

我国农产品现代流通体系架构

张文松 邬文兵

(北京交通大学经济管理学院, 副教授 北京 100044)

[摘要] 在系统论述农产品现代流通面临的机遇、挑战、优势和劣势的基础上,给出了其建设思路、建设方向、建设目标、建设部署和建设重点,粗略勾画了农产品现代流通体系的框架。

[关键词] 农产品 现代流通 体系 [中图分类号] F304.3 F5

[文献标识码] A [文章编号] 1000-7857(2004)12-0052-05

MODERN CIRCULATING SYSTEM'S STRUCTURE OF CHINA'S AGRICULTURAL PRODUCTS

ZHANG Wen-song WU Wen-bing

(School of Economics and Management, Beijing Jiaotong University, Beijing 100044, China)

Abstracts: First, this paper analyzes the opportunities, challenges, advantages and disadvantages of modern circulating of Chinese agricultural products, then points out the building direction, building target and building deployment, etc. of modern circulating system of agricultural product.

Key Words: agricultural product, modern circulating, system

Document Code: A

CLC Numbers: F304.3 F5

Article ID: 1000-7857(2004)12-0052-05

农产品的生产、加工和销售链条的顺畅与否是制约农民收入增加、农业结构调整和农村现状改善的重要因素,小农生产模式短期内不可能取得制度性的突破,只有在农产品加工、销售领域进行制度创新,才能减少农业生产的体制

内利益流失。农产品深加工得到了国家的高度重视,并被列入科技攻关重大项目,已经取得了阶段性成果。通过农产品深加工使得农产品获得了很大的增值空间,下一步面临的问题则是如何把农产品快速便捷地送到消费者手中,这牵

收稿日期: 2004-03-30。

作者简介: 张文松,男,1968~,北京交通大学经济管理学院(100044),主要从事技术经济和管理、发展战略方面研究; E-mail: wensongzhang@sohu.com。

得分,分别是 $L_{101}^* = 43.01767$, $L_{202}^* = 54.29903$ 。它们分别代表了“好利来”、“红跑车”的顾客忠诚度。“好利来”的顾客忠诚度比“红跑车”低 11 个百分点,说明“好利来”应该通过各种营销策略来提升其顾客忠诚度。

准确界定企业在本行业中的顾客忠诚度,有助于企业了解本企业现有的市场占有情况和质量,找出影响顾客忠诚度的内外部因素,及时调整企业经营战略,以把握未来的市场走向。

参考文献 (References)

- [1] 万正峰,刘云华.西方的顾客忠诚研究及实践启示[J].当代财经,2003(2)
- [2] 李忠宽.顾客忠诚的价值驱动模式[J].商业经济与管理,2003(3)
- [3] 彭军锋.顾客满意与顾客忠诚的一个规范解释[J].商业研究,2003(19)
- [4] 陆娟,张东哈.中西方品牌忠诚度测评研究及应用启示[J].商业经济与管理,2003(10)
- [5] 许项发.顾客满意策略与顾客满意营销[J].西安财经学院学报,2003,16(3)
- [6] Jacoby Jacob, David B Kyner. Brand loyalty vs. repeat purchasing behavior[J]. Journal-of-Marketing- Research, 1973
- [7] Boulding W, Kalra A, Staelin R, Zeithaml V A. A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation to Behavioral Intentions[J]. Journal- of- Marketing Research, 1993
- [8] Zeithaml V A, Berry L L., Parasuraman A. The Behavioral Consequences of Service Quality [J]. Journal -of- Marketing, Spring 1996(49)
- [9] Parasuraman A, Zeithaml V A., Berry L L. Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research [J]. Journal - of- Marketing, January, 1994: 11~24
- [10] Gremler D D, Brown S W. Service Loyalty: Its Nature, Importance, and Implications. In Edvardsson B, et al. (Eds), Advancing Service Quality: A Global Perspective, (C) International Service Quality Association, 1996: 71~80
- [11] Jones T O, Sasser W E Jr.. Why Satisfied Customers Defect [J]. Harvard Business Review, 1995, 73: 88~99
- [12] Dick A S, Basu K. Customer Loyalty: Toward and Integrated Conceptual Framework [J]. Journal -of -Academy of Marketing Science, 1994, 22: 99~113

(责任编辑 肖庆山)

