

农村市场营销研究

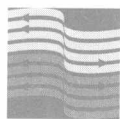
柳思维 张贵华 / 主编

NONGCUN SHICHANG YINGXIAO YANJIU

湖南省现代流通理论研究基地学术丛书



中国市场出版社
China Market Press



湖南省现代流通理论研究基地学术丛书

农村市场营销研究

柳思维 张贵华 / 主编



中国市场出版社
China Market Press

图书在版编目 (CIP) 数据

农村市场营销研究/柳思维 张贵华主编. —北京: 中国市场出版社, 2008. 1

ISBN 978 - 7 - 5092 - 0292 - 0

I. 农… II. ①柳… ②张… III. 农村市场 - 市场营销学 - 研究
IV. F713. 582

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 194370 号

书 名: 农村市场营销研究

主 编: 柳思维 张贵华

责任编辑: 胡超平

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话: 编辑部 (010) 68012468 读者服务部 (010) 68022950

发行部 (010) 68021338 68020340 68053489

68024335 68033577 68033539

经 销: 新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷包装有限责任公司

规 格: 880 × 1230 毫米 1/32 12.25 印张 290 千字

版 本: 2008 年 1 月第 1 版

印 次: 2008 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5092 - 0292 - 0

定 价: 28.00 元

序

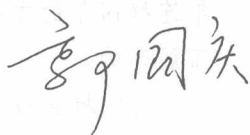
胡锦涛总书记曾指出,重视农业、农村、农民问题是我们党的一贯战略思想。“三农”问题始终是关系党和人民事业发展的全局性和根本性问题。建设社会主义新农村是贯彻落实科学发展观、构建和谐社会的一个重大战略部署。从2004年-2007年连续四年的中央一号文件都是围绕“三农”问题而展开的。

新农村建设离不开农村市场及其营销的发展。研究新农村建设中的市场营销问题具有重要的现实作用。从营销角度研究农村市场的发展对策,也是对营销理论界提出的一项重大课题。

湖南是一个历史悠久的鱼米之乡,是我国重要的农业大省。但是目前农村市场建设严重滞后于城市,农村市场环境较差,体系还不完善,布局不尽合理,导致“有市无场”和“有场无市”的状况存在,农村市场的营销问题依然十分突出,迫切需要理论界研究、总结,探索对策。基于此,湖南营销理论界的同仁以湖南省市场学会为研究平台,各抒己见,比较系统、深入地探讨了湖南新农村建设中的营销战略以及营销手段的创新问题,提供了许多有价值的观点、对策。本书是从实践出发研究农村

营销问题的创新思想与研究成果，具有一定的学术价值与应用价值。

纵观寰宇，新农村建设如火如荼，新农村市场建设的新思想、新方法正在不断涌现，新农村市场营销理念、营销战略、营销手段不断创新，推动了营销理论研究的发展，拓宽了研究者的视野。湖南人素有敢于创新、敢为人先的优良传统，希望更多的有识之士进一步研究农村市场营销的理论，为推动湖南以及全国新农村市场建设做出更多的贡献。



(中国人民大学教授，全国政协委员)

2007年7月

第一部分 农村市场体系研究

1. 关于完善湖南省农村商品市场体系的若干问题 3
2. 建设和谐新农村必须高度重视农村市场流通
——224 份问卷调查反映湖南农村市场十大问题 15
3. 湖南农业工业化发展战略与对策研究 28
4. 从完善农村现代流通体系着手构建社会主义
新农村 45
5. 加快县域城镇化发展扩大农村消费需求 51
6. 小城镇建设的营销学思考 59
7. 现代农产品市场体系的科学价值：利益原理
与交易费用分析 67
8. 试论乡村旅游对新农村建设带来的挑战 76
9. 论湖南旅游节庆的创新开发 87
10. 农村人力资源能力建设问题探讨 101
11. 我国农村居民消费增长缓慢的原因及对策分析 109

