

邱顶银. 我国城镇化进程中农产品智能供销模式创新[J]. 江苏农业科学, 2020, 48(2): 300–305.

doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2020.02.052

我国城镇化进程中农产品智能供销模式创新

邱顶银

(北京大学, 北京 100871)

摘要: 基于我国城镇化进程中农产品供销模式, 探讨“互联网+”背景下农产品供销模式呈现多元化、农产品专业合作社主导、供需失衡等现状。结果表明, 在城镇化进程中, 我国农产品供销模式建设主要存在供销渠道分散、流通成本高、市场组织力弱、农业信息体系建设滞后等问题, 进而提出基于信息技术、物联网技术的生产者和消费者预定直销模式、标准化及产业化供销模式。通过新旧供销模式对比研究可知, 新模式下农产品经专业合作社直接送给消费市场, 农产品的供销渠道得到了优化, 专业合作社起到市场组织者和信息传递者的主导作用, 有效地组织农产品市场运作, 提高了供销效率, 加快了产品流通速度, 降低了损耗和流通成本。同时, 专业合作社向前和生产者合作、向后和消费市场联系, 将农产品的生产、流转、销售形成了产业链, 在一定标准下指导市场活动, 有助于农产品供销模式向标准化、产业化的方向发展。

关键词: 城镇化进程; 农产品流通; 智能供销模式; “互联网+”; 专业合作社; 产业链

中图分类号: F323.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2020)02-0300-06

改革开放以来, 随着市场经济及信息技术的发展, 我国农产品供销模式和流通体系锐意改革、持续完善。1985 年, 我国取消了以统派购制度为主的农产品供销模式, 形成了以市场供需为导向、政府适当调控与监管的供销格局, 促使农村调整产业结构。自 21 世纪以来, 随着我国城镇化步伐的进一步加快, 对农产品流通效率提出了更高的要求, 其供销模式不断修正, 流通体系不断完善, 建成了以产地、中间商、消费者市场为主, 遵循市场法则的多层次流通格局。2016 年中央一号文件提出大力推进“互联网+现代农业”的发展, 在“十三五”期间借助物联网、信息互联网等技术, 推动农产品产业链创新、升级, 构建新的供销模式, 创建符合当代城镇化国情的智能农产品流通体系, 使农业摆脱传统行业消息闭塞、流通受限制, 农民分散经营, 服务体系滞

后等供销难点, 使现代农业借助互联网技术, 实现中国农业集体经济规模经营, 确保我国农村经济发展, 为城镇生活物质提供保障, 助力我国 2035 年基本实现社会主义现代化。本研究基于我国城镇化进程中农产品供销模式, 探讨“互联网+”背景下农产品供销模式现状及面临的问题, 探索在“互联网+”时代借助信息技术、物联网技术等发展农产品智能供销模式, 有助于改变农产品流通所面临的问题, 促进农业发展和提高农产品流通效率。

1 我国城镇化进程中农产品供销模式现状

随着我国城镇化的推进, 为现代农业构建了完善的流通渠道。近年来, 人们生活水平逐渐提高, 消费需求逐渐升级为质量与品牌的追求, 这对农产品在分拣、包装、运输等流通过程中提出了更高的质量及效率要求, 通过流通体制改革, 城镇化进程中的农产品供销模式开始以集市贸易为主, 经过多年的发展, 呈现出一批以中间商和消费市场为代表的流通体系(图1)。由图1可知, 供销渠道呈现出

收稿日期: 2019-08-24

基金项目: 国家自然科学基金(编号: 71673273)。

作者简介: 邱顶银(1977—), 男, 四川泸县人, 硕士, 主要从事区域供应链研究。E-mail: 3432181@qq.com。

[12] 刘玉, 高秉博, 潘瑜春, 等. 基于 LMDI 模型的中国粮食产量变化及作物构成分解研究[J]. 自然资源学报, 2014, 29(10): 1709–1720.

