

管理学论丛

农产品流通体系 创新管理

INNOVATION MANAGEMENT IN
AGRICULTURAL PRODUCTS CIRCULATION SYSTEM

陈丽华 (韩) 金弘泰 侯顺利 等◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

管理学论丛

农产品流通体系 创新管理

INNOVATION MANAGEMENT IN
AGRICULTURAL PRODUCTS CIRCULATION SYSTEM

陈丽华 (韩) 金弘泰 侯顺利 等◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

农产品流通体系创新管理/陈丽华,〔韩〕金弘泰,侯顺利等著. —北京:北京大学出版社,2015.2

(管理学论丛)

ISBN 978-7-301-25286-4

I. ①现… II. ①陈… ②金… ③侯… III. ①农产品流通—流通体系—创新管理—研究—中国 IV. ①F724.72

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第001263号

- 书 名 农产品流通体系创新管理
著作责任者 陈丽华 〔韩〕金弘泰 侯顺利 等著
责任编辑 徐 冰
标准书号 ISBN 978-7-301-25286-4/F·4118
出版发行 北京大学出版社
地 址 北京市海淀区成府路205号 100871
网 址 <http://www.pup.cn>
电子信箱 em@pup.cn QQ:552063295
新浪微博 @北京大学出版社 @北京大学出版社经管图书
电 话 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926
印刷者 北京鑫海金澳胶印有限公司
经 销 者 新华书店
730毫米×1020毫米 16开本 23.5印张 397千字
2015年2月第1版 2015年2月第1次印刷
印 数 0001—2000册
定 价 62.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

作者团队

陈丽华	[韩]金弘泰
侯顺利	李克诚
巩天啸	王 玮
马 赛	金东焕

前 言

俗话说,民以食为天。能否保障食品安全,让人吃得健康、吃得放心,对老百姓来说是至关重要的事情。农产品流通是连接农产品生产和最终消费的媒介,包含了农产品收购、运输、储存、装卸、搬运、包装、配送、流通加工、分销、信息流动等活动。只有进入流通过程,农产品才能实现其价值。

我国地域辽阔、人口众多,并且生活在不同地区的人们对农产品的消费习惯千差万别,消费的多样性特点突出,农产品有巨大的生产量和需求量,这为我国农产品流通的发展奠定了坚实的市场基础。此外,近些年我国交通运输业发展迅猛,不仅建立起了四通八达的交通网络,而且运输车辆和设备以及场站建设也取得了很大进步,这为我国农产品流通的发展打下了硬件基础。尽管我国农产品流通业具有这些得天独厚的发展条件,但由于缺乏全面系统的理论作为指导,还存在许多亟待解决的问题,包括:农产品生产和流通分散,尚未实现规模经济效应;农产品流通环节多、成本高、效率低;农产品流通各环节信息化程度低,导致结构性、季节性、区域性过剩;农产品流通基础设施落后,流通专业化和标准化程度低;农产品交易方式和交易内容落后;农产品流通的安全问题日益突出;农产品流通的国际化水平低;等等。因此,对农产品流通体系进行设计和创新迫在眉睫。

通过对美国、法国、日本、韩国等国外先进农产品流通体系进行分析和解读,本书指出了我国现有农产品流通中存在的问题,提出了一套针对我国实际情况的完整而科学的现代农产品流通体系创新理论,并据此对我国农产品流通实践提出了相应的建议。建立现代农产品流通体系,不仅能够使得生产、加工、流通三环节的边界日趋模糊,带来农业产业结构升级,产业整体规模的扩大,以及运作效率的提高,降低农产品在流通过程中的损失,以及降低流通成本、提高经济效益;还能够实现区域化、专业化生产和产业化发展,调节农产品的地域差异及供需矛盾,从而提高农产品的市场竞争力。

