

# Literature Review of the Research on the Conduct of Vegetable Retailers

Meng Cao, Ruihan Liu\*

Economics & Management School of Beijing University of Agriculture, Beijing  
Email: [caomeng2012@163.com](mailto:caomeng2012@163.com), [ruihanliu@sina.com](mailto:ruihanliu@sina.com)

Received: Nov. 14<sup>th</sup>, 2013; revised: Dec. 16<sup>th</sup>, 2013; accepted: Dec. 19<sup>th</sup>, 2013

Copyright © 2014 Meng Cao, Ruihan Liu. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. In accordance of the Creative Commons Attribution License all Copyrights © 2014 are reserved for Hans and the owner of the intellectual property Meng Cao, Ruihan Liu. All Copyright © 2014 are guarded by law and by Hans as a guardian.

**Abstract:** Vegetables are an important part of the daily life of residents, which are closely linked with the income of production managers. The efficiency of the operations of vegetable marketing channels directly affects the development of vegetable industry and the economic interests of channel members. As an important link in the marketing channel of vegetables, vegetable retailers play an important role in stabilizing prices of vegetables and promoting the healthy operation of vegetable industry chain. This paper summarized and analyzed the researches on the management behavior of vegetable retailers from the perspectives of the operating environment, the game relationship between retailers, wholesalers and consumers. The paper summarized and commented on the domestic and foreign scholars' studies on the various factors which affect the behaviors of retailers. And some suggestions and countermeasures to improve the issues were put forward in order to provide the reference for further study on vegetable retailers' operating behaviors.

**Keywords:** Vegetable Retailers; Management Behavior; Literature Review

## 蔬菜零售商经营行为研究综述

曹 萌, 刘瑞涵\*

北京农学院经济管理学院, 北京  
Email: [caomeng2012@163.com](mailto:caomeng2012@163.com), [ruihanliu@sina.com](mailto:ruihanliu@sina.com)

收稿日期: 2013年11月14日; 修回日期: 2013年12月16日; 录用日期: 2013年12月19日

**摘 要:** 蔬菜是居民日常生活的重要组成部分, 同时也与生产经营者的收入息息相关。蔬菜营销渠道是否畅通直接影响到蔬菜产业的发展和渠道各成员的经济利益。作为蔬菜营销渠道中的重要环节, 蔬菜零售商对稳定蔬菜价格、促进蔬菜产业链健康运转发挥着重要作用。本文从经营环境、零售商与批发商、消费者间的博弈关系等几个方面对蔬菜零售商的经营行为的研究进行归纳分析, 总结评述国内外学者对影响零售商经营行为的各个因素的相关研究, 并针对研究中发现的问题提出相应改进的建议与对策, 以期对蔬菜零售商经营行为的进一步研究提供参考。

**关键词:** 蔬菜零售商; 经营行为; 文献综述

### 1. 引言

近期出现的蔬菜营销渠道不畅通、效率低下, 蔬  
\*通讯作者。

菜营销渠道的“最后一公里”加价太高等问题, 严重阻碍了蔬菜从生产者向消费者间的流转, 制约了我国蔬菜产业和其营销渠道的发展, 影响了菜农收入的增

长。蔬菜零售商作为蔬菜流通体系的重要环节,在蔬菜产销体系中起到了关键作用。因此,有效引导蔬菜零售商与其他渠道成员建立紧密合作关系,探究影响我国蔬菜营销渠道中零售商与批发商、消费者间合作关系的因素,分析这些因素间的作用机理,对于推动蔬菜渠道实践的发展,解决蔬菜营销渠道效率低下的问题以及构建畅通、高效的蔬菜营销渠道具有重要的理论与实践意义。

## 2. 蔬菜零售商经营环境对其经营行为的影响

作为蔬菜零售商的经营场所,农贸市场的发展对蔬菜零售商的经营行为具有重要影响。一方面,农贸市场的发展有其积极意义。农贸市场是完善农产品市场体系的重要组成部分,是我国农产品终端流通的传统模式,是我国农副产品流通的一个很重要的市场(农业部,2009)<sup>[1]</sup>。李瑞华(2013)认为农贸市场的发展对于活跃地方经济,衔接商户和买家,方便城乡居民生活等方面起着无法替代的作用<sup>[2]</sup>。农贸市场蔬菜供给,既关系到城市居民的生活品质,又关系到从事蔬菜种植农民的收入增长(蒋逸民,2012;王津港,2010)<sup>[3,4]</sup>。另一方面,农贸市场在发展过程中也存在一些不可忽视的问题。张旭(2013)通过对阜阳市农贸市场的观察研究认为很多农贸市场存在规划不合理、硬件设施落后、脏乱差现象严重、人员配备不合理等问题<sup>[5]</sup>。有学者认为我国农贸市场普遍存在经纪人素质低、农贸市场数量多范围小的问题(宋则,2013;马超毅,2010)<sup>[6,7]</sup>。

