

周 霞 · 著

中国农村经纪产业 发展问题研究

R

RESEARCH ON DEVELOPMENT OF RURAL
BROKERAGE IN CHINA

中国农村经纪产业发展问题研究

Research on Development of Rural
Brokerage in China

周 霞 著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国农村经纪产业发展问题研究/周霞著. —北京
: 中国农业出版社, 2013. 2

ISBN 978 - 7 - 109 - 17648 - 5

I. ①中… II. ①周… III. ①农村经济—经纪—产业
发展—研究—中国 IV. ①F321

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 029253 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 赵 刚

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2013 年 3 月第 1 版 2013 年 3 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 9.75

字数: 202 千字

定价: 32.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

中 文 摘 要

随着我国农村市场化进程的加快,市场机制在配置农村生产要素、提高农村商品流通效率方面的作用日益重要。但是,受制于我国农村经济活动小规模、分散性的影响,相对于市场经济活动大规模、生产集中的发达国家,我国农村生产要素和农产品交易成本较高,“民工荒”和“民工缺”、“买难”和“卖难”问题交替出现,严重降低了农村生产要素的配置效率和农产品流通效率,农村市场风险不断扩大。借助何种路径降低农村市场交易费用一直是我国理论界关注的议题,前期研究表明,培育和发展农村经纪产业是一种可行的制度选择。从事居间、行纪或者代理获得一定佣金的农村经纪产业,通过整合不同农业生产活动的交易环节,降低市场信息的不确定性,对促成农村商品交易,优化农业经济活动,推进农村经济发展有重要作用。农村经纪产业研究,成为农业经济研究领域的新问题。

在归纳汇总文献资料的基础上,本研究运用信息经济学理论,从交易资产的专用性、交易信息的不确定性和交易频率三个维度,厘清了农村经纪产业产生与发展的理论根源。并从历史视角归纳和梳理了我国农村经纪

产业的演进轨迹和阶段性特征，从现实视角剖析了我国农村经纪产业发展的态势和组织结构特征，结合经纪交易行为的理论阐述和案例描述，指出农村市场经济，降低市场信息的不确定性、整合交易环节、降低农村商品交易频率，以及必需的专用性经纪资产投资，是农村经纪产业产生发展的条件，结合中国农村经纪产业现实的经纪服务市场需求和供给，明确了中国农村经纪产业的发展对策。全文分为六个部分，共7章，具体内容如下：

第一部分 主要研究框架和基本概念范畴（包括第1章和第2章）。主要概述了农村经纪产业研究的国内外现状以及本书研究对象、研究方法和研究内容；并从农村经纪产业的概念内涵、主体分类及各自行为特征等方面，概述农村经纪产业的基本情况和所需要的基础理论，解决本研究所需要的基本工具问题。

第二部分 农村经纪产业产生与发展的理论基础（第3章）。根据农村经纪产业内涵和交易特征，分别从资产专用性、信息不确定、交易频率三个独特的交易行为属性的角度，阐释农村经纪产业产生与发展的理论根源。首先针对农村经纪交易种类繁多，交易范围大，发展缓慢，从交易特性第一个影响因素——交易费用专用性资产的角度，研究得出：专用性经纪资产投资越大，农村经纪产业发展越好。随后，从交易特性第二个影响因素——信息不确定性入手，分析得出：农村经纪产业作为职业性和组织公正性很强的第三方专门组织，是农

村商品间接交易的市场需求，四大类经纪人的产生发展是最好的验证。第三，从交易特性第三个影响因素——交易频率入手，分析不同农业生产类型，在整个生产流通中的每一个交易环节的交易成本，发现农村经纪产业的中介服务能够整合交易环节、降低农村商品的交易频率，引致规模效益和范围经济，由此作为一种诱致性制度安排得以产生和发展。本部分是全书的核心和重点所在。

第三部分 我国农村经纪产业产生与发展脉络的归纳与梳理：历史视角（第4章）。通过研究中国历史上的农村社会分工、农产品商品化及农村经纪产业发展的具体情况，分析了中国农村经纪产业的历史演变轨迹，得出：农产品商品化率的提高、农村市场经济的发展和专业化分工的越来越细，是农村经纪产业形成和快速发展的前提。

第四部分 我国农村经纪产业发展态势、组织结构特征的揭示与描述：现实视角（第5章）。主要分析了农村经纪产业主体以及产业环境内不同主体的竞争行为特征和市场需求，研究表明：我国农村经纪市场发展潜力和市场空间广大，总体处于发展阶段。

