

我国城市农产品流通主要特点及发展趋势

洪 岚

(北京物资学院经济学院,北京市 101149)

摘 要:近十年来,我国城市农产品流通发展变化呈现如下特征:一是城市农产品流通总量爆发性增长;二是城市农产品流通组织嬗变,农产品批发市场集团化发展日趋明显,农产品经销商规模化、品牌化经营已现雏形,农产品电子商务快速发展,专业化的果蔬零售企业连锁化发展,连锁超市生鲜专区规模扩大;三是农产品流通企业信息化管理水平提高,基础设施明显改善。今后要着力完善农产品市场体系,加强对农产品流通过程的监督,降低物流成本的比重,加大对冷链基础设施投资的财政支持力度。

关键词:城市;农产品市场;农产品流通;发展趋势

中图分类号:F304.3

文献标识码:A

文章编号:1007-8266(2015)05-0020-07

DOI:10.14089/j.cnki.cn11-3664/f.2015.05.004

城市是农产品需求的主要驱动力。根据第六次人口普查公报(2010年11月1日),目前我国设市城市有660个,其中城区常驻人口超过1000万的特大型城市有3个(北京、上海、广州),500万~1000万人口的超大型城市有20多个(包含多数省会城市与沿海经济发达地区的大城市),100万~500万人口的大城市则有数百个。民以食为天,城市农产品流通不仅仅关系城市百姓居民日常生活,同时连接着农产品的生产者和消费者,把市场需求信息传递到生产领域,引导农产品生产,在农业产业化中发挥着承上(生产)启下(消费)的重要功能,对整个农业产业和农村的资源配置、结构调整起着不可替代的作用。^[1]经过多年的发展,我国城市农产品流通产业发生了巨变。

一、近十年来城市农产品流通总量爆发性增长

我国农产品总产量连续十年持续增长。2013年,我国粮食总产量60194万吨,比2003年增长39.76%,年均增长3.4%;^①肉类产量8535.02万吨,

比2003年增长32.46%,年均增长2.85%;蔬菜产量73512万吨,比2003年增长36.05%,年均增长3.12%;水果产量25093万吨,比2003年增长72.85%,年均增长5.63%。

近十年来我国农产品进口贸易量增长很快。2013年我国大豆进口量6338万吨,比2003年增长205.59%,年均增长11.82%;小麦进口量553.5万吨,比2003年增长1130%,年均增长28.5%;稻谷与大米进口227.1万吨,比2003年增长773.5%,年均增长24.2%。

与此同时,近十年的大中城市城镇常住人口也在扩张。以北京、南京为例,北京作为中国特大都市的代表,2013年城镇常住人口达到1825.1万,比2003年增长58.53%,年均增长4.72%;南京作为中国大型城市的典型代表,2013年常住人口达到818.78万,比2003年增长43.1%,年均增长3.65%。

农业产量的连年增长,进口大豆、玉米和食用油料的增多,加上城市人口规模的扩张等因素,导致我国大中城市的农产品流通总量爆发性增长。2012年,北京市蔬菜交易量为1336.39万吨,比

2004年增长68.26%,年均增长6.72%;新鲜水果成交量为815.94万吨,比2004年增长112.22%,年均增长9.86%。一线城市如北京、上海、广州、深圳,90%以上粮油果蔬等农产品需求由外埠供给满足;多数二线城市80%以上粮油果蔬等农产品也需要由外埠供应,目前我国基本形成了北粮南调、西果东输及冬季南菜北运、夏季北菜南送等蔚然壮观的全国性农产品大流通的局面。

