是充分发挥各级农协科技分会的服务职能,在各种超市恢复“坐堂咨询”牌子,发挥庄稼医院的作用,开展种养加科技咨询、科学用药、测土配方施肥等服务。

(六) 开放办社, 多元启动, 打造培育供销社农资经营主体地位的大流通格局。各级供销社要引导全社会各种经营业态, 在坚持自愿互利的前提下, 打破城乡、行业、地域和所有制的界限, 积极探索多渠道、多领域、多层次的联合与合作, 吸收不同形式、不同类型的农资经营组织和经纪人, 实行规模化、集约化经营, 逐步形成新型的多业态参与、一体化经营的新格局。

(七) 创新管理, 规范经营, 确保连锁经营健康发展。要制定新型管理制度, 树立新的经营管理理念, 摒弃旧的以行政为主的管理方式, 采用适合连锁经营的利益联结形式进行管理, 以利益促联合, 走自我约束、互利互惠、共同发展的管理新路子。要强化人员培训, 培养适应现代连锁经营的高素质人才。要广泛应用时点销售系统、电子订货系统、管理信息系统等现代信息技术和管理手段, 抓好连锁经营的技术创新和管理创新。要严格按照“六统一”的要求规范连锁经营行为, 以规范促管理, 向规范要效益, 靠规范占市场。通过以上经营管理措施, 保证全省农资连锁经营的健康发展。

附件:

1. 一级配送结构示意图
2. 400 个连锁店市州、县(市、区)布局情况表

吉林省农村日用消费品连锁经营发展规划(2004-2006 年)

(省供销社 二〇〇三年十一月二十八日)

为进一步贯彻党的十六届三中全会精神和振兴东北老工业基地的总体战略, 更好地落实《中共中央关于做好农业和农村工作的意见》(中发〔2003〕3号), 进一步深化我省农村流通体制改革, 加速农村流通现代化进程, 全面推动我省农村小康社会建设, 特制定本规划。

一、充分认识发展农村商品流通的重要性和紧迫性, 发挥供销社在推动农村流通现代化建设中的重要作用

长期以来, 在农村市场中, 以供销社为主渠道的日用工业品经营, 为满足农民生活需求, 繁荣农村市场, 解决农民买难, 促进地方经济发展做出了重要贡献。随着改革开放的不断深入和消费品供求关系的转变, 我省农村市场出现了一些不容忽视的问题, 如全省社会消费品零售总额年增长速度保持在 11%左右, 但农村市场实现的消费品零售总额只占全省总额的 16.6%, 已成为束缚我省商品流通业快速发展的“瓶颈”。产生这一现象的主要原因是缺少现代流通方式, 市场组织化程度不高, 在一定程度上影响了农民增收, 迟滞了全面建设小康社会的步伐。提

高农村商品流通组织化、现代化程度,规范市场经济秩序,已成为改善广大农民生产、生活条件的迫切需要。

发展现代流通可以实现城乡市场的交流与对接。通过连锁经营、物流配送,在广大农村大力发展直营连锁店、加盟店、专卖店、综合服务站等,一方面为广大农民提供质优价廉的商品和综合性服务,净化农村市场,改善消费环境;另一方面,将广大农民生产的优质、特色农副产品通过连锁配送渠道,推销到城市商场和超市,让广大市民吃上放心无公害农副产品,从而带动优质农产品生产基地和农副产品加工业的发展,推动农业产业化进程。此外,农村市场发展和活跃,有利于促进农村信息、运输、加工、销售、信贷等服务体系的发展壮大,从而使更多的农民进入第二、第三产业,有效打破城乡经济二元结构,推进农民增收致富。

供销社是农民的合作经济组织,在发展和完善农村市场,推动我省农村流通现代化进程中担负着重要的历史责任。首先,供销社与“三农”有着天然的联系。供销社从诞生之日起,始终把为“三农”服务,发展农村经济作为第一要务,在发展农村经济,保障农村供给方面做了大量工作,赢得了广大农民的信赖和支持,是建立农村现代流通体系的主力军。其次,供销社拥有遍布城乡的经营网点。目前全省供销社系统拥有各类经营服务网点 5200 多个,其中县以下经营服务网点 3100 多个,这些网点多位于城市和乡镇的中心地带,商业位置优越,可发展为农村现代流通体系和社会化综合服务体系的有效载体。第三,几十年的商品经营为供销社培养了一大批懂经营,善管理,熟悉了解农村市场和农民需求的商业人才,可成为推动农村流通现代化的骨干力量。第四,供销社系统业态改革已取得突破性进展。目前全系统已发展日用消费品连锁超市 115 家,建立配送中心 3 个,连锁超市营业面积 3.4 万平方米,年销售额 1.5 亿元,为全省农村流通体制改革积累了经验,奠定了基础。

