
重庆农产品流通发展的问题与对策研究

陈淑祥¹

(重庆工商大学经贸学院, 重庆 400067)

【摘要】:首先简析重庆农产品流通的现状及存在的问题,然后针对问题从批发市场的建立、农产品的加工、信息网络的建立、市场主体的培育、政府的宏观调控、交易方式的创新等方面提出发展的思路。

【关键词】:农产品;流通;拍卖交易;仓单交易

【中图分类号】:F323.7 **【文献标识码】:**A **【文章编号】:**1008-5831(2004)01-0058-04

一、重庆农产品流通概述

重庆与京、津、沪三个直辖市相比,有一个显著的特点,就是农村地区广阔、农村人口众多。重庆 3000 多万总人口中,农村人口有 2400 多万,农业人口占全市人口的 80%。比京、津、沪三市农村人口的总和还要多出一倍,而且重庆农村的经济发展水平也比较低。据重庆 2000 年 1-9 月的统计,第一产业占全市国内生产总值的比重约 17%左右,远远高于北京的 3.7%,天津的 3.6%。这就决定了农产品流通及其市场体系的建立在全市经济发展中具有特殊的战略地位。

重庆目前已基本形成了一批综合性、专业性的农产品批发市场。截止 1998 年,全市已有各类农产品批发市场 80 余个,城乡集市贸易市场 2428 个(其中城市 532 个,农村 1896 个)。重庆观音桥市场、杨家坪市场、南坪市场、菜园坝市场、永川农产品批发市场、南川中心市场等 10 余个市场成交额超过亿元;而石柱黄水黄连市场、石柱南宾兔毛市场、江津先锋花椒批发市场等一批专业市场已形成了自己鲜明的特色,具有较强的辐射力和知名度。同时,重庆市蔬菜营销协会、重庆市永川果业集团公司、重庆绿色产业有限公司等一批企业和团体相继成立,成为联系农产品生产基地和市场的重要纽带。全市农副产品市场体系的框架基本形成,但普遍规模小,功能单一,档次低,涉及范围窄。

二、重庆农产品市场问题分析

第一,农产品市场发育不健全,流通渠道相对不畅^[1]。一是农产品市场基础设施的建设落后,“有市无场”的现象比较突出。二是市场组织结构不合理,产地批发市场很少,具有商品集散功能和配套服务设施的物流中心更少,造成农产品在流通中损失较大。三是市场主体缺乏市场竞争力。原有的农产品经营企业由于没有建立现代企业制度以及服务单调,缺乏竞争能力,很难适应现代市场竞争的要求。而其他一些从事农产品流通的个体经营者由于缺乏组织,规模较小,力量分散,也无法具备较强的市场竞争力和抗风险能力。

第二,农产品加工落后,产品竞争力不强,难以扩大市场覆盖面。目前,重庆共有国家重点农业产业化龙头企业 14 家,市级农业产业化龙头企业 77 家,这与我市拥有 80%左右的农业人口极不相称。由于重庆农产品大多以鲜销为主,初级加工的不多,精深加工的就更少,产品附加值低(仅为 30%左右),农产品的分级、储藏和加工的科技含量不高,从而缺乏市场竞争力。而且未加工的农

¹收稿日期:2003-08-26

作者简介:陈淑祥(1963-),女,四川仁寿人,重庆工商大学经贸学院副教授,主要从事区域商业贸易研究。

产品, 不仅增加其运输成本, 也容易发生霉烂, 增加农产品经营的市场风险。

第三, 农产品流通中介发展滞后。中介组织数量不足, 农民在很大程度上仍靠自己出售农产品; 现有的中介组织大多属于初级形态, 功能比较单一, 主要开展简单的技术服务和信息服务, 同时内部组织结构不健全, 有的只开展应急服务, 处于时有时无状态; 对中介组织缺乏有效的行政管理, 法律地位也不够明确, 在法人登记、贷款、税收等方面常常出现麻烦, 致使许多组织不能顺利开展经营服务活动; 中介组织的行为不规范, 由于缺乏利益纽带和自律机制不健全, 程度不同地存在各自为政和抛开农民、只追求自身利益的现象。