本书既可以作为研究参考用书、高等院校和职业技术学校流通经济类专

业的基础课程培训教材,同时也可以作为农产品流通从业者的实践指导书籍。

本书作者陈丽华是北京大学流通经济与管理研究中心主任及北京大学光华管理学院管理科学与信息系统系主任、教授、博士生导师,在流通经济与管理领域、物流与供应链管理领域有多年的科研和教学经验,并主持参加过多项相关领域研究课题和企业调研。陈丽华教授在本书的撰写中,主要负责总体策划、创新模式设计和组织工作,参与全部章节中从基本概念梳理、定义到现代化农产品流通体系创新模式的设计与撰写。金弘泰是韩国农业合作社新流通体系构建项目常务顾问。金弘泰先生在本书的撰写中,参与总体策划和现代农产品流通体系的部分设计与撰写,提供和整理了韩国、美国相关案例资料。作者侯顺利,现任中华全国供销合作总社经济发展与改革司司长。在本书的撰写中,参与总体策划和现代化农产品流通体系创新模型的设计讨论,主要负责第五至十一章案例部分的研究及实践建议。北京大学流通经济与管理研究中心的副主任李克诚教授参与了本书撰写的全过程,提出了许多建设性的意见和建议,帮助本书不断改进和完善。此外,北京大学流通经济与管理研究中心的马赛研究员以及博士生巩天啸、王玮在本书的资料收集和整理、文字校对等细节上付出了大量的辛勤劳动,并参与了全部章节的讨论、设计与撰写。金东焕先生参与了韩美农产品流通体系有关资料的收集。在此,全体作者特别感谢北京大学出版社徐冰女士,她不仅对全书进行了一丝不苟的编辑工作,而且还对本书的排版、美工进行了别具一格的设计,让本书能够以最佳形式呈现给读者。

希望本书分享给读者的是新视角下的农产品流通体系创新管理研究。

全体作者于北大燕园

2015年2月8日



■	第一章 农产品流通理论概述 / 1
	1.1 农产品流通的基本概念 / 2
	1.2 农产品流通体系的主要内容 / 10
	1.3 现代农产品流通体系 / 34
■	第二章 国外农产品流通体系介绍及分析 / 67
	2.1 美国农产品流通体系 / 68
	2.2 法国农产品流通体系 / 81
	2.3 日本农产品流通体系 / 91
	2.4 韩国农产品流通体系 / 101
	2.5 国外农产品流通体系比较研究 / 110
■	第三章 中国农产品流通体系现状、问题及比较分析 / 113
	3.1 中国农产品流通体系现状 / 114
	3.2 中国农产品流通体系的问题与挑战 / 121
	3.3 与国外农产品流通体系比较分析 / 125
	3.4 中国农产品流通发展趋势 / 129
■	第四章 农产品流通体系创新管理设计 / 137
	4.1 组织模式创新 / 139
	4.2 设施现代化模式创新 / 148
	4.3 交易模式创新 / 153
	4.4 结算模式创新 / 160
	4.5 仓储模式创新 / 162
	4.6 配送模式创新 / 169
	4.7 加工模式创新:消费者定制型生产 / 170
	4.8 包装模式创新 / 171
	4.9 食品安全管理模式创新 / 183

- 4.10 信息管理模式创新 / 194
- 4.11 批发市场管理模式创新 / 197
- 4.12 零售市场管理模式创新 / 203
- 4.13 供应链管理模式创新 / 205
- 4.14 服务模式创新 / 251
- 4.15 融资模式创新 / 255
- 4.16 发展模式创新 / 262
- 4.17 品牌建设模式创新 / 264
- 4.18 国际化模式创新 / 266

第五章 北京市新发地现代农产品流通体系实践 / 271

- 5.1 发展历程 / 272
- 5.2 组织模式 / 272
- 5.3 仓储、配送、加工、包装模式 / 273
- 5.4 安全模式 / 274
- 5.5 信息管理模式 / 274
- 5.6 批发市场管理模式 / 275
- 5.7 供应链模式 / 275
- 5.8 服务模式 / 277
- 5.9 发展模式 / 277
- 5.10 品牌建设模式 / 278
- 5.11 国际化模式 / 278

第六章 首农集团现代农产品流通体系实践 / 281

- 6.1 发展历程 / 282
- 6.2 组织模式 / 282
- 6.3 仓储、配送、包装模式 / 282
- 6.4 加工模式 / 283

- 6.5 安全模式 / 283
- 6.6 信息管理模式 / 283
- 6.7 批发市场管理模式 / 284
- 6.8 零售市场管理模式 / 284
- 6.9 供应链模式 / 284
- 6.10 服务模式 / 285
- 6.11 融资模式 / 286
- 6.12 发展模式 / 286
- 6.13 品牌建设模式 / 288
- 6.14 国际化模式 / 290

