

扬州大学出版基金资助

果品产销 组织化研究

崔彬 著

GUOPIN CANXIAO
ZUZHIHUA YANJIU



西北农林科技大学出版社

扬州大学出版基金资助

果品产销组织化研究

崔 彬 著

西北农林科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

果品产销组织化研究/崔彬著. — 杨凌:西北农林科技大学出版社,2006

ISBN 7-81092-242-4

I. 果… II. 崔… III. 水果—市场营销学 IV.
F724.723

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 003943 号

果品产销组织化研究

崔 彬 著

出版发行	西北农林科技大学出版社	
地 址	陕西杨凌杨武路 3 号	邮 编:712100
电 话	总编室:029 87093105	发行部:87093302
电子邮箱	press0809@163.com	
印 刷	西北农林科技大学印刷厂	
版 次	2006 年 3 月第 1 版	
印 次	2006 年 3 月第 1 次	
开 本	850mm×1168mm 1/32	
印 张	9	
字 数	226 千字	

ISBN 7-81092-242-4/F·22

定价:16.00 元

本书如有印装质量问题,请与本社联系

摘 要

果品产销过程中存在的诸多问题,已成为我国加入 WTO 后,果品生产者、消费者和国家经济利益实现以及果品国际市场竞争力进一步提升的桎梏。本书从组织理论的角度,依照理论与实践紧密结合的原则,对国内果品产销中存在的问题进行了系统分析,构建了果品产销组织化的基本理论框架,提出了促进果品产销组织化的总体设计和政策措施。全书由八章组成。

第一章 导论

主要阐述了本书的选题背景、研究目的与意义;对有关果品产销组织化的分工、交易费用、组织、产业组织、市场营销、流程再造、供应链管理、农业产业化、农业产业链管理理论等国内外研究动态做了全面、系统的评述,指出了已有研究的不足;最后对本书的研究思路、研究方法和创新之处做出了说明。

第二章 果品产销组织化理论诠释

内容共分为五个部分:(1)提出果品产销组织化概念的含义。(2)系统分析了果品产销所具有的生产区域性、投资专用性、供需矛盾性、产销安全性、流通快捷性等五大特性。(3)总结了果品产销组织化所具有的“两个”过程的结合运作、以市场为导向的流程再造过程、果品生产标准化的实施过程等三大基本特征。(4)通过果品产销组织化和果品产业化经营的差异分析,形成了果品产销组织化的基本理论框架。(5)对果品产销组织纵向各环节以及果品产销组织化所具有的层次性经济功能进行了系统阐述,明确了果品产销组织化的实践意义。

第三章 果品产销组织变革分析

本章分为三个部分:(1)果品产销组织演变过程的简要回顾。(2)国内果品产销组织现状分析。首先,通过对国内果品产销组织现状的分析,得出国内果品还不具备严格意义上的市场竞争优势;其二,从参与果品产销的各市场主体性质这一角度对其类型进行了划分,并结合案例进行了评述;其三,通过实证分析,得出果业龙头企业带动力弱,产销组织中分散果农还无能力分享到产后环节利润等结论。(3)分析和总结了果品产销组织各环节所面临的问题和困境。

第四章 果品产销组织化障碍及突破的着力点

本章分为两个部分:(1)本书认为,国内果品产销组织化发展滞后主要受到以下因素的影响:首先,要素市场发育滞后制约了果品生产环节经营规模的扩大,增大了产销衔接成本。其二,产中环节果农合作经济组织发展缓慢。其三,实力弱小的龙头企业,其市场开拓和带动果农能力受到严重制约。其四,产销双方投资后产生的资产专用性,影响果品产销衔接的紧密程度。其五,国内果品产销之间的特定市场结构,使产销脱节不可避免。其六,我国经济体制转型所引发的制度真空,增大了市场主体在经济活动中行为的不确定性。其七,由于在改革中面临着诸多问题,供销社这一存量产销组织资源尚未盘活。(2)基于以上分析,本书提出了以纵向组织化促进产销组织化,引入增量、盘活存量,构建间接调控体系推动果业发展等果品产销组织化的总体设计。

第五章 果品产销组织运作的有效方式评析

本章分为三个部分:(1)从美、日、台果品产销组织的运作方式中得出:首先,产销双方的规模化经营,有利于产销衔接稳定;果农合作组织在产销衔接中起到了至关重要的作用。其二,其果品产销组织呈现出生产标准化、高度组织化、营销国际化等三大特点。

(2)本书认为,这些国家和地区的果品产销直挂现象是由于技术进步和产销双方经营规模扩大这两个因素所致。(3)结合我国实际,提出应健全我国果品标准化体系、发展果农合作经济组织、借助制度创新提高产销组织国际市场竞争力等观点。