第四, 信息化建设还很不完善^[2]。一是信息化硬件设施严重不足。由于市场规模小, 效益差, 信息意识落后等原因, 大多数市场开办之时就没有考虑配置现代化的信息设备, 计算机应用普及率不高, 市场对经营流通等情况统计手段落后。二是市场信息情报功能未能发挥。大多数农产品批发市场是通过报纸、电台、黑板报等传统方式发布品种、价格等少量信息, 而有的市场甚至连这种简单的形式也没有, 更没有为农业经济服务的专门化信息机构及市场网络, 农业生产、流通、加工的信息源, 只能靠与客户交往和少数新闻媒体报道, 信息零碎、分散, 还经常中断, 不能全面、系统、持续地获取信息, 一旦信息失真, 就会导致决策不当, 甚至造成严重损失。三是信息资源无法实现共享。由于缺少一个连接市场、政府、用户、产品供应者等之间的信息网络, 市场供求信息不能有效地传递, 从而造成信息封闭、堵塞, 价格波动剧烈, 价差明显, 使得市场供求信息指导生产与消费的作用也不能有效体现, 往往造成农产品流通的盲目性。

第五, 农产品流通过程的软、硬环境差^[3]。长期以来, 农业管理部门对农产品普遍存在重生产、轻流通的思想, 对农产品流通的投入也相对不够, 造成农产品流通滞后于生产。同时政府非市场化手段较严重, 政府对农产品流通信息服务不力, 法规不健全等。从硬件方面看, 各种技术和人才跟不上农产品流通发展的需要, 如保鲜技术发展不到位, 大大限制了运输半径和交易时间。第六, 营销方式单一。重庆市空间跨度大, 农业面积广,

农村人口多, 农产品比较丰富, 但农产品的流通长期主要以传统的现货交易为主, 使农产品交易的时间、空间、规模等很受限制, 农产品流通的市场风险增大。远期和期货交易方式远未形成, 影响了重庆农产品流通在西南发挥中心、集散作用, 从而也影响了重庆经济的发展。

三、重庆农产品流通发展对策

(一) 加强农产品批发市场的建设^[4]

农产品市场包括集贸市场、批发市场、专业市场和零售网点等, 各有其功能。批发市场是农产品流通的主要集散地, 是形成和引导市场价格的中心, 也是政府调控市场的主要对象, 必须把它作为市场建设的重点。不论从美国、日本、西欧或者我国台湾地区的经验看, 批发市场都是农产品市场体系的基础和骨干。集贸市场在货源、价格信息等方面已经越来越依托于批发市场, 并以批发市场为中心进行。全国商品蔬菜通过农产品批发市场上市的数量已超过了 50%, 这是其他市场所无法比拟的。山东寿光县的蔬菜批发市场 1984 年建立, 到现在已发展成为我国北方最大的农产品集散地, 甚至把蔬菜批发到日本、南朝鲜等国家, 深受农民欢迎。

1989 年建立的深圳布吉农产品批发市场, 以良好的服务和现代化设施吸引了全国 26 个省、市、区的国营、集体、个体的 500 多家批发商进场交易, 经营品种达 1500 多种, 辐射范围涉及整个东南亚地区, 香港的长沙湾蔬菜批发市场就有 20% 的蔬菜来源于它。重庆当今的农产品批发市场都只是区域性、小规模, 建设的任务艰巨。

(二) 大力发展农产品加工业

美国是世界上最大的农产品出口国。农产品加工是当代美国农产品进入市场的前提和起点。美国的农产品加工主要是对农产品检验、分级、简单加工及复杂精致的包装。美国农产品生产环节形成的价值仅占农产品全部价值的 24%,而加工、运输、批发、零售各环节的价值则占农产品价值的 76%。农业最大利润领域是加工运输环节。国外农产品加工产值与农业产值的比例是 3:1,甚至 4:1,我国仅为 0.8:1,而重庆更低,仅为 0.3:1。以玉米为例,美国对玉米用于深加工比重占总量的 20%左右,日本占 30%左右,而我国仅占 9%左右;美国将玉米加工出 2000 至 3000 种产品,而我国只加工出百余种。重庆农业应借鉴其经验,重点发展农产品深加工和发展优势产品。根据重庆的实际情况,可选择以下的加工品种及形式:如优质农产品—食品加工产品链;麻丝毛—纺织—成衣产品链;猪牛羊养殖—制革—皮衣产品链;生产林—造纸—纸制品及包装产品链;高效经济林—林化工、中成药产品链。