第五部分 农村经纪产业主体行为特征的揭示与描述：产业视角（第6章）。从产业角度，揭示我国农村经纪产业是在经纪需求双方的支持下、由下到上产生和发展的，在现阶段的市场行为，在价格、广告、产品介绍、

售后服务更多表现出市场定价、并购和促销行为上。因为经纪人间的冲突与对抗常见，而协调的市场行为很少见，未能出现大规模的专业市场行为特征，发展中的中国农村经纪产业处于由进入阶段向成熟阶段过渡的关键时期。

第六部分 研究结论、建议及展望（第7章）。根据前面的研究结论，指明了我国农村经纪产业的发展对策。农村经纪产业能否顺利进入成熟阶段，实现产业发展质的飞跃，除了政府扶持，还需要从行业规范和政府管制的角度，对产业内部加强自身管理和约束。

关键词：农村经纪产业；资产专用性；信息不确定；交易频率

目 录

中文摘要

Abstract

1 导论	1
1.1 研究背景及意义	1
1.2 基本概念界定	2
1.2.1 经纪人	2
1.2.2 农村经纪人	4
1.2.3 农村经纪产业的界定	6
1.2.4 农村经纪组织、农村中介组织和 农村合作组织的区别	8
1.2.5 农村经纪产业主体	9
1.3 国内外文献综述	10
1.3.1 国外文献综述	10
1.3.2 国内文献综述	10
1.4 研究内容与研究目标	17
1.5 研究方法与技术路线	19
1.5.1 研究方法	19
1.5.2 技术路线	20
1.6 创新之处	21

1.7 需要进一步研究的问题	22
2 农村经纪产业概述	23
2.1 农村经纪业产业的概述	23
2.1.1 概念内涵	23
2.1.2 农村经纪人类型	24
2.1.3 农村经纪活动内容	25
2.1.4 农村经纪业务的主要领域	28
2.1.5 农村经纪活动的主要特征	29
2.2 农村经纪产业主体的概念和类型	32
2.2.1 农村经纪产业主体及特征	32
2.2.2 农村经纪产业主体的分类	34
2.3 农村经纪产业主体的行为特征	39
2.4 农村经纪产业对交易效率的作用机理	40
2.4.1 经纪人的作用	40
2.4.2 农村经纪人对市场交易效率的影响机理	41
2.5 农村经纪产业发展的影响因素	44
2.5.1 农村经纪交易主客体的特性对交易费用的影响	44
2.5.2 农村经纪产业的影响因素	46
2.5.3 资产专用性	47
2.5.4 信息不确定性	50
2.5.5 交易频率	55
2.6 小结	60
3 农村经纪产业产生与发展的理论基础	62
3.1 交易资产的专用性与农村经纪产业发展	62

3.1.1	影响农村经纪交易的资产专用性因素	62
3.1.2	农村经纪产业的资产专用性分析	63
3.1.3	资产专用性对农村经纪产业发展的 影响机理分析	72
3.1.4	资产专用性影响农村经纪产业发展的 实践证明	78
3.1.5	资产专用性与农村经纪产业主体的 产生及效率分析	88
3.2	交易信息的不确定性与农村经纪产业发展	99
3.2.1	农村交易市场的信息特点	99
3.2.2	信息不对称成为制约农村市场 交易发展的关键因素	102
3.2.3	信息不确定性与农村经纪人的市场需求	108
3.2.4	信息不确定性与各类经纪人的产生	117
3.2.5	信息不确定性对农村经纪产业的影响	126
3.3	交易频率与农村经纪产业发展	129
3.3.1	农产品市场交易频率分析	129
3.3.2	交易频率、交易成本与农业收益	132
3.3.3	降低交易频率的制度选择：中介经纪组织	137
3.3.4	影响农村商品交易频率的因素	143
4	社会分工、农产品商品化与中国农村 经纪产业的演进轨迹	154
4.1	农村社会分工与农村经纪产业的产生与发展	154
4.1.1	农村社会分工的演变	154
4.1.2	中国农村社会分工的演变轨迹	157