二、城市农产品流通组织嬗变

1. 农产品批发市场集团化发展趋势明显

目前,农产品批发市场开始出现集团化发展趋势。一些有实力的批发市场在全国各地通过新建、合作、入股、收购、托管等方式,投资建设农产品批发市场和物流园,形成集团化发展。据调查,目前全国有十多家企业在各地投资建设农产品批发市场和物流园。深圳农产品股份有限公司作为国内经营管理农产品批发市场的第一品牌,在全国20余个大中城市经营管理超过30家综合批发市场和网上交易市场,旗下批发市场农副产品年度总交易量超过2400万吨,年度总交易额超过1400亿元;雨润控股集团已有12家农产品全球采购中心遍布全国;北京新发地股份有限公司旗下的批发市场数量也达到了10余家……同时,集团化发展市场呈现出占地规模越来越大,投资地域范围越来越广的特点,但发展的类型仍旧以综合性批发市场为主,占到总数量的80%以上。农产品批发市场的集团化发展已是大势所趋。

2. 农产品批发市场经销商的规模化、品牌化经营已现雏形

经销商是农产品批发市场的绝对经营主体。通过经销商的南来北往,从产地组织货源,到销地城市销售,实现了全国农产品大流通,有效衔接了供需关系。据笔者在上海江桥、武汉白沙洲、武汉四季美、深圳海吉星等多个市场的调研发现,有不少专门从事单品种菜或果经营的经销商,其每天提供的货源在市场上占有很高的份额,规模化程度比前些年大幅提升。以上海江桥市场为例,作为上海最大的蔬菜批发市场,它每年满足了上海市70%的蔬菜需求。该市场有一个商家专门卖西红柿,生产淡季时每天有十几车(每车10吨)货源

到场,旺季时每天有将近30车,其西红柿供给可占到江桥市场的1/4以上,是众所周知的上海西红柿王,其西红柿年经营额数亿元。另外,果蔬经销品牌化发展也很快。这些市场上的大多数蔬菜包装箱上,不仅印有品类、产地,还有公司的名称、地址和联系方式,意在打造公司品牌,提升产品的美誉度。

3. 农产品电子商务快速发展

自2005年易果网上线以来,先后涌现出了莆田网、优果网、沱沱工社、菜管家等数十家农产品电子商务网站。其中有专注做有机食品的和乐康、以“褚橙进京”事件营销的“本来生活”,也有集中发端于上海的美味七七、菜管家等。从2013年京东高调宣布进入农产品食品的网上售卖以来,农产品电子商务已成为新兴资本进入的热门领域。

4. 专业化的果蔬零售企业,其连锁化发展趋势明显

在不少大中城市出现了专业的水果超市、批发市场支援型的生鲜菜店,极力拓展门店或销售范围。这种拓展从上下游关系看,一种是门店的连锁化,一种是向上游农产品基地的延伸。例如,北京的泰纳水果超市、果多美干果水果超市、新发地社区菜店等等。据称,泰纳水果超市是在美国上市的中国果业公司(China Fruits Corporation)的独资子公司,主营中外品牌水果批发、连锁和零售,目前北京已有28家门店。果多美干果水果超市也是近年来新出现的专业店,在北京已开设17家门店。新发地便民菜店是新发地农产品批发市场推进便民服务的重要内容,至今已开设门店17家,它以新发地农产品批发市场为基础,以物流配送为支撑,以便民消费为目的,在各地设立时往往要求街道办事处提供相应便利,如免费的场所等。

5. 连锁超市生鲜专区规模扩大化成必然选择

“生鲜食品”是驱动整体卖场的灵魂,是超市经营的命脉,是商场集客力的重要来源,是门店吸引客源的重要因素。电子商务的快速发展在日益冲击着传统商贸流通业,特别是日用消费品网购的快速发展,降低了消费者前往线下市场购物的频率。而受制于保质期、生鲜程度等多方面诉求的生鲜食品则成为连锁超市吸引客源的关键,也

成为沃尔玛、家乐福等零售巨头卖场中热度最高的商品区域。研究表明,在大型综合超市中,消费者最为关注的商品品类主要涉及生鲜食品、服装、妇婴用品等。以永辉等为代表的连锁生鲜超市近年来的快速扩张体现了消费者的认可和支持。