第二部分 农村市场营销策略研究

- | | |
|--|-----|
| 1. 构建农产品新型营销体系的探讨 | 123 |
| 2. 我国农村零售业发展策略研究 | 135 |
| 3. 协议约束力对联盟利益分配的影响探究 | 144 |
| 4. 国内连锁商业企业开拓农村市场的选址策略 | 158 |
| 5. 从比较优势到竞争优势的理论与实证分析
——以中国强优势产品蔬菜、猪肉产品为例 | 169 |
| 6. 浅析保健品在农村市场的营销策略 | 180 |
| 7. 长沙市农村消费品市场的发展策略探析 | 187 |
| 8. 新农村建设背景下我国乡村旅游营销组合
策略浅探 | 194 |
| 9. 农产品连锁经营存在的问题与对策 | 202 |
| 10. 农村市场体验营销策略初探 | 208 |
| 11. 农村批发商业的营销困境与创新 | 214 |
| 12. 农村耐用品消费市场营销策略探析 | 225 |
| 13. 企业战略资源配置方法的批判性回顾 | 235 |
| 14. 产品生命周期不同阶段的营销策略研究 | 251 |

第三部分 农产品与农村物流研究

1. 湖南农副产品实施品牌营销的思路与对策	267
2. 论农产品区域品牌建设	280
3. 我国企业品牌发展的问题分析	291
4. 新形势下湖南农产品品牌营销探讨	301
5. 用国际化视野营造湖南农副产品优势品牌	310
6. 打造企业核心竞争力的关键——企业伦理 品质的培养	319
7. 试论中部地区零售企业城乡协调发展的 共同物流对策	324
8. 新农村建设中发展农产品物流服务的对策探讨	330
9. 发展湘江水系农产品共同物流的对策探讨	342
10. 我国中部地区发展现代农产品物流的对策思考	350
11. 物流上市公司企业竞争力的综合评价体系 实证研究	358
12. 湖南省农产品物流发展现状与对策研究	374

第一部分

农村市场体系研究

1. 关于完善湖南省农村商品市场体系的若干问题
2. 建设和谐新农村必须高度重视农村市场流通
——224 份问卷调查反映湖南农村市场十大问题
3. 湖南农业工业化发展战略与对策研究
4. 从完善农村现代流通体系着手构建社会主义新农村
5. 加快县域城镇化发展扩大农村消费需求
6. 小城镇建设的营销学思考
7. 现代农产品市场体系的科学价值：利益原理与交易费用分析
8. 试论乡村旅游对新农村建设带来的挑战
9. 论湖南旅游节庆的创新开发
10. 农村人力资源能力建设问题探讨
11. 我国农村居民消费增长缓慢的原因及对策分析

关于完善湖南省农村商品市场体系的若干问题

【内容摘要】在“三农”问题中，农村市场体系建设是一个非常重要的问题。本文针对湖南省当前农村商品市场体系的实际情况，深入地剖析了问题产生的原因，系统地提出了解决湖南省农村商品市场体系问题的新对策。这些观点对于完善湖南省农村商品市场体系建设，有一定的学术研究价值和现实指导作用。

【关键词】农村流通 市场体系 竞争能力 经济发展

一、湖南省农村商品市场体系的现状及问题

（一）现状

从总体上看，党的十六大以来，湖南省农村商品市场体系及商品流通有了较大的发展，特别是近年来在新农村建设的推动下，随着农村基础设施建设投入的增加，农村消费环境和市场环境也有了明显的改观。

1. “万村千乡”工程顺利启动，现代连锁业态及连锁网点正在农村市场延伸。自2005年以来，在商务部部署和省政府具体安排下，湖南省顺利启动了“万村千乡”工程，全省已有

