



陈阿兴 武云亮 等 著

农村商品流通网络 与供销社新网工程建设研究

*Commodity Circulation Network in Rural Area
and New Network Project Establishment of Supply and Marketing Cooperatives*

 **Circulation
Commodity**

中国科学技术大学出版社



农村商品流通网络 与供销社新网工程建设研究

Commodity Circulation Network in Rural Area

and New Network Project Establishment of Supply and Marketing Cooperatives

陈阿兴 武云亮 等 著

 **Circulation
Commodity**

内 容 简 介

本书从商品流通网络的本质特征和发展规律出发,阐述了我国农村商品流通网络的发展现状、阶段及其趋势,分析了供销社“新网工程”的发展现状、存在问题及其社会经济效应,探索了供销社“新网工程”的要素耦合、网络链接、发展模式及其网络融合等重要问题,以典型案例为基础总结了供销社“新网工程”建设的经验,提出了促进农村商品流通网络体系和供销社“新网工程”建设的对策。

本书可供高校贸易经济、市场营销、电子商务、农业经济管理、流通经济等相关经济管理类专业的本科生和研究生学习参考,对于从事商品流通和供销社事业的经营管理者及其研究人员也具有较大的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

农村商品流通网络与供销社新网工程建设研究/陈阿兴,武云亮等著. —合肥:中国科学技术大学出版社,2015.4

ISBN 978-7-312-03697-2

I. 农… II. ①陈…②武… III. ①农村—商品流通—研究—中国 ②供销合作社—研究—中国 IV. ①F724 ②F721.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 078825 号

出版 中国科学技术大学出版社
安徽省合肥市金寨路 96 号,230026
<http://press.ustc.edu.cn>
印刷 合肥市宏基印刷有限公司
发行 中国科学技术大学出版社
经销 全国新华书店
开本 710 mm×1000 mm 1/16
印张 14
字数 290 千
版次 2015 年 4 月第 1 版
印次 2015 年 4 月第 1 次印刷
定价 39.00 元

序

经过 30 多年改革开放,我国城乡社会经济发生了翻天覆地的变化,取得了巨大成就。当前正处在新的发展阶段,面临许多新问题和新的挑战。十八届三中全会明确提出:要使市场在资源配置中起决定性作用和更好地发挥政府的作用。因此,市场体系建设便是重中之重。农村商品流通网络是城乡市场体系建设的重要组成部分,事关现代农业、新农村建设、扩大内需和农民增收,意义重大!然而,在城乡一体化和“四化”同步发展的新形势下,农村商品流通网络体系建设中存在的问题仍然比较突出,主要表现在:

一是农村流通基础设施落后,流通网点偏少,布局不合理。流通渠道不畅,流通环节多,流通技术落后,流通成本高,流通效率低,流通观念陈旧等都不同程度地存在。特别是现代仓储和冷链物流等农村物流发展方面严重滞后。

二是农村流通网络缺乏融合,尚未建立有效的“双向流通体系”。涉及农村流通的网络有很多,如“万村千乡”工程、“双百市场工程”、金农工程、阳光(培训)工程、农产品批发市场 5520 工程等等,这些不同部门推动的不同类型网络各自为战,网络没能有效融合。

三是农村商品流通组织化程度低,流通方式落后。特别是农产品产销衔接矛盾突出。由于农产品受自然风险和市场风险双重压力的影响,价格波动大,最近几年,大蒜、生姜、绿豆、大豆、苹果、棉花、白糖、大葱等农产品轮番上演价格变动大战,丰产不丰收,农民深受供求信息不对称和流通不畅之苦,生产的积极性和主动性受到很大伤害。虽然,“产批对接”“农超对接”等手段取得了一定成效,但总体数量及覆盖面仍然比较小,尚未建立长效机制。农产品第三方物流比重低,冷链物流比重更低,我国生鲜农产品物流的主要组织者是农户、经纪人,蔬菜的冷链物流率不足 5%。

四是农村商品流通中假冒伪劣现象严重,农产品质量和安全性较低。农村市场监管难度较大,假冒伪劣商品在农村依然比较普遍地存在,假农资、假食品、假药品等恶性案件时有发生。农产品质量追溯体系建设缓慢,覆盖面小,监管不到位。

归根到底,还是以手工劳动为主的一家一户分散的小生产如何面向社会化大生产、大市场、大流通,因此,如何实现农村商品流通组织化、网络化和科学的空间布局,就成了走中国特色农业现代化道路必须要解决的问题。

中国供销合作社是我国目前为止组织体系最完整,网络覆盖城乡最广,联系农民最密切,影响最大,唯一代表我国各类合作社加入国际合作社联盟(ICA)的合作经济组织,它的主要功能就是组织城乡商品流通,在我国社会发展的各个历史时期都做出了不可磨灭的重要贡献。