第六章 果品产销组织的纵向优化

本书认为:(1)对产前原材料供销组织的再造,应采用战略联盟的组织形式,提升生产企业的技术创新和产品开发能力。通过推行原材料流通企业在农村中的连锁经营,实现产前与产后环节的紧密衔接。(2)产中环节的合作经济组织必须与时俱进,采取不拘泥于形式的组织创新。(3)果品产后流通组织应通过规模创新,增强其对上游环节的带动能力,通过制度创新维持有序的竞争秩序。

第七章 果品产销组织的横向整合及虚拟化运作

本章提出了产销组织横向整合的目标模式,总结了其所具有的敏捷性、协调性、集成性、优势互补性等四大特征,提出了果品产销组织物流管理的创新模式。对果品产销组织虚拟化运作方式进行了概括,提出了果品产销组织虚拟化运作的模式。本文认为,产销间借助电子商务系统进行的虚拟化运作能大幅度降低产销衔接成本、拓展果品销售空间、发现和形成真实的果品市场价格、提高对结构调整信息分析的准确性、增加果农自身收益。

第八章 促进果品产销组织化的组合策略

本章分为三个部分:(1)提出了完善要素市场体系的政策措施。(2)提出应尽快根据产销组织发展的需要,依照 WTO 规则,改造和完善法律体系。(3)在市场经济条件下,政府应及时转变其职能,按照专业化、规模化、多样化的原则制定和实施产业布局政策、产业组织政策、产业结构政策。

关键词:果品产销;组织化;层次性经济功能;虚拟化经营模式

Study on the Producing and Sale Integratism of Fruit

Abstract

After entry into WTO, the existing problems in producing and sale become the shackle of realizing the benefit of producer, consumers and country; they restricted the rise of market competitive. This thesis, according to the principle of theory conjunct to practice, analyzed the existing problems in the producing and sale of fruit; established a basic theory frame of fruit producing and sale; put forward the general idea of promoting fruit producing and sale integratism from the angle of organization. This book includes eight chapters.

Chapter 1. Introduction

In this chapter, the following points are explained: the background, objective, and significance of the study; the basic theories are commented, such as: divide the work, cost of transact, organization, industrial organization, marketing, reengineering the corporation, supply chain management, agricultural industrialization, and Some shortages are pointed out. In the end, the methods and approaches of the study and some new ideas are introduced.

Chapter 2. The theory of fruit's producing and sale integratism

The content includes five parts: (1) put forward the impli-

cation of producing and sale integratism of fruit. (2) Analysed the five characteristics of producing and sale in fruit, such as: regional producing, exclusive use of investment, paradoxical supply and demand, security in producing and sale, speed conveyance. (3) The three generalized basic characteristics establish the theory basement of producing and sale integratism of fruit, which are: the combination of double procedure, the reengineering process, the implement process of fruitproduce standardization. (4) Compared the difference between integratism and industrialization, formed the basic theory frame of producing and sale chain organization. (5) Explained the hierarchical economic function of producing and sale; clarify the practice meaning of integratism.

Chapter 3. The change of fruitproducing and sale organization

This chapter has three parts: (1) the development process of producing and sale organization is reviewed. (2) Analyzing the existing situation of fruitproducing and sale organization. Firstly, this thesis considers that our country's fruit don't possess the market competitive. Secondly, the fruitproducing and sale organization are divided into three types according to the enterprises nature of participant the producing and sale, and command them with cases. Thirdly, analysing the market share and the interior interestdistribution of different producing and sale organizations in Shaanxi province, this thesis consider that the tap enterprises of fruitindustry has a small scales, and dispersive farmers don't have the ability to share the benefit after produ-

cing. (3) Analysing and generalizing the problems of different segment in the organization.

Chapter 4. The obstacle of integratism and settlement way

This chapter has two parts: (1) seven factors influence the integratism of producing and sale. Firstly, the lag development of the element factor market restricted the expansion of operation scale; the dispersive farmers make a higher cost of producing connected with sale. Secondly, the cooperative organization developed slowly. Thirdly, the weak and small-scale tap enterprises don't have the ability to driver the farmer to open market. Fourthly, there is different connection way because of the exclusive use after investment. Fifthly, the special market structure between producing and sale lead to the behavior of default. Sixthly, the system vacuum in the period of economic translation increased the uncertainty in trade. Seventhly, because of the many problems, the operations of supply-sale cooperative are not exploit. (2) Based on the analysis above, this thesis put forward three methods to promote the integratism, such as rely on the lengthwise integratism to promote the producing and sale integratism, introduce increment, agitate the existed resource, and form the indirect adjust and control system to promote the development of fruit industry.