42 个县 73 家龙头企业参加试点,建设和改造农家店 2 690 个,其中村级店 2 316 个。湘潭步步高、心连心、岳阳和田、邵东仟家等一批本土连锁企业在下伸农村连锁网点方面成效明显。“万村千乡”工程为农民构建了安全、方便、廉价的购物环境,受到了广大农民的欢迎,2006 年全省“万村千乡”工程试点县(区)扩大到 94 个,全年全省农家店发展到 8 000 个左右,将会使更多农民受益。

2. 农村商品市场秩序正在好转。近年来,随着打假力度的加大和诚信经营理念的强化,特别是维护消费者权益活动的不断推进,在各级政府的重视以及工商质检等职能部门的共同治理下,湖南省农村市场秩序有了明显好转。新农村建设和“万村千乡”工程的实施更进一步巩固了治理市场秩序的成果。

3. 农产品市场网络正在形成中。全省以大宗农产品批发市场为主体,以农产品营销大户、经纪人为主力军的农产品流通体系正在形成中,全省已形成各类农产品专业批发市场 1 100 多个,其中年交易额过亿元的专业批发市场有 49 个,涌现了马王堆蔬菜市场等一批著名的农产品市场。

4. 农村商业服务网点的经营服务质量有了明显改进。我们通过对安仁县、益阳县、宁乡县、花垣县、长沙县及岳阳市屈原行政区等 224 户农民的问卷调查发现,农民对当前农村现有商业服务网点的供应和服务基本满意的占 48.21%,比较满意的占 29.91%,两项相加为 78.12%,说明广大农民对农村商业服务网点是基本满意和比较满意的。

5. 新的农村商品流通主体及组织正在形成。湖南省农村基层供销现已基本完成以产权改革为重点的制度创新,基层供销社网点多采取买断经营,基本实行了产权主体民营化。更为可喜的是,一批新型流通主体正在形成,全省农民专业合作组织已发展到 11 647 个,其中专业合作社 5 645 个,专业协会 6 002 个,入会社农户 167.19 万人,占总农户的 12.29%。这些专业

合作社组织（协会）通过多种形式的联合为农户提供生产、流通、技术等方面的服务。此外，还涌现了一批有一定经营规模的“农工商”一体化的龙头企业，全省规模以上的龙头企业达1 700多家，销售收入过亿元的有48家。

（二）问题

湖南省农村商品流通和市场体系还存在一系列问题。

1. 农村商品市场基础设施较差。主要表现在：一是湖南缺乏能真正辐射全省及全国的大型区域性、专业性农产品批发市场；二是现有的农产品批发市场和零售市场大多基础设施落后，经营环境较差；三是有相当多的乡镇农贸市场还是传统的马路市场，据调查，全省2 342个乡镇中60%的乡镇没有集贸市场，均在交通干道两边以路为市；四是农村市场物流设施建设基本上是一个空白。

2. 农村市场商贸流通状态现代化程度低，基本上以传统的个体经营商户（夫妻店）为主。尽管在“万村千乡”工程试点中推进了一批连锁店下乡，但相当多的村级农家店依然是传统的夫妻店和家庭商店，经营管理粗放。我们在调查中发现，有的只是在“万村千乡”工程中加盟龙头连锁店企业挂了一个牌子，其经营管理方式依然是传统业态。

3. 农民卖难与买难的问题同时存在。我们在调查问卷中专门设计了一项询问农产品流通方式的选项，即：自己生产的农产品如何流通？调查问卷统计显示，被调查者中，92.86%选择“等私商买家收购”和自己“到城里销售与到农村集贸市场摆摊设点”，只有7.14%选择“根据购销合同交货”。这说明农民出售农产品的方式以自产自销为主。我们在湘西龙山、花垣、保靖、张家界市永定区的调查中也看到了大批果农肩挑背负自家生产的梨、桃等水果在县城、集镇的公路上摆摊。很显然，农民出售农产品依然有一定难度。同时，也存在农村市场上部分商品农民买难的问题。调查回收的224份