当前,我国全面深化改革发展进入关键时期,城乡社会经济正在发生深刻变革。发展现代农业,要求供销合作社发挥组织体系完整的优势,积极参与构建新型农业社会化服务体系,推进农业产业化经营,提高农民组织化程度;建设社会主义新农村,要求供销合作社发挥扎根基层的优势,广泛凝聚各类社会资源,大力开展农村社区综合服务,不断提高农民的生活质量;扩大国内需求,要求供销合作社发挥流通网络覆盖城乡的优势,加快推进新农村现代流通服务网络建设,改善农村消费环境,开拓农村市场,促进城乡经济社会统筹发展。面对新形势,如何全面深化改革,创新我国供销合作社体制机制,充分发挥供销合作社在农业社会化服务系统构建和新农村现代流通网络中的重要作用,就是一个亟待认真研究的问题。2013年4月26日汪洋副总理到中华全国供销合作总社调研时指出:要从中国特色社会主义道路的高度,要从推进农业现代化发展进程的角度,去认识供销合作社的历史贡献和现实作用,去研究供销合作社的改革方向。供销合作社的组织形态具有中国特色,它既有政府色彩,又有公益色彩,还有市场色彩,是一个有特点的合作经济组织,怎么在社会主义市场经济条件下体现出这个组织的特殊作用,既是一个理论问题也是一个实践问题。2014年7月,在纪念中华全国供销合作总社成立60周年之际,习近平总书记批示强调:供销合作社是促进农村经济社会发展的重要力量。在新的历史条件下,要继续办好供销合作社,发挥其独特优势和重要作用,努力成为服务农民生产生活的主力军和综合平台。李克强总理批示指出:供销合作社一头连着“三农”,一头连着城镇,历史悠久,网点广布,在新的历史条件下仍具有为农服务的深厚基础和独特优势。希望供销合作社在建设现代农业、发展农村现代流通、服务农民生产生活中发挥更大作用。汪洋副总理在讲话中强调:各级党委和政府要认真落实好习近平总书记、李克强总理的重要批示精神,站在加快推进中国特色农业现代化、巩固党在农村执政基础的战略高度,把供销合作社改革纳入全面深化改革的总体部署,树立重视供销合作社就是重视农业、扶持供销合作社就是扶持农民的理念,切实加强供销合作社的领导,把供销合作社作为党和政府在农村工作的一个重要抓手很好地利用起来。

由此可见,系统深入地研究我国供销合作社事业的发展,准确及时地反映和宣传我国供销合作社事业取得的成就,针对存在的难点问题,提出切实可行的对策,就显得极其迫切。

正是基于这样的背景,这本专著的作者们,在陈阿兴教授和武云亮教授的带领下,经过大量调查研究,系统深入地研究了农村商品流通网络与供销社“新网工程”建设的理论和实践,体现在这本专著里的主要创新点和贡献有:

一是在深入分析农村商品流通网络构成要素及其结构的基础上,从主导要素出发,提出了“批发市场主导、大中型超市主导、企业组织主导、流通技术主导、供销社主导和平台经济主导”六种农村商品流通网络模式。这能够帮助人们认识农村商品流通网络及其结构的本质特征,从而更好地把握农村商品流通网络的变化及其运行规律。

二是在回顾和分析我国农村商品流通网络发展历史的基础上,提出了我国农村商品流通网络发展经历了四个阶段:以供销社为主导的计划流通阶段(20世纪80年代前);以交易市场为主导的流通体制改革阶段(20世纪80~90年代中期);以企业为主导的市场化发展阶段(20世纪90年代中期~2000年代中期);多要素共同作用的深化发展阶段(2000年代中期至今)。并强调指出了农村商品流通网络发展的新趋势,特别是农村电子商务集聚化和新型农业生产经营组织成为农村商品流通的新生力量。

三是明确提出了:供销社是农村商品流通的关键主体,在农村商品流通网络建设中大有作为。针对供销社“新网工程”在农村商品流通网络体系中处于什么样的地位,能够为农村商品流通做哪些贡献,该著作全面系统地分析了“新农村现代流通服务网络工程”(简称“新网工程”)产生的背景和发展现状,从公共产品等理论视角对其贡献及价值进行了分析,以统计数据资料等事实为基础,从多角度总结了“新网工程”的社会和经济效应,把对“新网工程”建设意义的认识提升到了一个新的高度,强调指出:供销合作社的问题实质上是农业、农村和农民问题,始终坚持为农服务是供销合作社改革发展的根本方向。供销合作社是以流通为主要功能的合作经济组织,是农民的合作经济组织,供销社熟悉农村市场,与农民形成了良好的合作关系;具有丰富的流通网络资源和比较完整的组织体系,与新型合作经济组织实现了良性互动发展,在农村商品流通方面具有明显的优势,供销合作社是农村市场的关键主体。以现代流通方式改造供销合作社网络,通过连锁、特许、代理、电子商务等经营方式开拓农村市场,实现经营方式的不断创新,以供销社为主导建设现代农村商品流通体系,供销社在农村商品流通网络建设中大有可为。