涉到农产品流通问题。农产品流通体系建设是系统解决“三农”问题的必然选择。

1 我国农产品流通体系建设的必要性

1.1 制约农产品流通的 6 大问题

1.1.1 农产品流通组织化程度低 目前,农业龙头企业带动的农户只占农户总数 20%, 供销合作社始终没有被真正改造为农民的合作组织, 农村社区合作经济组织也未能发挥作用。目前,农村普遍缺乏具有独立产权的代表农民利益的经济组织;虽有农民个体运销户、经纪人、各类农民合作组织进入农产品流通领域,但是都呈无组织分散状态进入市场,组织化程度很低,缺乏市场竞争力和自我保护力。

1.1.2 农产品流通渠道不畅 农产品的大宗物流一般都会经过这样几个主要环节:生产者→产地市场→运销批发商→销地市场→零售商→消费者。在整个物流链条上,由于农产品中未经加工的鲜销产品占了绝大部分,而这样多环节的流通链条,无论是时间和流通效率还是现有的保鲜手段,都无法适应农产品的鲜销形式,因此相当一部分新鲜产品由于运价、运力、交通基础状况和产品保鲜技术原因而损失巨大。

1.1.3 农产品流通信息不畅 我国农产品的流通,已经形成了“买全国,卖全国”的全国统一大市场,绝大部分的农产品价格也已经完全由市场来进行调节。市场调节的关键,是全面、准确、快捷的现代化农产品流通信息网络系统的形成。目前的网络信息系统对于农产品流通来说,存在着 3 个问题:信息不集中;农民和商户用不上;信息质量低。由于缺少全国集中、统一、有效的农产品流通网络信息系统,农产品流通只能接受市场的自发性调节——农民种粮食或者是种蔬菜、水果往往是依据马路信息、邻里信息,没有办法得到真实的市场反应与信号。不完备的农产品市场信息体系极大地制约了农业竞争能力的提高。

1.1.4 农产品交易方式原始 目前,我国农产品交易方式绝大多数仍处于“看货→讲价→挑选→购买”的较原始的对手—现货交易方式,达成远期性契约交易的甚少,采用拍卖等现代交易方式的更是凤毛麟角。即期现货为主的交易,尽管交易信息对调节当今商品流量、平衡区域供需矛盾有较大作用,但因交易对象是现成产品,对商品生产指导意义并不大,甚至还可能引发某些消极作用。

1.1.5 农产品质量标准不完备 国际上许多国家要求农产品加工业采用国际统一标准或较高的国家标准进行生产和经营。我国 5 万多个食品加工企业中,只有 100 多家企业达到国家二级企业标准, HACCP 体系和 ISO9000 体系的建立和应用更为薄弱。我国现在是国际标准、国家标准、行业标准和企业标准并用,而现行的国家标准有 56% 与国际标准有显著差距,按此标准生产的农产品难以达到发达国家的标准,必然影响农产品加工品的出口。

1.1.6 农产品融资环境亟待改善 发展农产品流通乃至农业产业化,往往需要大量的资金支持;许多措施要取得成效,前提是投入能够达到临界规模。目前,各地发展农业产业化势头较足,资金需求较大。但是,对产业化资金供给却难以满足需要,导致其技改资金难以落实、农产品收购资金严重缺乏,以致妨碍了产业(产品)结构的升级,甚至影响企业的正常运行。

1.2 农产品流通体系建设的必要性

1.2.1 现代农产品流通体系的建立是提高农民收入、促进整个农产品加工业发展的关键 经过多年的快速发展,我国农产品供给已经实现了由长期短缺到总量基本平衡、丰年有余的历史性转变。这标志着农产品加工业发展进入了一个新阶段。农产品加工业面临两个急需解决的问题,一是农产品深加工的发展滞后、农产品附加值偏低,致使农民收入增长缓慢。二是农产品流通的市场化水平较低,农民没有从流通领域享受到应得的比较利益,这也是农民收入增长缓慢的重要原因。农产品深加工的发展最终也要依赖于流通领域,因为农产品的优势只有通过市场检验和衡量,才能实现其价值。因此,农产品流通已从过去的从属地位变为先导地位;现代农产品流通体系的建立,已成为提高农民收入、促进整个农产品加工业发展的关键。

