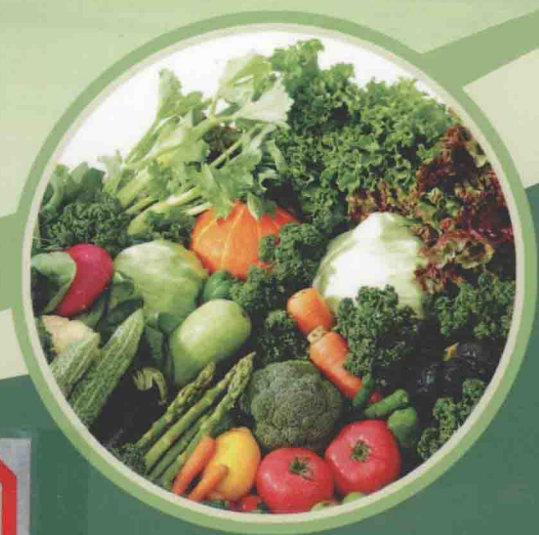


北京现代农产品市场信息 体系建设的研究与实践

赵友森 王川 赵安平 编著



中国农业科学技术出版社

北京现代农产品市场信息 体系建设的研究与实践

赵友森 王川 赵安平 编著



中国农业科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

北京现代农产品市场信息体系建设的研究与实践 / 赵友森, 王川, 赵安平编著. —北京: 中国农业科学技术出版社, 2015.4

ISBN 978 - 7 - 5116 - 1999 - 0

I. ①北… II. ①赵…②王…③赵… III. ①农产品市场 - 信息管理 - 研究 - 北京市 - IV. ①F327.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 031417 号

责任编辑 穆玉红

责任校对 贾晓红

出版者 中国农业科学技术出版社

北京市中关村南大街 12 号 邮编: 100081

电 话 (010) 82109708 (编辑室) (010) 82109704 (发行部)

(010) 82109709 (读者服务部)

传 真 (010) 82106650

网 址 <http://www.castp.cn>

经 销 者 各地新华书店

印 刷 者 北京富泰印刷有限责任公司

开 本 710 mm × 1 000 mm 1/16

印 张 15

字 数 280 千字

版 次 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

定 价 45.00 元

《北京现代农产品市场信息体系建设的 研究与实践》

编委会

主 编：赵友森 王 川 赵安平

编 委：（按姓氏笔画排序）

马占通 戈雪松 王大山 王 旭

王幽璇 王春艳 王晓东 左志丽

白文军 白 璐 吕金宝 孙伯川

闫英俊 张春生 李 陆 李 爽

李 蓬 杜凤琴 肖金科 芦天罡

苏秋芳 孟和平 范媛媛 赵艳斌

郝建缨 高晓红 梁建平 韩 冰

赖科霞 熊 涛

前 言

市场信息是在经济运行过程自动产生、不以人的意志为转移的一个市场经济发展过程中的客观产物，是一种发挥资源配置作用十分重要的基础性资源。当前，农业产业发展和农产品经营面临着严峻的形势和激烈的市场竞争，要想适应风云多变的市场，农产品市场信息服务是一个不可或缺的重要手段，而如何准确、及时地获取市场信息，如何科学、客观地分析市场信息，如何有效、畅通地传播市场信息，如何构建一套完善的农产品市场信息体系，则成为农业管理部门亟待研究解决的重要课题，亦是发展现代农业、构建现代农产品经营体系的关键所在。

本书依托国家“十一五”科技支撑计划课题，在总结北京市农产品市场信息体系多年建设经验的基础上而写成，是一部理论与实践相结合、具有业务指导性的著作。全书共分4篇，第一篇为理论篇，从农产品市场信息体系内涵入手，全面分析了农产品市场信息体系的基本特征及其在社会经济发展中的地位与作用；第二篇为实务篇，在总结北京农产品市场信息体系发展历程的基础上，提出了北京现代农产品市场信息体系建设的基本架构，并对其建设内容、组织管理、运行机制、支撑条件进行了阐述；第三篇为分析篇，深入地分析了北京批发市场蔬菜价格的变化规律，提出了分析对象、分析方法及分析结果；第四篇为专题篇，精选并介绍了近年来围绕北京农产品市场信息体系建设所开展的专题研究成果。

