



纪念改革开放40周年
华南商业智库文库

广州现代商贸流通研究丛书

总主编：王先庆 欧开培

水果流通论

——基于广州连锁超市经营视角

王云 王先庆◎著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



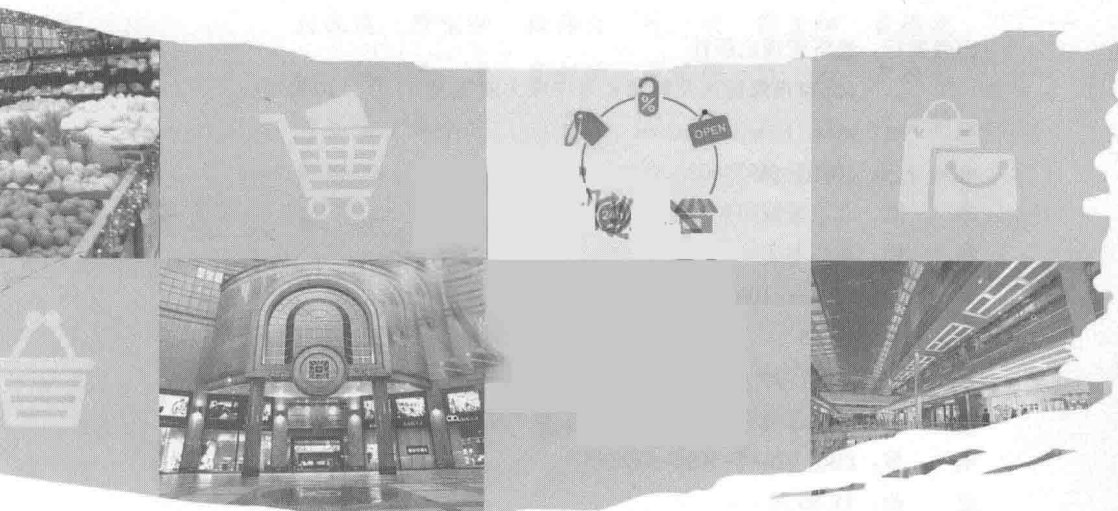
纪念改革开放40周年
华南商业智库文库

广州现代商贸流通研究丛书
总主编：王先庆 欧开培

水果流通论

——基于广州连锁超市经营视角

王云 王先庆◎著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

水果流通论——基于广州连锁超市经营视角/王云, 王先庆著. —北京: 经济管理出版社, 2018. 5

ISBN 978-7-5096-5792-8

I. ①水… II. ①王…②王… III. ①水果—供应链—研究—广州
IV. ①F724. 72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 096840 号

组稿编辑: 杨 雪

责任编辑: 许 艳

责任印制: 司东翔

责任校对: 董杉珊

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: [www. E-mp. com. cn](http://www.E-mp.com.cn)

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京玺诚印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 13. 75

字 数: 218 千字

版 次: 2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-5792-8

定 价: 55. 00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

总 序 言

探寻广州商贸流通持续繁荣的根与魂

王先庆

我从事现代商贸流通研究近 20 年，而让我能对商贸流通研究一直抱着浓郁的兴趣并长期坚持的动力之一，就是希望通过自己的调研考察和深入研究，能够破解广州商贸流通长期繁荣不衰之谜，探索它的根与魂，以我自己的方式全方位解析广州商贸流通的前世今生和起起落落。到现在为止，我自认为，我和团队已经基本掌握了广州商贸流通的脉搏和钥匙，有了许许多多的感悟和启迪，因此觉得有必要全面总结和梳理广州商贸流通的过去、现状和未来，并将这些研究成果汇集出版，分享给广大研究广州商贸流通的理论研究者、决策研究者、企业投资者以及其他关注者。

一、千年商都的启示：商贸是广州城市的灵魂

广州素有“千年商都”之称。它不仅凭借其地处粤港澳中心的区位而有着得天独厚的发展商贸流通业的先天优势，而且依托大珠三角强大的商物流基础 and 全国最大的外来人口流向地而成为“华南商都”，更坐拥中国第一展“广交会”而成为连接中国与世界贸易往来的最大枢纽，而且作为“粤商”和“广货”的大本营，在新一轮解放思想和大力发展现代流通服务业