三、农产品流通企业信息化管理水平提高,基础设施明显改善

1. 农产品批发市场基础设施与管理手段日趋现代化

过去农产品批发市场一直是“脏、乱、差”和落后的形象代表。近几年来,随着上市公司在全国布点注投资建农产品批发市场,一批新建市场不仅满足了农产品交易平台对电子结算、信息发布、冷链物流合理布局、垃圾处理的需要,同时借助互联网信息集成系统,建构商品质量追溯体系,满足线上电子商务发展的需要,市场整洁,管理现代化,令人耳目一新。如旗下有30家综合农产品批发市场的深圳农产品股份有限公司,其在深圳投建的海吉星农产品批发市场,全面借鉴了欧洲最大的现代化农产品批发市场——伦吉斯市场的基础设施配置和管理手段;已拥有12家农产品全球采购中心的雨润集团在哈尔滨新近投入运营的市场,则复制了日本现代农产品批发市场的管理模式。与此同时,不少老市场也纷纷撤棚设厅,先后将手工台账交易管理升级为电子结算,并投建质检室、冷库,有些在政府财政补贴下建立了猪肉销售的质量安全追溯信息系统。

2. 农产品物流基础设施改善,服务能力增强

大多数的农产品需要冷链物流来完成从田间到餐桌的质量保鲜。目前,国内规模以上企业500个单位冷库总容量为1895万吨,而2008年冷库库容为850万吨,平均每年增加200万吨。在国家财政补贴支持下,2013-2014年,冷库由于地产效应、生产需要、战略布局等因素的作用呈现出明显增长态势。据不完全统计,2014年在建万吨以上的冷库项目达到52个,这些项目全部建成投入运营后,新增冷库容量将超过500万吨,其中有不少专用于果蔬的冷藏库。另外,在商务部城市共同配送及其他专项财政补贴支持下,在农产品运输中运用新装备、在农产品流通加工中运用新包装材

料的步伐加快,农产品物流水平有所提高。

四、我国城市农产品流通的发展趋势

1. 农产品交易方式电子化、现代化

目前,我国一二线城市农产品中心批发市场的农产品交易平台已基本采用电子化结算方式,但三四线城市的农产品批发市场仍采用手工台账方式,相对落后。另外,我国农产品批发市场绝大多数仍为现货对手交易,拍卖、期货发展缓慢,电子商务刚刚兴起。农产品拍卖、期货、电子商务的核心是农产品的“质量等级化、重量标准化、包装规格化”,这恰好是我国农业产业化瓶颈。一些大型批发市场如北京的新发地农产品批发市场、山东寿光批发市场等已经开始试行较为先进的交易方式,这对中国农产品流通向标准化、规模化发展有很大的促进作用,同时促进农产品由普通商品向“精品”转化,有利于农产品实现增值和进入国际市场。

2. 农产品流通企业经营一体化

衔接生产和消费的大型农产品流通企业,由于农产品产销、仓储及运输的特殊性与复杂性,加之拥有雄厚资本和庞大销售网络的竞争优势与食品质量监管的要求,企业一体化经营发展势头强劲。

本项目调查的“双百市场工程”中的93家企业中64家具有加工功能的企业,其中31家拥有自己的种植、养殖基地;28家专业销售企业中有6家企业有自己的种植养殖基地,7家企业有自己的加工厂。农产品流通企业已由单纯的农产品运输、集散功能扩展为流通加工、包装、储存、运输、配送,并提供农产品生产和销售中的技术、信息服务,以调控产业链上端的农业生产和产业链下端的农产品销售。通过产业链的延伸,农产品流通企业不仅可以降低交易成本,减少产品损耗,缩短流通时间,提高农产品质量(新鲜度),以获取更多利润。产业链延长,垂直一体化将成为农产品流通企业发展的必然趋势。^[2]