[13] 刘玉, 高秉博, 潘瑜春. 中国县域人均粮食占有量空间变异特征研究[J]. 中国农业大学学报, 2012, 17(3): 154–162.

[14] 潘竟虎, 张建辉. 中国县域人均粮食占有量的时空差异及驱动因素[J]. 长江流域资源与环境, 2017, 26(3): 410–418.

[15] 李亚婷, 潘少奇, 苗长虹. 中国县域人均粮食占有量的时空格局——基于户籍人口和常住人口的对比分析[J]. 地理学报, 2014, 69(12): 1753–1766.

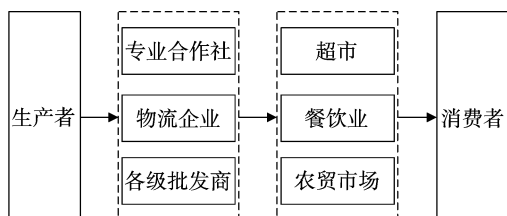


图1 城镇化进程中的农产品供销模式

多元化,中间商主要以批发商、物流企业及农产品专业合作社为主,消费市场主要以超市、餐饮业、农贸市场为主。虽然供销渠道呈现出多元化,但在我国城镇化进程中主流的流通渠道以面向散户生产者的各级批发商和面向消费者的农贸市场为主。该流通模式使得农民在农产品信息获取方面较滞后,在供销关系中处于价格弱势地位,被动接受各级批发商的价格,农产品流通过程中的风险大多转移给生产者,特别是散户农民。

在城镇化推进过程中,各地方政府推出了一系列农产品生产基地,使得生产力和生产资料集聚,形成具有特色的农产品生产者,同时互联网技术引发了商品信息的迅速流通,拉近了农产品生产者和消费者的距离,促使消费者的消费方式发生改变,从而产生了生产者和消费者“面对面”的供销模式,使得我国农产品供销格局进一步多元化(图2)。在“互联网+”背景下,农村现代流通网络不断完善,生产者和消费者信息快速传播,促使农产品跨区域和长距离的需求增加,特别是特色农产品,然而农产品流通中“损耗率高、附加费用多”的矛盾日益凸显,使得该模式并没有成为主流的流通渠道。

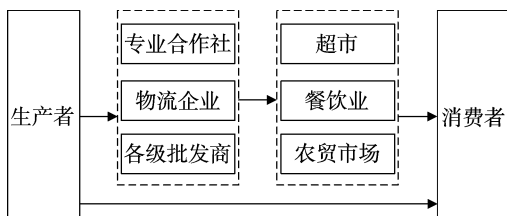


图2 “互联网+”背景下农产品供销模式

综上,在我国当前的农产品供销模式中,从生产者的农产品生产地到消费者的餐桌流通渠道呈现出多元化,但主流渠道仍以各级批发商经零售终端到消费者的模式为主,这样的流转方式使农产品损耗增加,导致农产品销售价格上升,损害了消费者和生产者的利益,不符合城镇化建设要求。从当前的实际生产情况来看,农产品生产仍然以分散经营为主,面对城镇化进程中巨大的市场,分散的生

产者虽然劳动力富足,但因缺少有效的指令组织生产,导致农产品生产规模小、供需失衡、价格周期波动等。

1.1 供销模式多元化

在城镇化进程中,农产品供销模式遵循市场经济的供需基本法则,参与主体间借助现代流通技术实现将农产品从生产者主体流转至消费者主体。经过多年的改革和发展,农产品供销模式从统购统销转变为市场多元化流通模式,主要有以下几种。

1.1.1 各级批发商主导的供销模式 以各级批发商主导的供销模式主要是一级批发商直接面对生产者,将分散的生产者的农产品进行收购,再转卖给二级批发商,然后经多次转卖,到达消费市场,售卖给消费者(图3)。目前,生产者约45%的销量依靠该模式进行售卖,可见该模式为主要的供销模式。该模式流通渠道冗长,流转过程中农产品损耗较大,流转成本及各级批发商利润较大,导致农产品售价高,消费者负担加大。而各级批发商又将损耗逐级折算到生产者身上,导致农民在该模式下处于弱势地位。