第七章 中粮集团现代农产品流通体系实践 / 291

- 7.1 发展历程 / 292
- 7.2 组织模式 / 292
- 7.3 交易模式 / 295
- 7.4 仓储模式 / 295
- 7.5 配送模式 / 296
- 7.6 加工模式 / 297
- 7.7 包装模式 / 298
- 7.8 安全模式 / 298
- 7.9 零售市场管理模式 / 299
- 7.10 供应链模式 / 299
- 7.11 服务模式 / 300
- 7.12 融资模式 / 302
- 7.13 发展模式 / 303
- 7.14 品牌建设模式 / 303
- 7.15 国际化模式 / 304

■ 第八章 顺鑫农业农产品流通体系实践 / 305

- 8.1 发展历程 / 306
- 8.2 组织模式 / 306
- 8.3 交易模式 / 306
- 8.4 仓储模式 / 308
- 8.5 配送模式 / 308
- 8.6 加工模式 / 309
- 8.7 安全模式 / 310
- 8.8 信息管理模式 / 310
- 8.9 批发市场管理模式 / 310
- 8.10 供应链模式 / 311
- 8.11 服务模式 / 311
- 8.12 融资模式 / 311
- 8.13 发展模式 / 312
- 8.14 品牌建设模式 / 312

■ 第九章 锦绣大地农产品流通体系实践 / 315

- 9.1 发展历程 / 316
- 9.2 组织模式 / 316
- 9.3 交易模式 / 317
- 9.4 供应链模式 / 318
- 9.5 市场管理模式 / 321
- 9.6 信息管理模式 / 325
- 9.7 质量安全模式 / 326
- 9.8 品牌建设 / 328
- 9.9 锦绣大地的成功经验 / 330

■ 第十章 农产品流通体系实践比较研究 / 331

- 10.1 “专业市场 + 农户型”与“龙头企业 + 农户型” / 332

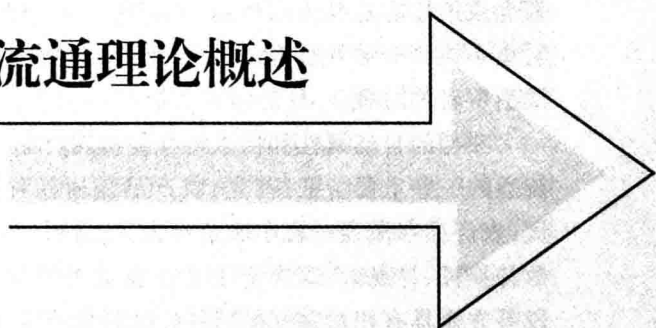
- 10.2 线下交易占主导,大力发展线上交易 / 334
- 10.3 建立自有仓储配送基地,重点发展冷链物流 / 335
- 10.4 树立品牌形象、提升产品附加值的创新包装模式 / 336
- 10.5 以先进技术为支撑、先进理念为依托,构筑农产品创新加工模式 / 337
- 10.6 建立自有质量检测机构,严格把关食品安全 / 337
- 10.7 不断探索,积累经验,提高农产品流通体系的信息化程度 / 338
- 10.8 各具特色的现代农产品批发市场管理模式 / 339
- 10.9 实体零售终端与电子商务平台两手抓 / 340
- 10.10 供应链发展模式——传统与创新并存 / 340
- 10.11 “以人为本”,服务创新,打造“全服务链城市综合体” / 341
- 10.12 政府支持与自身融资,发展供应链金融模式 / 342
- 10.13 立足自身优势,打造现代农产品物流企业 / 343
- 10.14 致力自身品牌建设,全面提高整体品牌形象,提升品牌价值 / 344
- 10.15 建立全球视野,提升自身标准,推动产品国际化 / 345

■ 第十一章 农产品流通体系创新实践建议 / 347

- 11.1 北京市新发地现代农产品流通体系创新实践建议 / 348
- 11.2 首农集团现代农产品流通体系创新实践建议 / 349
- 11.3 中粮集团现代农产品流通体系创新实践建议 / 350
- 11.4 顺鑫农业现代农产品流通体系创新实践建议 / 352
- 11.5 锦绣大地现代农产品流通体系创新实践建议 / 353
- 11.6 现代农产品流通体系创新实践建议总结 / 357