Chapter 5. The efficiency operation method analysis of producing and sale organization

This chapter has five parts: Firstly, from the experience of

America, Japanese and Taiwan, the scale operation of producing and sale make an order competitive, in favor of a stable connection of producing and sale; the farmers cooperative have a key operation. Secondly, the developed countries and developed regional rely on the cooperative to carry out the standardization of fruitproduce, keep the producing and sale integratism, and sell their products on the international market. Thirdly, the trend of producing and sale connected directly is led by two factors; they are technique promotion and the amplified operation scale of producing and sale. Combining with our country's situation, this thesis put forward that establish our own standardization of fruits producing, develop farmers' cooperatives, depend on the institution innovation to enhance the international competitive of producing and sale organization.

Chapter 6. The vertical optimization of producing and sale organization

This chapter has three parts: Firstly, this thesis considersthat the primary material producing enterprises should organize a strategic alliance, enhancing the ability of technique innovation and new products exploitation. Then, popularized the chain operation in the rural. In this way, keeping the tight connection between producing and sale. Secondly, the cooperative should develop according to the era; adopt the different form to make an-innovation. Thirdly, the sale enterprises should carry on the scale innovation and institution innovation, enhancing the ability of driver, establishing the industry association to maintain the competitive orderly.

Chapter 7. The horizontal integration and virtual operation of producing and sale organization

This chapter put forward the objective model of integration. This model has four characteristics, such as: The agility, the enterprises keep the cooperative relationship in the organization, integration, the advantage complementary. This chapter generalizes the virtual operation form in the practical, put forward the primary and advanced model, and discuss the economic function of virtual operation. This thesis considers that the virtual operation could decrease the connection cost, enlarge the sale space, found the real price of fruit, raising the accuracy of structure adjustment; the farmers could also use it to increase their own benefit.

Chapter 8. The combinative methods of promoting the integration

This chapter has three parts: Firstly, this thesis put forward that we should establish the land market, transfers the rural labors, complete the capital market in rural, built the credit system. Secondly, according to the development of organization, complete the lawmaking system according to the principle of WTO. Thirdly, government should change their function, rely on the industry policy to adjust and control the development of fruit industry.

Key words: The producing and sale of fruit; Integratism; Layered economic function; The model of virtual operation

目 录

摘 要

第一章 导 论	1
1.1 问题的提出	1
1.1.1 果品产销矛盾	2
1.1.2 加工运销企业规模小、实力弱.....	4
1.1.3 果品物流效率低	5
1.1.4 国际市场环境的不确定性引发的巨大风险	6
1.2 研究的目的与意义	7
1.2.1 研究目的	7
1.2.2 研究意义	9
1.3 国内外研究动态综述.....	10
1.3.1 国外研究动态综述.....	10
1.3.2 国内研究动态综述.....	26
1.4 研究的思路和方法.....	32
1.4.1 研究的思路.....	32
1.4.2 研究的方法.....	33
1.5 本书的创新之处.....	35
第二章 果品产销组织化理论诠释	36
2.1 果品产销组织概念界定.....	36
2.2 果品产销的特性.....	39
2.2.1 生产区域性.....	40

2.2.2	投资专用性	41
2.2.3	供需矛盾性	43
2.2.4	产销安全性	44
2.2.5	流通保鲜性	45
2.3	果品产销组织化的基本特征	46
2.3.1	“两个”过程的结合运作	46
2.3.2	以市场为导向的流程再造过程	49
2.3.3	果品生产标准的实施过程	50
2.4	果品产销组织化与果品产业化经营概念的差异	58
2.4.1	目的性差异	58
2.4.2	产销链各参与主体协作关系差异	59
2.4.3	利益分配机制差异	59
2.4.4	运作方式差异	59
2.5	果品产销组织化的层次性经济功能	60
2.5.1	果品产销组织诸环节的经济功能	60
2.5.2	果品产销组织化的经济功能	64
第三章	果品产销组织变革分析	68
3.1	果品产销组织的演变历程回顾	68
3.1.1	多渠道自由经营阶段(1949—1956)	69
3.1.2	以供销社为主体的计划管理阶段(1956—1984)	70
3.1.3	多元化发展阶段(1984—)	72
3.2	果品产销组织现状分析	74
3.2.1	我国果品国际市场竞争力分析	74
3.2.2	现阶段果品产销组织的类型及评述	80
3.2.3	各类果品产销组织市场份额及组织内收益分配情况	