四是在分析供销社“新网工程”发展机制、发展模式等核心问题的基础上,创新地提出了:“增进效率与提高收入”的动力机制;“自身改革与创新”的耦合压力机制;“农业规模化发展”的耦合引力机制。同时,还从产业共生的视角,对农村商品流通网络体系进行了分析,从纵向的流通产业链和横向的同一业态、业种和商品品类等方面进行探索,认为我国农村商品流通网络体系应该形成以供销社系统为主干的“树”形结构。供销社系统能够为农村商品流通产业链的稳定运行和价值提升提供业务指导和咨询服务。

五是从农村商品流通的相关“网络工程”建设实际出发,提出“农村网络融合发展”的必要性。认为农村商品流通网络组织具有较强的外部性,表现出明显的规模经济、范围经济和网络外部性特征,不同类型的流通网络之间,还可以通过对接和

融合,实现土地、技术、信息、渠道等资源的共享,有效地分摊网络建设和运营的成本,形成节点和网络中的规模经济和范围经济,并进一步促进农村商品流通网络组织结构的优化与发展。

六是在深入分析“城乡流通网络融合”理论和案例的基础上,提出了应“构建高效的城乡双向流通体系”,加快农村新型连锁流通业态和加速农村批发业态的创新;并强调指出:零售企业是深化我国农村流通体制改革和农村商品流通网络融合的重要力量,规模经济、范围经济、密度经济是推动零售企业构建农村连锁经营网络的内生动力源泉。同时,还把城市零售企业开拓农村市场大致划分为引入期、成长期和成熟期三个阶段,并分析了各阶段的影响因素及其特征。

由此可见,这本专著在理论联系实践的基础上提出了许多真知灼见的新观点。当然,在移动互联网时代,大数据分析技术和网络平台建设可谓日新月异;面对经济全球化和改革开放加速发展,我国又处在经济增速放缓、结构调整和创新驱动的依法治国新常态发展阶段,如何从国内竞争和国际竞争协同、培育完整产业链和形成竞争有序开放可控的全国统一市场体系的认识高度来构建农村商品流通网络体系及空间布局?如何重新认识、高度重视和充分发挥我国供销合作社的独特优势和重要作用,把供销合作社打造成全国性为“三农”提供综合服务的骨干力量?如何把“线上和线下”统一起来,尽可能好地解决“市场信息不对称”问题?如何加快硬软件物流体系建设,尽可能降低“流通成本”和提高“流通效率”?仍有许多需要深入研究的课题。作为长期跟踪研究农村商品流通及中国供销合作社领域课题的资深专家团队,我们有理由期待他们取得更大的成果,同时,我们也相信有志于这一领域研究的专家学者会结出更多丰硕的成果。

是为序。

唐 敏

2015年3月5日

目 录

序	(i)
第一章 农村商品流通网络体系及其发展阶段	(1)
第一节 农村商品流通网络的内涵和本质特征	(1)
第二节 农村商品流通网络构成及其结构	(9)
第三节 农村商品流通网络主导要素模型	(19)
第四节 我国农村商品流通网络现状及其发展阶段	(31)
第五节 中外农村商品流通网络比较及其未来发展趋势	(37)
第二章 供销社“新网工程”及其社会经济效应	(48)
第一节 供销社在农村商品流通网络中的地位和相对优势	(48)
第二节 供销社“新网工程”的支撑理论基础	(58)
第三节 “新网工程”的产生背景和发展现状	(69)
第四节 “新网工程”的理论贡献	(73)
第五节 “新网工程”的社会和经济效应	(76)
第三章 供销社“新网工程”的要素耦合机制与发展模式	(82)
第一节 供销社“新网工程”的要素耦合机制	(82)
第二节 供销社“新网工程”的网络结构及链接方式	(91)
第三节 供销社“新网工程”的发展模式	(99)
第四章 供销社“新网工程”与农村相关网络融合	(106)
第一节 农村商品流通网络融合及其作用	(106)
第二节 农村商品流通的相关“网络工程”及其融合	(109)
第三节 城乡流通网络之间的融合	(114)
第五章 供销社“新网工程”典型案例及实践经验	(138)
第一节 “新网工程”四大骨干网络建设	(138)
第二节 不同地区“新网工程”的实践经验	(157)
第三节 农村新型流通模式实践经验	(172)

