

doi: 12 3969/j issn 1672-0598 2009. 06. 016

农商对接:农产品流通模式创新问题研究

——基于重庆城口县和开县的调研*

孟波,高诣,范磊

(重庆工商大学 商务策划学院,重庆,400067)

[摘要]通过对重庆城口县与开县农户、合作组织、农业“经纪人”以及龙头企业等的调研,分析了农商对接中存在的缺乏长效机制,对接主要依赖政府主导作用的发挥、对接效率低等问题。提出应充分发挥市场调节作用,以企业为主体,建立农产品品牌、以差异化促进加工企业发展、在市场主导下建立农业合作组织、让农户参与农产品流通加工环节、建立和完善农产品市场信息传播体系以及增强成员间的信任。

[关键词] 农商对接;农产品流通模式;城口县;开县

[中图分类号] F252.22 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 1672-0598(2009)05-0093-04

一、文献回顾

随着农产品流通体制改革的不断深入,农产品流通不畅以及销售难的问题非常突出。这一问题引起了许多学者的关注,从近年来国内现有的研究成果来看主要是从新制度经济学和渠道理论进行研究。从新制度经济学角度分析我国不同农产品流通组织形式中蕴含的契约性质及其制度内涵(罗必良等,1999,2000;周立群,曹利群,2001,2002)^[1],包玉泽(2005)^[2]运用交易费用经济学对我国农产品营销渠道的选择进行了解释。张闯,夏春玉(2005)从渠道行为理论对我国农产品流通渠道中的权力结构进行了分析。赵晓飞,李崇光(2008)^[3]从渠道关系理论视角对农产品渠道模式的选择进行了研究。赵晓飞,田野(2009)^[4]认为农产品流通模式的创新应该从渠道关系、参与主体、流通业态、流通技术(手段)、政府政策支撑体系等层面进行。

通过对文献的回顾,可以看出尽管学者们对农产品流通模式创新问题的研究日趋深入,更多的是从理论上对我国农产品流通模式的选择以及影响因素进行研究;在农产品流通模式的创新上倾向于对我国目前出现的一些新模式进行分析;对各种农

产品流通创新的模式在实践中的实施情况进行研究的更少。基于此,本文在深入实地调研的基础上,对农商对接中存在的问题进行分析并提出相关建议。

二、农商对接定义及意义

农商对接作为目前农产品流通模式的一种创新更多的见于政府的相关文件,没有形成统一的定义。但大多数文件及学者都认为农商对接主要是指农户通过与超市、企业的对接,减少中间环节,提高农产品流通效率,降低农产品流通成本,提高农户的收入。在农商对接模式中,重点是通过双方多次交易,建立信任,形成长期稳定的关系,寻求双方的利益最大化;核心是使农户参与农产品加工等环节,增加农户收入。因此,“农商对接”不仅仅只是农产品流通环节的减少,也是功能上的重新分工与协作,更是利润的重新分配过程。

三、农商对接推进中存在的主要问题及原因分析

本文调研主要针对重庆的国家级偏远贫困县城口,三峡移民库区的开县,选点的依据主要有三:(1)两县都是农业大县,2007年农业产值比重分别为22.7%和25.1%,农业人口比重均超过80%;

* [收稿日期] 2009-05-30

[作者简介] 孟波(1981-),男,湖北人,重庆工商大学商务策划学院营销管理专业,研究生。

高诣(1984-),男,河南人,重庆工商大学商务策划学院营销管理专业,研究生。

范磊(1985-),男,河南人,重庆工商大学商务策划学院营销管理专业,研究生。

(2)农产品流通不畅问题在两县比较突出且农产品的商品化率低,2007年两县农产品的商品化率分别为 40.3%和 56.7%,低于重庆市的平均水平 58.6%;(3)两县都是国家级偏远贫困县,对两县的农产品流通情况进行调研更有利于贫困地区农产品流通及农民增加收入。调研主要采用访谈的形式,原因是农产品流通问题涉及的环节和内容多,个体差异较大;而且许多问题很难给出选择的答案。因此主要通过对各流通主体的深度访谈获取第一手资料。