农产品市场信息体系的建设是一项长期、持续的系统性工程。由于作者水平和篇幅有限，本书未能全面地将北京农产品市场信息体系建设的成就呈现给读者，但愿对引领此项事业发展、参与此项事业建设、谋划此项事业未来的人们有所裨益。书中差错望广大读者批评指正。

编 者

2014年12月

目 录

理 论 篇

第一章 农产品市场信息体系概念及其特征	(3)
第一节 农产品市场信息体系的概念	(3)
第二节 农产品市场信息体系的特征	(5)
第二章 农产品市场信息体系的地位和作用	(8)
第一节 农产品市场信息与市场经济的关系	(8)
第二节 农产品市场信息体系建设对市场经济发展的重要性	(10)

实 务 篇

第三章 北京农产品市场信息体系建设的历史沿革	(19)
第一节 酝酿阶段(1985—1988年)	(19)
第二节 起步阶段(1989—1995年)	(19)
第三节 调整阶段(1996—1999年)	(21)
第四节 发展阶段(2000—2005年)	(22)
第五节 提升阶段(2006年至今)	(24)
第四章 北京现代农产品市场信息体系建设的构架	(27)
第一节 北京现代农产品市场信息体系建设的作用	(27)
第二节 北京现代农产品市场信息体系特征	(28)
第三节 北京现代农产品市场信息体系建设的构架	(30)
第五章 北京现代农产品市场信息体系的组织管理	(33)
第一节 组织体系	(33)
第二节 人员队伍	(34)
第六章 北京现代农产品市场信息体系的标准规范	(36)
第一节 采集部门建设规范	(36)
第二节 信息采集技术规范	(36)

第三节	采集对象和计量单位	(37)
第四节	信息采集的时间	(37)
第五节	信息采集的内容及指标含义	(37)
第六节	信息采集方式和方法	(38)
第七节	信息审核	(42)
第八节	信息员考核奖励制度	(43)
第七章	北京现代农产品市场信息体系的信息化支撑	(44)
第一节	农产品市场价格监测系统的框架分析	(44)
第二节	市场价格采集系统	(45)
第三节	市场价格分析系统	(46)
第四节	市场价格预测系统	(47)
第五节	市场价格风险评估系统	(48)
第六节	市场价格报警系统	(49)
第七节	市场基础信息查询系统	(50)
第八章	北京现代农产品市场信息体系的运行机制	(53)
第一节	信息协同监测采集机制	(54)
第二节	市场信息共享管理机制	(56)
第三节	市场风险预警分析机制	(58)
第四节	市场信息发布与应用机制	(60)
第五节	信息体系运行保障机制	(64)

分 析 篇

第九章	北京批发市场蔬菜价格变化规律分析	(69)
第一节	北京批发市场蔬菜价格总体变化规律	(69)
第二节	北京批发市场蔬菜分品种价格变化规律	(77)
第十章	北京批发市场蔬菜价格贡献率解析	(84)
第一节	贡献率定义	(84)
第二节	2003—2012 年的总体变动	(86)
第三节	2003—2012 年蔬菜价格同比贡献率	(89)
第十一章	北京农产品批发价格指数	(100)
第一节	为何要编制农产品批发价格指数	(100)
第二节	北京农产品批发价格指数编制流程	(100)
第三节	农产品批发价格指数发布有何重要意义	(102)

专 题 篇

第十二章	市场信息监测研究专题	(105)
第一节	农产品市场协同监控体系研究	(105)
第二节	北京市场蔬菜来源地分布的调查研究	(112)
第十三章	市场价格波动研究专题	(119)
第一节	我国水果市场价格波动规律研究	(119)
第二节	北京市蔬菜价格波动的影响因素和评估及政策建议	(135)
第十四章	市场价格传导研究专题	(146)
第一节	蔬菜批发市场和零售市场价格变化及传导机制研究	(146)
第二节	产销两地农产品市场价格传导关系的研究	(157)
第三节	北京市批发市场蔬菜价格引导关系研究	(169)
第十五章	市场价格预警研究专题	(189)
第一节	北京蔬菜市场价格报警方法研究	(189)
第二节	基于风险价值法的蔬菜市场风险度量与评估	(197)
第三节	农产品价格短期预测系统设计与实现	(206)
第四节	北京市蔬菜市场预警研究——基于数量供应安全角度的探讨 ...	(217)
参考文献		(224)