第六章 促进农村商品流通网络体系建设的政策建议	(180)
第一节 农村商品流通网络体系建设的政策建议	(180)
第二节 促进供销社“新网工程”建设的对策建议	(187)
附录一 国务院关于加快供销合作社改革发展的若干意见	(193)
附录二 新农村现代流通服务网络工程专项资金管理办法	(198)
附录三 关于引导和促进农民专业合作社规范发展的意见	(201)
参考文献	(207)
后记	(212)

第一章 农村商品流通网络体系及其发展阶段

第一节 农村商品流通网络的内涵和本质特征

农村商品流通网络体系是农村商品流通现代化建设的重要组成部分,构建完善的农村商品流通网络体系,是发展现代农业、繁荣农村经济和增加农民收入的重要途径,是社会主义新农村建设和农业产业化发展的内在要求。

一、农村商品流通网络的内涵

(一) 网络

网络作为一种客观存在,它反映的是事物之间的相互联系。在数学中,网络是一种图,是支和点的集合以及两者的连接关系的线图系统。在汉语中,“网络”最早用于解释电学,《现代汉语词典》(1993年版)对它的解释为:“在电的系统中,由若干元件组成的用来使电信号按一定要求传输的电路或这种电路的部分,叫网络。”在物理学上,网络是从某种相同类型的实际问题中抽象出来的模型,它是一种系统和结构客体的总体,各种流;在计算机领域中,网络是信息传输、接收、共享的虚拟平台,通过它把各个点、面、体的信息联系到一起,从而实现这些资源的共享。在社会学中,网络是反映事物之间相互联系和影响的新型认识方法或世界观;在系统论中,网络是以系统中若干要素为点并且以要素之间相互依赖、相互作用的联系为线构成的线图系统……因而,纵观不同领域对网络的认识,可以得出网络由节点和连线构成,是点、线及相互联系的集合,其中点指的是各事物要素,线指的是事物要素之间错综复杂的相互关系。网络是各种行为主体之间在使用资源、交换资源、传递资源活动发生联系时而建立的各种关系的总和,是由具有行为能力的节点联结而成的组织体系。网络反映系统要素(或行为主体)及其在特定层次或特定属性关系方面的、类似线图系统的空间结构,通过把握事物之间这种纵横交错的网络式联系,可以从整体上寻求解决问题的合理途径,控制、调节事物的发展变化过程。

(二) 商品流通

商品流通的起源是“流通一般”，由孙治方提出，他认为“流通是社会产品从生产领域进入消费领域所经过的全部的过程。由不断进行着的亿万次交换所构成的流通，是社会化大生产的一个客观经济过程。有社会分工，就会有交换；有社会化大生产，就会有流通过程。这就是流通一般”（夏春玉，2009），指明了流通是建立在社会分工的基础上的，由于商品是使用价值与价值的统一体，以货币为媒介的商品交换过程就是流通过程。在价值规律、供求规律、竞争规律等一系列的运行规律下，商品流通过程实质上是商品价值形态的转化过程，是实现商品价值和使用价值的唯一途径。在商品流通过程中，需要不断地完成由商品到货币和由货币到商品的变化，这种变化既涉及商品价值形态的转换、商品所有权的转移，又涉及商品实体的位置移动。

商品流通是商流、物流、资金流和信息流组成的有机综合体，如图 1.1 所示。一是商流，即在实体经济中，商品所有权由生产领域（供应地）向消费领域（消费地）的转移过程。商流过程的实质是交易过程，是实现商品价值形式的更替。它是价值形态的变化和所有权的转移，是物资社会实体的流动，可以创造物资的所有权效用，包括商务接触、咨询、洽谈、签约、结算等。二是物流，即在实体经济中，商品实体由生产领域（供应地）向消费领域（消费地）的转移过程，物流过程的实质是实现商品使用位置的变换，它是商品实体空间位置上的移动，是物资的物质实体的流动，可以创造物资的空间效用、时间效用、形质效用。它往往是以商流为前提，主要表现为供应物流和销售物流，包括商品的储存、运输、装卸、包装、流通加工、配送等。三是资金流，即在实体经济中，由商流和物流过程中所发生的资金往来的全过程，包括资金的支付、预付、借贷、偿还、结算等。四是信息流，即在实体经济中，由商流、物流、资金流引起的相关信息从产生、采集到传递、接受、分析处理和反馈的一系列信息流动和传播过程。它是非实物化的传递方式，可以说是流通体系的神经，包括信息收集、信息处理、信息传递、信息反馈等全过程。“四流”是商品流通过程中的四大组成部分，“四流”互相作用，密不可分，既是独立存在的单一系列，也是一个组合体。商流可以看成是动机，而资金流就是条件，信息流是手段，物流是归