■ 参考文献 / 361

第一章 农产品流通理论概述



1.1 农产品流通的基本概念

1.1.1 农产品流通的概念及基本特征

广义的商品流通涵盖商品交易的全过程,包含商品形态的各种变化,使得社会生产过程永不停息地周而复始地运动;而狭义的商品流通通常具体描述商品从生产领域向消费领域的运动过程,包括出售和购买两个阶段。农产品流通是指农产品中的商品部分,以货币为媒介,以商品的初次交换为起点,到消费终端的过程。本书中研究的农产品流通包含了农产品收购、运输、储存、装卸、搬运、包装、配送、流通加工、分销、信息流动等活动,农产品在流通过程中可以实现价值的增值。农产品流通是联结农产品生产和最终消费的媒介,只有进入流通过程,农产品才能实现其价值,获得相应的货币收入。农产品流通完成的标志是其使用价值的实现。在中国,农产品流通大多是从分散到相对集中再到分散的过程,即由产地收购的农产品经过集散地或中转地,到达终端消费者的过程。

独特的自然属性和供求特性使得农产品在流通方面表现出不同于工业品流通的一些重要特征:首先,农产品流通品种繁多,流通量大,流通范围广;其次,农产品在流通过程中增值潜力大;最后,由于农产品是有生命的有机物,多数易损耗、易腐败,这决定了它在流通基础设施、仓储条件、运输工具、技术手段等方面具有相对独立的特性。忽视农产品流通的自身特性和重要意义会严重影响农产品流通的效率,从而难以实现农产品在流通过程中的价值增值,进而影响整个农产品的生产和消费。

1.1.2 农产品流通体系的概念及构成

农产品流通体系是农产品流通各环节的流通组织和流通渠道的总称。农产品流通组织是指农产品从生产结束之后到消费者购买之前,介于生产者与消费者之间,参与农产品流通的各类组织。这一概念涵盖了专门从事农产品流通活动的流通组织、农产品加工组织,以及为流通过程或其他组织提供各项专门服务的组织等。农产品流通渠道说明的是各流通组织之间的结构和关系。流通组织与流通渠道这两个概念相辅相成,共同构成了农产品流通体系:一方面,流通渠道建立在流通体系内现有的流通组织基础之上,反映的是各组

织之间的结构关系;另一方面流通组织只有符合现有农产品流通渠道的要求,不断地调整和优化内部机制和结构,才能提高自身的效率和效益。

农产品流通行业包括了流通主体、客体和载体三个实体部分:流通当事人是主体,流通商品是客体,各种基础设施和设备是载体。具体看,流通主体是流通领域从事交易活动的组织和个人,主要包括农户、流通商和消费者。其中流通商承担着将农产品从生产领域运送和销售到消费领域的职能。有关流通主体的内容将在 1.1.3 节详细论述。农产品流通过程中的客体即商品化后的各类农产品。作为自给自足的农产品本身并不是商品,只有经历商品化和社会流通,农产品才会具有商品的性质,也即成为流通过程中的客体。农产品流通行业的基础设施是主体与客体赖以存在并发生关系的基础条件,包括了运输、集货、分货、仓储、包装、加工、批发、零售、信息、金融和培训等所需要的场所、设施和设备等。

农产品流通体系形成的前提是剩余农产品的出现和农产品市场的建立。随着社会分工的深化和生产专业化程度的提高,农产品流通体系也在不断地发展变化。农产品流通体系的特征因流通组织和流通渠道的不同而不同。例如,流通环节的多少是描述流通体系的一项最直观的特征,反映了在某一流通体系中农产品所要经过的流通组织数量,是体现流通效率的一个重要指标。如果生产者与消费者之间没有中间流通环节,则称为直接交易。但在更为常见的流通体系中,生产者与消费者之间往往会存在批发商、零售商或其他中间商。根据中间环节的多少,可以简单分为零级渠道到五级渠道等(图 1.1.1)。根据实践经验,80% 的农产品流通采用三级到四级渠道模式。