二、指导思想和总体目标

推进农村日用消费品连锁经营的指导思想是:以党的十六届三中全会和中央农村工作会议精神为指导,以市场为导向,以改革为动力,以开拓城乡市场,实现城乡双赢为目标,以促进日用消费品经营规模化、集团化、连锁化为方向,用现代流通方式和新型经营业态对农村经营网点进行全面改造、重组和规范,构架适应市场经济发展要求的体制先进、机制灵活、覆盖面广、竞争力强的农村日用消费品连锁经营网络,加速推进农村小康社会建设进程。

总体目标是:通过科学规划,整体推进,滚动发展,到 2006 年,以供销系统为依托发展连锁超市 700 个以上,组建配送中心 20 个,连锁企业年销售额达到 7 亿元以上,初步建成以大中城市为依托,以农村市场为重点,产权多元化,管理现代化,经营连锁化,城乡互动的日用工业品经营网络体系,全面提升我省农村流通现代化水平。

三、发展步骤和网络布局

为完成上述目标,全省农村日用工业品网络改造工作在发展战略上分三步进行:

第一步:制定规划,落实责任,进行改造试点。各级政府要将农村现代流通网络建设纳入当地经济发展整体规划,统筹安排,协调发展。2004年,各市州、县(市)供销社要对本地区消费品市场发展状况及本系统资产、网络、业态等情况进行市场调研和可行性论证,搞好网络发展规划和布局。主要负责人要亲自抓,任务、目标分解到各县(市)和基层供销社。同时要在城市主要商业区和居民小区建立家连锁示范店,进行改造试点,连锁超市数达到170个以上。在巩固发展延边国贸、长春果品两个配送中心的基础上,争取以辽源联贸大厦、白山合兴商厦等为依托再建立个配送中心。省直系统要利用合发公司的场地和设施,建立覆盖全省的日用消费品配送中心,通过股份制形式与全省供销社企业组成日用消费品联购分销实体,推动全省网络改造工作的开展。

第二步:建立地区级配送中心,全省农村网络改造有突破性进展。2005年,全省9个地区都要建立起配送中心,推动各地连锁经营快速扩张。全系统连锁超市数要达到360家以上,其中乡镇连锁超市数达到200家以上。

第三步:建立省、市、县三级配送体系,连锁经营网络遍布全省城乡。2006年,全省1/5县(市)建立县级配送中心,供销社系统配送中心数量达到20个,形成省、市、县三级连锁配送体系。全省1/2以上的基层供销社建立起连锁店和便民店,部分经济基础较好的行政村(屯)建立便民综合服务连锁店,连锁超市数量达到700个以上,其中农村连锁超市达到500个以上。全省农村连锁经营实现布局合理化,形式多样化,经营规模化,管理规范,初步建成我省农村现代流通体系(各地区连锁经营发展目标分布附后)。

四、发展措施

(一)提高认识,加强领导,推动全省农村流通体制改革全面起步。各级政府要充分认识改革农村流通体制,发展和完善农村市场对拉动内需、推动农村小康社会建设的重要意义,抓住国家振兴东北老工业基地和加大对粮食主产区扶持力度的难得机遇,切实加强对农村流通体制改革工作的领导,推动这项工作在全省全面展开。各级供销社要按照全省统一部署,结合当地实际,在充分进行市场调研论证的基础上,做好网络建设规划和实施工作。要遵循市场经济规律,坚持服务与效益并重的原则,搞好网络改造试点,做到成熟一块改造一块,改造一块成功一块,避免重复建设和盲目铺摊,提高网络改造的成功率。

(二)积极推进物流龙头企业和配送中心建设。《吉林省现代物流发展规划》已把省供销社、延边国贸、长春国品批发市场等列为吉林省物流龙头企业。各地供销社要整合优势资源,打造和培育一批体制新、机制活、管理先进、实力强大的连锁龙头企业,发挥其品牌优势和管理优势,实现快速扩张的目标。同时把物流配送中心建设作为推进网络改造,发展连锁经营的关键环节。一方面加强企业内部配送中心的建设,依托各市州、县(市)大中型商场、批发市场或基础设施较好的商贸企业,凭借它们的品牌优势和资金实力,根据各地连锁超市发展规模和配送半径,建立综合性大型配送中心和区域性专业配送中心,推动连锁经营的快速发展。另一方面积极发展专业化、社会化的物流企业,充分利用、整合、盘活现有的物流资源,打破行业界限和地区封锁,面向社会开展配送服务,发展第三方物流,建设高效快捷的社会化物流体系。