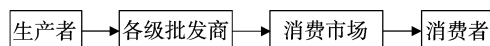


图3 各级批发商主导的供销模式

1.1.2 农产品专业合作社为主导的供销模式 农产品专业合作社以家庭承包经营为基本单位,是由生产和销售同类农产品的主体组成的非盈利组织。农产品专业合作社主要代表生产者的利益和批发商、销售市场主体进行价格磋商,然后组织生产者有目、有计划地进行生产。目前,以农产品专业合作社为主导的供销模式主要有2种(图4)。该模式下生产者在农产品专业合作社的组织下进行生产,将农产品售卖给批发商,然后经批发商流向消费市场,或农产品专业合作社直接面向消费市场进行订单销售。该供销模式具有减少流通环节、降低流通成本的优点,且根据市场需求有计划地进行生产,稳定农产品销售价格。该模式使得生产者在价格上的弱势地位得到改善,但在城镇化进程中,我国目前能够直接进行订单采购农产品的批发商和销售市场主体(主要指超市)较少,且能采购的主体覆盖面也较小。因此,该模式在我国现有国情下占有较小的市场份额,约占2.7%。

1.1.3 生产者自销供销模式 生产者自销供销模式占市场份额的42%,主要指生产者自己将农产品

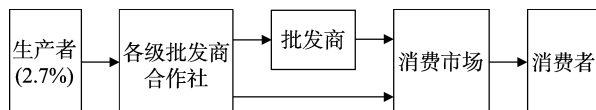


图4 农产品专业合作社为主导的供销模式

销售给消费市场,或直接与消费者“面对面”销售农产品(图5)。尤其是在“互联网+”背景下,互联网技术和物联网技术拉近了生产者和消费者的距离,扩大了供销空间,消费者可以通过电商平台等方式直接面向生产者订购农产品。该供销模式缩短了流通环节,扩大了流通区域,生产者可按消费者意愿进行生产,但目前该模式主要呈现为散户农民直接将农产品送到附近农贸市场进行售卖,售卖效率不高,导致农民不能集中精力专注提高生产技能和生产效率,同时市场监管及食品等相关政策法规体制不够健全,该模式的发展有待进一步完善和提高。

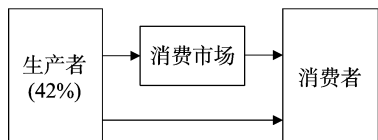


图5 生产者自销供销模式

1.2 农村留守劳动力富足但生产规模小

目前,在整个农产品供销渠道网络中,各级批发商主导的供销模式占主导地位,分散的农民生产者相对势力较弱,生产者面临各级批发商的利润难以保证自己的利益,被动接受农产品批发价格。作为农产品供销链的起点,分散的农民生产者很少与其直接购买者建立稳定的供销关系,进行有计划的规模生产。在城镇化进程中,农村年轻劳动力趋向城镇转移,留守在农村的劳动力仍然富足,但留守劳动力因技术水平较低,难以机械化、组织化进行规模生产,生产者大都按照自己的意愿和认知进行农作物种植,生产规模小。

1.3 农产品市场供需失衡

随着城镇化持续推行,城镇人口和经济水平将不断增长,城镇对农产品的市场需求进一步扩大,分散的农户生产者生产规模小,致使农产品市场供需关系失衡,主要表现在农产品价格暴涨暴跌。总体来说,价格的大幅度变化是供需关系影响的结果,实际上是分散经营的生产者缺乏有效的组织,面对巨大的市场需求时,生产者根据价格变化趋势进行生产,价格上涨就加大生产,价格下跌时则减少生产,从而导致价格的剧烈波动。

