

## ● 政策研究

# 美国农产品供应链模式 借鉴及政策建议

◆ 杨璐璐

[中国矿业大学(北京)文法学院 北京 100083]

**摘要:** 顺应构建现代农业产业体系、生产体系、经营体系的发展步伐,需要构建现代农产品流通体系,形成“大生产—大市场”的农业格局。美国将农户、初级加工商、批发和物流部门、零售商以及顾客连成一个整体的网链结构,形成了“农超对接”“有机专供”“批发市场”和“本地直销”4种农产品供应链模式。农业生产体系、产业体系、社会化服务体系,基础设施建设,农业信息管理平台及法律建设共同构成供应链的支撑体系,其对改造中国农产品供应链模式和运行体系,建设现代农产品流通体系具有一定的现实参考价值。

**关键词:** 农产品流通;农产品供应链;运行机制;支撑体系

DOI: 10.13856/j.cn11-1097/s.2019.10.005

## 1 引言

建设现代农业产业体系、生产体系、经营体系,是习近平总书记关于现代农业建设和农业现代化发展的重要思想。“三大体系”的战略布局 and 现实发展解决了现代农业“大生产”的路径问题,对于地方政府和农业从业者而言,解决了具体农业经营中的方向以及事前和事中问题。不能忽视的是,农业现代化发展的最终效果是需要通过市场考量的,现代化农业生产需要与整合的市场同时存在,形成“大生产—大市场”的现代农业格局,才能真正实现农业的振兴,这就涉及现代农业经营的事后销售和市场问题。但是,我国农业生产事后的农产品市场流通问题依然是影响农业经营者收益、制约现代农业产业体系发展的瓶颈,农业生产者市场信息缺失,流通渠道狭小,社会化服务不足,规模化经营主体面临较高的市场风险和经营成本而步履艰难,因此

需要构建农产品现代流通体系。

目前世界上主要发达国家非常重视农产品流通,在实践中不断探索高稳定、低风险的流通模式,形成了较为先进的农产品供应链运行模式,当今各国之间的农业产业竞争,更多地表现为以农产品供应链为核心的农产品流通市场机制的整体性竞争。近10年,国内学者已经开始关注典型发达国家农产品供应链的运作模式和管理经验,研究内容主要集中在3个方面:①农产品供应链管理。对美国、荷兰、日本、韩国、加拿大等国家农产品供应链特征的比较研究,将世界鲜活农产品供应链管理划分为3种:以美国、加拿大为代表的直销主导的北美模式,以荷兰、法国为代表的拍卖主导的欧洲

收稿日期:2019-07-05。

作者简介:杨璐璐(1985-),女,博士,副教授,博士生导师,研究方向:公共政策、农业经济管理。E-mail: yanglu\_6677@126.com。

模式,以日本、韩国为代表的批发主导的东南亚模式;并分析了不同模式下生产、流通、社会服务体系等方面的特征<sup>[1-3]</sup>,从完善政府扶持、信息网络、组织体系、市场体系、物流发展等方面提出启示和建议。虽然均提到若干国家的情况,但是研究内容比较简短、宽泛、笼统且成果相互重复,对供应链的具体管理情况缺乏深入的经验介绍和过程研究。

②关于农产品供应链运作机制的研究。韦闻佳和杨庆先从组织结构、运作模式、物流配送、信息平台4个方面总结了发达国家农产品供应链的运作状况<sup>[4]</sup>。也有学者从批发市场发展、质量导向下大规模和中小规模供应链协调等方面进行研究<sup>[5,6]</sup>。

③农产品供应链物流模式。通过对不同国家供应链物流模式的比较研究,从流通模式、基础设施、信息化管理、组织分工、市场制度等方面总结了美国、日本、荷兰等国农产品物流一体化的发展经验<sup>[7-9]</sup>。已有研究成果为进一步研究农产品流通体系和供应链管理提供了基础,然而有待通过较为深入的模块化、流程化、数据化分析呈现农产品供应链运行机制,需要捕获更为全面、新颖的国外资料作为研究的支撑,并且已有研究对农产品供应链的“管理”“运作机制”和“物流”等概念缺乏明确区分,存在研究对象模糊、概念混用和不同研究主体下研究对象相同的情况。单就对美国农产品流通和供应链管理的研究成果来看,基本都提到美国大农场对接大超市的“直销模式”,但是缺乏供应链具体流通环节、供应模式、运行情况的资料和分析,难以全面深入地呈现美国农产品流通的形态及其支撑体系。因此,本文聚焦农产品流通,以美国农产品流通实践为研究视角,利用长期在美国的实践和深度调研,全面细致地总结了美国农产品供应链的组成部分、市场模式和支撑体系。另外,对美国农产品供应链的认识,远远超越了已有研究提到的“农场对接大超市的直销模式”和批发市场,因此从供应链组成部分入手,明确主体关系,构建美国农产品供应链模型,清晰地呈现了农产品供应流路径;并首次深入分析了有机农产品专供和当地农产品直销的市场模式;并从支撑体系方面总结美国农产品供应链形成的原因。该研究不仅从理论上丰富了国外农产品供应链经验信息,为深入微观研究国外农产品供应链运作模式提供研究范式,而且借鉴美国经验,为完善中