的浪潮中，厚积薄发的“华南商都”正快速提升成长为“中国商都”，并向辐射整个东亚地区的“国际商都”迈进。

春天的广州，是名副其实的花城，到处散发着木棉花开的清香。而且作为建立在贸易基础上的千年商都，由于“崇商重商”的历史沉淀，广州更是到处弥漫着浓浓的商业气息。“商”是这座城市的灵魂。广州城市发展的历史，可以说是商贸流通发展的历史，源远流长。

自秦汉开始，在中国两千多年的开放贸易中，广州作为古代“海上丝绸之路”的发祥地，是世界海上交通史上唯一的两千多年长盛不衰的贸易大港。历经隋、唐、宋数代，宋元时期广州“城外蕃汉数万家”，“广州富庶天下闻”，广州“海上丝绸之路”已发展到空前繁荣的阶段，并成为世界上最大的商贸城市之一。从此，广州成为当时闻名全世界的中国对外贸易第一大港、世界东方大港。

明代，广州首创外贸交易会，每年夏冬两季定期举办外贸集市。明朝后期，朝廷实施海禁政策，废除宁波、泉州两市舶使，对外只保留广州一口通商，广州独揽了全国的对外贸易大权。清代，广州设立“十三行”，专门从事对外贸易。1757年（乾隆二十二年），清政府关闭漳州、宁波、云台山三处通商口岸，只留广州一口，对外贸易长达83年。广州再次成为全国唯一的对外贸易口岸，直到鸦片战争之时，广州的外贸空前繁荣，广州成为对内对外贸易的极盛之地。中国各地物产都运来此地，各省的商贾货栈在此经营着赚钱的买卖。广州商业和外贸的发展长期在全国处于领先地位。

中华人民共和国成立后，1957年国家在广州设立“广交会”，即“广州中国出口商品交易会”。广州一直是国内外商最多的城市。截至第121届，广交会累计出口成交额12635亿美元，累计到会境外采购商约803万人次。目前，每届广交会展览规模达118万平方米，境内外参展企业近2.5万家，210多个国家和地区的约20万名境外采购商与会。广交会历经61年发展，加强了中国与世界的贸易往来，是中国企业开拓国际市场的优质平台，是我国外贸发展战略的引导示范基地。广交会已成为中国外贸第一促进平台，是中国外贸的“晴雨表”和“风向标”，是中国对外开放的窗口、缩影和标志。

广交会强大的客流、商流和信息流，沐浴和滋润着广州这座商业城市，

使它的商脉人气延绵兴旺。2007年,第101届春交会更名为“中国进出口商品交易会”。从此,广州不仅成为中国进口和出口贸易的中心,而且也成为内贸和外贸一体化融合的中心。借助广交会这个平台,广州将全国的商流、物流凝聚在一起,梳理整合,将自己打造成“中国商都”。

1979年后,广州作为改革开放的前沿,国外各种各样的商品正是从这里流向全国,使它继续充当全国最发达繁荣的商业城市,引领着全国的商业大潮。

广州商人作为“粤商”的代表,敢于务实求新,敢喝“头啖汤”,敢为天下先。广州是中国现代流通业一系列新兴业态的发源地。南大便利店、广客隆以及国内最早的现代购物中心“广州天河城”、最早的大型室内电脑批发市场“广州电脑城”、最早的大型室内服装专业批发市场“白马服装批发市场”、最早的大型电器专业批发市场“海印电器城”。一直到20世纪90年代中期,全国最大的商贸流通企业近半数位居广州。南方大厦、广州百货、新大新、东山百货、天河城、西湖夜市、白马市场、海印电器城、北京路等著名商业景点,群星闪烁,照耀全国。“发财到广州”“广货遍天下”,成为一度流行的时髦和风景。可以说,“商贸”是广州这个千年古城的灵魂。

