

我国农产品批发市场存在的问题及发展思路

赵君 (武汉科技学院外贸学院, 湖北武汉 430200)

摘要 分析了我国农产品批发市场的地位与作用, 并借鉴外国经验, 对其逐渐出现的诸如布局不合理、管理制度落后等问题提出了改进策略。

关键词 农产品; 批发市场; 问题; 发展思路

中图分类号 F323.7 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2009)31-15455-02

农产品批发市场是为农产品集中交易提供场所的有形市场, 是农产品流通体系与营销体系的核心环节, 发挥着集散农产品、提供价格服务等功能。农产品流通决定了农产品的扩大再生产, 而农产品批发市场是我国农产品流通的主要渠道。所以农业产业化关键不是生产环节, 而是销售环节, 取决于农产品是否能够开拓市场、赢得市场。目前, 我国农产品批发市场农产品交易额已占农产品社会消费总额的70%以上。在新时代下, 农产品供应链受到农超、消费升级的挑战, 面临被孤立的现实。应通过农产品批发市场的升级改造, 完善农产品物流体系, 增强其信息服务功能, 促进生产流通与消费的紧密结合, 建立农产品现代化市场流通体系, 提高我国农产品国际竞争力。

1 农产品批发市场的作用

1.1 提高农产品流通效率, 降低流通成本 现代信息技术分布的不平衡, 导致农产品上游企业无法准确完成下游企业和市场的需求, 农户更无法精确了解近期市场和远期市场的需求趋势, 而农产品批发市场的建立突破了这一局限。传统的农产品流通主要通过协商、选购等交易方式发生流动, 或通过中转商, 最终到达消费者。这里, 农产品的所有权是从上游环节到下游环节逐级流动的, 但农产品实物流动却无需严格伴随所有权的流动进行^[1]。也就是说, 农产品的流通没有必要经过太多的中间环节, 就可以直接到达消费者, 缩短流动环节, 降低了成本, 一定程度提高了农产品的安全度。

1.2 提高农产品流通的标准化程度 农产品流通的顺利运转不但需要良好的基础设施建设、体制的创新、制度的完善、管理水平的现代化、人才资源配置的科学化等, 更需要综合运输网络的形成、仓储配送设施的完善、信息的充分与及时、组织体系的不断发展等, 为农产品物流的发展提供物质条件。

通过批发市场的建设, 加快农产品流通企业资产的改革与重组, 壮大农产品物流主体, 使其向专业化、规模化、信息化方向发展。有学者指出, 克服农产品批发市场在农产品供应链上的缺陷, 解决断链问题, 一个有效措施就是通过农产品批发市场的升级改造途径, 建设农产品物流配送中心, 完善物流服务功能, 以发挥其“中间连接, 两头延伸, 产销对接, 贯穿全链”的作用。这不但有效缓解了农产品流通的风险, 拓展新型农产品流通业态, 同时将提高农产品流通标准化程度, 推进流通企业管理的规范化, 促进农产品流通的市场化

进程。

1.3 推进农业产业化的进程, 增加农民收入 农产品批发市场促进了农产品商品基地的建设与发展, 引导农民按照市场需求调整产业结构、产业规模及产品质量, 培育和带动了反季节农产品生产基地的发展, 形成“企业+基地+农户”农产品流通模式, 促进了销售环节的创新。通过市场引导农户及时的信息反馈等, 提高了农业的组织化程度, 形成了以批发市场为中心的农产品产业链, 促进了农业产业化的深入。

农产品批发市场的建立与完善, 直接为农民销售农副产品提供了场所, 把农民与市场紧密连接, 再通过市场的辐射带动作用, 把农村资源优势转变为产品市场优势, 促进农产品的商品化, 解决了卖难问题, 实现产品的有效供给, 并在降低流通成本的环节中得到实惠, 有效地增加了农民的收入。

1.4 加快农业社会化服务体系的建设 农副产品批发市场为龙头的农业产业化经营格局的形成, 必将促进与之相配套的农业社会化服务较快地发展。因为, 市场在与农产品基地及中介组织的协调中, 涉及许多行业和专业领域, 如社会力量为其提供信息、科技、生产加工、销售等产前、产中、产后系列服务, 使农民切身感受到优惠, 增强了农民对批发市场的信任, 也加强了农民市场之间的联系, 使市场成为农民可信赖的组织。

批发市场在促进农业做大做强的同时, 也促进了相关产业和市场自身的发展, 进而逐步增强为三农服务的实力, 如农产品流通体系的完善, 带动了运输仓储、包装、通讯等服务业的发展, 创造了一批新的就业机会。