国农产品流通体系实践提供政策建议。

## 2 美国农产品供应链的组成部分

美国农产品供应链的核心组成部分包括农业生产部门、一线处理商或初级加工商、批发和物流部门、零售商和食品服务部门(图1)。

粮食商品的初级生产来自农业生产部门。美国农业生产采取专业化、规模化、区域集中化的生产方式。产地集中和专业化生产培育出以规模化农业加工企业为衔接的现代产业化体系和以大型零售商为终端的大市场直销机制。

从农民直接到消费者的农产品市场尽管正在增长,但是只占食品市场的一小部分,绝大部分食品在到达消费者之前由其他几个部门处理。最初,许多商品由农民出售给一线处理商或初级加工商,他们负责储存和初始加工。一线处理商包括负责洗涤、打蜡、包装的人员,包装水果和蔬菜的公司,面粉加工厂,油籽加工商和其他公司。初级加工商包括肉类加工商,面包店和消费品公司等食品加工和制造业,这些公司将原材料转化为价值更高的包装和加工食品。其次,由一线处理商和加工制造部门提供的食品通常被传递到批发和物流部门。批发部门是指在仓库设施网络中购买和储存食品的公司,然后使用广泛的运输基础设施将这些产品分销到零售店。物流公司是指实际上不拥有食品所有权,但是通过提供物流配送和库存协调服务而获得支付的公司。最终,大多数食品被传递到零售食品部门和食品服务部门,与消费者接触。零售食品部门包括杂货店、便利店、自动售货机和其他零售店。食品服务部门包括餐馆、快餐店、饮食场所和机构自助餐厅。此外,一些消费者通过政府计划获得粮食援助,如补充营养援助计划(SNAP)和妇女、婴儿、儿童营养补充特别计划(WIC)。还有一些人可以通过学校供餐计划或通过私人食品银行和货架获得食物。

在农产品供应链中,存在两条信息流:食品、服务和食品的信息流(实线箭头),从投入农业生产部门开始,沿食品供应链延伸,直至到达消费者,其中传递的信息包括成绩、品牌、营养标签和广告。反过来,根据市场需求(购买)表达的消费者偏好信息流(虚线箭头)或政策制定者的压力会影响种

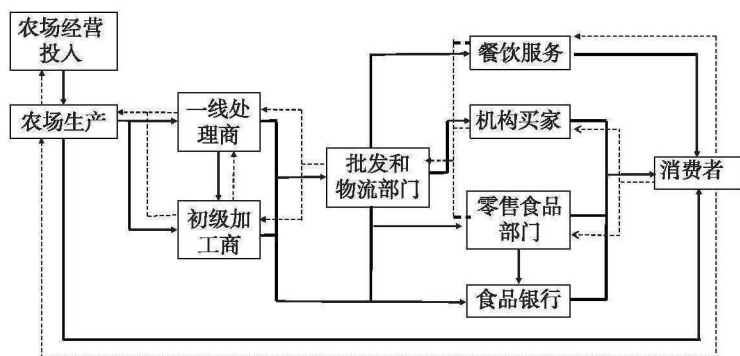


图1 美国食品供应链模型

植、加工的食品类型、分发和出售。

### 3 美国农产品供应链的流通模式

美国随着农产品生产、销售、加工等各环节专业化程度的不断提升，已经形成了一套适应“大生产大市场”的供应链模式，农场、零售商、批发商以及顾客以伙伴式的共生关系为纽带，形成了一个无缝衔接的整体的功能性网链结构模式。综合来看，美国农产品供应链主要有4种模式。