问卷中,对于难以买到的商品,46.88%认为是“物美价廉的日常消费品”,46.63%认为是“建筑装饰材料”,36.61%认为是“急需的农业生产资料”,24.11%认为是“交电五金商品”等。

4. 假冒伪劣商品仍是农村市场中的重要问题。对于农村市场目前存在的主要问题,62.5%选择“假冒伪劣商品多”,38.39%选择“虚假广告、欺诈经营”,16.52%选择“经商的服务差”。这表明假冒伪劣商品泛滥问题是农村市场的顽症。关于农村市场假冒伪劣商品主要集中在哪类商品的调查询问显示,79.46%的答案认为是“食品类”(含烟酒),32.14%认为是“农业生产资料类商品”,而对其他类商品选项较少。

5. 农业生产资料商品流通中的问题较多。在调查中,集中反映农业生产资料商品流通有以下几个方面的问题:①生资价格高,农民购买生资商品的开支大。在调查问卷统计中,50.89%认为“开支最大的是购买农业生产资料”,37.5%认为是“购买日常生活用品”,20.98%认为是“购买粮食与副食品”。②农民购买生资商品费时费力。在回答“日常购买活动中花费时间和精力最多的是什么”时,57.14%认为是购买农业生产资料,21.88%认为是购买药品,19.2%认为是购买电器、建材、五金商品,说明购买农业生资交易成本最高。③农民对发展农业生资连锁店要求强烈,仅次于食品连锁。④农业生资中假冒伪劣商品泛滥是农民反映的第二大问题。

6. 农村市场乱涨价现象突出。我们在调查问卷中征询农民“你对当前农村商贸服务网点不满意的主要原因”时,58.39%认为是农村商业网点“随意涨价、变相涨价”,23.66%认为是“态度恶劣,服务质量差”,还有一些认为是“商品货不对路”。总之,选项最多的是“涨价”问题,“随意涨价、变相涨价”是造成农民对农村商业服务网点不满意的主要原因,我们在调查中也感到农民对农业生产资料价格上涨意见较多。

二、加快完善湖南省农村商品流通体系的主要内容、对策

完善湖南省农村市场体系是一个长期过程,从目前情况来看,要突出重点,注意抓好以下几个方面。

(一) 稳步推进“万村千乡”工程,突出重点,发展农村连锁经营

1. 优先发展农村食品连锁店。“民以食为天”,让农民方便地买到放心、安全的食品与副食品是解决农村市场农民买难的首要问题,也是农村调查中农民要求最迫切的,这是发展农村连锁店的重点,应有计划地推动实施“万村千乡”工程的龙头企业在县城建立食品连锁中心店或配送中心,并逐步选择条件较好的小城镇、乡、村下伸或发展加盟店、便利店。要以经济发达、交通方便、人口密度相对较大的农村以及铁路、公路沿线的交通节点作为食品及综合连锁店下乡的先行地区,加快建立食品连锁店、综合连锁店(含直销店、加盟店)。力争在“十一五”期间,全省的重点小城镇和建制镇都开设食品连锁店,条件较好的村都有加盟店,尤其要引导和组织农村众多的代售店、夫妻店、便利店建立标准化、规范化的经营制度,有步骤地实行加盟连锁。

2. 逐步建立农业生资连锁经营网络。要特别重视农业生产资料连锁店下伸,以解决农业生产资料终端市场乱涨价及假冒伪劣商品泛滥的问题。要扶持农业生资经营的龙头企业在县城建立生资配送中心,并在有条件的镇(乡)、村建立和发展农业生资经营便利店和加盟店,直接向农民供应农业生产资料,形成“县级店—乡镇店—村级店”的供应网络,力争用3~5年时间使县一级中心店覆盖全省80%以上的县,乡镇店覆盖乡镇总数的70%以上,村级农业生产资料连锁店覆盖全省行政村的50%以上。根据湖南省农村实际,发展农业生资经营还可采