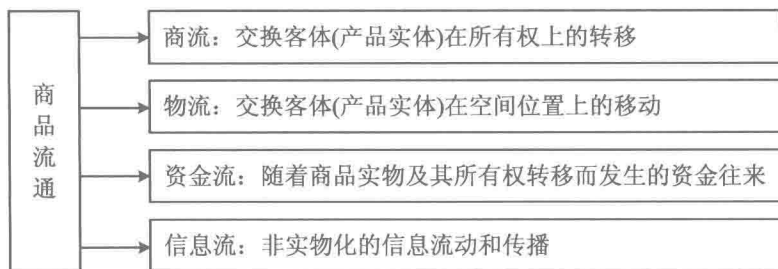


图 1.1 商品流通活动构成

宿。商流是物流、资金流、信息流的起点和前提,物流是商流的继续,资金流是整个流通活动的目的,信息流则确保它们之间的相互联系和相互制约,它不仅是商流、物流、资金流的前提,也是商流、物流、资金流状态的反映。

(三) 商品流通网络

学术界对于商品流通网络的认识具有一定的差异性,有的强调商品的实体运动,有的强调空间点、线、面要素的组合,有的则强调主体和客体要素的交互作用等。关于商品流通网络的具有代表性的观点主要有:

一是认为商品流通网络是商品实体运动的线路与过程。孙希岳(1990)认为,无数商品从生产领域向消费领域运动所经过的线路与过程,构成了纵横交错的流通网络。这是商品网络化形式的最直接、最具体的表现。

二是认为商品流通网络是商品在交易和转换过程中所形成的特定的关系的集合。如王中明(1994)等认为商品流通网络是各种纵横交错的流通线路相互交织的网络化的系统或体系的过程。流通网络作为组织生产资源配置和商品实现中作用于交易和转换过程的网络化系统结构,其形成的基础是社会分工度,社会分工度决定了流通线路数量的多少和流通网络的繁杂程度。流通网络作为组织生产资源配置和商品实现中作用于交易和转换过程的网络化系统结构,是由流通主体、流通客体、流通线路和流通枢纽等要素相互结合和相互作用所交织成的纵横交错的网络系统。刘东明(2001)认为流通网络是由消费品、生产资料等商品市场和资本、劳动力、技术、信息及房地产等生产要素所组成的要素市场相互交错构成的市场体系。

三是认为商品流通网络是网络化的商品运动系统。陈福义(1993)认为流通网络是以商业网点、流通渠道和交通运输为基础而形成的网状流通运动的总和。从空间角度看,商品流通网络是一个特定的点、线、面所组成的网络结构系统。网络结构中的“点”,就是众多的流通主体以及由它们集合而成的各级商业中心。网络结构中的“线”,就是流通客体的运动路线。网络中的“面”,就是各类商业中心和商业网点的聚辐范围。黄国雄、曹厚昌(1997)指出:“商品流通网络是指在发达的商品经济和社会化大生产条件下,流通客体在主体的驱动下,借助各种不同的载体,按照一定的路线,所完成的纵横交错的运动系统。”王微(2002)认为商品流通网络是指在市场经济条件下,存在于商品流通过程中的流通主体之间关于商品形态变化运动过程中的各种相互关系的集合。在发达的商品经济和复杂的社会分工条件下的流通过程中,存在着一个由流通主体及其相互利益关系和商品形态变化运动过程组成的商品流通网络。

就上述观点而言,“网络化的商品运动系统”的观点得到了基本认同。商品流通作为一种运动系统,商品流通网络必须在更广阔的时空中被重新审视。商品流通网络是由流通主体、客体、流通渠道、流通节点、流通方式等要素构成的,由于流通主客体、流通渠道、流通节点、流通方式的多样性,流通网络极其复杂。因此,商

品流通网络是一个空间系统概念,它反映交换的空间覆盖性,商品流通网络的空间分布决定了生产和消费在空间上均衡的可能性。商品流通网络也是一个时间系统概念,它反映交换的时间延伸性,商品流通网络的时间不同步为商流、物流、货币流、信息流在更广阔的时空中的分离创造了条件(翁建红,2007)。

(四) 农村商品流通网络

农村商品流通网络是指以农产品、农业生产资料、农村日用消费品等为主要流通对象,连接城乡和各类产业,不同农村生产主体、农村流通主体、农村流通基础设施、农村流通环节共同构成的一个服务网络。张淑梅(2007)认为农村现代流通网络指利用现代流通形式和现代管理方式构建形成的农村商品流通体系。现代流通形式主要指连锁经营、物流配送等现代经营方式和超市、专卖店等新型零售业态,现代管理方式指连接不同零售网点使之形成一体化经营的资金、商品、物流、信息等管理方法和技术。农村现代流通网络的建设分为两个层次:改造传统业态和引进先进管理技术。改造传统业态是基础,必须首先改造和完善农村商品流通的基础设施,才能使之符合现代流通的要求;引进先进管理技术是手段,只有引进了先进的管理技术,使不同业态的网点有效连接,才能最终形成网络。