1.2.2 建立现代农产品流通体系,关系到整个农业产业链条的发展 整个农业的发展可以分为产前、产中和产后 3 个阶段。在计划经济下,三者之间的逻辑关系是:产前决定产中、产中决定产后、产后决定市场。但在市场经济条件下,特别是在农产品总量略有过剩,而且供需之间存在结构矛盾的情况下,三者之间的逻辑关系逐步转变为:市场确定产后、产后决定产中、产中决定产前;而市场必须有现代化的流通体系来支撑。因此,现代农产品流通体系的建立,对产前、产中及产后的整个农业产业链条具有重要影响,由此关系到我国整个农业的发展。

1.2.3 构筑现代农产品流通体系是适应国外市场竞争的需要 面对我国主要农产品总量略有过剩、产品和区域结构不合理的需求制约,农产品加工业进一步发展的主要矛盾正从生产领域转向市场流通领域,农业生产者的决策已由以前单一的生产制约变为生产与市场的双重制约,而市场制约已逐渐成为矛盾的主要方面。同时,经济全球化的国际背景下,国内农产品市场的开放势在必行。因此,进一步改革我国农产品流通体制,构造一个具有竞争力的国内农产品流通体系,将是我国农产品加工业在 WTO 条件下可持续发展的关键。

1.2.4 建立现代农产品流通体系有利于完善我国整个市场流通体系 农产品流通体系是我国整个市场流通体系的重要组成部分。在我国市场流通体系中,农产品流通体系发展的相对滞后,影响了整个国家流通体系的协调发展,使许多先进的流通手段和技术的应用受到限制。因此,通过建立现代农产品流通体系,发展和完善信息传播体系、物流配送体系、中介服务体系、网络营运体系,将有效地解决农产品流通中的地区封锁与货畅其流的矛盾、农产品结构与市场需求的矛盾以及信息不对称的问题,进而促进我国整个市场流通体系的协调发展。

1.2.5 构建农产品流通体系具有巨大的经济效益和社会效益 现代化的农产品流通体系配送规模大、速度快、辐射面广、效率高,能为经营主体提供真实、准确的有效信息;依靠地域间广阔的信息网络以及快捷的运输配送方式,能够有效解决产地和销地之间的物理隔离和逻辑隔离问题,能够架起生产、销售两个环节之间的桥梁,能够有效减少小而分散的农户盲目生产的损失、仓储的损耗以及运输过程中的损失。因此,发展农产品现代流通可以减少市场运营过程中的不确定性和盲目性、有效地提高农产品的流通速度、

降低农产品流通的成本和流通损失、保障农民的根本利益,具有重要的经济效益和社会效益。

2 我国农产品流通体系建设的可行性

2.1 政府重视政策支持

党的十五届三中全会指出:“进一步搞活农产品流通,尽快形成开放、统一、竞争、有序的农产品市场体系,为农民提供良好的市场环境,是农业和农村经济持续稳定发展的迫切需要”。发展现代物流已列入国务院的工作日程,已列入 2001 年国家计委、国家经贸委、铁道部、交通部、民航总局、国家邮政局、科学技术部、国务院研究室、国务院发展研究中心等部门的议事日程。吴邦国、吴仪等领导同志最近都作出重要指示,要求加快推进物流配送的发展。2002 年 12 月 6 日,国家计委、国家经贸委、农业部、财政部、人民银行、工商总局制定的《关于进一步加快农产品流通设施建设的若干意见》也对农产品发展提出了更高的要求。流通业的发展已列入中国国民经济“十五”规划,这为“十五”期间中国流通业的发展描绘了宏伟的蓝图,为发展中国流通业提供了政策依据。

2.2 高密度的路网和高科技信息技术的硬件基础

目前我国流通基础设施和装备发展已初具规模,建成了由铁路运输、公路运输、水路运输、航空运输和管道运输 5 个部分组成的综合运输体系,运输线路和场站建设以及运输车辆及装备方面亦有很大的发展。同时,信息通讯得到迅速发展,这就使 EDI、MRPII、ERP、SCM、GPS 等一些围绕农产品流通信息交流、管理和控制的技术得以应用,在一定程度上提高了物流信息管理水平和促进了物流效率的提高。

2.3 农产品流通体制改革时机渐趋成熟

进入新世纪,我国开始全面实施基本实现农业现代化的第三步战略。加入 WTO 后,国际贸易自由化的大势,对我国这样一个农村经济实力不强、农业科技储备不足、市场经济尚处于起步阶段的发展中国家的农业发展,产生了巨大压力;粮食等部分重要农产品仍在统购或变相统购,持续 4 年的农产品“卖难”和全国农民人均纯收入增幅下降,以及产业结构调整难达预期,均与农产品流通体制改革滞后相关。种种迹象表明,全方位推进农产品流通体制改革的时机渐趋成熟。