二、战略思考:广州现代商贸流通业发展中的深层问题

尽管我们几十年来一直在研究广州的商贸流通问题,但总觉得一直没有研究透彻。许多旧的问题还没有研究明白,新的问题又产生了。广州商贸流通的个性如何?特点有哪些?优势究竟如何判定?广州商贸流通业中长期发展到底存在哪些问题?相比国内外其他商贸中心城市,广州的差距到底在哪里?广州自2010年以来一直在推进广州国际商贸中心建设,现在进行到哪一步了?状态如何?离实现目标还有多远?广州于2015年建设自由贸易实验区,目前成效如何?广州本土商贸企业为何很难“走出去”?为何很难做大做强?广州商贸发展的市场导向明显,但如何做到既要体现市场活力,又要实现规则有序?在新的历史条件中,广州如何及时调整发展战略?如何转变商贸发展方式?如何重构商贸流通体系?在“一带一路”、粤港澳大湾区背景下,广州商贸流通业如何实现更高水平的发展?这一系列问题,目前仍

然需要进一步深入研究。

从近些年我们的调研和考察来看，除了上述一些普遍被关注和重视的问题，我们认为以下一些涉及战略层面的问题，更需要我们加强研究。

第一，广州商贸流通业在整个城市经济体系和产业体系中的战略地位到底如何？战略定位上面临哪些问题？自改革开放以来，广州城市的发展，无论是从业人员，还是经济贡献，商贸流通业无疑是最大的。尤其是广州近1000个专业市场，近200万从业人员，更是让广州这个城市充满着浓浓的商业气息，焕发出蓬勃的活力。但商贸流通业却一直没有作为支柱产业或优势产业被长期选择和发展，商贸流通业作为事实上的支柱产业地位并没有完全从战略上被充分重视和肯定，并没有从城市发展的长期规划去进行战略布局，进而在产业政策、投资政策和资源配置上并没有充分体现出战略意义。即便是2010年前后“广州国际商贸中心”已经成为国家战略，甚至一系列的相关决议、规划和政策也相继出台，但实际上，“商贸”仍然没有真正地融入广州城市发展和经济发展的战略中心去，缺少真正可持续的战略计划和行动方案。相比国内杭州等其他城市而言，广州的商贸特色正在淡化，战略地位正在弱化，未来将向何处去？

第二，广州号称“千年商都”，目前到底还存在哪些优势？在现代市场经济条件下，一个城市的产业优势和经济影响力，不只是体现在规模总量等方面，更体现在城市竞争力、市场影响力以及在国内行业品牌的地位和在资本市场上的市场价值。显然，广州在行业品牌资本市场这两方面的影响力不仅越来越与国际商贸中心的地位不相匹配，甚至可以说在国内外资本市场几乎无声无息，体现不出其存在感。从批发、零售、物流到餐饮、会展、商业地产，广州这些曾经在国内处于领先地位的商贸行业，长期游离于资本市场之外，无法在更广泛的层面获得资源配置，在资本市场上长期缺少作为。在一轮又一轮的商业资本扩张大潮中，广州却集体“失语”。广州商贸流通业的成长性整体滞后，与之相随的就是中国资本市场上的失落。广州的大型商贸企业是清一色的国有企业，除了海印股份等少数企业外，民营商贸企业单体规模并不大。这种现状和问题，到底是什么原因造成的？如何改进和促进？

第三，广州如何充分发挥在珠三角乃至华南地区的商贸枢纽作用？过去相当长的时期内，广州并没有明确主动地担负起珠三角的物流和流通服务中

心的重任。广州背靠珠三角制造业中心这一得天独厚的巨大商业资源，但却一直未能明确地从战略分工和定位的角度重视这种资源所能创造的巨大商业价值，没有充分发挥这一优势并发展与之相关的商业服务业。广州有庞大的商流、人流、物流、信息流等，却没有很好地引导利用，而是任其自然流动，以至于珠三角其他城市大多自成体系，各自发展，协同性不强，商贸资源的组织化程度不高。那么，在未来的发展中，广州如何重新看待这一问题？还能否充当起这一重任？进一步说，就商贸流通而言，广州与珠三角其他城市的关系，能否像上海与长三角的其他城市一样，搞好“大哥”与“小弟”的共享共赢和互利合作的关系，进而整体提升竞争力？