我们认为,农村商品流通网络是指存在于农村商品流通过程中的流通主体之间关于商品形态变化运动过程中的各种相互关系的集合,是网络化的商品运动系统,是商流、物流和信息流三网交叉互动的统一体,是批发网络和零售网络的有机结合体,是由县城、镇(乡)和所构成的三级流通网络体系。全面认识农村商品流通网络,须从历史角度、流通主体、流通客体、流通内容、流通空间等几个方面对农村商品流通网络进行分析和总结,对于农村商品流通网络内涵的界定,需注意以下方面(张富斌,2011;武云亮,袁平红,2007):

(1) 从历史角度看,农村商品流通网络是一个历史的范畴,它是市场深化和社会分工发展的必然产物,经历了从无到有、从小到大的演进过程,其形成和发展与农业生产水平和生产模式、农村消费水平和消费方式、流通专业化和现代化程度等有着密切关系。农业产业化水平越高,农村购买力越强,对农村商品流通网络的整体性、连通性、聚合性和辐射性等的要求越高。

(2) 从流通客体看,无数商品从生产领域向消费领域运动所经过的线路和过程,构成了纵横交错的流通网络,这是商品流通网络最直接和最具体的表现。农村商品流通网络的客体主要分为农业生产资料、农产品和农村消费品三大类。它们在流通上既具有各自的特点,分别形成网络,又具有较大的共性,网络间存在明显的相互交叉和渠道共用。

在农村商品流通网络中,从流通客体的视角,农产品流通网络在整个网络系统中占有极其重要的地位。周利国(2009)认为只有经济社会发展到这样的地步,城乡二元化结构彻底解体,城乡一体化发展形成以后,才能形成城乡商品流通的一体

化。此时,农产品流通在农村商品流通的主体地位才会被弱化。李飞(2012)认为现代农产品流通网络包括四种形态:分销渠道结构体系(渠道长度、宽度、广度)、分销渠道组织体系(连锁式、特许式和管理式等)、流程管理体系(商流、物流、货币流和信息流等)和社会控制体系(政府对商品流通网络的管理)。现代农产品流通网络的主体包括:农民、农民专业合作社、农产品进销企业等中间商,综合性商店、连锁超市、社区便利店、农贸市场商贩等零售商,物流企业、信息服务商等辅助服务者。现代农产品流通网络如图 1.2 所示。