2.4 农产品流通业前景广阔

我国每年的农产品产量约为 8 亿吨,其中粮食总产量已超过 4 亿吨,加上进口,每年进入流通领域的商品粮约 6.5 亿吨,这是农产品物流的一大对象;经济作物是工业原料,尤其是轻纺工业、食品工业的原料,产地比较集中,商品率也大大高于粮食作物,因而对物流的需求也大。在城市物流中,农产品的集散、仓储、加工、配送等物流量也是相当庞大的。如北京每年仅蔬菜的消费量即达 45 亿公斤,如果按 60% 从外地运输,每年就有 27 亿公斤的蔬菜物流量,再加上在北京市内的周转配送,其整个物流量十分庞大。显然,农产品物流市场的需求极其广阔。

2.5 农产品市场主体发育迅速

我国各类农业产业化经营组织已发展到 66 000 多个。其中,龙头企业带动型的 27 000 多个,占 41%;中介组织带动型的 22 000 多个,占 33%;专业市场带动型的 7 600 多个,占 12%;经纪人、专业大户带动型的 9 600 多个,占

14%。这些产业化经营组织通过合同(占 49%)、合作(占 14%)、股份合作(占 13%)等较为稳定的联结方式密切与农民联结,带动的农户达 5 900 万户,占全国农户总数的 25%;平均每户从事产业化经营可增收 900 元;带动的种植面积达 4 亿亩,带动的牲畜饲养量达 5.3 亿头,带动的禽类饲养量达 53 亿只,带动的养殖水面达 4 280 万亩。

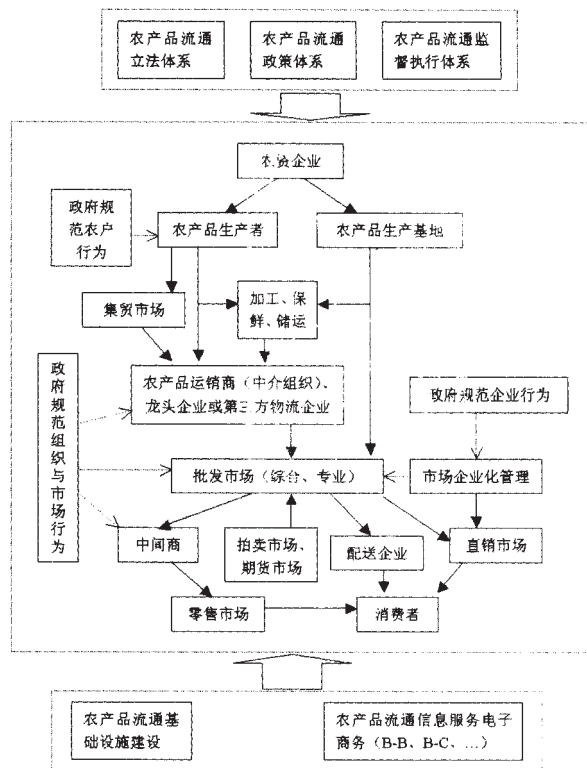


图 1 农产品现代流通体系建设框架图

3 我国农产品现代流通体系建设框架

3.1 总体思路

3.1.1 建立一个国内外一体化的农产品市场 建立一个国内外一体化的农产品市场,就是建立一个国内市场和国际市场接轨的农产品市场。只有这样,才能有效利用国内外两个市场、两种资源来推动农业产业化和现代化建设。国内外一体化的农产品市场的主要内涵是:国际市场的价格机制、竞争机制、供求机制顺畅地传递到国内,按照市场规律、遵循国际贸易准则,参与国际分工和贸易;按照国际贸易规范培育、开放市场,促进农产品贸易自由化,打破国内条块分割、地区封锁,建立与 WTO 农业规则相适应的农产品流通体制;促进国内与国际农产品市场贸易制度和交易方式接轨;建立与国际农产品市场相衔接的农产品供求和价格变动的信息网络系统;引进国外先进的物流设备和技术,提高物流业效率,积极推进农产品的国际电子商务。

3.1.2 培育农业生产经营主体和农产品流通主体 首先,培育农业生产经营主体。加快发展农业龙头企业是引导农民进入市场的有效形式。要鼓励农业龙头企业采用互助互利的办法组织带动农户,以合同规范企业和农民的关系,推进农业产业化经营;鼓励和扶持农民合作经济组织的发展,促进农业经济组织创新。其次,培育农产品流通主体。国