2 我国农产品批发市场存在的主要问题

我国农产品批发市场在不断发展的同时, 也存在一些问题, 如基础设施差、农产品流通环节损耗率高、交易方式落后、服务功能不完善、标准化程度低等。

2.1 缺乏统一规划, 布局不够合理 我国农产品批发市场, 是伴随着城乡经济的发展而发展的, 通常是谁有钱、有地, 经当地政府批准, 甚至只是在工商部门登记注册, 一个批发市场就办起来了。由于缺乏统一规划, 批发市场发展不平衡、布局不合理^[2]。就全国而言, 这种不合理主要表现为中西部与东部地区的差距。就广西来说, 该地区是我国水果、蔬菜的集中产地, 生产早已形成规模, 商品生产逐渐发达, 但农产品批发市场数量少、规模小、设施差, 发展严重滞后。同时由于缺乏统一规划, 布局不合理, 很多地方出现了“有市无场”和“有场无市”的现象。

2.2 批发市场综合服务能力差, 管理制度落后 就整体来看, 我国大多批发市场还处于发展的初级阶段, 管理水平、综

作者简介 赵君(1980-), 男, 湖北武汉人, 讲师, 从事国际贸易方面的教研工作。

收稿日期 2009-08-10

合服务能力低,市场功能不发达,只有极少数市场拥有储藏、加工能力和信息开发利用能力。广州蔬菜集团拥有蔬菜加工企业,但其年生产量较小,每年加工能力在4万左右,市场占有率较低。同时农产品批发市场交易方式、结算方式多数处于落后状态,以对手交易为主。

市场管理政出多门,缺乏统一。由于尚未制定全国性的农产品批发市场准则,导致许多地方尤其是欠发达的西部地区市场组织化程度和管理水平不高,将批发市场视为集贸市场,导致对批发市场实行多头管理。同时行政管理收费乱,企业负担较重,也存在农产品批发市场之间以邻为壑,相互分割、封锁和恶性竞争的现象。

2.3 经营设施简陋,信息传播渠道不畅 绝大多数农产品批发市场经营设施简陋,经营服务设施简陋、不配套,缺乏贮藏保鲜设施,甚至有些批发市场还停留在出租铺位的简单物业管理层次。发达国家为保证鲜活易腐货物的运输质量,采取了空路、公路、水路多种方式联运的组织方式,建立了包括生产、加工、贮藏、运输、销售等在内的鲜活易腐货物冷藏链,运输过程中全部采用冷藏车或冷藏箱,配以EDI系统等先进的信息技术^[3]。而我国目前的冷藏交通运输远远达不到这种要求。

信息技术在农产品流通开始普遍化,如美国农业营销部门在全国有上千多个专业的市场派驻市场专员,搜集相关的农产品信息,提供有效的信息给农户和从事农业相关的企业或者商人。而我国对市场信息网络的建设虽然都比较重视,也取得了某些成就,但由于信息网络隶属于不同的地方或部门,存在信息采集面不广、传播渠道不够通畅等问题,远未发挥其应有的作用。

2.4 市场主体组织化程度低,缺乏自我发展动力 农产品批发市场的主体绝大多数是分散的农民,他们经营规模小,分布分散,经济实力弱,同时缺乏专门的经营知识,在业务经营上存在着严重的自发性和盲目性。他们在交易中将处于不利地位,风险承担能力也较弱,为了利润往往采取假冒伪劣等损害消费者行为,这种状况严重阻碍了我国农产品市场规模化、集成化、多功能、高效益发展。

批发市场缺乏自我发展动力。我国现有批发市场,大多是计划时代购销体制下形成的国营公司或企业,公司或企业既是市场开设者又是管理者,一般不参与市场经营活动。民营市场与自发形成的批发市场中,任何经营主体都能进场交易,市场的开设者也较少参与市场经营,市场缺乏规范,活力不足。二者的经济收入来源依靠收取交易管理费,出租摊位费等,效益高低取决于市场交易量和市场摊位出租率,收入有限,弹性小^[4]。

2.5 运营成本较高,相关配套不充分 运营成本不仅指建设农产品批发市场的硬件成本,而且包括从生产者到消费者这整个流通过程所产生的成本。从这方面来分析,农产品整个流通过程的成本是比较高的:投入成本,包括生产资料、劳动力等;运输成本,农产品必须保鲜,所以就必须要配备相应的保鲜设备,需要特殊的产品服务和运输体系;销售成本,运输、认证等后期营销功能意味着该农产品的成本在提高。因而农产品整个流通成本是比较高的。

农产品批发市场的建设是一个综合的过程,在建设的过程中选址仅仅是其中的一个问题,对于一些农产品出口较多的地区,还需要考虑的是出口的便利性及港口城市之间的交通、港口城市的农产品服务配套设施等,农产品分级认证等服务项目也必须完善。