2 城镇化进程中农产品供销模式问题

分析城镇化进程中农产品供销模式现状,呈现出基于互联网的供销模式多元化,42%的市场份额由生产者直接面对消费者的供销渠道完成,但该模式效率较低;同时,城镇化进程中农村劳动力富足,但生产规模小,市场供需失衡,针对农产品供销现状,分析其供销模式存在如下问题。

2.1 供销渠道分散

城镇化发展离不开农业的支持,在城镇化进程中农产品供销模式呈现多元化,供销渠道多样,但供销主体相对分散,导致效率低下,组织化程度低。首先,作为供销渠道的起点,主要以农户家庭承包经营为主,这些生产主体资金相对缺乏、生产机械化程度低,特别是年轻劳动力向城镇移动,留守劳动力年龄偏大,生产效率低下,导致生产规模较小;面对市场需求较大,导致生产主体分散成了农产品的薄弱环节。此外,分散的生产者长期根据自己的经验进行种植,不能准确把握市场需求状况,具有较大的生产风险。

作为供销模式中的关键主体,中间商同样相对分散,中间商和生产者很少建立稳定的供销关系,不能有计划地进行生产。在农产品供销渠道中,中间商担任着物质和信息搬运工的角色,但中间商的文化素质不高,对市场的认识不到位,通常也是根据价格和利润来进行购买和销售活动,利用价格来指导生产,使得农产品价格出现剧烈波动。此外,分散的各中间流通主体的抗风险能力也较弱。

2.2 流通成本高

目前,我国城镇化进程中农产品供销模式主要以各级批发商主导的流通渠道为主,约占45%。各级批发商在流通过程中因为供销链冗长,使得流通中运输成本及人力成本增加,我国农产品运输成本超过30%,而发达国家通常在10%以内;且农产品流通越长,农产品损耗越大,导致损耗成本增加,我国目前在供销流通渠道中的损耗率约为30%,在部分经济较落后的地区更高,而发达国家通常在5%以内。

2.3 市场组织力弱

我国农产品流通现状处于以价格为主导的无序状态,价格上涨时,各级中间商加大采购力度,促使生产者大量生产该产品,价格下跌时,促使生产者降低该产品生产规模。而分散的中间商都加大

力度采购,会导致该产品生产过剩;价格下跌时,促使所有生产者均减少该农产品的生产,大规模地减产不能满足市场需求,从而导致价格剧烈波动。主要是因为市场组织力弱,生产者和各中间商各自经营,缺乏有效的组织管理,仅考虑自身利益,在市场信息不完整的情况下各自开展生产经营活动。

2.4 农业信息体系建设滞后

我国城镇化进程中农产品供销模式主要以价格来指导生产,生产者根据目前的市场行情选择农产品品种进行生产,成熟后出现所有农户集中售卖某种农产品,导致一时该产品供过于求,从而使价格下降。该现象发生的主要原因是信息体系不完善,市场的价格信息及供需信息发布不及时、不完整,农户掌握的信息不对称,对市场的把控力低,导致生产供应与市场需求脱节严重。

目前,我国农业信息体系建设相对滞后,在“互联网+”背景下,互联网虽然拉近了供销主体的距离,但从农产品生产到消费者需求缺少系统的信息采集、信息分析和信息发布体系,生产者不能及时接收到有效的农业信息,难以实现准确的生产。

3 “互联网+”背景下农产品供销模式的机遇

3.1 缩短生产者和消费者的距离

“互联网+”背景下利用网络来缩短生产者和消费者的距离,可以改变目前农产品供销模式供销渠道分散、流通成本高等现状问题。产品的核心竞争力是产品本身的质量和服务性价比,借助互联网思维和物联网技术,让消费者直面生产者,生产者根据消费者需求提供个性化商品及数量,尽量缩短中间环节,提高流通效率,降低流通成本。在互联网平台下,生产者可以采用供销“面对面”、特色农产品、生产可视化等营销策略跟消费者直接对话,减少中间流转环节;消费者利用互联网平台可在全国范围内提出购买需求,互联网时代农产品的供销不仅能够缩短生产者和消费者的距离,还能扩大供销空间范围。