3. 更加重视食品质量安全

近年来,食品安全事件频发,公众对于食品安全的关注度越来越高,我国政府高度重视并采取一系列措施加强农产品安全管理工作,但质量安

全形势依然严峻。笔者对北京主要食品流通环节的质量安全风险来源进行调研,结果如下:

(1)以连锁超市集团为核心的食品供应链模式

就果蔬来讲,超市有一定比例的农超对接,但多数从批发市场或产地市场采购。而来自批发市场的食品不安全风险系数较高。超市的猪肉均来源于北京市定点屠宰企业,牛羊鸡肉主要来源于品牌企业,比较容易追溯。超市水产基本上采取联营厂商进驻超市自营的方式,食品不安全风险系数高。对于加工包装及预包装食品,超市有严格的准入与退出制度,执行质量安全(Quality Safety, QS)认证制度。散装食品不安全风险系数高,尤其是果脯蜜饯类。腌制食品不安全风险较大,因为加工缺少相应的国家和行业质量标准,缺少贮藏、运输物流运作规范。超市类加工食品不安全风险较高,因为不在超市监管体系内。

(2)以批发市场为核心的农产品供应链模式

对于果蔬产品,食品不安全风险系数极高,但随着农副产品批发市场中经销商经营品种的专一化、规模化、产业化发展(虽然很缓慢,但比较乐观),食品安全风险将逐渐由他们承担,政府及市场管理方的压力相对要释放一部分。来自外地屠宰的白条猪不安全风险系数高,监管漏洞大。对于加工食品,那些管理规范批发市场食品安全压力相对较小一些。

(3)食品日杂店为零售终端的农产品供应链

多数食品日杂店只供应预包装食品和酸奶、豆浆等日配食品,由于进货渠道复杂,有个体配送的,也有店主从批发市场自行采购的,不安全系数高。

农产品流通企业作为农产品进入消费者手中的一道关键环节,对于保障农产品质量安全具有极其重要的作用。因而,农产品流通企业要将食品质量安全责任放在首位,严格按照国家质量安全标准和国际危害分析关键控制点(Hazard Analysis Critical Control Point, HACCP)食品安全管理体系对企业出售的农产品及其制品进行检验及流通加工,严格杜绝环境污染、农业种植和养殖源头污染、食品添加剂(防腐剂)、假冒伪劣、食品标识滥用等因素造成的食品安全问题。

4. 更加重视服务绿色化

在绿色化成为社会发展潮流的今天,农产品的绿色流通符合经济可持续发展的要求,成为社会经济发展潮流的一部分。在我国消费由数量型转向质量健康型的过程中,农产品流通领域的“绿色”就显得更为关键。

农产品流通绿色化,一方面指农产品流通企业经营无公害农产品,引导种养殖企业进行绿色化生产;另一方面指通过科学的物流设计、管理和实施,使农产品运输、包装和分销方案合理化、最优化。^[3]运输过程中包装重复利用率高,销售包装无害、易处理,较少空载,提高效率,将降低对农产品的污染以及对环境的污染。农产品流通企业提供流通服务的“绿色化”是指企业开展绿色流通和服务,以绿色流通为导向,以环境保护为目标,直接或间接促成污染消减的环保型农产品流通过程。因此,今后很长一段时间内,绿色流通将成为中国农产品流通企业的努力目标和发展方向。^[4]

五、我国城市农产品流通中存在的主要问题

1. 农产品流通规划缺少全局性

农产品市场发展过程中,由于缺少必要的规划引导,现有的市场布局基本上是自发形成的,其布局的合理性自然有所欠缺。以批发市场为例,在批发市场发展规划确定后并未得到严格执行,超出规划范围新建的批发市场仍然不少。当前,各地农产品批发市场过于集中在市区,尤其位于内环线外侧的批发市场,在城市建设规模不断扩大、区域功能重新定位、交通工具日益多样化的背景下,大部分市场区位分布不合理的矛盾日益显露,都面临着调整搬迁。同时,各批发市场还未形成合理的流通层次,经营基本上是平行站位,无论是大市场还是小市场,尽管农产品流通量相差较大,但其货源、客户乃至经营方式都差不多,各批发市场之间缺乏明确的功能区分和有效衔接,难以形成整体合力,限制了整个农产品市场体系的健康发展。