#### 3.1 以大型超市、连锁零售商为主导的农产品直销模式

美国农业生产的专业化和规模化程度发达，产地市场相对集中，农产品流动采取以农场为单位的直销模式，形成生产者与零售市场的产销对接。这是一种短渠道流通模式，农场主直接将产品就地分级、包装后，配送到超级市场尤其是综合性的大型超级市场和专门的副食品连锁店，缩短了供应链环节，弱化了农产品批发商的地位，消费者的市场需求也可以直接影响农产品生产。这一模式对终端零售商的产品整合、采购、营销能力提出了较高的要求。在20世纪80—90年代，美国的大型超市和零售企业开始崛起，并掀起并购的浪潮，一批现在被美国人广为接受的食物超市，Trader Joe's、Whole Food Market、Meat Farm等获得较高的品牌享誉度和连锁规模，这就为农产品直销模式提供了终端条件。以规模化、集中化生产和发达的零售业为基础，逐渐形成了现代产业化的“生产—市场”及以直销为主的供应链管理新模式（图2）。中间的零售采购站往往是隶属于超市或食品企业的一个职能部门，专门负责农产品的采购任务或配送，发挥物流的功能；零售配送商/代理商是通过契约方式直接联结生产者

和零售商的第三方专业公司<sup>[1]38-43</sup>。因此基于产品整合分配或物流运送功能的中间商并不参与农产品的销售，不产生差价盈利，如果从多级供应链的角度看，是可以忽略的一级。

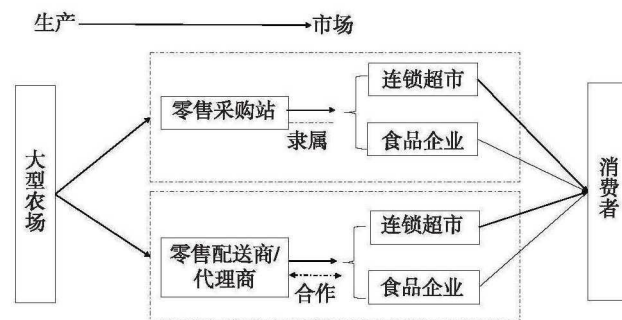


图2 美国大型超市主导的农产品供应链

这种产销直接衔接的农产品供应链模式是建立在生产者、零售商都有较大经营规模基础之上的，规模化集成形成了“大生产—大市场”对接的供应链规模优势、流通优势和稳定效应：减少了交易环节，成本低，大幅提高了流通效率，同时减少中间环节保证了鲜活农产品在流通中的损耗风险；超级市场在品牌竞争需求下对货源稳定、及时、质量保障的要求提高了产销对接供应链的稳定性。稳定的直销供应链反过来促进生产者和销售者的规模化集成和创新：买卖双方通过交易形成了长期稳定的购销关系，形成了稳定的产品供应来源，进一步对超市产品提供了可追溯机制，促进农业生产者不断进行农产品创新、管理手段革新、技术创新等，提高单产和质量，促进超市进一步通过丰富产品品种和降低价格来提高销售竞争力。大规模生产的农产品，虽然有基本的质量安全保证，但一定收入水平的消费群体对高质量产品的需求无法得到满足，且这种直销模式的流通过程也长于就近生产、就近供

应的农产品供应链。

### 3.2 以有机市场、品牌超市为主导的有机农产品专供模式

美国有机产品零售市场较为成熟,从鲜活农产品到加工食品,再到保健品,甚至日化用品,已经形成了有机质量标准的产业体系,几乎和农产品有关的人们所有的日常生活用品,都可以找到有机品种。有机农产品的流通销售主要采取的是专供模式,产品供应的关键在生产源。农产品的种养必须按照严格的生产模式进行,从选种、种植和饲养环境、方式到使用的化肥和饲料等都要符合质量体系标准,因此产品一般来自专门的有机农场或大型农场中的有机品种。这部分高质量农产品进入市场的方式采取的是“有机农场—有机专卖超市—消费者”的模式(图3)。零售商主要表现为专门或主要销售有机产品的品牌连锁超市。与高端有机产品的高质量相对应,这类超市非常注重品牌建立,以提供高质量的有机绿色产品为核心价值观,在农产品供应链中建立了专门的质量标准、审查机制、追溯机制,注重质量宣传和用户体验,在有机农产品流通中具有较强的讨价还价能力,是筛选农场、把关质量的执行者。在长期的公司和市场发展过程中,这类连锁超市品牌成为人们心中有机市场的代表。此外,非常注重自有品牌有机产品的开发,进一步强化了其品牌的有机特性和公司的市场占有率。目前,知名度较高的有机农产品连锁超市主要有 Whole Food Market 和 Trader Joe's。