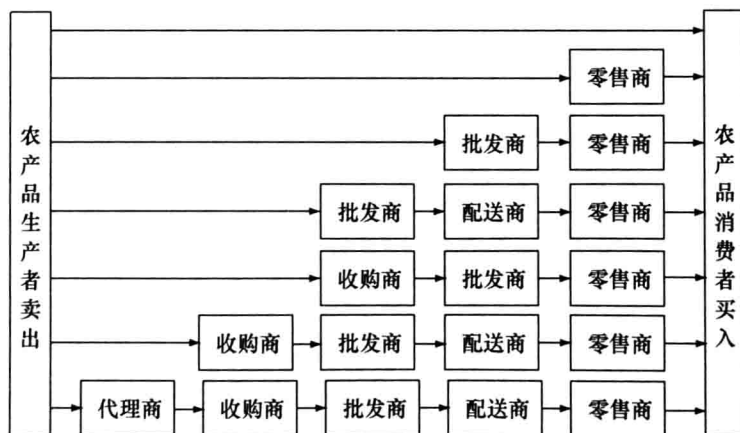


图 1.1.1 流通渠道与流通阶段的概念

在不同的农产品流通模式下,农产品的流通组织方式和流通渠道不尽相同。图 1.1.2 描述了常见的农产品流通组织方式和流通渠道,本书在 1.2 节将对此进行进一步分析。

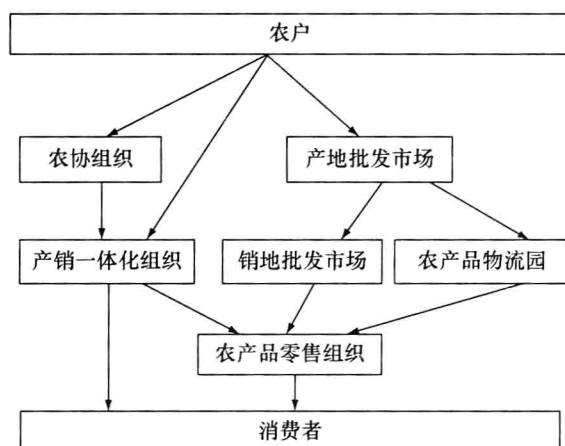


图 1.1.2 不同的农产品流通组织方式和流通渠道

1.1.3 农产品流通主体

流通主体是指承担流通活动或服务功能的企业或个人,可以分为两类:一类主体是从事农产品流通活动的企业和个人,包括销售农产品的农民、农产品信息经纪人、收购商、批发商、配送商、零售商、国际贸易商和采购农产品的市民等。这其中又可以包括按照公司法登记注册的农产品流通公司(国有企业、集体和个体商业企业、合作社)和农产品流通商人(经纪人、配送商、批发商、零售商、收购商)两部分。其中个体经营户组织化程度低,但是数量众多,我国农产品流通队伍中 80% 以上由个体经营户组成。^① 另一类主体是为农产品流通活动提供服务的企业和个人,提供的服务包括批发交易、运输服务、仓储服务、冷链服务、装卸搬运服务、包装服务、流通加工服务、配送服务、信息服务、金融服务等。农产品流通主体有能动性、逐利性、自主性三个基本特征。能动性既是流通主体自主决策的结果,也是实现自身利益最大化的保证;逐利性是流通主体自主决策和发挥能动作用的基本动力;自主性是流通主体追求自身利益最大化和主动适应市场变化的前提。随着经济的发展,银行等金融机构、电子

^① 庄光平, 稳定农产品流通, 解决“卖难买贵”. 经济日报, 2012 年 4 月 12 日第 15 版.

商务企业、农协组织、物流园区等新的流通主体不断出现,流通组织结构也不断发展变化,从而推动了农产品流通体系的不断创新。

1.1.4 农产品流通的影响因素

影响农产品流通的因素主要有农产品的自身特征、生产特点和生产组织方式。其中,农产品的自身特征由产品本身决定,生产特点受到生产力发展的影响,生产组织方式还会受到社会经济发展水平和文化的影响。

1. 农产品的自身特征对其流通的影响

农产品与其他商品一样,其自身特征包括自然属性、商品属性和社会属性。农产品的这几种属性特征不但对农产品流通的基本活动产生了重要的影响,还对农产品现代流通的发展模式产生重要的影响。农产品自身特征对其流通体系的影响包括以下几个方面。