2. 农产品流通过程中产品质量安全缺乏有效监管

(1)农产品流通中的监管主要依靠传统的行政手段,以罚代管的现象比较普遍

由于监管法规的缺失和监管部门的多头化,导致监管内容随意性比较大,那些能给本身带来利益的监管内容,监管部门蜂拥而上;反之,则无人问津。^[5]比如蔬菜、水果等农产品的农药残留检测,由于产地监管工作严重滞后,缺乏专门的机构和部门进行监管,也缺乏必要的检测设备与手段,到销地市场后,只有一二线城市的农产品中心批发市场会有一定的抽查,导致农药残留问题严重。

(2)监管缺失,导致有质量问题的食品依然会出现在餐桌上

笔者在调研时发现,在大多数农产品中心批发市场,被查处的农药残留超标的果蔬或其他问题食品,只是责令经营者拉走,而这些食品最终要么去了城乡结合部,要么去了没有监管的市场。在最近曝光的食品安全事件中,有不少超市下架的过期食品出现在地下黑市,最后进入城郊或农村的日杂食品店。多家超市高管表示,即将过期或已过期的食品,一般都由供货商自行处理,因为处理也需要成本,而这些食品去了哪里,他们确不知。

3. 缺乏专业化的物流企业,物流成本高

目前承揽食品冷链物流业务的物流企业规模普遍较小,据有关行业统计,进入百强的第三方食品冷链企业,其年平均营业额只有几个亿,基本不具备或只有较低水平的加工增值能力,新鲜果蔬多以初级产品形式进入流通或消费终端,产品附加值较低,不能实现产品的增值和深度延伸。而且物流企业的设备与技术落后,用于运输蔬菜的工具以各型敞篷货车为主,缺乏保鲜和冷藏能力。因此,在物流过程中造成了极大的损失,使物流成本大大增加,与国外普遍进行的深加工或冷链运输有较大差距。

据调查,寿光蔬菜在运到北京市场时价格平均翻了2-3倍,最主要的因素就是物流成本高,而其蔬菜物流成本偏高又有多方面原因:一是运输的政策性费用高。如早在1995年,寿光市先后开通了寿光至北京、上海、新疆、海南等地的多条“绿色通道”,国家对运输蔬菜的货车也出台了不少优惠措施。但是在具体实施过程中,蔬菜运输车辆还是经常会遭到各有关部门的扣压和罚款,造成大量的额外费用加入成本之中,直接影响到蔬菜的成本构成。二是技术装备水平低,货损率高。

产品的分类等主要靠人工,误差较大,在运输、包装上也缺乏统一标准,给储存、运输等带来不便,造成在储、运、加工和销售等物流各环节中的成本过高。^[6]

4. 农产品流通环节保鲜技术落后,农产品品质标准化进程缓慢

我国进入流通中的农产品(尤其是果蔬),大部分是现货产品和初加工产品。农产品产后保鲜、储运、加工环节科技攻关滞后,企业科技创新能力弱,导致货损率高,精品少,增值小。再加上农产品品质标准化发展进程缓慢,极大地影响着农业产业化进程。目前,有几家一线城市的农产品中心批发市场,由于电子交易平台的普遍实施及拟推出农产品拍卖方式,倒逼经销商和原产地合作社开始注重农产品标准化以及产后储存、运输等过程中的保鲜问题。在深圳海吉星市场,果蔬产品新鲜程度高,其包装比其他国内市场的农产品更规范、更美观,这也是农业产业化不可逆转的趋势之一。