对于农贸市场未来的发展方向,有学者认为解决农贸市场目前面临的问题应从改善农贸市场自身出发。国内学者在这一方向的主要观点有农贸市场发展要合理规划、整体布局(李卫红,2008;纪良纲,1997)<sup>[8,9]</sup>;农贸市场要提高市场准入门槛,防治环境污染(张旭,2013;蒋爱萍,2011)<sup>[10]</sup>。还有学者认为“农改超”是农贸市场今后发展的趋势。王开锋、杨园园(2012)认为超市还无法完全取代农贸市场,但农贸市场超市化是历史发展的必然趋势<sup>[11]</sup>。农贸市场超市化发展取得成功的关键是在创新有别于农贸市场和大型综合超市的经营理念的基础上,科学构建有效协调政府、生产经营者和消费者之间利益关系的机制(岳书铭,

2010)<sup>[12]</sup>。周洁红(2004)从城市居民鲜活农产品购买行为角度,对农改超过程中的相关问题进行了实证研究,为我过沿海发达地区已经具备农改超的经济发展条件,是今后发展的重要趋势<sup>[13]</sup>。

综合学者对蔬菜零售商经营环境的研究,可以发现虽然不同的学者对其经营环境的研究方向不同,但是对其在影响蔬菜零售商经营行为过程中发挥的作用是持肯定态度的。农贸市场对蔬菜零售商经营行为的影响主要通过市场硬件环境、市场管理环境、市场规划布局三个方面发挥作用,另外,“农改超”发展的趋势给蔬菜零售商的规模化、正规化发展带来了机遇。

## 3. 关于蔬菜零售商与批发商博弈关系的研究

对于流通渠道上批发商与零售商的博弈关系的研究。Stern(1969)研究了蔬菜营销渠道中权力与冲突的关系,他认为,渠道是由一组具有一定专业性的机构组成的,整个渠道成员之间在某种程度上有很强的依赖性,但是各个成员劳动分工却不同,处于渠道之上的后一机构比前一级机构将更有权力<sup>[14]</sup>。Jutland 和 Shaman (1983)通过研究只有一个制造商与一个零售商组成的渠道合作问题,得出渠道成员的合作并不是渠道成员的本能行为,除非采取适当的激励措施,并且认为渠道成员合作比不合作总是更有利的<sup>[15]</sup>;Wu jinn CHU 和 Prays. Desai(1995)研究表明对于长期导向的零售商,有效的合作机制是直接分担成本,对于短期导向的零售商,有效的合作机制是满意指标奖励;Peteraf (1995)和 Frazier (1983)的研究表明权力和任务执行直接连接,“目标企业”认为“源企业”的任务执行水平越高,那么“目标企业”受到的激励就越大<sup>[16,17]</sup>。Canals and Gilder man(2007)认为渠道成员的关系、地位和作用力是双向和多重性的;渠道冲突体现在两个方面,情感冲突和任务冲突,它将会阻碍渠道战略实施和渠道绩效提升<sup>[18]</sup>。渠道成员的合作,除了要求资源和能力的相互匹配,还要求渠道成员目标兼容、相互信任并履行允诺(Kim, 1999)<sup>[19]</sup>。

对完善农贸市场流通体系的相关研究。Golan's (2002)与 Boselie(2003)认为农产品生产物流系统不断演变的情况下,促成了农产品供应链的形成,他们根

据农产品物的发展阶段，把农产品供应链划分为哑铃型农产品供应链、T型农产品供应链、对称型农产品供应链和混合型农产品供应链四种范式<sup>[20]</sup>。

关于蔬菜零售商与批发商博弈关系的研究。一方面批发商与零售商的外部环境不同。有学者认为零售市场由于进入壁垒低、产品差异化小及零售商数目众多属于完全竞争市场，而批发市场则不同于零售市场，其进入壁垒较高(刘婷，2013)<sup>[21]</sup>。另一方面，批发商和零售商之间存在价格的博弈，各自具有一定的市场势力(范润梅，2007)<sup>[22]</sup>。一般说来，批发市场作为流通链条的上游，零售市场是流通环节的最下游，按照价格传递机制的分析，上游应该是主导并传递到下游，但通过数据分析可知，下游也可主导并传递到上游，零售商的影响不可小嘘(李兴平，严先溥，2004)<sup>[23]</sup>。

批发价格与零售价格传递具有不对称性。在批发市场与零售市场中，零售市场对价格有较高的控制权，零售市场对价格的影响和贡献大于批发市场，占据市场主导地位(王彬，2008)<sup>[24]</sup>。李连英(2012)认为蔬菜批发商和蔬菜零售商之间的信息获取途径与信息发挥作用大小存在不同，两者必须建立相互信任和合作的关系才能应对环境的挑战<sup>[25]</sup>。