(三)鲜活农产品产销一体化经营

随着高速公路以及商用和家用冷藏设备的出现,推动了以超市为主要形式的连锁零售商业的发展。针对鲜活农产品销售的特点,除依赖批发市场进行销售外,还要注重组织加工企业将农产品进行分割、加工、包装后,直接进入超市等零售环节,实现鲜活农产品的一体化经营。据统计,目前在美欧等发达国家,鲜活农产品等加工后直接进入超市零售环节的比例,已占全部鲜活农产品销售的 70%~80%,只有 20%的鲜活农产品经过批发市场进入零售环节。当然既要注重鲜活农产品一体化经营,也应注重对农产品批发市场业务的不断创新。

(四)大力培育、规范农产品流通的市场主体

现阶段农产品流通的方式大体上可以划分为三种:一是国家垄断收购;二是农民自产自销;三是小商贩贩运。小商贩绝大多数尚未完成资本积累过程,没有固定的生产基地,没有固定的购销商品,没有固定的购销渠道。其销售的商品没有品牌,没有注册商标,产品不分档次,品质优劣混淆,参差不齐,其短期行为盛行,市场竞争无序,农民利益受损。这就要求大力培育和规范农产品流通的市场主体。

首先,建立农民自己的经济组织。多数市场经济国家的农民为了减少生产和市场风险,自行组织了多种形式的经济组织,如农民协会、农业商品专业协会、农业合作社,他们都属于非赢利性的社团组织或企业法人。其次,大力培育发展代表农民综合利益的农产品流通中介组织,提高农民进入市场的组织化程度,保护农民利益,实现农产品运销规模化、系列化、集约化,提高农产品流通效率。其三,加大国有商业和供销合作社的体制改革力度,充分发挥其在农产品流通领域的优势,依托当地资源优势 and 主导产品,把产、加、销联成一体,带领农民走向市场。其四,以农产品批发市场为中心,大力培育代理商、中间批发商等商人组织,方便农民出售农产品,变分散的小批量上市为集中的大批量交易。其五,对进入市场进行农产品交易的企业、农村合作经济组织和农产品贩运大户,实行资格认定,建立农产品市场准入制度。

(五)加强农产品市场信息网络建设

目前除了利用报刊、电视、广播等传统媒体发布农产品市场信息外,还应建立信息网络,为注册用户提供信息服务。湖南省宁乡县建成了县、乡、农产品批发市场和农户农业信息四级网络,已有 100 多户农民成为“网上农业信息工程”的入网示范户。该省长沙县黄兴镇桂花村农民通过蔬菜信息网络了解到无公害蔬菜不仅好销,而且价格也比普通蔬菜高出 30%~50%,就及时规划了 1000 亩无公害蔬菜基地^[5]。又据报道,有“梨都”之称的安徽省砀山县年产 7 亿公斤酥梨,于 1998 年 11 月在国际互联网上建立县政府网站,此后一年多时间里,访问砀山网页者达 3 万多人次,其中 70%是询问酥梨的有关情况的,通过网上在国内销梨已达万吨,往国外销梨 1200 多吨。一位德籍华人从网上了解到砀山酥梨的质量、口感和价格后,马上发来电子邮件,并前来砀山实地考察,决定投资开发酥梨果汁^[6]。

当前农产品市场信息的特点有三:一是网上的信息老化,空的、宏观的信息偏多,而具体的、实用性强的信息却不多。二是注册户少、利用率低。众多的龙头企业、种养和运销大户甚至基层农业部门对农业信息网不甚了解,这导致入网用户不多,网络利

用率低下。三是互联网网站功能单一。无论是浏览别人的网站,还是等待别人浏览自己的网站,仅仅起到信息搜集或信息发布的作用,还不能真正在网上完成整个交易。

对此,一方面政府部门必须建立权威性的农产品市场信息网络,即政府应为农产品的流通搭建信息平台,及时、准确地向农产品的生产经营者提供价格信息、生产信息、库存信息以及气象气候信息,提供中长期市场预测分析,帮助生产和经营企业按照市场需求安排生产和经营,使农产品市场信息网络、农产品交易会等成为政府引导农产品调整结构的重要手段。如今年 8 月,由重庆市委农工委、市政府农办组织的重庆农产品展团首次赴深圳、香港两地,取得了令人瞩目的成果现场签订购销合同和签订购销意向协议达 3.242 亿元。开县顶用绿色食品公司与香港爱心灵芝健康产品公司在展销现场签订经销 60 万元人民币的“银杏茶叶”,货未到港,客商就把货款全部交清。