1. 农商对接主要依靠政府作用的发挥,缺乏长效性

从目前的实际做法来看,农商对接主要通过政府主导作用的发挥。2008年重庆在各地举办各类农产品展销会签约 2.45 亿元;与家乐福超市签订每年在渝农产品采购 1500 万农产品备忘录;以及利用新农村网推进农产品网上购销对接,成交金额 5000 多万元等。这些措施短期内解决了农产品销售难的问题,也在一定程度上促进了农商对接,但缺乏长效性。在城口农户、加工企业座谈会上,许多农户和加工企业均表示展销会效果并不很理想。一方面销售数量有限;另一方面交易缺乏长期性,往往是一次性交易。而在农商对接的根本性问题上,农产品品质和规模上还存在不足。如城口县某乡药材种植近 1.4 万亩,品种多达十几种,每年每种药材产量才几百公斤,核桃种植近 2.5 万亩,其中 90%以上的是野生核桃,果粒小且口感涩(具体见表 1)。2009 年销售价格仅 4.5 元/斤,而云南的核桃最低价格却能买到 11 元/斤。城口的土豆淀粉含量很高,但个体小,且在挖掘以及运输中容易受损,在与麦当劳对接中因为土豆单个规格达不到要求而没有成功。可见,不解决农产品品质低,规模小等根本性原因,仅依赖政府主导作用是很难建立农商对接的长效机制。

表 1 城口县某乡主要农产品种植情况

农产品品种	种植面积(万亩)	产量(吨)	产值(万元)	备注
中药材	1.4	600	600	品种多
干果(核桃为主)	2.5	300	350	以野生核桃为主
魔芋	0.6	600	150	本地有加工户

资料来源:座谈会记录

2 农商对接缓慢,农产品加工企业实力较弱影响了对接的速度

农产品加工企业作为农商对接的主体,特别是在我国“小农户,大市场”的情况下,其实力大小直接关系到农商对接推进的速度。据城口农综办负责人介绍,城口目前有食品加工企业 8 家,其中只有一家企业通过绿色食品认证;市级著名品牌主要是城口老腊肉和山神漆,而这两家企业的年产值也不超过 3000 万元。明中乡的一位魔芋加工户从 80 年代发展至今依然是一家家庭式的加工作坊。企业只有积极参与市场竞争,积极开拓市场才能得到发展壮大。而我们调查到的情况是,本地农产品加工企业目前大多数仅限于本地市场,市场竞争意识不强,无论在规模上还是在市场开拓上都面临许多困难(具体见表 2)。

表 2 城口县主要农产品加工企业情况表

企业	加工产品	市场范围	发展主要问题	备注
某茶叶公司	茶叶	城口县	高端茶叶少;产品认证不足;进入超市难	历史悠久,清代宫廷贡品茶
某食品公司	农产品	重庆及周 边市场	压货导致资金 周转不畅,品 牌知名度不够	以中间商 代理为主
某蜜蜂养殖公司	蜜蜂养殖、加工	城口县	原料少;外来 异蜂对本地中 蜂构成威胁	产品质量 高
某食品公司	萝卜	本地及 周边	资金短缺	产品宣传 上没特色,定 位不明确
某食品公司	猪肉	全国,少 量海外市场	资金不足;假 冒产品多	以企业为 依托,组建 养猪生产 专业协会
某漆器公司	漆器	全国,少 量日本市场	资金不足	目前正在 进行厂房 扩建
某白酒公司	白酒	城口	着眼未来的 发展	目前本地 市场供不 应求