理论篇

第一章 农产品市场信息体系概念及其特征

第一节 农产品市场信息体系的概念

一、农产品市场

农产品市场概念有狭义和广义之分。狭义的农产品市场就是指进行农产品交换的场所。广义的农产品市场是指农产品流通领域，反映的是农产品流通的全局，是交换关系的总和，也是一种经济资源配置的调节机制或调节手段。这里所指的农产品市场，是广义上的农产品市场，这是一个“社会整体市场”的概念。现代市场中，买卖双方对农产品的交换，都是围绕农产品价格展开的，价格是农产品市场运行的核心。农产品价格的产生，是由农产品市场中多种要素共同作用的结果，农产品市场的构成要素主要包括市场主体、市场客体、市场机制、市场组织和市场类型。

市场主体，是指在农产品市场上从事经济活动，享有权利和承担义务的个人和组织体。具体来说，就是具有独立经济利益和资产，享有民事权利和承担民事责任的可从事市场交易活动的法人或自然人。任何市场主体参与经济活动都带有明确的目的，以在满足社会需要中追求自身利益最大化为目标。市场主体可以分为投资者、经营者、劳动者、消费者以及企业。市场主体具有盈利性、独立性、灵活性以及相互间的关联性、平等性、合法性等特征。

市场客体，是指在农产品市场上用于交换的指向物，即用于交换的物品和劳务。一种物品或劳务要成为市场交换的客体，必须具备以下几点特性：必须能够满足人的某种需要；相交换的物品或劳务必须具有不同的使用价值，能够分别满足交换双方的需要；能够用于交换的必须是稀缺的经济物品；相互交换的物品和劳务不仅要有不同的效用，而且还要有价值量的差别等。

市场机制，是通过市场竞争进行配置资源的方式，即资源在市场上通过自由竞争与自由交换来实现配置的机制，也是价值规律的实现形式。具体来说，它是指市场机制体内的供求、价格、竞争、风险等要素之间的相互联系及作用机理。对于农产品市场来说，农产品市场机制主要包括供求机制、价格机制、竞争机制

和风险机制。

市场组织，是一个总括性的概念，一般包括市场流通组织、市场交易组织、市场中介组织、市场管理组织等，核心是市场流通组织和市场交易组织。市场在实际运行中存在着如何实现组织化的问题，其基本的运作目标是组织交易。因此，市场组织旨在组织市场交易活动，是指把一定范围内的众多交易者集中组织起来，为组织内部的交易者提供有别于国家和政府法律制度的具体市场规则，使交易者之间的交易契约得以订立和履行，并为交易安全提供某种保障，维护市场正常有序运行的组织。

市场类型，是指按照一定标准将市场划分成的不同类别或不同形制。所依照的标准不同，划分的类型也不同。现代经济学一般依据产品性质、产品差别、市场份额、竞争状态等因素，将市场划分为完全竞争、垄断竞争、寡头垄断和完全垄断四种类型。随着社会主义市场经济体制改革的不断推进，我国农产品市场已完全走出原有的计划经济模式，发展成为一个开放式的大市场，基本属于一种完全竞争的市场类型。经过多年培育，我国的农产品市场逐步形成了批发市场和集贸市场、传统业态和新型业态、有形市场和无形市场互为补充的多层次、多主体、多渠道及多类型的格局，市场机制逐渐成为配置资源的决定性因素。

二、农产品市场信息

公共经济学从认识论的角度认为，信息是人们认识和感知到的外界客观事物的状态及其变化。一般而言，信息具有3种属性：及时性、准确性、相关性。及时性是指对于已经发生的交易或者事项的信息，应当及时进行确认、计量和报告，不提前也不延后。准确性是指所获得的信息严格符合事实、标准或真实情况，与实际或预期完全符合。相关性是指所提供的信息应当与信息使用者的经济决策需要相关，有助于信息使用者对市场的过去、现在或者未来的情况作出评价或预测。对于使用信息的主体而言，信息是否有效，这3种属性必不可少。

市场信息是对市场上各种经济关系和各种经济活动现状、经济活动的变化情况以及市场营销有关的各种消息、情报、图表、数据资料的总称。市场信息一般通过文字、语言、数据、凭证、报表、符号、广告、商情等表现和传递。市场信息要素包括：交换对象、供给主体、需求者、运行规则和监管机制。如何使各市场信息要素之间保持有机的联系和有效的合作，决定着市场信息的及时性、准确性和相关性，即信息的有效性。

农产品市场信息，是指全面反映农产品市场上产品的价格、供求、交易量、货源、农产品质量等方面的信息。农产品市场信息对市场主体的决策行为非常有用，有效的信息促进形成市场均衡价格，促进市场主体做出正确的市场决策。