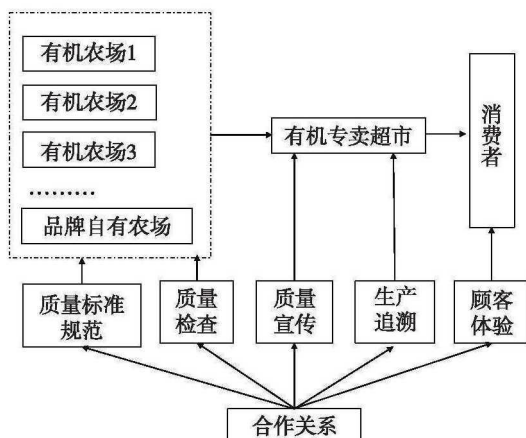


图3 以有机市场、品牌超市为主导的有机农产品专供模式

截至2018年12月11日,Whole Foods Market在美国本土共有471家<sup>[10]</sup>。Whole Foods Market旨在为食品零售商制定卓越标准,销售的产品定位

在高质量的自然和有机产品,质量是Whole Foods Market的灵魂。在对销售产品的质量把控上,除了按照美国农业部制定的《有机食品生产法》有机法规和国家有机计划手册外,还制定了严格的食品标准,如“食物中不能含有的成分表”“动物福利和肉类质量标准”“可持续海鲜指南”,以此作为决定产品是否可以上架销售的标准。在流程上,团队成员与农民、供应商合作,通过研究成分、阅读标签和审核采购实践,仔细审查产品,确保其达到指定的高标准。Whole Foods Market的产品来源采取合作伙伴模式,其供应商并不局限于某些农场或当地的产品,而是由若干的供应商支撑,与供应商之间是签约合作关系。Whole Foods Market将发现和展示新产品和创新产品作为市场销售的核心,支持任何满足条件的供应商加入供货来源,但是产品需要经过严格的审核。

Trader Joe's食品店始于1967年,截至2018年12月11日,美国本土共有494家,数量最多的是加利福尼亚州有182家。Trader Joe's主打自有品牌的农产品,尽可能直接从供应商处购买农产品,并讨价还价以获得最优惠的价格,然后将节省的成本优惠给消费者。Trader Joe's品牌的推出大大降低了成本,通过减少仓储费、营销费、中间人费,不收取物品放在货架上的费用,保持低成本,通过降低产品价格来补贴消费者<sup>[11]</sup>。

### 3.3 经由销地批发市场的农产品流通模式

农产品批发市场是大规模直销模式的重要补充。2011年,与食品、饮料和农产品相关的批发业务公司总数为3810家(美国人口普查局,2014年)。在食品服务方面,传统批发商仍占据主导地位,因为他们为许多小型零售企业提供专业订单服务。

农产品批发市场一般分为产地批发市场和销地批发市场。产地批发市场是在生产集中区域的就地集中批发,这类批发商并不是市场中的一级中间商,而是农场、农业协会、农业合作社等生产者,其与零售商的对接称为直销。销地批发市场指在销售地形成的一级批发商,由这些批发商与零售商对接。

销地批发市场主要集中在人口密集、消费量大的城市附近,大城市附近的车站成为农产品的集散地,因此多被称作车站批发市场<sup>[5]68</sup>。车站批发商



从农场生产地批量采购农产品，成为一级中间商，车站批发商再将农产品分拣后销售给二级批发商、大型超市、零售商，最后通过零售市场业务到达消费者手中（图 4）。

此外，食品银行（Food bank）不属于传统意义上的批发部门，它们是全国食品货架的批发商。该业务中最大的非营利性批发商是 Feeding America 及其成员，如 Second Harvest Heartland。