第四，广州商贸流通领域中的传统优势如何再续？广州商贸流通领域的最大优势在于专业批发市场，它是顺应珠三角工业化进程而逐步发育和成长起来的，更是与珠三角快速工业化过程中商贸流通体系的需要相适应的。广州之所以能长期维持商贸流通的繁荣地位和影响力，最主要的支撑行业就是专业批发市场。然而，在互联网背景下，尤其是珠三角工业化进程已经进入后期，原有的生存发展条件已经出现大的变化，那么，这种优势还能存续多久？又该向何处去？同时，相较于专业批发市场而言，广州商贸流通业真正能体现品牌影响力的就是广交会。然而，在当前形势下，广交会的商业品牌价值到底如何？它与广州商贸流通业到底有什么样的互动融合关系？广州的会展优势是否真正转化成了商贸优势？它现在到底面临哪些机遇和挑战？在新的历史条件下，它的前景如何？它如何实现创新发展？

总之，广州商贸流通发展问题更多的是战略层面的问题。比如，它与城市发展到底是什么关系？它与工业制造业到底如何融合发展？它在现代服务业体系中到底处于什么地位？为什么其他城市的本土商贸流通企业都能做大做强，而广州商贸流通企业却存在“走不出去，做不大做不强”？对于这些战略问题，如何在深入调研的基础上进行研究？

三、不忘初心：围绕广州商贸流通的理论和实践问题深化研究

作为一个新粤人，我爱广州这座城市，因为它有着迷人的魅力，有着让我们这些理论研究者深入研究和思考的原材料，蕴藏着诱使我们这些探索者

执着地为其献身的动力。1988年我参加中国商业经济学会在广州的学术会议，并随专家们一起参观考察了当时的南方大厦、西湖夜市、北京路、东山百货、海印电器城等一系列商业网点，被这里的繁荣、繁华所深深地激荡着，并一直关注着它的变迁和发展。1995年移居广州后，先后从资本、市场、产业等角度研究广东和广州的经济，但最终将研究视野锁定在商贸流通业这块研究领域的“富矿”带。

2001年我承担了广州市哲学社会规划课题“广州市增强吸引跨国公司能力问题研究”，2003年承担了广州市商业局委托课题“发展广州千年商都优势，做大做强广州商贸流通业”，随后陆续承担和参与了数十个相关课题。在调研中，我痛心地发现，原来繁荣一时的南方大厦和人民路商圈、东山百货大楼等相继衰落，原来在全国领先一时的诸多商业网点逐步变老，从而被其他城市的商业品牌所赶超。“千年商都”的优势被淡化、忽视甚至冷落了。同时在研究中我还发现，北京是中国的政治、文化之都，上海是中国的金融资本之都，广州作为中国的第三大城市，只有成为中国的“商业之都”才能体现其城市个性，而且实际上“千年商都”的历史以及广交会定址广州的事实表明，它完全可以成为“中国商都”。我深信，广州要建立新型的现代产业体系和增强产业的国内、国际竞争力，必须高举商贸流通业这面大旗，才能做得更好。

让我迷惑不解的是，在过去相当长一段时期内，广州为何放弃这一难得的特色和优势，为何不乘着工业化和城市化的东风，从投资和产业政策上大力扶持和推进商贸流通业的现代化，从而使城市早日向现代商业城市转型？这里，我们并不讨论发展汽车工业是不是必需的选择，但即使是大力发展这一处于相对弱势的新兴支柱产业，也并不意味着必须冷淡才能体现广州城市的灵魂、个性，并更能创造繁荣、繁华的商贸流通业。正是带着诸多的不解，我开始集中精力深化研究这一现象和问题背后的原因，并在多种场合呼吁重新重视商贸流通业对于广州的特殊战略意义，并将它重新定位于支柱产业和战略性产业。广州如何借势重塑商都形象，做强做大商贸流通业呢？

兴趣是最好的老师。在多种因素和机缘使然下，我开始专业从事商贸流通理论研究，并从广州商贸流通研究开始，开启了自己理论研究的新征程。在广东财经大学（原广东商学院）领导和广东省商业经济学会等机构的支持