有内外贸企业和供销合作社目前仍是重要的农产品流通主体,要引导它们与农民建立多种形式的联合与合作,逐步形成利益共同体,以保持和占有一定的市场份额;鼓励利用兼并、联营、连锁、合作等形式发展一批大中型的农产品批发企业和一批新型农产品零售企业;大力发展以贸易为龙头的贸工农一体的综合商社和以农产品加工企业为骨干的贸工农、产供销一体化经济联合体;积极引进国外的资金、技术、人才,建立农产品流通、加工、零售、服务等合资企业。

3.1.3 完善农产品市场、信息、标准、调控等4个体系 一是完善以批发市场为中心的农产品市场体系,建设大中型农产品批发市场、农产品初级市场、零售市场以及国外农产品市场联结起来的开放有序的市场体系。这既是农产品价格形成的依托,也是进行宏观调控的依托。二是完善农产品市场信息体系。要建立权威性的农产品信息网络,及时、准确地向农民和交易者提供价格信息、生产信息、库存信息以及气候信息,提供中长期市场预测分析,使农产品信息网络成为引导农民调整生产结构、保持市场平稳运行的重要手段。三是完善农业标准体系。目前,大量农产品无标生产、无标加工、无标流通的混乱状况,严重阻碍了农产品流通的发展,严重阻碍了农业产业化和现代化进程。四是完善农产品市场的宏观调控体系。政府不必直接参与经营管理和市场流通的具体事务,主要的工作是对各种市场主体、中介组织及市场交易行为等进行规范,并为市场的公平竞争提供制度性服务,创造良好的市场环境。

3.2 建设方向

3.2.1 产业化 农产品流通企业通过产业化,可以降低交易成本、减少产品损耗、缩短流通时间、提高农产品质量、获取更多利润。产业化将成为农产品流通企业发展的方向。

3.2.2 标准化 农产品流通标准化使农产品商流与物流得以分开,适应了农产品销售的变化,将促进农产品流通的发展。

3.2.3 品牌化 农产品流通企业要通过产业化、标准化、规模化经营,注册商标,主动开展品牌运作,让普通商品品牌化,形成自己的独特商品,以掌握市场主动权、赢得消费者,把市场越做越大,推动企业发展。

3.2.4 绿色化 农产品绿色流通,一方面指经营无公害农产品,引导农业开展绿色生产;另一方面指通过科学化的物流设计、管理和实施,使农产品运输、包装和分销方案合理化、最优化。这样即可达到运输包装重复利用,销售包装无害、易处理,减少空载,提高效率,降低对农产品和环境的污染等目的。

3.2.5 规模化 规模大的农产品流通企业在经营品牌、利用信息、组织货源用服务客户等方面具有优势,还可以通过不同方向多种农产品的流通提高运输力量的利用率、降低运输成本。

3.2.6 网络化 互联网为农产品流通提供信息平台,电子商务突破了空间和时间限制,扩展了流通范围,提高了商流效率,提高了物流合理性。

3.2.7 超市化 在发达国家(美、德、日等),相当部分农产品是通过连锁超市和食品商店销售的。我国随着人民生活水平的提高,超市生鲜经营成为农产品销售的主渠道,也是必然趋势。

3.3 建设目标

应建立与社会主义市场经济相适应的农产品流通体制,充分发挥市场机制在资源配置中的积极作用,积极培育市场主体,改进农产品交易方式,完善政府调控体系,全面有序地推进国内市场与国际市场的接轨,迅速提高农产品流通的集约化、现代化和国际化水平,使农产品商流、物流、信息流和资金流适应现代农业发展的要求,使农产品流通能够更好地促进农业产业化和农业现代化的发展。