国外学者对蔬菜零售商与批发商博弈关系的研究主要是围绕两者在供应链上的竞争与合作关系展开研究。认为蔬菜零售商与批发商在博弈过程中既存在渠道竞争也存在渠道合作，并且认为合作是未来优化产品供应渠道的趋势。国内学者对两者博弈关系的研究主要是分析他们之间的不同，包括市场进入壁垒的不同、价格传递关系的不同、市场信息方面的不同。

#### 4. 关于零售商与消费者关系的研究

查阅文献可以发现，国内学者普遍认为作为农产品供应链的终端，与消费者相比较，零售商在市场关系中处于优势地位。在价格方面，李桂芹(2012)认为从政府的角度考虑要稳定蔬菜的零售价格；而从增加菜农收入的角度，要提高蔬菜的生产价格<sup>[26]</sup>。在市场信息方面，有学者(熊莎，2012)认为零售市场上，零售商处于信息优势方，而消费者处于信息劣势方(潜在交易成本较高)，零售商完全有动机来利用自己掌握的信息优势为自己谋取超额收益<sup>[27]</sup>。在影响消费的因素方面，张步阔(2012)通过对贵阳市的蔬菜物流成本研究发现中间商是导致蔬菜价格高的最主要原因，部分中间商哄抬蔬菜价格，损害消费者利益<sup>[28]</sup>。胡华平(2011)认为影响农产品消费的外部社会经济变量包括经济发展水平、运输条件、城市化率、消费结构、外商投资、公共政策等<sup>[29]</sup>。

回顾国内外关于农贸市场及零售商经营行为问题的研究，学者从不同的角度对该问题进行了分析，影响蔬菜零售商经营行为的各种因素，综合目前的研究认为主要有市场环境、与批发商及消费者的博弈三个方面(图1)。但是，随着我国社会与经济的发展，逐渐显现出很多影响农贸市场零售商经营行为的新问题，同时国外的相关研究并不完全适合中国国情，所以针对新的变化新的问题，还需要进行深入分析。

#### 5. 优化蔬菜零售商经营行为研究的未来发展方向

分析研究国内外学者对蔬菜零售商经营行为的

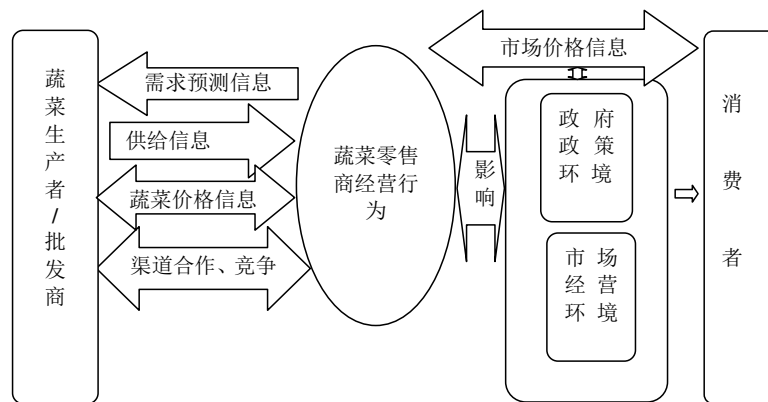


Figure 1. Schematic diagram of the relationship between the factors which affect vegetable retailers' behaviors  
图 1. 影响蔬菜零售商经营行为的各因素关系示意图

相关研究,可以发现在优化蔬菜零售商经营行为方面,对零售商经营行为产生影响的主体应当发挥自己的积极作用。

农贸市场应该积极探索蔬菜经营的方式,通过实施供应链管理实现蔬菜盈利的长期目标而非加重对零售商的盘剥。而短期内的关键问题在于农贸市场与蔬菜零售商以及蔬菜种植户的利益联结机制,长期则在于农贸市场如何直接面对蔬菜种植户。

零售商是蔬菜供应链的重要参与者。零售商降低成本的根本途径在于改变进货渠道,从批发市场采购发展为基地采购。一方面,发挥第三方物流配送的专业优势,提高配送水平和谈判能力。另一方面,蔬菜零售商应当加强与批发商的渠道合作能力,承担起组织小规模农户蔬菜进入现代商业市场的任务。

发挥政府在优化蔬菜零售商经营行为中的作用。一是加强扶持力度。政府应通过补贴、税收、信贷等手段对农贸市场和蔬菜零售商进行扶持。二是提供制度、政策支持。制度作为一种特殊而重要的公共产品在蔬菜零售商经营行为优化过程中的作用不容小视。三是推动农贸市场成长。优质蔬菜消费市场的建设是政府的重要工作,不仅有利于消费者健康,而且能够使农贸市场经营蔬菜、零售商供销蔬菜的市场行为进入良性发展轨道。