3 加强农产品批发市场建设的政策建议

3.1 统一规划,建立高效的农产品信息网 我国农产品批发市场数量已经不少,应该努力提高其运营质量,建设国家级批发市场。同时应考虑仓储、道路、通讯、检测等公用设施的建设,争取及早发挥效益,建立起农产品流通的大框架。在此基础上,各地应努力培养各类具有地方特色和优势的专业农产品批发市场,并以周边小型农产品批发市场为依托,形成贯通城乡的区域性农产品批发市场网络^[5]。

目前我国的农产品信息网络,组织化程度低,覆盖面小。对市场信息收集分辨不清,一定程度制约了农村产业结构的调整和农民收入的增加。因此,建议以农业部信息网为基础,对全国农产品信息网实行整合,组建我国农产品信息网络股份有限公司,实行企业化运作。国家在政策上要给予扶持,特别是要明确规定具有一定规模的农产品生产、加工和销售企业,必须成为会员加入全国信息网,实行信息共享,以指导全国农业结构调整和农产品的有序流通^[2]。

3.2 树立品牌,完善服务功能 农产品品牌的树立,一要有质量优势、内在品质和包装,二要有一定的数量优势。具有品牌的农产品才能有效占领国内市场,进而走向国际市场。树立品牌的同时,要不断完善市场配套设施,改善市场服务、齐备市场功能,加大农产品批发市场建设的资金投入,加快市场的硬件配套设施建设,在软件方面,建立信息化的交易系统,进行科学管理和运作。

我国的农产品批发市场目前正处于大发展阶段,因而必须加强批发市场服务设施建设,使其与不断扩大的交易需求和不断上升的服务要求相适应,下大力量逐步完善批发市场的信息、结算和价格形成功能,建立现代电子报价、电子信息发布、电子统一结算系统。对于大中型批发市场,要积极推动代理制和拍卖制,在条件成熟的情况下,逐步发展远期合约和期货交易方式^[6]。

3.3 创造宽松的政策环境 农产品批发市场的制度建设,有利于降低交易成本,提高流通效率。与其他发达国家相比,我国市场管理体系很不健全,特别是农产品流通体系,缺乏健全的法律法规作为指导,这在很大程度上加大了科学管理的难度和执法的困难,严重影响我国批发市场的健康发展。及早出台我国的“批发市场法”已势在必行。只有站在全国市场流通的高度,执行统一的市场法规,才能打掉形形色色的地方保护主义和种种关卡,确保农产品的畅通无阻。各方面都必须尽快与国际接轨,并结合我国批发市场发展现状和实际,制定相应的法规,如制定《全国批发市场法》,其内容应该涉及到批发市场建设、管理、运行,并明确了主管机关和运行方式等,特别是对管理机构设置与职能、软硬件设施、交易规则等作出明确规定,使我国对农产品市场的管理有法可依。

(0.499 4), 而其通过其他因子的间接作用为负 (-1.939 45), 说明农业人口对共和县耕地面积变化有至关重要的作用。

(6) X_8 对 Y 的直接作用不明显 (0.313 23); 但通过正向间接作用 X_3 抵消了通过 X_2 的负向间接作用, 使其对 Y 的总作用极显著 (0.359 5), 仅次于 X_3 (0.499 4)。因此, 牲畜商品率对耕地面积变化主要为间接作用, 与牲畜商品率本身的性质有关, 主要是牲畜商品率主要表现为市场对土地利用变化的调节机制。

(7) 各驱动因子的决策系数大小依次为 $X_8 > X_1 > X_6 > X_7 > X_3 > X_2$; X_8 的决策系数为正且最大 (0.127), 因此, 在共和县牲畜商品率为耕地面积变化的主要决策因子; X_2 的决策系数为负且绝对值最大 (3.977), 为主要限制因子, X_3 的决策系数为负且绝对值 (3.56) 仅次于 X_2 , 为次要限制性因子。因此, 要在共和县增加耕地面积, 必须提高牲畜商品率, 控制人口增长; 若要减少耕地面积, 必须减少牲畜商品率, 增加人口。该结果与共和县现状相一致, 耕地面积减少会导致粮食总产下降, 人们食物结构中肉类比重加大 (即自食率增加), 从而导致商品率降低; 另外, 人口增加会使耕地面积增加, 而在共和县人口是耕地面积变化的限制因子, 这是由于人口政策和国家战略措施的影响, 如退耕还牧、西部开发、人口迁移等, 还由于农业人口与总人口增长不同步而导致的。

(8) 通径分析的决定系数 $R = 0.950 16$, R 的显著临界值为 $R_{0.05} = 0.641$, $R_{0.01} = 0.724$, 说明通径分析是极显著的; 剩余通径系数 $b_e = 0.223 26$, 其决定系数为 0.049 8, 说明在共和县除了进入模型的其他因子对耕地面积的变化作用不大^[4]。