5. 冷链基础设施严重不足

我国农产品流通企业冷库、冷链运输车辆等冷链基础设施不足,对于农产品及其制品的运输仍以常温物流或自然物流为主。在笔者统计的93家大型农产品流通企业中,具有冷库或冷藏设施的流通企业只有37家,并且冷库面积、库容都比较小,平均库容在3000吨以下,仅为2727.3吨。在农产品流通的整个过程中,绝大多数农产品基本都在常温环境下流通,采用冷链物流的比例很低。由于农产品流通企业冷链基础设施发展滞后,农产品及其制品产后损失严重,果蔬、肉类、水产品等的流通腐损率分别达到20%-30%、12%、15%,仅果蔬一类每年损失就达到1000亿元以上。严重不足的冷链基础设施,不仅造成巨大的经济利益损失,还制约农产品流通企业的发展,同时给百姓的食品安全造成威胁。^[7]另外,冷链配送能力也制约着农产品电子商务的发展。具体来看,自主开通物流配送的电商网站其配送范围相对较小。即便是快递业巨头顺丰速运旗下的顺丰优选网站也只提供京、沪、津、粤(部分)、浙(杭州、嘉兴)、苏(苏州、无锡)等11个城市的配送服务。而借助于第三方物流配送的只有莆田网、易果网以及优果网等。还有一些网站配送范围很窄,面向小众群

体,例如,优果网只面向上海市外环以内,优菜网只面向北京市的五环以内。

六、对策与建议

1. 完善农产品市场体系

农产品市场首先要实现农产品流通的信息化,应建设基于网络的信息收集发布系统和联接互联网的网站,逐步建设信息化管理系统、食用农产品安全追溯系统和电子化结算系统。实现信息化要经过两个阶段:一是建设基础构架;二是价值创新,要求把信息技术与企业总体战略相结合,信息技术能够支持更高的经营目标并能适应不断变化的经营环境,并通过不断学习和创新,使信息技术有效地满足企业经营的终极需求,即充分运用信息技术来创造企业的市场价值。^[8]特别是二三线城市的农产品中心批发市场,市场基础设施老旧,迫切需要基础设施的升级完善和信息化管理水平的提升。

农产品中心批发市场应把握现代物流发展的契机,实现组织结构创新,以满足农产品交易方式的改进和创新。通过试行拍卖、合同交易等更合理、更富效率的现代交易方式,倒逼农产品品质标准化、物流规范化,加快农业产业化进程。

2. 加强农产品流通过程中的监管

通过对农产品流通的有效监管和宏观调控,减少市场风险和自然风险,规范农产品流通主体行为,保护农民与消费者的利益。其目的主要是确保市场竞争有序,加强食品安全监管。

(1)建立健全农产品流通法律法规,确保农产品流通正常运行

市场流通规则作为一种制度性服务,是由政府提供和维护的公共物品。政府必须制定并逐步完善一系列的市场法规,确保农产品流通的正常进行。这些规则包括以下几个方面:一是市场准入制度,对进出市场的企业和个人进行资格审查,确保市场主体合格;二是市场交易规则,保证公平交易、等价交换,计量器具、卫生检疫等都要统一标准;三是市场监督和仲裁规则,为了协调和解决交易中的矛盾,需要市场仲裁规则,并设立相应的仲裁机构进行监督和仲裁,同时发挥消费者协会、社会舆论对市场的监督作用;^[9]四是杜绝质量有问

题的农产品进入市场。

(2)健全宏观管理和调控体系,规范市场秩序

完善行政执法、行业自律、舆论监督、群众参与相结合的市场监管体系。将多个农产品流通监管部门逐步合并为一个独立的政府机构,改变政出多门的状况。综合运用行政命令、法律法规和经济手段调节流通,创新管理手段,着力创造公平、公正的市场环境。规范市场交易行为,打击欺行霸市、强买强卖等不法行为。建立农村市场主体的信用档案,实行信用分类监管。整合有关部门和社会资源,尽快制定和完善农产品、食品检测标准与质量安全标准,推进城乡食品监管一体化进程,创新监管方式,规范流通秩序,建立城乡一体、分工明确、高效可靠的质量安全检验检测体系。^[10]对于新的农产品中心批发市场与老市场之间争夺经销商户的要合理规范、引导,强化新旧市场的定位与分工,避免资源浪费。对城市中心社区租金昂贵导致果蔬零售市场或店面撤摊,造成菜价贵、居民买菜难的现象,政府也要从公益性出发,给予一定税收减免或财政补贴支持。