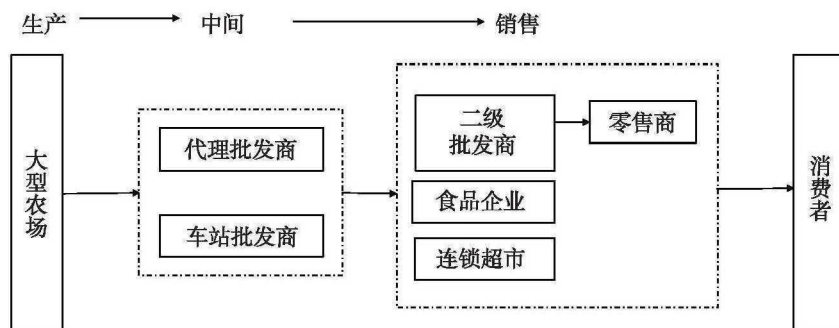


图 4 经由销地批发市场的农产品流通模式

美国农产品批发市场的设立并不是若干经营者的聚集，而是必须要经过政府认可。与行政管理体制相对应，政府建立农产品批发市场的决策由各州根据自身情况决定，需要各州议会通过相关的法案。农产品批发市场交易的主体由农民、批发商（中间商）、采购商组成，其中，批发商是最重要的，美国农产品批发市场的交易方式由批发商决定。批发商既可以是生产者（农民），也可以是专门的中间商。农户与批发商之间除了一次性市场交易以外，还有委托交易的方式，采购商和批发商之间主要采用“订单交易”模式。美国农产品批发规模不可小视，与粮食和农产品有关的批发公司雇用了至少 357 790 人，平均每个企业 78 人（美国人口普查局，2014 年）。此外，Feeding America 2013 年使用了 860 万小时的志愿者劳动力（Feeding America, 2013）。

### 3.4 以农贸市场、农场订单为主导的当地农产品直销模式

与大规模农产品直销流通相对应的是当地流通。美国以大型超市为主导的大规模农产品供应链为主，但并不能满足所有消费者的需求，尤其是对生鲜、地方特色、绿色、有机、原生态有更高要求的消费者。美国农产品流通还存在很多产地直销市场。根据美国农业部（USDA）的统计，美国的农产品市场体系包括农贸市场（Farmers market）、产地农产品市场（On-farm market）、社区支持农业网络（Community supported agriculture）和食品流通中心（Food hub）4 大类型（图 5）<sup>[12]</sup>。

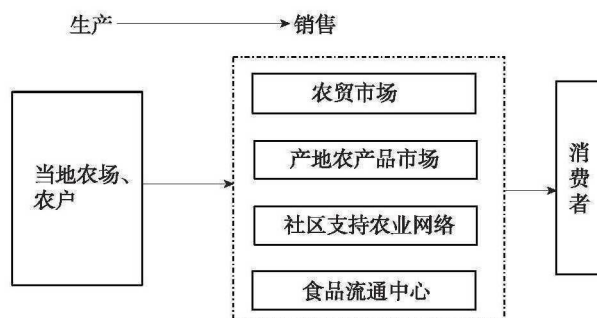


图 5 以当地露天市场、农贸市场为主导的农产品传统供应模式

截至 2019 年，美国农贸市场共有 8 767 家。这些农场供应商在一个共同的、经常性的地理位置直接向客户销售农产品。由农业营销服务机构来维护农民市场信息，包括市场位置、方向、运营时间、产品供应、可接受的付款方式等。其中销售肉类的市场 3 270 个，销售鱼类和海鲜的市场 1 465 个，销售蛋类的市场 4 444 个，销售新鲜蔬菜的市场 5 757 个。美国各种类型农贸市场中有一种露天市场，提供当地农民自己生产的各种新鲜蔬菜、水果、肉类、鸡蛋、各种植物、手工面包等。这种农贸市场一般在每年的春、夏、秋 3 季开放，每周开放 1~2 天。这些农贸市场都由当地农业部门组织成立，也有相应的网站提供营业开放时间和各种活动的通知、产品介绍，有些网站还提供网上购物。

美国产地农产品市场共有 1 500 家，此类市场是由单一农场经营者管理的市场，该农场经营者在农场中或农场周边直接向消费者销售农业或园艺

产品。

美国社区支持农业网络共有 845 家, 包括多个农场形成的供应网络, 这些农场在一个或多个收获季节期间为下了订单或拥有会员资格的消费者定期(通常是每周)交付当地种植的农产品。客户可以根据订单或会员费的部分或全部预付款, 获得由单个农场或农场集团提供的选定份额或范围的农产品。

美国食品流通中心共有 235 家, 食品流通中心是分销和营销食品的企业或组织, 这些企业或组织来自多个生产商, 主要是当地和区域生产商, 以加强这些生产商满足本地和区域批发、零售和机构需求。

#### 4 美国农产品供应链的支撑体系

美国 4 种农产品流通模式具有不同的运行基础、运行机制、市场空间、消费群体, 不仅会影响区域农业经济发展、居民生活成本等市场经济效应, 也决定了美国人的生活习惯。在长期的发展中, 与美国的农业生产方式、物流水平、基础设施等条件相适应, 这 4 种农产品流通模式已经形成了产业化的供应链, 有固定的生产形式和产品来源, 生产方、销售方、中间商等市场参与主体在交换活动中建立了长期稳定的购销关系。而农产品供应链的形成和稳定发展是建立在一定的区域条件、生产方式、配套设施等基础之上, 同时, 伴随供应链管理的完善和优化及不同供应链之间的竞争, 也进一步强化或优化供应链的支撑基础。本节将进一步分析美国 4 种农产品供应链的支撑体系。