另一方面,着力发展农业电子商务。电子商务是一种方便、快捷、高效的交易方式。一些有实力、有战略眼光的地方和企业已经开始探索发展农产品电子商务。由广东省和中国蓝田集团总公司共同投资兴建的广东农产品中心批发市场,率先应用农产品电子商务系统。蓝田公司投入 1 亿元资金与美国 IBM 共同研制大规模的农产品电子商务系统软件,不仅与国外 100 多家著名的农业科研机构建立科研合作关系,而且还与世界各国具有代表性的大型农产品市场建立紧密的信息共享协作关系,可以运用网上电子货币交易、安全认证等一系列功能,顺利完成异地交割、资金回笼甚至实现订单化生产^[7]。

(六)发展专为农产品进出口服务的外向型市场

重庆农产品出口具有很大的潜力。2001 年我市农产品出口的国家和地区达 97 个,贸易总额 10148 万美元,比上年同期增加 13.7%,一跃成为我市外贸产品中的奇葩。一项权威研究表明,中国加入 WTO 后,重庆农产品对外贸易总额预计由现在的 1.17 亿美元达到 2010 年的 3 亿美元以上,每年递增 2000 万美元。应注意的是农产品的出口除了质量取胜外,其加工能力、包装水平也关系到出口产品的经济效益。根据重庆海关的资料^[8],重庆出口农产品的包装十分简陋。骨粒、骨粉是大宗出口产品,这种对牲畜骨头经过简单加工成为粉状的产品只用了极易破损的编织袋进行包装,既不防潮又不防腐,异味扑面,有的包装在起运现场就已破损,可以想象运达目的地后的损耗情况。重庆的竹席、蔴草席出口日本、美国、澳大利亚、阿根廷等国,但与我国其他地区向日本出口的“竹质纤维”相比,这样的产品实在太“粗放”。对于蔬菜的出口,除了盐渍以外,几乎没有什么加工,也没有冷藏的手段。农产品加工的滞后,影响了出口农产品的经济效益。

(七)强化农产品市场的宏观调控

一是要为农产品流通改革和发展提供良好的法律环境。如果我们把农产品市场建设比做完善农产品市场的“硬件”的话,那么农产品市场运行的制度法规建设则可理解为给农产品市场运行配备必要的“软件”。当然,这两个方面都是非常重要、缺一不可的,而在既定的“硬件”水平下,如何提高农产品市场的“软件”水平,就成为一项至关重要的任务。缺乏法规,则农产品市场参与者的预期收益无法得到保证;缺乏法规,则无法保证农产品市场运行中的公平和效率。二是政府从直接经营农产品批发市场的事务中解脱,通过在地市场用地、信贷等方面制定优惠政策,将市场经营交给独立的专业性公司,实行企业化管理。三是建立和完善对农产品流通的调控制度。如农产品储备制度、农产品风险基金制度和农产品价格调节基金制度。四是建立和完善农产品质量标准体系。对入市交易的农产品中化肥、农药残留等进行严格的质量检测和检验,对农产品的品质、保鲜处理、包装、计量等质量标准做出统一的规定,遵照国际贸易的基本原则,“不符合环境标准的农产品不准买卖”。引导农户从经验农业向科学农业转变。

(八)积极探索新的农产品交易实现方式^[9]

农产品交易方式大体可分为三种:即现货交易、远期合约交易和期货交易。目前应以前两种交易方式为主。现货交易方式作为存在历史最悠久的交易方式,具有其他交易方式无法比拟的优点,也将继续作为我国主要的农产品交易方式。其具体形式又有:

拍卖交易、仓单交易等。其中发展农产品的拍卖交易,有利于减少传统现货交易中的暗箱操作,在一定程度上减少欺诈行为,同时,也可减少鲜活易腐农产品的损失。发展拍卖交易一方面要建立相应的硬件设施,包括拍卖大厅、电子报价系统等,另一方面还要根据《拍卖法》制定具体的拍卖交易原则,加快农产品的标准质量体系的建设。而发展仓单交易,对于以家庭为单位的农民生产规模小,储备能力差,谈判地位低,传统的现货交易方式只能使农民被动接受收获季节的较低价格,独自承担价格下降的风险,采用仓单形式进行的农产品现货交易,可以改变这一状况。如果农民不满意收获后的市场价格,可在有资格开据仓单的仓库储备农产品,取得拥有农产品所有权的仓库证明。农民可用仓单作短期贷款的担保品获得所需资金,并选择合适时机以相对满意的价格出售农产品。