利用互联网发展农产品供销模式,可以促进多方合作,使得分散的供销渠道组织化,形成较强的市场组织力。互联网平台将散户生产者的农产品聚集在虚拟空间内,形成一个全国范围内紧密合作的组织,为消费者提供丰富的、具有特色的农产品。同时,互联网平台将分散的消费者或消费者市场主体(零售商)聚集起来,依托互联网直接面对生产者

采购产地化、无污染的特色农产品。

在生产者和消费者面对面的供销模式中,供求信息迅速传递,互联网助力促进信息的收集和传递,借助大数据等技术,可以为生产者提供消费需求、贸易趋势等信息,指导生产者进行生产,摆脱了传统依托价格进行生产的“价格波动”弊端;基于互联网生产者之间可共享生产、销售过程中的专业技术,促进合作,实现信息共享;消费者在该模式下可以查询农产品信息,检索农产品价格,根据个人需求采购“差异化”农产品,同时在消费者之间形成产品特点等信息的相互交流。因此,基于互联网时代背景下,在生产者和消费者距离缩短的同时,减少流通渠道,促进农产品供销信息的传递,解决农产品盲目生产等行为,给消费者和生产者提供了跨空间的供销机会,也对农产品物流和保鲜技术提出了更高的要求。

3.2 有效组织加快农产品流通速度

“互联网+”背景下,农产品信息的快速流通有效缩短了生产者和消费者的距离,拉近了供需市场。为了保障消费者有较好的消费体验,农产品流通是连接生产和消费的重要环节,在新经济形态下,升级农产品流通体系,创新并完善农产品流通方式,加强配套服务及制度建设,务求推动农产品供销模式转型升级。

农产品流通模式升级要求在农产品生产成本和销售价格的区间内开拓和优化流通模式,提高流通效率和农产品质量。借助物联网技术有效组织提高流转速度,降低农产品损耗,降低流转成本,提高流通效率。在现有农产品流通网络的基础上,完善流通体系的硬件设施,从仓储条件、运输工具、保鲜技术等各个环节降低农产品损耗,促进流通系统信息化建设,结合物联网、大数据、云计算等技术,推动流通模式向智能化升级。

农产品流通速度的提升,促成物流基础设施建设和完善,是我国在城镇化进程中产业升级的重点发展方向。随着我国城镇化进一步推进,农产品市场格局不断壮大,以散户农民为主的生产者主体生产技术落后,资金薄弱,缺乏营销意识,没有营销及品牌概念,导致农产品流通在源头上呈现效率低等问题;在互联网时代由于信息的快速传播,产品滞销状况得到改变,将商品迅速流转出去以高效的姿态送到消费者手中是互联网背景下农产品流通的重点工作。具体而言,农产品流动速度的提升给农

产品仓储、交通和市场设施等提出了新的要求,带来了新的发展挑战和机遇。继续加大物流运输工具和配套服务建设,满足高效化、智能化的发展趋势;重视农产品生产工具、农村道路配套设施建设,提高农产品采摘、包装、运输效率。

随着农产品流转速度的提高,上海市的客户(消费者或消费市场经销商)可以借助互联网、物联网在较短的时间内获得新疆维吾尔自治区的农产品,互联网时代缩短了农产品生产者和消费者的距离,在减少中间商流转环节的同时,还可以增加农产品供销渠道,延长农产品供应链,扩大农产品供销空间,使农产品更容易卖得出去、卖得更远。

综上,在我国城镇化进程中,基于“互联网+”背景的新经济时代,使得农产品供销模式趋于生产者市场和消费者市场距离缩短的发展势态,使生产者和消费者在互联网平台聚集成信息流通较快的农产品供销市场,提高市场组织力,减少多级中间商流转,物联网技术促使该模式下农产品以较快的流转速度从生产者的菜地流向消费者的餐桌,减少农产品损耗和环境污染。