(三) 构筑多元化业态结构, 实现多领域经营服务。各地发展连锁经营一定要结合当地居民的消费习惯、需求层次和购买力水平, 坚持“为民、便民、利民”的经营方针, 以中低收入的工薪阶层和农民群众为主体顾客, 以大众化生活用品和“菜篮子”食品为主营商品。在发展模式上, 要以大中型商场为依托, 以基层社为重点, 以村级综合服务社为前沿。实施“小超市, 大连锁”战略, 在地区级城市可发展大型卖场、综合型食品超市、总经销、总代理; 在县(市)级城市大力发展便民超市、连锁店、专卖店; 在乡镇和大的行政村屯以发展多功能便利店、村级综合服务站为主。同时要打破行业界限, 逐步向医药、图书、音像、家电、餐饮娱乐业发展, 不断拓展连锁经营的服务领域。

(四) 充分利用现代信息技术和管理手段。大型连锁企业一方面要在建立时点销售系统(POS)的基础上, 筹建、使用管理信息系统(MIS)和电子订货系统(EOS), 加快电子计算机、电子收款机、电子监控系统和电子计量器具等信息设备的应用。另一方面, 积极推行品类管理、电子标牌、防损防盗等现代管理方法和手段, 按照连锁经营标准化、专业化的要求, 建立连锁企业规范化作业标准和管理手册, 努力做到“七统一”, 即统一门店标识、统一财务核算、统一采购配送、统一销售价格、统一经营方针、统一服务规范、统一广告宣传, 不断提高连锁企业的经营管理水平, 树立连锁企业的品牌形象。

(五) 广泛培养、吸纳熟悉现代流通业的高素质人才队伍。一方面通过考察学习、研修深造、专业培训等多种形式, 培养提高供销社现有的商业流通人才素质; 另一方面拓宽人才开发渠道, 从社会上广泛招聘高级专业人才, 并为人才成长创造宽松的环境和条件, 以确保网络改造工作高起点、高标准、高质量。

(六) 加大政策和资金扶持力度。各级政府要加强对供销社工作的领导和扶持, 把开拓农村市场、建设农村现代物流体系列入农村工作的重要日程, 并积极采取有效措施, 营造宽松的发展环境, 大力支持各级供销社改造传统流通网络, 发展农村连锁经营。各级计划、经贸、财政、金融、工商、税务、土地等部门要加大对开拓农村市场流通企业的扶持力度, 将重点流通企业基础设施建设和技术改造项目列入“十五”期间全省重点扶持项目和国债贴息项目, 并在资金、立项、税收、土地征用、资产重组、企业改制等方面给予重点支持, 以保障全省农村流通现代化的顺利进行。

在推进网络改造和发展连锁经营的过程中, 要坚持做到五个结合:

1. 要把网络改造与盘活现有资产相结合。各地在网络改造中, 要最大限度地利用和开发各级供销社现有的商场、门店、库房、专业合作社、村级服务社、庄稼医院等, 通过设施改造, 网络重组, 实施低成本扩张战略。对已出租、出售、承包、挂靠的各类经营网点, 不论其性质和归属, 均可纳入供销社网络体系。

2. 要把发展连锁经营与体制创新、机制转换相结合。连锁企业必须进行体制改革, 打破“大锅饭”和“铁饭碗”, 实现资产置换和职工身份置换, 形成管理者能上能下、人员能进能出、收入能高能低、优胜劣汰、公平竞争的经营机制, 按照现代企业制度运营模式经营连锁企业。

3. 要把发展连锁经营与深化供销系统改革相结合。一方面要善于借船出海, 靠强联大, 通过与国内国际知名连锁企业合作, 发展大型超市, 组建配送中心, 搞特许加盟或总经销、总代理, 借助外力改造传统经营网络, 创新经营机制, 提升企业素质。另一方面, 鼓励有发展实力的连锁企业以资产、品牌为纽带, 吸收不同所有制性质的中小零售企业参股或加盟, 开展多种形式的联合与合作, 扩大融资渠道, 不断壮大企业规模和自身实力。

4. 要把发展连锁经营与推进农业产业化相结合。充分发挥连锁企业的双向开拓功能, 通过与各类专业合作社、农产品加工企业和广大农民对接, 打造连锁超市的品牌, 开拓城乡市场, 使连锁超市成为广大农民增收致富的有效载体。5. 要把发展连锁经营与建设农业社会化综合服务体系相结合。要把设在乡镇和村屯的连锁超市建成便民服务综合超市, 在经营品种上, 不仅有生活资料的供应, 还应涵盖农资商品、医药、图书、种子、饲料等其他商品的供应; 在服务功能上不仅能进行商品销售, 还要承担起农副产品和废旧物资的收购任务, 同时把庄稼医院、农机具及家用电器修理、农业科技咨询推广服务引入超市, 形成供应网、收购网、服务网三位一体的经营格局, 将村级服务站建成集购物、文化、娱乐、医疗、健身于一体的综合服务中心, 打造以供销社为依托的农村社区综合服务体系。

附件: 各市州、县(市、区)供销社农村日用消费品连锁经营发展规划表

(附件见吉林政报)