远期合约交易适用性强,所有的农产品都适用这种交易方式,但对于不同的农产品,适用这种交易方式的必要性有所不同。首先,鲜活农产品,如水果、蔬菜等,更应普遍采用合约交易方式,因为这类农产品易腐烂、不便运输和储藏,必须与销售环节建立稳定的联系。其次,对于具有特殊需要的农产品,更应采用合同交易方式。如为满足加工商的特殊需要而生产的高赖氨酸玉米、硬粒小麦、高蛋白大豆等。对于生产者而言,一旦买方违约,他们将承担较大的风险损失。在这种情况下,生产者一定要通过远期合同的方式稳定产销关系,锁定经营风险,在合约中写进买方违约时应受到处罚,以此保障合约的履行。

合约交易具有征信费用、签约费用高的特点,如果购买零星农产品,用这种方式显然不经济,但对于大批量的农产品交易,签约费用平均到每一单位农产品上就可降低费用水平,因此,远期合约交易可适用于收购环节和批发环节。但发展农产品的远期合约交易不可避免地要遇到如下问题:一是合约的履约(规范化)问题;二是合约转让问题。合约的履约(规范化)对法律缺乏了解甚至无知,是目前农产品购销违约的主要原因之一。解决这一问题的关键首先是增强农民和法人单位信守契约的观念,针对合约签订过程中政府部门介入过多的现象,培养政府官员的契约意识也非常重要。其次,要保证合约的履行,合同内容要规范,明确各自的责任、义务以及违约处罚办法。一旦出现矛盾,遇到纠纷,便可以借助法律手段解决。再次,司法机关要公平裁决,不仅要对违约行为进行处罚,而且要对违约造成的损失予以全面弥补。交易者之所以违约,往往是因为违约受到处罚小于守约得到的损失,因此,要通过司法介入,加大对违约者的处罚力度,提高履约率,在全社会形成诚实守信的良好市场环境。

合约转让问题 违约现象的发生,不完全是法律观念淡薄的问题,远期合同的风险无法转移也是重要原因。一些交易者签订合约后,企业经营或市场供求发生较大变化,不能履行合约,但苦于没有买卖合约的渠道,只好违约。如果远期合约可以转让,就可以减少被迫违约现象。因此,要发展远期合约,必须为合约转让提供场所,方便合约的买卖,解除签约人的后顾之忧。解决远期合约的转让问题,可借鉴期货合约的标准化特点,设计一套便于转让、便于小农户和投机商参与的远期合约交易方案。通过农产品交易网站(粮网、棉花网、食糖网、蔬菜网等),在各地的批发市场或专业市场设立异地终端,市场工作人员可接受书面形式的买卖指令,代农民或其他交易商进行交易。有条件的交易商可以自己上网注册为会员进行交易。远期合约通过标准化,可以方便转让,特别是方便风险投资人的介入。此外,还要加强农产品期货市场建设,降低农产品交易风险和损失。

参考文献:

- [1]周志华. 加强西部农村市场建设,搞好农产品流通的若干对策思考[J]. 计划与市场探索, 2003, (1): 41-42.
- [2]李霞, 等. 现代化都市农产品流通与批发市场建设[J]. 武汉理工大学学报(信息与管理工程版), 2003, (4): 143-145.
- [3]章胜勇, 等. 以现代物流促进农产品流通[J]. 农村经济, 2003, (1): 9-10.
- [4]叶兴庆. 积极推进农产品市场体系建设[J]. 中国农村经济, 2000, (8): 29-35.
- [5]吴砾星, 钟实. “信息备耕”潮涌湖南[N]. 农民日报, 2000-03-30.

[6]夏树,王鸿任.网上卖梨,书记挂帅[N].农民日报,2000-04-05.

[7]长安.探索农产品的电子商务之路[N].农民日报,2000-04-13.

[8]帕塔穆·巴拉提.农业国际化与农产品流通[J].新疆农业大学学报,2002,(2):87-89.

[9]王秀杰.我国农产品交易方式的比较和选择[J].中国农村观察,2001,(5):14-21.