三、农产品市场信息体系

农产品市场信息体系属于农业信息服务体系范畴,是随着农业信息化的发展而不断深化的。具体而言,农产品市场信息体系,是以农产品市场信息为内容,以为市场主体提供信息服务为目的而建立的一套综合性服务体系。农产品市场信息体系建设,就是指围绕农产品市场流通过程而开展的信息组织建设工作,它包含人员队伍、信息采集、传输存储、专业网络、系统研发、研究分析、预测预警、传播应用等多个组成要素。农产品市场信息体系建设,应由政府搭建信息平台,各市场主体共同参与农产品市场信息的发布、传递、处理和接收。

在农产品市场信息体系中,信息发布主体包括政府、农户、农民经纪人、农业合作经济组织、农产品批发市场以及农业信息企业等。政府与其他市场主体所发布的信息及各种信息资源数据库,组成了信息的来源;另外,政府与其他市场主体同样也是信息的接收者,其中,农户是主要的信息接收主体,各主体根据所接收到的市场信息做出相应的决策,并安排生产经济活动。

从信息论角度来看,农产品市场信息体系所涉及的内容应包括信源、信宿、信道以及编码。其中,“信源”是指信息的来源,它将以某种符号(文字、数据、图像等)或某种信号(语言等)为表现形式向公众发出。“信宿”是指信息的接收者,即收信人,信宿通过某种渠道收到或提取由信源发来的信息,但信宿不涉及信息的意义及信息的效用,即所谓的实效性问题的。“信道”是指信息传递的通道,是信息传输的媒介。信道的关键是其容量问题,要求以最大的速率传送最大的信息量。“编码”是指把信息转换成信号的措施。经过编码处理,信源发出的信息能得以充分表达,信息的容量能被充分利用,信息能够准确无误地传递到接收端,以提高通信系统的有效性与可靠性。

以信息论为依据,农产品市场信息体系的运行过程如下图所示。其中,信源是各主体发布的市场信息;信宿是政府与其他市场主体;农产品市场信息的采集、整理、分析与发布,对应着信息的输入、处理与输出过程;农产品市场的信息标准则对应着信息的编码与解码对象。

第二节 农产品市场信息体系的特征

农产品市场信息体系,狭义上是指在农产品市场经济运作过程(图)中,对农产品销售领域涉及的各类信息进行统一组织管理的一个系统。从广义上讲是指针对已经系统化的农产品生产各个环节的信息在时间和空间上合理调配、有效组织,充分利用信息处理手段,对农产品市场各类信息进行收集、存储、分析和

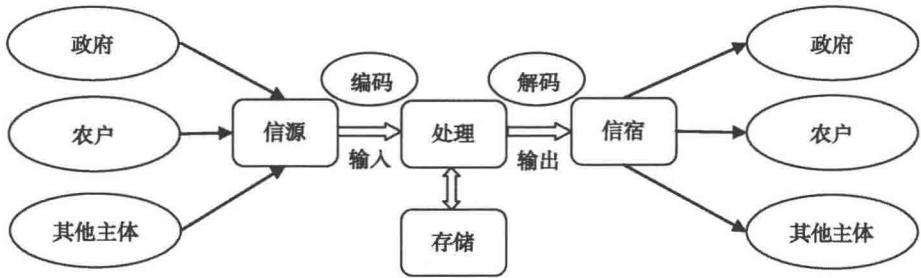


图 农产品市场信息体系运行过程

处理，为农民提供方便、快捷、准确、及时、有效的信息与服务的一个运行系统。广义的农产品市场信息体系具有以下基本特征。

一、农产品市场信息体系是一个具有公共属性的开放系统

信息是农产品市场信息体系的核心要素。农产品市场信息是一种具有共享性、可传播性的公共产品，可以通过某种传播渠道提供给各市场主体，一方面为政府市场宏观调控措施的出台提供依据，另一方面为消费者的市场购买提供消息，还可以对农产品生产经营者的生产安排提供市场指导。因此，农产品市场信息体系的基本属性表现为公共性。这种公共属性，决定了农产品市场信息体系的开放性特征。通过农产品市场信息体系，能够将物流、信息流、资金流等农产品产业链条上各环节的信息有机整合在一起，实现资源共享，形成了一个包含农产品的生产信息、投入信息、农情信息、储运信息、销售信息、价格信息、加工信息、贸易信息等在内的综合性大系统。任何市场主体均可在国家相关法律框架允许的范围内，在这个信息资源共享平台上发布或接收使用各类信息，以满足其个体需要。同时，农产品市场信息体系的这一特征，也决定了其应属于公共物品或准公共物品，需要以国家政府部门为主导来建设，所从事的服务也当属公益性服务。