4.1.3	中国劳动生产率的演变	159
4.1.4	中国农村商品市场化的影响	162
4.2	中国农产品商品化的历史阶段及特点	163
4.2.1	第Ⅰ阶段：自给为主，剩余交换阶段	163
4.2.2	第Ⅱ阶段：农产品市场交换的成长阶段	164
4.2.3	第Ⅲ阶段：农产品市场交换的成长阶段 向发达阶段的过渡	164
4.2.4	第Ⅳ阶段：市场交换发达阶段	165
4.3	中国农村经纪产业的历史阶段	165
4.3.1	16世纪以前：单一职能经纪人为主， 宋朝出现虚旺	166
4.3.2	中国经纪人封建时期的巅峰（16—19世纪）	169
4.3.3	近代：中国经纪产业初期的停滞	174
4.3.4	1952—1979年：中国农村经纪产业官方化	177
4.3.5	1979—1992年：中国农村经纪产业的 重新起步	178
4.3.6	1992年至今：中国农村经纪产业的成长	179
4.3.7	现阶段中国农村经纪产业存在的必然性	183
4.3.8	中国农村经纪产业各阶段特点	184
4.4	农村经纪产业的产生条件	187
4.4.1	经纪人的产生是商品交换扩大后的结果	187
4.4.2	历史经验：农村经纪人产生的实际证明	190
4.4.3	经纪业成为商品经济进一步发展的内在需求	192
4.4.4	农村市场经济下农村经纪产业的产生过程	193
4.4.5	农村经纪产业出现的前提条件	195
4.5	小结	196

5 中国农村经纪产业发展状况及组织结构分析	197
5.1 农村经纪产业发展阶段研判	197
5.1.1 农村经纪产业的形成	197
5.1.2 农村经纪产业的形成标志	198
5.2 农村经纪产业的产业特性	202
5.2.1 农村经纪产业属于新兴产业	202
5.2.2 农村经纪产业处于产业成长阶段	203
5.2.3 农村经纪产业发展的自组织性和 政府引导性相结合	204
5.3 农村经纪产业发展的动力机制	206
5.4 农村经纪产业的市场结构及市场特征	207
5.4.1 基于 S-C-P 范式的农村经纪市场结构分析	208
5.4.2 中国农村经纪产业的市场特征	209
5.5 中国农村经纪产业的五力模型	214
5.5.1 农村经纪产业的五力模型分析	214
5.5.2 上游需求者——农户的讨价还价能力	216
5.5.3 下游需求者——农业企业的讨价还价能力	217
5.5.4 潜在进入者的威胁	218
5.5.5 替代品威胁	221
5.6 行业内现有竞争者的竞争	226
5.6.1 农村经纪人	227
5.6.2 农村经纪人组织	228
5.6.3 农村专业协会	230
5.7 中国农村经纪产业发展缓慢的原因	232
5.8 小结	236

6 中国农村经纪产业的市场行为分析	237
6.1 农村经纪产业的市场定价行为	237
6.2 农村经纪产业的市场并购行为	238
6.2.1 跨地区经营行为	239
6.2.2 一体化行为	239
6.3 农村经纪产业的市场促销行为	245
6.3.1 农村经纪服务广告的基本属性：后验品	245
6.3.2 农村经纪服务促销广告行为	246
6.4 农村经纪产业的市场研究开发行为	247
6.4.1 市场细分	248
6.4.2 满足上游经纪需求者（农户）需求 定位目标市场	249
6.4.3 满足下游消费者的经纪需求定位目标市场	250
6.4.4 服务递送系统的创新	250
6.5 农村经纪产业的市场协调行为	256
6.6 小结	257
7 中国农村经纪产业的发展对策	258
7.1 农村经纪人行业协会	258
7.1.1 行业协会的性质和特点	258
7.1.2 农村经纪人行业协会存在的理论依据	259
7.2 农村经纪产业的政府扶持建议	262
7.2.1 基于资产专用性的农村经纪产业发展对策	262
7.2.2 基于信息不对称的农村经纪产业发展对策	266
7.2.3 基于交易频率的农村经纪产业发展对策	270

目 录

7.3 政府规制：政策推动和政府管制并行	271
7.3.1 政府扶持，保证农村经纪产业的供给支持	271
7.3.2 政府管制，保证农村经纪服务的市场需求	273
7.4 农村经纪产业的政府管制和行业管理对策	274
7.4.1 农村经纪产业形成期：以政府管制为主， 行业管理为辅	274
7.4.2 农村经纪产业的政府和行业管制原则	275
7.4.3 农村经纪产业的政府和协会管制的建议	276
7.5 小结	279
参考文献	281