4 “互联网+”背景下农产品智能供销模式

针对我国城镇化进程中农产品供销模式存在的问题,基于“互联网+”背景,为进一步完善我国农产品供销模式和流通体系,提出如图 6 所示的农产品智能供销模式,该模式以生产者和消费者预定直销为主,实现农产品生产标准化及产业化供销模式。

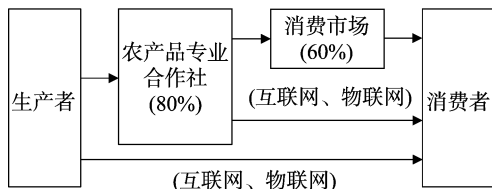


图6 “互联网+”背景下农产品智能供销模式

4.1 生产者和消费者预定直销模式

“互联网+”背景下农产品智能供销模式以消费者及消费者市场预定为主,基于互联网、大数据来反馈需求信息,指导生产者生产,为提高生产者组织力,该模式大力推进农产品专业合作社参与生产和销售活动。该智能供销模式分为3条主线来完成生产者和消费者的供销活动和市场信息传递。

农产品专业合作社将散户农民组织起来,根据消费市场的消费者需求进行有计划、有目的的生

产。该主线供销模式下,消费市场可以根据消费者的需求信息向农产品专业合作社发起需求订单,将市场信息传递给农产品专业合作社,专业合作社根据订单进行生产,向散户农民提供技术指导和支持,增加生产者生产力并提高生产效率。在该模式下,减少了农产品在各级批发商的流转环节,提高了农产品流转速度;农产品专业合作社分别跟生产者、消费市场的经销商形成稳定的合作关系,进而降低农产品滞销的风险,且订单的农产品价格是根据市场的供需关系决定的,提升了生产者的议价能力。农产品专业合作社的参与从源头上提高了生产者的组织力,农产品专业合作社直接面对有一定采购规模的消费市场经销商,经销商将农产品直接分配给零售商,意味着消费市场的经销商数量有限,这样就可以提高消费市场的组织力,使得农产品在消费市场快速流转。

在“互联网+”背景下,以下2种模式作为以农产品专业合作社和消费市场为主线的补充。农产品专业合作社在面对有稳定采购量的消费者如食堂,专业合作社采取直接与消费者签合同,根据预定需求组织生产,该主线模式作为消费者需求市场的补充,通过互联网获得需求订单,利用物联网将农产品直接送到这部分消费者手里,减少中间运转过程。生产者在农产品专业合作社的组织下进行生产,当还有剩余生产力或具有特色农产品时,可借助互联网、物联网等直接面对消费者,消费者向这部分生产者直接发起产品订单,生产者接收到需求信息,通过物联网直接将产品送到消费者手里。

可见,这2种模式作为上述主线的补充,一个是消费者市场需求的补充,另一个是生产者市场供给的补充,借助互联网、物联网技术实现供需信息、农产品信息传递和农产品流通。3种模式相辅相成,将消费者和生产者的利益最大化,可以实现农产品供销模式的高效、智能发展和升级。

4.2 标准化及产业化供销模式

在“互联网+”背景下,提出城镇化进程中农产品智能供销模式,该模式以生产端的农产品专业合作社为市场信息传递者和农产品生产组织者,使得农产品需求、生产、供给、销售流程标准化。该智能供销模式将每个流转过程按一定标准对农产品进行处理,如采摘过程要求农产品达到一定的生长指标,储存过程要求温度等储存条件达到要求,使得提供的农产品在流转过程中便于运输、售卖。农产

品供销流程标准化,有利于提高农产品的品牌影响力和专业生产能力,减少流转损耗,加快农产品流转速度,提高农产品供销效率,从而推动农产品供销模式产业化。

该农产品智能供销模式由农产品专业合作社向前延伸到生产者的生产过程,有计划地组织生产、指导生产者提高生产技能,向后延伸到消费者需求信息获取和农产品流转销售,使得农产品逐级的供给和销售模式形成以专业合作社为中心的农产品产业链,使农产品从生产、采摘、包装、储存、运输到销售等过程执行产业链标准,同时供需信息、农产品生产及销售信息也得到快速、有效的传播,缩短农产品流转时间,降低供销成本。标准化、产业化发展有利于农产品智能供销模式有效组织农产品市场运行。