下，2002 年广东商学院成立市场战略研究中心，2004 年正式更名为流通经济研究所。2005 年研究所开始申报广州市人文社会科学重点研究基地，2007 年 5 月，在广州市社会科学规划办公室的鼓励和关怀下，基地正式获批，命名为“广州市商贸流通现代化重点研究基地”，随后，基地先后进行了三轮建设，现在进入第四轮建设。2017 年 9 月，流通经济研究所发起成立的“华南商业智库”获评为广东省重点智库。2017 年 12 月，流通经济研究所正式更名为“商贸流通研究院”。

在我从事广州商贸流通研究的过程中，先后承担了近 30 多项相关课题，涉及商贸流通体系、城市商圈、专业市场、商业网点、现代物流、电子商务、会展、餐饮、再生资源、商业街等商贸流通的主要领域，以及市区政府相关部门和数十家企业的战略规划等，包括：

提升广州市流通领域竞争力研究；

广州打造国际一流商业大都市研究；

广州流通业生存发展环境与现代化程度调查研究；

广州商贸流通业与其他产业的比较研究；

广州商贸流通业统计监测体系的改进与创新问题研究；

广州市江南西商业步行街立项可行性研究；

广州开发区再生资源回收利用网点布局规划；

南沙区再生资源回收网点规划；

广州、深圳、佛山、东莞四市流通业比较研究；

广州天河路商圈研究；

广州北京路商圈研究；

广州荔湾区上下九商圈研究；

广州流花服装商圈研究；

广州市海珠区工商业、服务业和外资外贸“十二五”发展规划；

广州市专业批发市场转型升级的路径与策略研究；

天河区加快发展电子商务，促进传统商贸服务业转型升级；

荔湾区专业市场转型升级规划与实施方案；

广州市天河区濠泉路服装批发市场试点片区转型升级研究；

广州天河区石牌 IT 电脑批发市场转型升级实施方案；

加快广州大型商业综合体转型升级的研究；
广州市国内贸易流通体制改革与发展综合试点研究；
现代流通对传统制造业转型升级的带动作用及其机制研究（省自科基金课题）；
广州专业市场转型升级过程中商流与物流分离的主要模式及路径研究；
广州城市物流配送网络与物流园区布局；
广州社区商业体系与城市物流配送体系协调发展；
广州城市物流配送体系与城市治理；
广州传统商业老字号的保护与转型问题；
广州中心城区特色商业景点的打造与商贸旅游价值提升问题；
“互联网+流通”背景下广州市传统专业市场与电子商务的融合发展问题；

琶州地区电子商务总部建设与电子商务产业带打造问题；

广州自贸区与跨境电子商务渠道建设的发展问题。

上述只是一部分已经完成的研究项目，实际上我们承担和参与的课题还有很多。在这一过程中，广东财经大学领导和相关部门、广州市商务委员会、广州市社科联、广州商业总会、广州专业市场商会、广州连锁经营协会、广州天河路商会、广百集团、天河城集团、正佳广场等政府部门、行业协会和企业给予了大力支持，同时，包括本丛书编委会在内的诸多专家给予了广州的支持合作，从而取得了较多的成果。自2008年出版《广州流通发展报告2007-2008》以来，先后出版相关著作十余部，并积累了大量的研究素材和相关案例。这些成果和素材，也为今天的深化研究打下了坚实的基础。

四、理性升华：从实践中提升理论并进一步指导实践

在十多年前，我和我的研究团队就提出要扎实地深入研究，形成自己的研究风格和理论体系，打造中国经济学界的华南商贸流通学派，或许这就是我们的“中国梦”。这些年来，我们立足华南尤其是广州的商贸流通实践，不断地融入这些实践的內部决策并跟踪它的变迁，不仅完成了商贸流通各行业的研究报告，而且就一些有特色的商贸流通现象进行了深度理论研究，提出了一系列新观念。例如，从广州主要商圈的变迁和发育成长过程的研究