1 导论

1.1 研究背景及意义

农村经纪产业一直扮演着推动农村市场经济发展的主要角色，它能否有一个良性的发展空间，将关系到农村市场经济的繁荣程度，对推动中国市场经济发展有重要意义。

由于农村经纪产业通过搜集农民所需的市场、技术、科研信息，为农民提供专业化社会化的服务，降低了交易双方的交易成本，同时，农村经纪人让市场信息充分交流，逼迫虚假信息浮出水面，规范了市场运作过程，间接降低整体市场的交易费用，节约了社会的总成本，提高了农民收入，强化了农民的合同意识、投资意识，为推进农村市场经济发展，打下了坚实基础，大力培育和发展农村经纪人就成为解决三农问题的一条重要途径（国家工商行政管理总局，2005）。

正是基于这点，农村经纪产业成为农业经济研究领域的新问题，但因为缺乏科学的分析框架，现有研究并没有以总和的角度介绍农村经纪产业。在研究方法上，传统的计划经济体制下，农村经纪产业主要由中央政府直接管理和控制，对产业的市场结构、市场行为和市场绩效的研究没有实质意义；改革开放以后，随着市场化的推进，人们开始涉猎这一领域。但是，通观这一领域的研究成果发现，中国对产业组织的研究有所涉

及，但是主要以制造业为对象，如马建堂、毛林根、江小涓、杨蕙馨等学者都是以汽车、纺织、机械制造、家电等制造业为研究的样本，其研究成果对农村经纪产业组织的研究并不具有直接的指导意义。

在研究内容上，国内文献关于农村经纪产业的系统性研究鲜有见到。在研究对象上，现有研究多着眼于农村经纪人、以代理业务为主的专业合作组织、协会等角度，介绍它们各自的概念界定、现状、作用、存在的问题以及相关的组织制度和市场建设，但在研究深度上，多数文章更多的是针对现象，并未从更深的层面探讨经纪业对农村产业乃至整个社会产业结构、社会政治结构的影响。

为此，本书试图根据农村经纪产业内涵，从农村经纪交易行为入手，运用新制度经济学中的交易费用理论，以资产专用性、信息不确定、交易频率的角度，在理论上系统研究中国农村经纪产业的动力机制和发展机理，结合中国经纪产业的历史实际，分析中国现在农村经纪产业的市场结构和市场行为，确定中国农村经纪产业的发展阶段，找出促进农村经纪产业主体行为的诱导机制、发展的关键因素，得出农村经纪产业培育和优化的模式。作为“三农”问题研究的新视角，提供全新的分析框架，对农村市场经济及农村经纪组织发展提出有益建议。

1.2 基本概念界定

1.2.1 经纪人

“经纪”意为经理事务，是一种连接买卖双方的“桥”的关系。经纪活动收费低，活动灵活，周期短，省时省力，是一

种用最经济、最节省的办法来促进商品成交的活动。所以，“经纪”又意为“节约”。宋元时期，经纪多指经营生意；明代，“小经纪”指经济实力有限的“牙人”，以“经纪”称呼牙人已经成为商人的习俗；清代，官方常将牙人称作“经纪”、“经纪人”。

关于经纪人的定义并无统一说法。美国市场学家菲利浦·卡特奥拉认为：“经纪人是提供廉价代理人服务的各式中间人的总称，他们与客商间无连续性关系可言”。美国经济学家格林·沃德在其主编的《现代经济词典》将经纪人界定为：“将其他人拉在一起协商立约的人。经纪人从这项服务中得到佣金。在处理财务和不动产时，经纪人从实物或财务上把一项资产的买主和卖主拉拢到一起”。《美国统一商法典》中认为：“经纪人是指以全部或部分时间从事证券买卖的人，他在有关贸易中，代表客户进行买卖，或从客户处买进或向客户售出证券”。《辞海》认为：经纪人是买卖双方介绍交易以获取佣金的中间商人。《中国经纪大辞典》中解释为：“经纪人，中间商人，旧时称掮客，处于独立地位，作为买卖双方的媒介，促成交易以赚取佣金的中间商人”。张跃庆、张公宏主编的《经济大辞海》认为经纪人是“为买卖双方充当中介而获取佣金的中间商人”。经纪人有一般经纪人与交易所经纪人之分，后者是交易所的中间商人，多受公司雇佣和委托，按雇主要求推销商品或招揽顾客，其报酬除佣金外，还有一定数量的津贴。

1995年国家工商行政管理局颁布的《经纪人管理办法》中指出：“经纪人是指在经济活动中，以收取佣金为目的，为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的公民、法人和其他经济组织。一般地讲：经纪人是指为促成他人商品