二、农产品市场信息体系是一个具有前瞻属性的决策系统

农产品市场信息体系一方面通过利用网络技术、软件技术及其他多种现代信息技术，根据不同信息需求者的需要对已经采集的初级信息进行加工、整合，使之简明、有效，为广大市场主体提供各类市场信息。另一方面，农产品市场信息体系还综合运用经济分析技术、信息分析技术，将简单的市场信息知识化，强化了市场变动规律的深层表达和市场未来走势的前瞻预测，使各市场主体对农产品市场有了更为深刻的认识，极大地提高了信息利用率。因此，农产品市场信息体

系是一个运用多种现代科学技术来综合处理信息以满足未来需求的系统，不仅能全面反映出当前市场的状态，还能对未来市场的发展给出前瞻性的判断，为政府制定宏观调控措施以及农民与企业安排农业生产经营活动提供决策上的支持。开展前瞻性的市场决策判断，是现代农产品市场信息体系最典型的特征，也是有别于一般意义上市场信息采集发布系统的最主要特征。

三、农产品市场信息体系是一个具有协同属性的工作系统

现代意义上的农产品市场信息，反映的不单是市场上农产品交易的上市情况和价格水平，而是涵盖了农产品的生产、投入、农情、储运、销售、价格、加工、贸易等全面反映农产品产业链的综合性信息。对于这些信息的监测与获取，牵涉到农业、商务、贸易、市场、财政等多个部门的业务。由此可见，农产品市场信息体系的建设与运行，需要多部门协调一致、共同努力来完成，从而也使农产品市场信息体系表现出一种具有协同属性的工作特征。所谓协同，就是指协调两个或者两个以上的不同资源或者个体，共同完成某一目标的过程。从管理学角度来看，农产品市场信息体系就是指各相关部门围绕农产品的生产、经营、流通、消费及管理等信息要素，按照相互约定的、科学的协作机制，以平衡农产品市场供需为目标而共同建立起来的农产品市场信息协同管理的一个工作系统。

四、农产品市场信息体系是一个具有风险属性的服务系统

农产品市场信息体系属于农业信息服务体系范畴，面向广大农业生产经营者、农产品市场管理者、农产品市场消费者开展公益性服务是其最本质特征。这种服务，其最主要目标是通过向公众提供准确、及时、权威的市场信息，以帮助消费者合理消费、帮助生产者科学生产、帮助管理者有效管理，从而最大程度地降低市场风险，确保农产品市场稳定运行。然而，在努力降低市场风险的同时，农产品市场信息体系面向社会服务的本身也具有一种风险属性。众所周知，农产品市场信息体系的作用对象是农产品，而农产品的生产经营是融合了自然再生产与经济再生产为一体的一项生产活动，面临着自然风险与经济风险的双重压力。农产品生产的自然性使得大部分可获得的确定性信息具有滞后性，而其经济性又导致大部分市场信息具有不确定性。如何利用这些确定的滞后性信息和不确定性的市场信息，及时准确转化出未来市场的预测性信息，是农产品市场信息体系实现优质服务的首要任务，也是一项及具风险性的艰巨任务。市场信息本身就是一把双刃剑，如何合理利用，是农产品市场主体和客体都急需解决的难题，也是农产品市场信息体系要攻坚的难题，因此，可以说，具有风险属性的市场信息服务是农产品市场信息体系的一项独有特征。

第二章 农产品市场信息体系的地位和作用

中国“市场导向”的改革是以农村为起点，并逐渐向经济社会的各方面扩展，因此，农村的改革可以称为中国改革的“第一推动力”。经过 30 多年的改革开放，中国社会主义市场经济体制已经建立并不断完善，市场活动已经成为联系整个社会经济的一条重要纽带，广大农民不可避免地被融入到整个市场经济大潮之中。