(1) 农产品自然属性的影响

包括粮食、果蔬、水产和畜牧等在内的农产品都是经过种植或繁殖过程获得的,是经过生命成长后产生的有机体。农产品含水分高、易腐烂变质、怕挤压等自然属性对农产品的包装、存储、运输等流通活动产生了很大的限制,因此,保存、运输和加工方式必须适应农产品自然属性的原则。这具体表现在:

第一,农产品自然属性对存储的影响。大部分农产品一年只收获一次,农业组织无法降低库存,他们必须将农产品存起来以供连续性的市场消费。农产品的储存必须以保证农产品的营养结构不受破坏、不威胁消费者的健康安全为前提,但农产品采集后固有的生理生化特征不易受到人为的控制,因此农产品采集后的生理生化特征影响了农产品的可存储性,并使农产品的物流受到了极大的限制。

第二,农产品自然属性对包装的影响。产品包装既是营销需要,也是物流的需要。农产品在流通过程中为了避免损坏、保持清洁、提高可存储性、方便搬运,需要进行包装。此外,包装的过程可以使得农产品的基本信息在流通过程中得到识别,实现信息化与标准化建设。因此,产品或商品在供应链中的包装很多时候不是一次性的,也可能不是一层包装。因为在整个流通过程中,由于物流加工的存在,产品有可能以不同的形态出现,因而会采用不同的包装。

第三,农产品自然属性对运输的影响。粮食产品自身的生化特点好,对运输过程中的存储保鲜技术要求不高,因而为物流的多流程和联合运输创造了方便、宽松的条件。另外,粮食产品流通量大,可利用仓储来缓解消费,一般宜

采用规模化运输手段。此外,粮食产品装卸过程中不易破损,装卸成本较低,可实现多次倒运。因此,粮食产品的物流环节相对较多,物流过程可选择的运输工具较多,一般采用多级联运的方式。

与粮食产品相比,果蔬类产品种类繁多、易腐易损,对运输方式的限制性也相当强。首先,果蔬类产品种类繁多,生化特性各异,所以很难使用统一的存储保鲜包装技术和统一的包装规格。其次,果蔬类产品易损伤,不适合多次装卸、倒运,因而在运输方式的选择上尽量采用点对点的快捷方式进行运输。

畜牧水产品的属性经过加工后产生了一个重大的改变,运输方式也随之发生了重要的变化。在物流加工以前,畜牧水产品以鲜活运输方式为主,运载手段以汽车和火车等较为大型的专业运输工具为主。畜牧水产品经过物流加工后,一种方式是以鲜货的形式立即进行销售,另一种方式是经过冷藏等保鲜处理后进入长渠道销售。无论进入这两种渠道的哪一种,经过屠宰、分割、分类或经过保鲜包装处理后的畜牧水产品,都给运输的灵活性创造了条件。

(2) 农产品商品属性的影响

农产品流通的经济属性是农产品流通产生的根源和前进的动力。流通本身的价值创造活动是基于农产品的空间位移和时间价值所创造的,经过多个物流、加工、销售等环节,价值不断被创造,农产品不断增值,并逐渐向消费者方向运动。消费者支付农产品的消费成本后,经济利益回流到价值创造的各组织中,使各组织进行下一生产或服务循环,也使各组织产生发展的动力。

农产品的功能属性对农产品流通具有决定作用。产品的功能属性不是唯一的,也不是固定不变的,一般情况下商品的消费是由商品的主导属性来引导的,农产品的功能属性也是如此。农产品的功能属性主要有充饥、营养、健康、享受这四个大的方面,其中充饥为农产品的核心属性,依次往外不断延展。随着人们生活水平的提高,农产品消费逐渐从内核向外延发展,因此也出现了农产品的优质生产和结构调整。

随着生产力的提高,消费者对农产品质量和种类的要求也在提高,促进了农产品区域化的优质高效生产,于是也促进了农产品区域间的互补,使原来低水准的“地产地销”主导模式发展到了全国大市场的“优势互补”主导模式,区域间物流的动因由“数量余缺调剂”逐步向“质量品种调剂”转化,区域间农产品出现了“双向流通”。

(3) 农产品社会属性的影响

农产品的社会属性涉及了人们的基本生活保障和经济发展与社会稳定