取中小型仓储商场（店）业态，实行店仓合一、批零经营，实行低投入、低成本、低价格、低起点；还可采取会员制，让农民直接从生产厂家或专业进出口公司统一进货，确保农资商品的质量与安全。

3. 有步骤下伸药品连锁网点。为了更好地维护农民的健康权益，解决农村中的庸医假药问题，应积极推进连锁药店向农村下伸网点。各市、州、县可选择本地信誉好的龙头医药企业，带头在县城建立中心连锁药店，建立配送中心，选择有条件的乡镇建立连锁店，并可下伸到交通方便、区位优势明显、人口相对较集中的行政村，建立村级店，如湖南长沙金沙大药房就在长沙郊区一些农村下伸连锁店，实行早开门、晚关门，方便农民，受到农民的欢迎。

（二）采用多种方式，搞活农产品流通

进一步疏通农产品流通渠道，搞活农产品流通，是解决湖南省农产品卖难、确保农民增产增收、促进和谐新农村建设的大问题。根据湖南省农产品生产与流通的实际，可采取和探索多种方式搞活农产品流通，逐步降低农民自产自销、摆摊等客的传统流通方式的比重。

1. 组织龙头连锁企业与农业产业化种植、养殖基地建立相对稳定的农产品采购关系，农民按订单生产，农产品直接进入龙头连锁企业的采购配送中心。同时通过连锁超市下乡带动对农村特定农产品的培育、采购，搞活农产品流通。

2. 由农产品批发市场直接与农民建立稳定的购销关系，让农民生产的农产品直接进入各种农产品专业批发市场。

3. 大力发展各种专业性的农产品流通合作组织（专业协会等），专业协会对农民生产的农产品实行统一对外销售。

4. 继续发展农村经纪人队伍，由专业化的经纪人帮助农民牵线搭桥，加强农产品的市场促销。

5. 充分利用各种博览会、展销会、交易会，加大优质农产

品的展销、推广、宣传,扩大展销会的成交量和市场占有率。

6. 努力利用电子商务技术,积极建立或加盟各类农产品的电子商务网站,加大湖南农产品的网上推销、促销。

(三) 加快交通沿线农村集贸市场的建设、改造与管理

目前,湖南省农村集贸市场大多以路为场、占街为市,而且多设在通往县城、乡镇的交通要道上。以龙山县为例,除少数乡镇外,40多个乡镇的农贸市场均是马路市场。湘西、湘南、湘中各地这种“以路为场,占街为市”的马路市场也很普遍。毋庸讳言,这种初级原始型的马路市场在湖南省城乡还是有一定生命力和适应力的,但其影响交通、旅游、市容,经营混乱,弊病甚多,必须有计划地加以改造和完善,并进一步加强管理。

1. 在尚未建立农贸市场的交通沿线的县城、乡镇所在地,应有计划地建立有一定规模和发展潜力的集贸市场,实行分类经营,分业设摊,引导农民和居民从分散的临街买卖、占路交易转入到市场中集中交易。

2. 将通往湖南省各个旅游热点景区的交通要道沿线重要集镇上的所有影响交通、妨碍旅游的集贸市场尽快从马路边迁走,力争3年内将90%以上的这类马路市场改迁完毕。

3. 加强对新建的农村集贸市场的管理。“九五”、“十五”以来,湖南省不少县城和乡镇均新建了集中交易的农贸市场,各地工商行政管理及城管部门对这些市场应加强管理,特别是引导和调控农民、居民进入场内交易,减少占路摆摊、临街买卖、场外交易的现象,不断改善集贸市场的经营状况。

4. 努力提升农村市场的发展质量。一方面要通过实施农产品包装与标准化建设来加强农产品市场的信息化和标准化,提升龙头农产品市场的发展质量,引导和鼓励一批龙头企业逐步采用管理信息系统、电子订货系统等;另一方面可对部分农村集贸市场采取“农加超”式的结构优化,即在保留原有的产销