中，提出了“商圈动力学”；根据对广州城市变迁与商业布局变迁的观察研究，提出了“商贸中心移动”理论等。

早在2010年前后，我所在的研究机构就开始布局总结和提炼有关广州商贸流通研究的学术成果，并出版了《会展之都》一书。此后，基于多种原因，写作出版过程有了一些变化，但研究过程却一直没有中断。因此，在改革开放40周年之际，由广东财经大学商贸流通研究院、广东省重点智库华南商业智库、广东财经大学商贸物流与电子商务研究中心、广州现代物流与电子商务发展研究基地联合推出这套《广州商贸流通研究丛书》，既是对前期研究工作的延续，更是对这些研究课题的升华。

这套丛书计划用2~3年的时间，把我们研究团队近二十年来长期研究广州商贸流通的基础材料、研究案例和理论探讨汇总出版，并在此基础上就某些商贸现象和问题，做出进一步的理论创新和发展。第一期出版的主要有徐印州等著《社区电商论》、王云等著《生鲜水果流通论》、王先庆等著的《广州专业市场研究》、张广忠等著《广州商旅文融合发展研究》、欧开培等著的《广州城市商业网点规划及布局》等著作（上述书名以最终出版书名为准）。后期即将推出的著作包括《天河路商圈》《广州城中村商业》《广州千年商都》以及广州国际商贸中心打造等相关的系列研究。

上述研究除了得到主办单位和研究团队、编委会成员的全力配合外，还得到了广州市商务委员会、广州市社会科学界联合会、广东财经大学经济学院、广东财经大学国际商学院、广东省商业经济学会、广东省服装服饰行业协会、广东省商品交易市场协会、广州商业总会、广州连锁经营协会、广州专业市场商会、广州市代销总社、广州天河路商会、广百集团、天河城集团、海印集团、白马服装市场等政府部门、研究机构、协会、学会以及商贸企业的大力支持。

对于这些支持，我作为本丛书的主编和发起人，特致以衷心的感谢，同时，我也深深地知道，研究之路无止境，尽管我们一直在研究，也在进行归纳总结提升，但也始终在路上。研究成果虽然陆续发布出版了，但肯定与理想和期望存在着差距，各方面都存在着一定的不足。对此，我代表编委会诚恳地接受各界的批评指正，以期它不断进步完善。

王先庆

二〇一八年五月十日

前 ■ 言

我国是一个农业大国，农业是国民经济的基础产业，农产品的生产、流通和消费共同构成了农业再生产的有机链条。然而，由于我国“小生产”和“大市场”之间的矛盾，生产的区域性、季节性与需求的均衡性、常年性之间的矛盾，农产品流通不畅的问题日益受到关注。

毕业后，笔者在沃尔玛（中国）投资有限公司先后任职国内农产品采购、国际农产品采购。工作十年后，笔者于2008年进入了高校，讲授《采购与供应链实务》《国际贸易实务》课程，这让笔者开始从理论的角度思考以前的工作，将理论与实践加以结合。2012年，笔者申报广州市社会科学规划课题“广州水果流通优化研究——基于连锁超市经营的视角”，开始系统地研究农产品流通。2014年，王先庆教授作为课题结项会的首席特邀专家，对课题给予了高度评价，并提出了相应的修改建议。自此，笔者结识了王先庆教授，在王教授的帮助和指点下，笔者成为广东商业经济学会成员，有机会和王教授一起继续农产品流通的研究。

本书是以广州市社会科学规划课题“广州水果流通优化研究——基于连锁超市经营的视角”的研究作为基础，融入了之后申报的清远市哲学社会科学规划课题“清远农产品流通优化研究——以水果为例”、广东省哲学社会科学“十三五”规划课题“广东生鲜电商发展现状与优化路径研究”以及王先庆教授主持的课题“广东温氏生鲜食品流通体系构建项目”的相关研究

成果。

在这里特别感谢课题研究组的团队成员，李齐教授为广州市社会科学课题的申报和研究思路提出了许多宝贵建议；杨鹏强副教授为本书中的国际农产品采购成本核算给予了悉心指导；清远社科课题组董芳老师作为两个孩子的母亲，一起前往清远和连州调研，不辞辛苦；专业评审组王先庆教授作为本书的合著者，一直是自己科研道路上的良师益友。在这里一并表示衷心感谢！