5 新旧供销模式对比研究

根据我国城镇化进程中农产品供销模式现状及问题,基于“互联网+”背景提出以农产品专业合作社为主的智能供销模式,分析新供销模式的能效作用,跟旧供销模式对比结果如下。

5.1 供销渠道对比

供销渠道方面,旧供销模式以各级批发商主导的供销模式占市场的主流,约 45% 的销量通过该模式下多级批发商进行农产品流转,导致流通渠道冗长,流转成本较高,使得生产者处于被动地位。而新供销模式是以农产品专业合作社为主导的供销模式,专业合作社根据供求信息组织并指导生产,将分散的市场上游主体生产者和市场下游主体消费者有机结合起来,提高供销渠道的组织力,并有效减少供销流转次数,提高供销效率。

作为旧供销模式主流供销渠道的补充,生产者有 42% 的市场份额采取自供自销策略,生产者直面消费者或消费市场,和新供销模式的补充供销渠道相比,新供销模式该主线也是借助互联网等技术使得生产者直接与消费者“面对面”销售农产品,但不同的是旧模式是生产者在现有生产力条件下将产出进行分散销售,而新模式是特色生产者或有剩余生产力的生产者对市场的补充,满足消费者的需求,约占市场份额的 20%。

通过新旧供销模式对比,新模式将农产品分散

的供销渠道利用农产品专业合作社有效地组织起来,提高市场组织力,使得多元化的供销渠道转变为 3 个主流的流转渠道,并有效缩短了流转时间,降低了流通成本。在新供销模式指导下,农产品市场信息传播较快,农产品专业合作社作为信息的收集及分析者,改变了旧供销模式以市场价格指导生产的现状,而是基于市场需求信息来指导生产。

5.2 农产品流通速度对比

通过新旧供销模式对比,在主流供销模式上,旧模式农产品平均经过批发商 3~4 次流转,一级批发商从生产者中收购一定数量的农产品,卖给规模较大的二级批发商,然后经过三四级甚至更多的批发商转卖,到达消费市场,售卖到消费者餐桌;而新模式下农产品经专业合作社直接送给消费市场,加快了产品流通速度,降低了损耗。旧供销模式下,批发商未形成有效的市场组织,将农产品价格反馈给生产者,导致生产者不能全面掌握市场信息;新供销模式下,农产品市场信息的流通速度通过专业合作社的组织得到了提升,并形成有效传递。

通过新旧农产品供销模式对比可知,农产品的供销渠道得到了优化,专业合作社起到市场组织者和信息传递者的主导作用,有效地组织农产品市场运作,可以提高供销效率,提升农产品流通速度,进而降低流通成本。同时,专业合作社向前和生产者合作、向后和消费市场联系,将农产品的生产、流转、销售形成产业链,在一定标准下指导市场活动,有助于农产品供销模式向着标准化、产业化的方向发展。

参考文献:

- [1]程言清,黄祖辉. 农产品流通现状、问题及发展趋势[J]. 价格理论与实践,2002(6):30-32.
- [2]韩永飞. 我国农产品流通中的问题及对策研究[J]. 价格理论与实践,2011(9):81-82.
- [3]李志博,米新丽,安玉发. 农产品流通政策体系的现状、问题及完善方向[J]. 价格理论与实践,2013(8):46-47.
- [4]肖红,邹赐岚. 鲜活农产品价格与物流模式研究[J]. 价格理论与实践,2012(2):36-37.
- [5]张立华. “农超对接”流通模式对农产品价格的影响分析[J]. 价格理论与实践,2010(8):78-79.
- [6]胡卓红,申世军. 当前农产品价格上涨中的流通成本研究[J]. 价格理论与实践,2008(8):27-29,52.