## 项目基金

本文受“现代农业产业技术体系北京市叶类蔬菜创新团队建设专项资金资助(项目编号: blvt-21)”及“教育部新世纪优秀人才支持计划(编号 NCET-10-009)”和“北京农业产业安全理论与政策研究创新团队”项目资助。

## 参考文献 (References)

- [1] 农业部 (2009) 农业部关于加强农产品产地批发市场建设的意见。
- [2] 李瑞华 (2013) 内蒙古区域农贸市场发展问题研究. *物流科技*, **3**, 124-126.
- [3] 蒋逸民, 张红智(2012) 农贸市场蔬菜价格形成过程探析——基于舟山市定海区的调查. *商业经济*, **4**, 1-3.
- [4] 王津港, 赵晓飞 (2010) 基于关系租金视角的营销渠道模式选择谱系及案例研究. *管理评论*, **1**, 68-75.
- [5] 张旭 (2013) 农贸市场的环境污染与防治措施. *资源节约与环保*, **7**, 54-55.
- [6] 宋则 (2003) 促进流通创新, 提高流通效能. *经济参考报*, 2003-4-2.
- [7] 马超毅 (2010) 我国国有农贸市场发挥主渠道作用研究——以广西南宁市国有农贸市场为例. *创新*, **5**, 93-96.
- [8] 李卫红 (2008) 浅谈桂林市农贸市场改造与管理. *经济与管理*, **2**, 52-53.
- [9] 纪良纲, 李业 (1997) 我国蔬菜流通体制改革中存在的问题与对策. *河北经贸大学学报*, **4**, 49-54.
- [10] 蒋爱萍 (2011) 我国城镇农贸市场发展存在的问题与建议. *企业研究*, **14**, 156-157.
- [11] 王开锋, 杨园园 (2012) 武汉市农贸市场的超市化问题研究. 学位论文, 中国农业科学院, 北京.
- [12] 高明晶, 岳书铭 (2010) 农贸市场超市化发展问题研究——以泰安市泰山区为例. 学位论文, 山东农业大学, 济南.
- [13] 周洁红 (2004) 沿海发达地区农贸市场超市化改造的研究——基于城市居民购买行为的分析. 浙江大学, 杭州.
- [14] Stern, L.W., EL-Ambary, A.I. and Coughlan, T.A. (2001) 赵平, 廖建军, 孙燕军, 译. 市场营销渠道. 清华大学出版社, 北京, 101-104
- [15] Jutland, A.P. and Shaman, S.M. (1983) Channel of distribution power when channel members for conjectures. *Market Science*, **7**, 239-272.
- [16] Peteraf, M.A. (1995) The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, **14**, 179-191.
- [17] Frazier, G.L. (1983) Inter-organizational exchange behavior: A broadened perspective. *Journal of Marketing*, **47**, 68-78.
- [18] Caniels, M.C.J. and Gelderman, C. J. (2007) Power and interdependence in buyer supplier relationships: A purchasing portfolio approach. *Industrial Marketing Management*, **36**, 219-229.
- [19] Kim (1999) On determinants of Joint action in Industrial Distributor-Suppliers Relationships: Beyond Encino. *Officially International Journal of Reserve in Marketing*, **16**, 217-236.
- [20] Golan, E., Krissoff, B., Kuehler, R., Nelson, K., Prie, G. and Calvin, L. (2003) The ability of the US Food Supply: Deal with the high way. *Choices*, **2**, 17-20.
- [21] 刘婷 (2013) 我国蔬菜批发与零售市场不对称价格传递的实证研究. 硕士学位论文, 华中农业大学, 武汉.
- [22] 范润梅 (2007) 蔬菜市场批零价差和价格传递机制分析——以北京市为例. *商业研究*, **11**, 111-114.
- [23] 李兴平, 严先溥 (2004) 重新审视价格传导机制. *金融与经济*, **5**, 4-7.
- [24] 王彬 (2008) 鲜活农产品流通模式与流通效率的实证研究. 学位论文, 江南大学, 无锡.
- [25] 李连英, 郑鹏 (2012) 蔬菜营销渠道合作博弈研究——基于批发商和零售商视角. *农业技术经济*, **7**, 77-86.
- [26] 李桂芹, 王丽丽 (2012) 蔬菜全产业链价格传递机制研究. *农业经济问题*, **11**, 30-36.
- [27] 熊莎 (2012) 农村零售商信息共享的实现方式. *中国集体经济*, **1**, 116-117.
- [28] 张步阔 (2012) 贵阳市蔬菜物流成本及菜价上涨的原因调查分析. *物流商讨*, **10**, 166-167.
- [29] 胡华平 (2011) 农产品营销渠道演变与发展研究. 博士论文, 华中农业大学, 武汉.