分析(以陕西省为例)·····	94
3.3 果品产销组织发展中存在的主要问题·····	98
3.3.1 困境中的产前原材料供销组织·····	98
3.3.2 实力弱小的产中环节·····	103
3.3.3 竞争无序的产后流通环节·····	108
第四章 果品产销组织化障碍及突破的着力点 ·····	110
4.1 果品产销组织化的障碍因素分析·····	110
4.1.1 要素市场发育滞后·····	110
4.1.2 果农合作意识淡薄·····	116
4.1.3 龙头企业发展缓慢·····	118
4.1.4 投资专用性影响·····	121
4.1.5 特定市场结构影响·····	124
4.1.6 经济转型引发的制度真空·····	127
4.1.7 存量产销组织资源尚未盘活·····	129
4.2 果品产销组织化的总体设计·····	133
4.2.1 以纵向组织化促进产销组织化·····	133
4.2.2 引入增量、盘活存量·····	135
4.2.3 构建间接调控体系推动果业发展·····	137
第五章 果品产销组织运作的有效方式评析 ·····	140
5.1 美、日、台果品产销组织运作的基本方式和主要特点 ·····	140
5.1.1 基本方式·····	140
5.1.2 主要特点·····	145
5.2 美、日、台果品产销组织的发展趋势·····	151
5.2.1 果品产销组织形态发展趋势·····	151
5.2.2 果品流通业态发展趋势·····	154

5.3 启迪和借鉴	156
5.3.1 建立健全我国果品标准化体系	157
5.3.2 发展果农合作经济组织势在必行	159
5.3.3 借助制度创新提高产销组织的国际竞争力	161
第六章 果品产销组织的纵向优化	163
6.1 原材料供销组织再造	163
6.1.1 再造的目标	163
6.1.2 构建原材料生产企业战略联盟	164
6.1.3 推行原材料流通企业的连锁经营	177
6.2 果品生产组织的培育及完善	189
6.2.1 多元农技推广体系的培育	189
6.2.2 果农合作经济组织优化方式选择	191
6.3 果品产后流通组织的创新	194
6.3.1 创新原则	194
6.3.2 创新途径	195
第七章 果品产销组织的横向整合及虚拟运作	209
7.1 果品产销组织横向整合目标模式	209
7.1.1 目标模式	209
7.1.2 目标模式的实现	212
7.2 果品产销组织横向整合的特征	216
7.2.1 敏捷性	216
7.2.2 协调性	216
7.2.3 集成性	217
7.2.4 优势互补性	217
7.3 果品产销组织的物流管理模式	218
7.3.1 果品物流的特点	218

目 录

7.3.2 果品物流的现有模式	221
7.3.3 果品物流模式的创新	223
7.4 果品产销组织的虚拟运作	229
7.4.1 现代信息技术对果品产销组织的影响	229
7.4.2 果品产销组织虚拟运作模式	231
7.4.3 果品产销组织虚拟运作的经济功能	236
第八章 促进果品产销组织化的组合策略	239
8.1 完善市场体系	239
8.1.1 要素市场体系	239
8.1.2 信用体系	243
8.2 健全法律、法规体系	244
8.2.1 完善有关产销组织化的立法体系	244
8.2.2 按 WTO 规则改造现有法律体系	246
8.2.3 确保法律公平、公正的实施	247
8.3 转换政府职能 加强宏观调控	248
8.3.1 转换政府职能	248
8.3.2 加强宏观调控	249
参考文献	256
致 谢	268

第一章 导 论

1.1 问题的提出

改革开放以来,特别是1984年国家彻底放开水果市场,价格随行就市,实行多渠道流通政策之后,我国果业得到空前发展。水果种植面积经历了一个高速扩张阶段,直到20世纪90年代中期才基本稳定下来。据统计,2003年全国果园面积已达943.67万公顷,总产量为7551.6万吨。自1993年起,我国果品产量开始稳居世界第一,成为世界第一果品生产国。由于单位生产成本低,果品也成为入世后我国在国际市场上最具价格竞争优势的农产品之一,在农产品国际贸易中占有重要地位。在国内,果品总产值仅次于粮食和蔬菜,居第三位,已成为农民增收的重要来源。随着果品产量逐年增加,供求关系发生了重大变化,市场对果品的导向力和约束力明显增强。在国内贸易中,果品的结构性和季节性过剩、积压、卖难、价格低迷等问题相继出现。在国际贸易中,我国水果出口量却很少,出口比例远低于发达国家。2002年,我国出口水果199.4万吨,只占同年全国水果总产量6809万吨的2.93%。相对于果品总产量而言,我国果品出口与我国果品生产大国的地位极不相称。果品在产销上的矛盾,是由果业发展中的一些深层次矛盾引发的。