3.4 建设重点

3.4.1 加快新型流通组织发展 要加快新型流通组织的发展,营造组织化程度不断提高的新型商品流通组织体系。一是继续大力推进连锁经营组织向更大范围、更深层次的发展和延伸,逐步确立连锁经营组织在流通业中的主体地位;鼓励优势连锁企业、批发企业以及优势生产企业采取加盟、特许等方式发展连锁经营,以吸收和整合众多分散经营、传统小型的流通主体。二是鼓励多元化流通主体之间、不同区域流通企业之间、流通企业与上游生产企业之间、批发、零售与外贸等不同环节流通企业之间的重组、合并与联合,突破流通领域传统的依部门、环节、地区分离的板块结构,营造新型的流通组织模式与大型流通企业。三是培育多种形式的新型农产品流通组织。要注重培育和发展“公司+农户”型、农民合作型以及专业产销协会型等多种形式、专业化的农产品流通组织,逐步实现有组织的、规模化的农产品流通模式;鼓励各种连锁企业向农村市场延伸,使农产品借助连锁经营组织的销售网络直接快速进入城市市场。

3.4.2 创新农产品交易方式 一是拍卖交易。拍卖能够形成公开、公平、公正的价格,既能体现社会的供求关系,节省交易成本,又能提高经营效率。二是电子商务。电子商务技术的应用,将对传统的农产品生产流通过程产生深远的影响。有助于使农产品从生产到最终消费全过程中资源配置的最优化,从而使农业部门总体和综合的效率与效益得到大大提高。三是配送中心。我国农产品配送中心主要应是销售配送中心——以销售经营为目的,以配送为手段的配送中心。四是期货交易。

3.4.3 加快农产品市场信息网络建设 农产品生产和销售的分散性客观上造成信息的不完备和分布的不对称,使农民难以获得市场信息。应加快各大批发市场电脑网络系统的联网建设,建立市场信息的收集和发布制度,并在市场内部设立电子屏幕,随时公布市场信息。为保护市场信息的客观、准确、权威,政府部门应成立专门的组织从事农产品供求、价格和主要批发市场运行状况等信息的采集、整理、分析和预测工作,并通过互联网等各种信息传播渠道及时向农产品市场供求双方发布信息,提供咨询服务和指导。

3.5 规划部署

3.5.1 实施步骤

第一阶段(2003~2006年)。一是制定和发布批发市场、社区菜市场、生鲜超市的规范化标准,制定和发布农产品卫生、安全和分级、包装标准,制定《批发市场交易法》;二是实现各流通环节农产品的卫生、安全标准化,并实行对农产品供应人、承销人和零售商的备案、不良记录通报制度和农产品安全责任连带制度;三是在条件较好的批发市场实现农产品分级、包装标准化,并试行拍卖制;四是在农产品批发市场推广合同采购和拍卖方式。

第二阶段(2007~2010年)。一是积极发展农产品经销公

司、农产品流通公司和农产品物流配送中心;二是扩大农产品拍卖的场所和品种;三是建立农产品流通信息网络系统,实现生产和交易信息联网管理;四是有计划地在全国性农产品批发市场实现期货交易,由此逐步完善科学的价格形成机制。

第三阶段(2011~2013年)。一是基本建成由现代化的新兴流通渠道与规范化的传统流通渠道共同承载的农产品流通网络体系;二是在全国性农产品批发市场普遍实行合同采购、拍卖交易和期货交易,形成完善、科学的农产品价格形成机制。

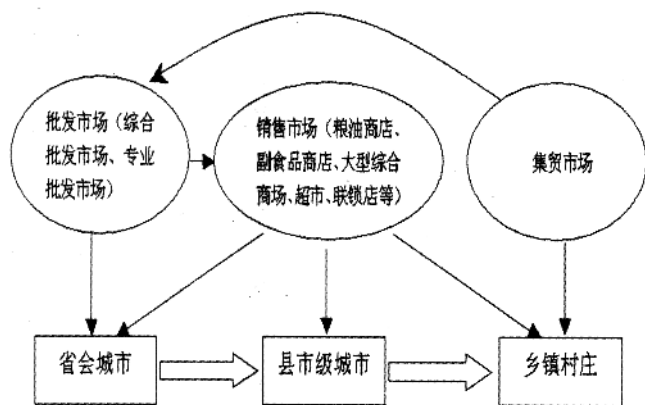


图2 农产品市场体系图

3.5.2 城乡布局

(1)农村农产品市场建设,应以农村集贸市场为基础,以市(县)批发市场为龙头,使各类市场结构合理、功能齐全,形成网络,达到运转灵活、发展协调、统一开放、竞争有序的要求。

(2)城市农产品市场建设,应以城市综合超市为基础,以城市批发市场为龙头。

(3)大城市主要培育大型农产品经销公司、农产品物流配送中心、规范化的大型农产品批发市场和连锁经营的社区生鲜超市。

3.5.3 市场层次

(1)全国重点批发市场——配送型。应充分发挥重点批发市场在资源配置、信息集散、价格形成、引导生产方面的优势,把农产品批发市场从注重粗放数量型扩张提高到注重质量效益型上来。