资料来源:城口座谈记录

3. 农商对接难度大,对接主体不对等

一方面,单个分散的小农户与企业对接中存在不对等的问题,这种不对等表现在实力、地位以及信息等方面,不仅造成农商对接中权力失衡,而且影响到农商对接关系的稳定性。可见,单个分散的小农户是导致农商对接难度大的一个重要因素。截至 2008 年 5 月,开县共有各类农业合作组织 745 个,其中只有 109 个合作社完成工商登记,入社农户 9.816 万户,农民入社率为 23.3%。数量相对不足、规模小且多数只有销售功能,在农产品的信息传播、加工以及农资的统一购买等方面还相对不足。张闯,夏春玉(2005)认为目前农产品流通渠道稳定性缺失及效率不高等问题的原因在于农产品流通渠道中权力结构的过度失衡,而对这一问题的解决则有赖于合作社规模与实力的壮大、农户组织化程度的提高。另一方面,农产品加工企业与企业对接中也存在不对等的问题。农产品加工企业产品进入超市要支付高额的相关费用,对大多数规模小、实力弱以及品牌知名度低等的企业,高额的入超费用无疑增加了农商对接的难度。在城口加工企业座谈会以及对相关超市的调查了解到,农产品进入超市的主要困难在于费用高(如表 3 所示),本地农产品加工企业实力较弱,很难承担前期进入超市的所有费用。而超市的运营成本高,农产品一般 20% 的损耗,必然要求较高的进入费用。

表 3 农产品入超费用一览表

费用名称	金额	备注
入场费	5 万元	如进入某一超市的费用
单品费	5000 元/个	单品费进每一个门店都要交,主要包括:条码费、柜台费等
促销人员工资	1000 元/月	
节庆费		用于主要节假日的促销费用,金额不等,一般为销售额的 1%,根据商谈的具体情况而定
其他费用		运输费、仓储费、提供特价促销品等

资料来源:对相关超市和某食品公司的调查

4. 信息不对称降低了农商对接效率

农商对接中主体的相互不信任导致当前农商对接效率低下。信息不对称导致农户与企业都存在相互欺骗和毁约的动机,这不仅使得交易关系不稳定而且造成农商对接效率低下。一方面,企业由于掌握更多的信息在交易中占据优势地位,企业的机会主义导致了双方的不信任。另一方面,农户由

于理性程度低而导致的投机心理也加剧了双方的不信任。调查中,农户表示:企业在收购上常常压低收购价格,特别是在垄断性收购上;农户在价格上要四处打听才能放心。一位加工企业老板抱怨:农户对价格很敏感,外地收购商价格虽然高但质量要求也高,这样剩下的农产品质量一般比较差,很难进行收购。这种成员间的不信任不仅导致农商对接效率较低,也增大了农商对接中的毁约风险。

四、促进农商对接的对策建议

1. 充分发挥市场与政府在农产品产业结构调整中的作用

从调查情况看,目前农户在产品结构上的调整主要有两种方式:一是根据当前价格或别人种什么自己就种什么;二是政府的规划与要求。由于市场价格机制的滞后性以及许多地区农业生产规划的盲目性,造成许多地区农产品结构不合理。如周溪乡根据国家退耕还林的要求,补偿种植 1.5 万亩木瓜,但目前存在资金不足、技术缺乏、管理水平不高、销售困难以及当地没有固定的收购企业,市场价格不稳等诸多问题。农民是生产经营的主体,享有自主经营的权力。但目前农业生产的市场化程度还不高,农民的市场观念、市场信息相对落后,因此要发挥市场引导、政策激励、大户带动作用。农业结构调整的发展方向已经不是多种点什么、少种点什么的“加减”问题,而是要实现“特色+规模+档次”的产业升级。政府在农产品结构调整和规划中不能片面强调种植规模而忽视农产品品质,政府应在制定政策规划、市场信息的预测与传播、典型示范引导、完善市场体系、培育龙头企业等方面发挥应有的作用。

2. 建立农产品品牌,通过差异化策略来促进农产品加工企业的发展

目前,农产品来源地品牌效应越来越受到重视。诸如涪陵榨菜、城口腊肉等,都是因为其独特的地理优势、气候条件带来了产品质量出类拔萃。而这些具有一定特色、体现口味的差异化的农产品往往是超市比较喜欢的产品,因为目前超市的竞争主要集中在价格上,在激烈的竞争中需要有特色的、差异化的产品。只有采购的差异化,才会形成经销的差异化。而我们在调查中了解到:一方面,农户分散且生产规模小、技术水平低、难以实行标准化生产,农产品品质差,绝大多数农产品没有自己的品牌;另一方面,许多具有地方特色的农产品也没有品牌,没有包装,没有明确突出的卖点因而得不到市场的认可。通过建立农产品品牌,则不仅