3.3 偏相关分析 共和县耕地变化与驱动因子之间的偏相关分析见表 4。

表 4 共和县耕地变化与驱动因子之间的偏相关分析

Table 4 Partial correlation analysis between cultivated land change and driving factors in Gonghe County

	偏相关	t 检验值	显著性检验值
	Partial correlation	t test value	Significance test value
$r(y, X_1)$	0.576 39	2.339 35	0.037 43
$r(y, X_2)$	-0.924 46	8.041 39	0
$r(y, X_3)$	0.945 32	9.613 57	0
$r(y, X_6)$	0.373 21	1.334 21	0.206 90
$r(y, X_7)$	0.405 64	1.471 87	0.166 79
$r(y, X_8)$	0.393 35	1.418 97	0.181 36

由表 4 可知, 6 个因子中, X_1 、 X_3 、 X_2 与 Y 偏相关极强, 显著水平为 0; 而 X_6 、 X_7 、 X_8 与 Y 偏相关较弱。说明在共和县总人口的增长会导致耕地面积减少; 但 X_3 的增长势必造成需要开垦更多的耕地。

4 讨论

在土地利用变化驱动力系统中, 每种驱动力都对土地利用产生一定的影响, 但它们的影响不是独立发生的, 而是受到众多其他驱动力的制约^[5-6]。该研究利用多元统计分析中的通径分析、相关分析、偏向关分析和系统动力学的方法考察它们在不同作用状况下的耕地利用变化状况, 由此来揭示土地利用的驱动机制, 探讨区域土地资源可持续利用对策和措施, 结论如下:

(1) 在共和县制定相关政策和战略措施时, 要充分考虑牛羊之间的平衡关系; 通过人为增加牲畜的商品率来控制牲畜年末存栏数, 从而达到缓解草畜矛盾的目的。

(2) 农村和牧区国民教育与经济发展不相一致, 农牧民教育普及程度不高, 国民素质教育提高作用主要体现在除农牧业外的其他产业。

(3) 在制定土地政策和进行土地规划时, 首先要协调好总人口与农业人口之间的比例关系。因为总人口对耕地面积变化为负作用, 而总人口中的农业人口对耕地面积的变化为正作用, 且总人口中农业人口比重大, 从而导致总人口对耕地面积变化为正作用。若要实现退耕还草战略, 必须在总人口增加的同时, 严格控制农业人口的增长, 还可以逐步改善食物结构, 降低牲畜商品率, 提高食物中畜产品成分比例, 同时, 应从别的地区调拨大量粮食。

(4) 牲畜商品率对耕地面积变化主要为间接作用, 这与牲畜商品率本身的性质有关, 同时, 也说明市场对该县土地利用变化的调节作用较微弱。

参考文献

- [1] 共和县投资环境简介 [EB/OL]. <http://www.yinzi.cn/QingHai/HaiNanZhou/tzhj/2006/02/0814241047.html>.
- [2] 摆万奇, 赵士洞. 土地利用和土地覆盖变化研究模型综述 [J]. 自然资源学报, 1997, 12(2): 169-175.
- [3] 俞文政. 青海湖地区土地资源可持续利用研究 [D]. 西北农林科技大学博士论文, 2005.
- [4] 袁志发, 周静宇. 多元统计分析 [M]. 北京: 科学出版社, 2002.
- [5] 李平, 李秀彬等. 我国现阶段土地利用变化驱动力的宏观分析 [J]. 地理研究, 2001, 20(2): 129-138.
- [6] 摆万奇, 赵士洞. 土地利用变化驱动力系统分析 [J]. 资源科学, 2001, 23(3): 39-41.

(上接第 15456 页)

参考文献

- [1] 李晓锦. 多层次构筑信息源, 推进浙江省农产品流通信息化进程 [J]. 商业经济与管理, 2004(10): 34-37.
- [2] 毕美家. 中国农产品批发市场的建设与发展方向 [J]. 中国农村经济, 2001(12): 37-41.
- [3] 徐跃峰. 中国农产品批发市场建设布局问题的研究 [J]. 安徽农业科学, 2005(7): 1300-1301, 1307.
- [4] 刘文敏, 俞荣生, 王勇. 上海农产品批发市场的发展现状与存在的问题

- [J]. 莱阳农学院学报: 社会科学版, 2001(4): 17-20.
- [5] 廖艳华, 蔡根女. 我国农产品批发市场存在的问题及对策研究 [J]. 新疆农垦经济, 2005(4): 32-34.
- [6] 吴晓佳, 章胜勇, 李崇光. 我国农产品批发市场建设中的问题及对策 [J]. 农村经济, 2003(3): 8-9.
- [7] WANG XR, YAO XS, WEI JG, et al. Logistics demand of agricultural products—A case of Zhengzhou City of Henan Province [J]. Asian Agricultural Research, 2009, 1(2): 34-36, 41.