随着市场经济的发展和生产社会化程度的加深，当前的中国农业和中国农民面临着严峻的市场竞争形势，要想适应风云多变的国际市场，必须实现由计划经济体制向市场经济体制转变，由粗放经营向集约经营转变，由国内市场运作向国际市场运作转变。而实现这三大转变的首要依靠力量就是信息的力量。在市场经济中，信息是一种发挥资源配置作用的基础性资源，及时、有效的信息服务，是引导农产品产销、调控经济运行的重要手段。因此，伴随着信息技术的迅速发展，市场信息对农业生产经营的导向作用也越来越明显。

第一节 农产品市场信息与市场经济的关系

发展市场经济，科学合理的资源配置一直是社会生产所面临的基本问题。在一定时期内，社会资源和自然资源都是有限的，而人们的需求却是无限的，如何合理配置资源直接影响到社会经济能否顺利运行。中国地域广阔，受多种因素制约的影响，不同地区在经济发展水平上还极不均衡。从因地制宜的角度出发，商品的生产必然反映为地区特色经济结构与全局经济结构合理布局的协调问题，再加上商品生产、消费及流通的周期性特点，给资源的合理配置带来了诸多困难。这方面的矛盾在中国农业经济运行中反映得尤为突出。

中国的市场经济，是以农产品市场率先实行自由市场为改革起点的。然而，人多地少、水资源缺乏是中国农业生产所存在的主要问题，也是党和国家多年来一直在寻求解决的重点问题。为此，就必须首先解决如下 3 方面的问题：一是解决生产什么、生产多少的问题。在农业生产资源有限的情况下，多生产某种农产品就必然以减少另一种农产品为代价。也就是在资源约束的条件下，存在着农产品品种与产量的选择问题。二是解决怎样生产的问题。在资源投入量既定的条

件下,如何实现农业产量的最大化。或者说是为了获得农业高产,如何组合各类生产要素、如何选择农业生产技术的问题。三是解决农产品的分配问题。由于农产品产量的有限性,一些人多占就会导致另外一些人少占,因此,依据什么标准来进行农产品分配也是社会生产过程中所必须解决的问题,否则社会生产就难以有效地运行。

众多国内外学者的研究成果以及市场经济较为发达的国家实践经验都表明,在市场经济大环境下,市场信息,尤其是价格信息是市场资源配置系统中最为灵敏有效的杠杆,市场信息发挥的作用直接影响着生产者、经营者和消费者利润最大化的目标。在农产品市场,某种产品的价格上涨,一般都会造成生产者(农民)的盲目跟风,扩大该种产品的生产规模,致使市场上该种产品的供应量大幅上升,从而又导致供过于求,价格下跌,生产者因此就会在下一期生产安排中减少对该产品的资源投入,从而在要素市场上形成资源供给大于需求的现象,资源配置的速度和数量就会相应降低,影响了资源实现效用最大化的客观需要,在利益的引导作用下,资源便流向其他能实现效用最大的产品生产上去。相比而言,资源流入的产业或产品必定能带来比资源流出的产业或产品更高的利润,这也满足了资源本身的最大化效用和生产者利润最大化的目的。这样,市场信息就实现了资源的优化配置。

在市场经济中,获取信息对农业生产者来说,是将农业诸生产要素按经济规律,尤其是规模经济和边际理论的要求加以综合和选择乃至应用所必不可少的手段。传统农业经济中的生产要素,从经济学的观点看,仍然是土地、劳动力和资本,与市场经济尚未得到充分发展时的生产要素基本相同。但当时它们之间的关系相对独立,或联系并不紧密,其模式见图2-1。在这种情况下,不可避免地导致资源的浪费。而在现代市场经济中,则可通过作为管理手段的一种重要工具——市场信息与信息传播,将它们之间紧密地联结,按照经济规律的要求进行生产。具体地讲,即用市场信息来引导农业生产者进行生产和经营的决策。其模式则从图2-1转化为图2-2。由于信息使各生产要素有机地联系在一起,它们就能产生所谓的协同作用或协同效应。在经济行为上表现为资源提高、成本下降和收入增加。

市场信息之所以能产生上述的协同效应,是因为它在很大程度上能帮助农业生产者预测农业生产和经营中的不确定性。众所周知,在市场经济中,农业不但和其他部门一样,存在着市场和价格的不确定性,尤其是由于农业生产周期较长,这种不确定性对农民收入的增减更为重要。而且,农业比任何一个产业部门与自然界联系都更为紧密,因此,自然界的不确定性,对农业的产出具有重大的影响。此外,随着世界经济一体化的发展,国际市场的变化和政府的对策,都给