便于超市采购,更有利于加工企业的发展和增加农民的收入,促进农商对接的开展,实现农户、企业和超市的共同发展。

3. 在市场主导下组建农业专业合作组织,让农户参与农产品流通环节的分工以及利润的分配

在调查中,许多农户对组建合作组织意愿很强烈,但由于实力等方面的限制往往不能实现。使农业专业合作组织在农商对接中充当桥梁,发挥更大的作用,让农户真正分享渠道变革带来的收益,是农业合作组织的目的之一。农业合作组织的建立不仅能平衡农产品渠道中权力失衡的问题,而且通过成立农业专业合作组织在技术上、市场信息以及销售等各个方面给予农户支持,从而促进整个农业的发展以及农民收入的增加,也能使农户对加工企业或超市的直接对接成为可能。

根据调查情况来看,目前合作组织的组建方式主要有两种:市场主导下建立合作组织,如城口修齐镇的养猪生产专业协会就是依托赵晓春城口老腊肉企业而建立的;政府主导下,农户自愿组建,如开县的赵家坝蔬菜专业合作社。城口的养猪专业协会依托企业不仅在规模上日益扩大,而且在功能和制度上日益完善,合作社成员参与农产品加工等中间环节,增加了收入;赵家坝蔬菜专业合作社在政府主导下建立,目前合作组织的功能主要集中在技术服务和销售上,农户参与加工、运输等方面的功能相对不足。仅仅只是让农户将农产品直接卖给超市或者加工企业赚取其中的差价利润是很难真正意义上促进农民收入的增加,关键在于中间环节的利润如分类、包装、运输等环节。因此,在市场主导下建立农业合作组织,让农户参与中间环节的分工,不仅能够促进农产品流通,增加农产品的

附加值,也能增加农民的收入。

4. 建立农产品流通体系的信息网络,增强渠道成员间的信任

信息不对称不仅影响到农户与企业的生产与销售,而且影响到农商对接中成员间的不信任。因此,政府要加强对农产品流通的信息体系建设,建立完善的农产品流通信息网络,建立健全信息的收集发布制度,通过各种形式的媒体如广播、电视、电话以及网络等,及时向农户以及相关企业发布相关的信息。其次,引入企业相互竞争,防止企业垄断而损害农户的利益。再次,政府还要加强对农村信息市场的管理,建立有效的监控机制,识别真假信息。

[参考文献]

- [1] 张闯,夏春玉. 农产品流通渠道:权力结构与组织体系的构建[J]. 农业经济问题, 2005(7).
- [2] 包玉泽. 农产品营销渠道的选择:一种基于交易费用经济学的理论解释[J]. 华中农业大学学报, 2005(4).
- [3] 赵晓飞,李崇光. 基于关系视角的农产品渠道模式选择研究[J]. 中国流通经济, 2008(6).
- [4] 赵晓飞,田野. 我国农产品流通渠道模式创新研究[J]. 商业经济与管理, 2009(2).
- [5] 重庆统计年鉴(2008)[Z]. 重庆:中国统计出版社, 2008.
- [6] 赵晓飞,李崇光. “农户—龙头企业”的农产品渠道关系稳定性:理论分析与实证检验[J]. 农业技术经济, 2007(5).
- [7] 罗必良等. 市场化进程中的组织制度创新[M]. 广东经济出版社, 1999.

(责任编辑:杨 睿)

Research into innovative mode of agricultural products circulation

—Based on survey on Chengkou County and Kaixian County of Chongqing

MENG Bo, GAO Yi, FAN Lei

(School of Business Planning, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400047, China)

Abstract: Based on the survey on the farmer families, cooperative organizations, agricultural brokers, leading enterprises and so on in Chengkou County and Kaixian County of Chongqing, the author analyzes the problems in the joint such as lacking long-term mechanism, mainly depending on governments, low efficiency and so on, and points out that Chongqing should bring market adjustment into full play, use the enterprises to lead the joint, create the brands of agricultural products, use disparity to promote the development of processing enterprises, establish agricultural cooperative organizations based on the role of market, let peasants participate in circulation and processing link of agricultural products, set up and perfect market information transmission system of agricultural products and consolidate the trust between members

Keywords: joint of farmers and businessmen; agricultural product circulation mode; Chengkou County; Kaixian County