3. 降低物流成本的比重,继续加大冷链基础设施投资的财政支持力度

(1)加强政府部门之间的协调

对运输果蔬的物流车辆,在没有明显违规的情况下做到不查不扣,快速放行,降低车辆的运营费用,以降低其运输成本。

(2)提高以果蔬为代表的物流系统中的物流装备水平,提高物流效率

使用新式工具和设备,减少手工作业量,提高果蔬等农产品的物流运营效率。发展新的物流技术,推广农产品冷链物流运输,降低货损率和物流成本。^[11]同时要确保运输畅通。每年按一定增幅增发鲜活农产品《绿色通道通行证》。对持有鲜活农产品《绿色通道通行证》且装载鲜活农产品的车辆,在没有违反国家法律、法规的情况下,交通运输、公安交管等部门要提供尽可能的方便,根据相关规定减免路桥费。对没有鲜活农产品《绿色通道通行证》但装载鲜活农产品的车辆,要实行“不扣车、不罚款、不卸载”等原则从轻处罚,促进本市农产品在市区的顺利、快速、低成本流通。放宽持有《绿色通道通行证》车辆在中心城区道路上行走时间和路线的限制。可以将执行绿色通道政策

的品种范围由鲜活类农产品扩大到冷冻、冷藏等与民生相关的重要农产品,将免收农产品运输车辆通行费的道路范围扩大到全部收费公路。^[12]

注释:

①文章第一部分数据均来源于《中国统计年鉴》或根据其中数据计算而得。

参考文献:

[1]林兆艳.超市主导的鲜活农产品供应链绩效研究[D].南京:南京财经大学,2012.

[2]、[3]、[4]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.

[5]张苗.构建河北省农产品现代流通体系对策研究[D].河北:河北农业大学,2012.

[6]、[11]汤晓丹,李仁义.山东寿光蔬菜物流发展问题探

讨[J].物流科技,2011(1):37-39.

[7]倪秋萍.我国农产品流通体系发展现状及对策[J].技术与市场,2011(7):457-458.

[8]姚卫.湖北省农产品流通的问题及对策研究[D].荆州:长江大学,2012.

[9]、[10]王明东.山东省农产品流通体系研究[D].青岛:中国海洋大学,2009.

[12]丁建吾.农产品流通存在问题分析[J].中国经贸导刊,2009(3):34-35.

[作者简介]洪岚(1967—),女,侗族,贵州省贵阳市人,北京物资学院经济学院教授,博士,主要研究方向为农业经济、农产品流通与物流。

责任编辑:林英泽

The Main Features and Development Trend of Urban Agricultural Products Circulation

Hong Lan

(Beijing Wuzi University, Beijing101149, China)

Abstract: During the past ten years, there has existed such features in the development of China's urban agricultural products circulation: first, the too rapid growth in the amount of urban agricultural products circulation; second, the too flexible circulation organization, the grouped development of agricultural products wholesale market, the emerging large scale and branded operation pattern of agricultural products dealers, the rapid development of e-commerce, the chain development of specialized fruit and vegetable retailers, and the expansion of fresh areas in chain supermarkets; third, the improved informationized management in related circulation enterprises and the improved infrastructure. In the future, we should pay more attention to the perfect of agricultural product market system, strengthen the supervision, reduce the logistic cost, and increase the financial support for the infrastructure of cold chain.

Key words: city; agricultural products market; agricultural products circulation; development trend