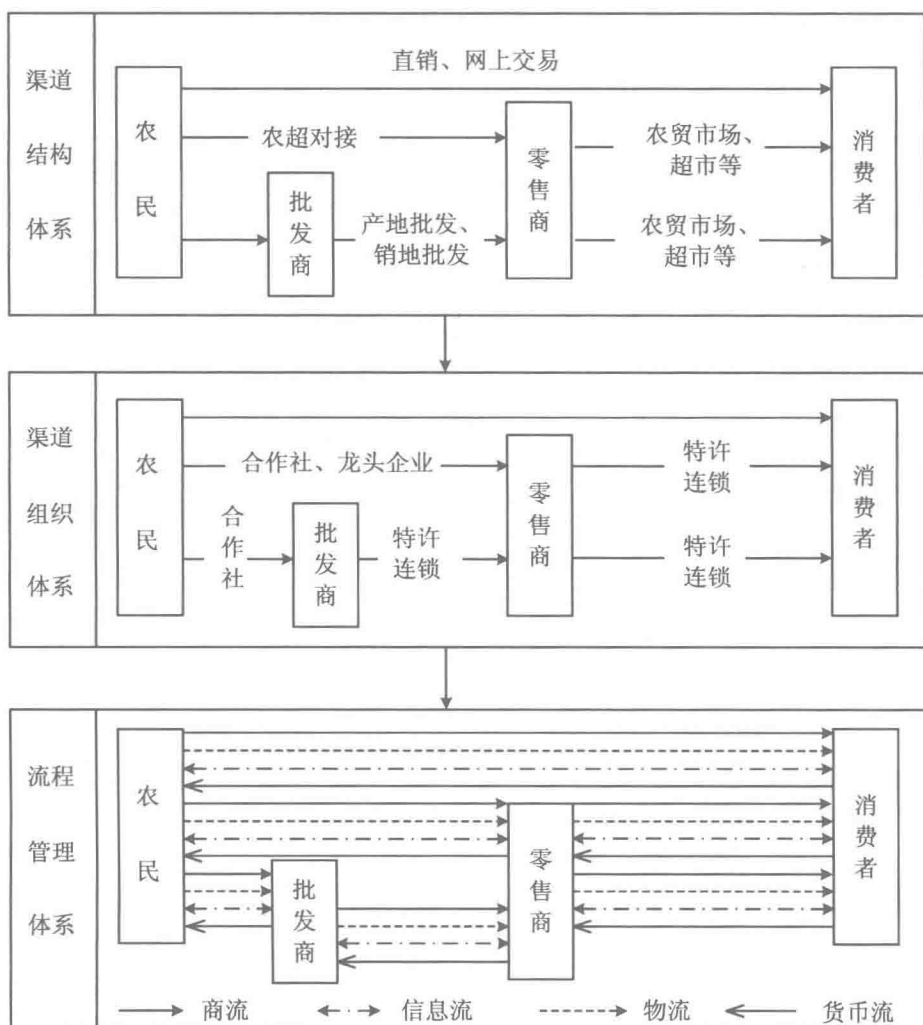


图 1.2 现代农产品流通网络

(3) 从流通主体看,流通网络是由流通主体间的相互交易关系及其变化和发展而形成的,流通主体间复杂的相互关系反映了流通网络的实质,是流通网络最重要的构成要素。农村商品流通网络主体主要有供销社、农民专业合作社、个体和

私营商业经营者、农业产业化组织、国有或混合所有制商业企业等。与城市流通网络相比,农村流通主体的空间分散度较大,组织的规模化程度较低,网络主体间交易关系的稳定性和有序性较低。

(4) 从流通内容看,商品流通网络是由商流、物流、信息和资金流等构成的统一体,物流和信息网络的发展已经成为现代商品流通网络的必要条件和先导。与城市流通网络比较,农村商品流通的商流主导性较强,商流和物流“合一”现象比较明显,流通载体的现代化程度较低,物流和信息流网络建设滞后,“四流”的协调互动性较弱。

(5) 从流通空间看,商品流通网络是由特定的点、线、面组成的复杂的网络结构系统。点是指零售终端、批发市场以及物流节点等;线是指商品运输线路和渠道;面是指网络覆盖的区域范围。农村商品流通网络是把农村商业网点联结起来形成的流通有机体,是由县城、镇(乡)和村等商业网点构成的三级流通网络体系,具有区域性、多层次性和开放性,要求能够与城市商品流通网络形成有效对接,并融于全国统一、开放、竞争、有序的流通市场体系之中。

二、农村商品流通网络的本质特征

农村商品流通网络作为一种复杂的经济运行系统,它的运行受到不同构成因素的多重影响,这些要素存在着复杂的利益关系,流通的基本特性和网络具有的独特性质互相交织,互相作用,共同影响着农村商品流通网络,这使得农村商品流通网络既具有网络的一般特性,也包括农村商品流通组织的一般特性。

(一) 农村商品流通网络具有网络的一般特性

1. 扩延性

网络流通本身是一个无边界的信息空间,不存在空间、时间上的界限,网络的扩延性意味着流通中的各种经济组织会主动地寻找和组织网络资源的能力,在网络运行中表现出不断地延伸和扩张的趋势。在社会化大生产的商品经济条件下,流通网络内的各种经济组织为生存和发展,需要通过多维的交流取得赖以生存的资源 and 消费品,同时又要实现自己的品牌来获得相应的利润,这样就存在一个“雪球效应”,推动商品流通环节不断地延伸,使商品流通能够突破生产和消费的空间局限,而把产品的销售市场和生产要素的供应或采购市场扩大到更大的空间、更远的市场,从当地市场推及毗邻地区市场及远方市场,从邻近国家推及遥远国家,因此,商品流通环节增多而形成了商品流通过程的无限性,即商品流通的延伸性(王薇,2002)。正是这种扩延性的存在促使了流通交易范围的扩散,出现了无数条错综复杂的流通线路,联结了更强大的流通网络,从而实现了国际化复杂的大流通贸易网络环境。

2. 交互连通性

在图论中,网络与其他图之间最重要的区别在于网络的连通性,即连通性是网络的基本性质之一(王朝瑞,1988)。在商品流通过程中,流通网络内的各条流通线路都是相互交错连通的,因为在一定空间领域内的流通组织面对的都是相同的生产者和消费者,某一个流通组织与外界交往联结成的流通线路,与其他流通组织向外扩散形成的流通线路,必然会发生交互连通的联系。这种不同流通线路出现的交叉联网现象,会促成流通组织间的有效和有序竞争,在竞争中充分发挥各自的效能。参加交换的无数的商品生产者、消费者、经营者,使得市场上会同时发生许多买卖行为,或者说许多商品流通过程同时发生,从而使商品能够从生产者向消费者方向流动。在现实的商品流通网络中,网络的连通性主要表现在流通线路相互沟通、交易方式和对象的多样性等方面。流通线路即商品的流通渠道。商品流通渠道是指商品从生产领域向消费领域转移过程所经过的流转线路或途径和所经过的经济组织。假设市场上存在一种商品 W,其生产者 A,消费者集合为 B,中间销售商有批发商 C、零售商 D、零售商 E,那么商品销售可以有三种选择:① 生产者—消费者;② 生产者—批发商—零售商—消费者;③ 生产者—零售商—消费者。这样流通渠道网络可转化为图 1.3 的形式(王薇,2002)。