由于笔者水平有限，书中难免出现错误、疏漏及不足之处，敬请广大读者与各位专家、老师批评指正。您的宝贵意见可发至邮箱 jackywang58@163.com，相信在您的帮助下本书会更加完善。谢谢！

王 云

广州现代商贸流通研究丛书

编委会名单

顾问	张家敏	徐印州	荀振英	于海峰		
总主编	王先庆	欧开培				
副总主编	彭雷清	林至颖	戴诗华			
编委会	陈海权	王朝辉	晏宗新	林勋亮	苏武俊	喻卫斌
	皮平凡	马持节	庄大昌	高艺林	潘建国	杨群祥
	刘岳屏	黄华军	程九洲	张广忠	文丹枫	李曼
	李华	李柏勋	韦琦	张杰	郭佳	戴晓霞
	陈宝洪	宋文静	王喜亚	韦慧娟	房永辉	张新华
	张丽娜	姚洪玲	王晓春	李泉泉	武亮	李昆鹏
	段东霞	陈富强	段伟为	叶双	张正阳	黄振波
	代婧	毛应	吴剑波	皮思佳	陈晶	卢战春
	叶文青	王云	吴泽丹	刘雄	刘珍	叶奕莉
	蔡海珊	宋浩	王苏媛	王博	杨雅玲	宋东辉
	舒心	瞿冬	雷韶辉			

主持单位 广东财经大学商贸流通研究院
广东省重点智库华南商业智库
广州现代物流与电子商务发展研究基地
广东财经大学商贸物流与电子商务研究中心

协办单位 广州商业总会
广东省商业经济学会
广东省服装服饰行业协会
广东财经大学经济学院
广东财经大学国际商学院

目 录

1 导言	1
1.1 研究背景	3
1.2 选题的意义	3
1.3 研究内容	4
1.4 研究对象和方法	4
2 基础理论与国内外研究现状	5
2.1 供应链与供应链管理	7
2.1.1 供应链	7
2.1.2 供应链管理	8
2.1.3 国内外农产品供应链的研究现状	9
2.2 价值链与农业价值链	12
2.2.1 价值链	12
2.2.2 农产品价值链	20
2.3 生鲜农产品连锁超市	27
2.3.1 国内生鲜农产品连锁超市研究现状	27
2.3.2 国外生鲜农产品连锁超市研究现状	28
2.4 供应链整合	31

2.4.1	供应链整合的理论基础	33
2.4.2	供应链整合的重点内容与主要障碍	41
3	水果供应链与国外水果供应链管理模式	47
3.1	水果供应链及其主要特点	49
3.2	以美国为代表的北美国家水果供应链管理模式	51
3.2.1	美国水果生产消费概况	51
3.2.2	美国水果供应链管理模式	52
3.3	欧盟主要国家水果供应链管理模式	54
3.3.1	欧盟水果供应链管理概况	54
3.3.2	欧盟主要成员国水果供应链管理模式	55
3.4	亚洲主要国家水果供应链管理模式	57
3.4.1	日本水果供应链管理模式	57
3.4.2	泰国水果供应链管理模式	59
4	超市外部水果供应链的研究	61
4.1	国内水果从产地到江南果菜批发市场流通成本情况	63
4.1.1	研究对象	63
4.1.2	研究方法	65
4.1.3	苹果从产地到批发市场的成本与费用情况	67
4.1.4	国内水果江南果菜批发市场产地及品种分布情况	71
4.2	国外水果从产地到江南果菜批发市场流通情况	73
4.2.1	以南非橙为例, 国外水果流通到江南果菜批发市场的流通成本 与费用研究	73
4.2.2	国外水果江南果菜批发市场水果产地及品种分布情况	74
5	农产品连锁超市历史变迁与国际比较	77
5.1	我国农产品超市零售制度的历史演进过程	79
5.2	农产品超市的出现和“农改超”	81
5.3	农产品超市零售的国际比较与借鉴	83
5.3.1	国外超市农产品经营发展状况	83