(2)省市骨干市场——配送、中转集散型。要根据各地的不同情况和特点,选择部分大型批发市场进行经纪人代理、竞价拍卖或网上交易等现代营销方式试点,逐步在全国大中城市、主要产区 and 集散地建成一批布局合理、辐射力强、信息灵敏、交易方式先进、功能齐全的国家级农产品骨干批发市场。

(3)地方龙头市场——产地输出型、中转集散型。应把加快培育发展大型区域性批发市场,构建规模大、功能齐全、活力强、辐射范围广的流通体系,紧密结合生产、加工、销售各环节构筑起多种多样的联结小生产与大市场的“桥”和“路”,作为市场建设的重点。

(4)乡镇集贸市场——集散型、产地输出型。各乡镇应把农村集市建设列入工作日程,对效益好的可以续建或扩

建;对效益差的应查明原因,予以整顿提高;随着本地经济的发展,应适当增加一些专业农贸集市的建设。

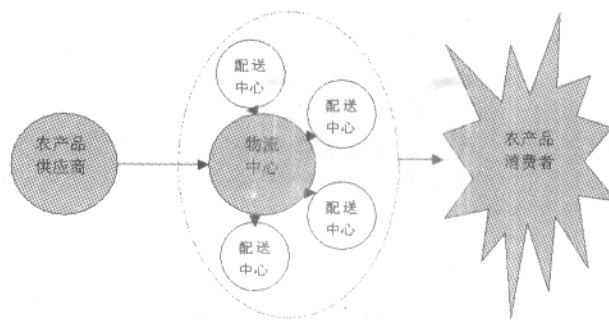


图3 农产品现代物流模式示意图

3.5.4 流通模式

在市场经济时代,市场流通(交易)模式在一定程度上影响并决定着生产方式,我国现有农产品市场流通“小规模、大群体”方式与我国农业生产以家庭经营为主的小规模生产方式相对应,从本质上说这种模式与大生产、大市场、大流通之间存在着难以对接的矛盾,而且这种现存体系在客观和主观上制约了新模式的孕育发展。20多年来,我国在特殊的社会经济环境中经过自我生发、政策诱导形成了一个形态变异、机制扭曲的农产品市场流通体系。这种流通体系不仅使应有的市场功能得不到体现,而且还抑制了新的市场流通体系的孕育,制约了农业产业化发展,所以必须建立一种适应市场经济发展的现代化“大生产、大流通”市场流通模式——农产品现代物流模式(见图3)。这种定位,一是符合市场经济理论和市场演进的历史逻辑;二是顺应了全球化国际竞争趋势;三是适应了我国农业产业化生产经营发展的要求;四是基于计算机信息技术的发展为其提供的技术手段支持。

参考文献(References)

- [1] Zhang Mingyu, Zhang Wensong, Wang Min. Study on the Strategic Choice of the Stride Development of Chinese Agricultural Product Processing Industry[J]. China-USA Business Review, 2003, 3(7)
- [2] 张文松, 张明玉. 中国农产品加工业跨越式发展的路径[J]. 科技导报, 2003(4)
- [3] 张文松, 张明玉. 中国农产品加工业跨越式发展的战略选择[J]. 科技导报, 2003(11)
- [4] 贡风涛, 康长进, 等. 当前农产品市场的基本状况及存在的问题[J]. 中国农村经济, 2001(2)
- [5] 寇平君, 卢凤君, 等. 构建我国农产品市场流通模式的战略性思考[J]. 农业经济问题, 2002(8)
- [6] 张春法, 刘宁, 等. 论电子商务条件下的流通渠道[J]. 南京经济学院学报, 2003(1)
- [7] 温思美, 罗必良, 等. 论中国农产品市场的组织制度创新[J]. 学术研究, 2001(1)
- [8] 帕塔穆·巴拉提. 农业国际化与农产品流通[J]. 新疆农业大学学报, 2002(2)
- [9] 贾生华, 刘清华. 拍卖交易与我国农产品批发市场交易方式创新[J]. 中国农村经济, 2001(2)
- [10] 赵继海. 日本农产品产销动向与农业结构演变分析[J]. 现代日本经济, 2002(2)

(责任编辑 王宏章)