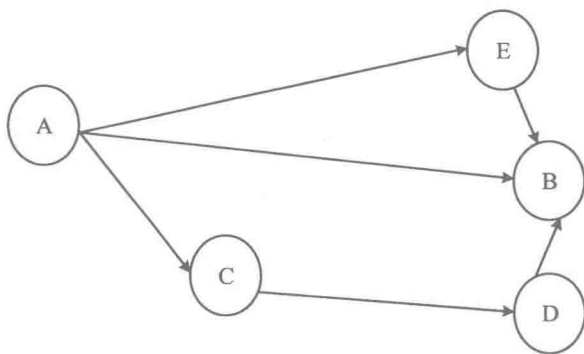


图 1.3 流通渠道网络

3. 高效性

在流通过程中,流通组织与外部经济主体之间所形成流通线路的有效性,是与相互间交往的密度有紧密的关联度的。在现实经济活动中,不同流通组织与外部经济主体间一般都有较为稳定的流通线路,而由这些流通线路编织成的流通网络,能够为各经济主体提供较为准确和有效的供求信息,以及较佳的流通渠道,从而使商品的流通具有更高的效率。

4. 有向性和有序性

在商品流通中,网络的边是不同当事人发生交易关系及商品流通的线路。商品流通网络每一条边是否具有方向性是由商品流通的性质决定的。商品流通是“趋向性和趋利性的统一”。生产是消费,商品流通的归宿是使商品得以最终卖给

消费者,以便实现商品的价值和使用价值。这就决定了商品流通的趋向性,也就是使商品能够从生产者手中最终转卖或转移到消费者手中。而利益动机的推动,或者说利益的带动,使商品从一个所有者手中转移到另一个所有者手中,这就是商品的趋利性。商品趋利性与趋向性的统一,决定了商品流通过程每一次交易的指向,从而使商品流通网络中每一条边或弧都具有方向性。

5. 开放性和稳定性

流通网络内的不同经济主体,需要同外界建立更为广泛的经济联系,这样就使得流通网络也需要接纳更多的经济主体和流通客体,以便更有效地进行生产资源配置和商品价值实现的活动,这就是网络的开放性。网络内的不同经济主体与外界建立的各种流通线路,只要相互间的比较利益不被损害,则轻易不会改变流通线路,这样就使得流通网络具有较强的稳定性。由于流通网络具有上述特征,因而进一步发展和优化流通网络,将有助于提高商品流通运行效率。

6. 可分割性

商品流通网络是一个复杂的连通网络,它是由若干子网络通过点、线或图形的组合而相互连通形成的复杂系统。因此,可以通过分割得到某一局部的商品流通线路或网络,如某一商品的流通网络,某一生产者或经营者的交易网络,某一地域的商品流通网络,某一类商品的地域流通网络等(徐田强,2005)。

(二) 农村商品流通网络具有流通组织的一般特性

1. 特别要求对专用性资产的投资

专用性资产是指,只有当某种资产和某项特殊的用途结合在一起的时候,这种资产才是有价值的,否则它的价值基本上体现不出来,或者即使有价值,但与为了获得这项资产所进行的投入相比,资产的所有者也是受损失的。对于鲜活易腐性的农村商品,一方面,要求流通组织快速、及时地将农产品从生产领域转移到消费领域,并支出一定的生产性流通费用,进行比工业品流通具有更强的资产专用性的投资,同时承担起运输、保管、分拣等生产性活动;另一方面,信息的重要性和时效性也强于工业品流通,这就要求流通组织在信息搜寻、传递上进行更多的投资。对于农村商品中的农产品生产的区域性、季节性、集中性与农产品消费的广泛性、经常性、分散性的矛盾,以及由此产生的信息不对称、信息分散和运输费用增加等都可能造成市场的分割,流通组织在进行市场扩张、加大农产品流通半径时,就需要增加专用性资产投资,花费更多流通成本去搜寻、加工整理信息、进行谈判和签约,从而导致交易成本的上升。随着流通分工日益深化,市场中不断演化出一些专业化组织专门提供农产品市场信息、交易场地、冷库等具有公共性质的流通服务,从而不断地扩大市场范围,减少流通费用和流通过程中的机会主义行为。

2. 具有多样性和多层次性

各种类型具有各自的不同的物理性质,在区域化专业分工条件下,多样化的农