##### 4.1 以农场为主体、农业合作组织为单位的农业生产体系

美国农业生产方式主要以大规模农场为生产单元。截至 2017 年, 美国农场的数量为 204 万个, 平均规模  $178.6\text{hm}^2$ <sup>[13]</sup>, 90% 以上土地集中在面积超过  $73\text{hm}^2$  的农场。农业生产过程中从播种到收获各环节机械化水平较高, 甚至一些环节实现了自动化, 并且农场经营方式正朝大规模企业化经营迈进, 配备了专门的储存、包装、分拣的设备和工厂, 采用市场—消费者导向的农工商管理模式。美国的农作物产地主要集中在南部, 并且在长期的农业种植中, 划分了鲜明的鲜活农产品生产区域。以农场为组织形式的规模化、专业化、机械化、区域化经营不仅

使得美国农产品生产效率较高, 而且农民在市场具备较强的讨价还价能力, 竞争实力强大。与此同时, 农场之间存在多种形式的农业合作组织, 主要形式有合同制、农业合作社、农工商联合体、联营制等。其中, 农业合作社是美国农产品供应链上最重要的一个经济实体。美国农业合作社可划分为销售型合作社、供应型合作社和服务型合作社 3 种类型。据美国农业部统计, 截至 2017 年, 美国共有 1 871 个合作社, 其中 1 010 个是销售型合作社, 777 个是供应型合作社, 84 个是服务型合作社。参加的会员共计 189 万名, 总业务量 1 971 亿美元<sup>[14]</sup>。

美国的合作社不同于日本小规模经营农场形成的综合性农业合作经济组织, 是大型的跨区域专业合作组织。合作社的重点是产前和产后的供销领域, 通过规模化采购生产资料降低生产成本, 以合同销售形式稳定农产品销售渠道<sup>[4]101-104</sup>。如今, 美国农业合作社具有明显的现代企业特征, 注重高附加值的经营方式, 对原始农产品进行深加工, 提高农民在消费环节的利润分享比例。

##### 4.2 加工业发达的农业产业体系

规模化种植不仅有利于提高耕种的生产效率, 而且集中采购有利于产业向纵深发展, 开发下游加工产业, 提高农产品供给质量和增加相关产品品种。目前, 美国农业产业已经形成了包含农产品生产、初级加工、深加工、日化产品研发、物流等在内的分工细化、产业完整的产业体系。市场细分和深度开发, 为农业产业体系中的众多农业企业提供了发展空间, 不仅进一步丰富了产品种类供给, 推动了农产品相关产业的开发、产业整合、新型产业的形成, 促进了农业产业优势的形成和发展, 而且加速了农业市场化发展速度, 通过自由市场的无形引导和竞争格局的演化, 形成了优势企业。优势企业最终使企业的目标定位更为准确, 企业之间的组织联系更加灵活, 更加适应市场需要。总之, 美国农业产业体系形成农业产业微观主体与宏观经济之间的良性互动。

##### 4.3 完善的社会化服务体系

美国农业“大生产—大市场”的特征, 使得农产品包装、分拣、集散、物流等都不可能依靠简单的家庭经营和人工劳动完成。虽然一些大规模农场在朝现代企业化经营发展, 配备了就地储存、保障、

分拣的设备和工厂,但是“从田间到餐桌”的整个农产品供应链上,农场就地初步加工只是其中一环。美国农业生产专业化、规模化的形式不单单是土地规模化、种植机械化和区域专业化,同时还有支撑规模生产、集散流通的社会服务体系。美国的农业社会化服务体系主要有政府、私人公司、农业合作社 3 个层次。

美国农业部(USDA)通过基于事实、数据驱动和以客户为中心的决策,在农业、食品、自然资源、农村基础设施、营养和相关问题上发挥领导管理作用。同时提供农作物种植、流通、市场交易等信息。

农业产前、产中和产后服务的很大方面由私人服务提供。美国众多农产品物流企业、代理企业、加工企业等直接参与到农产品的生产和流通当中。这些私人企业和机构直接承担了农产品的生产加工、产品包装、交通运输、装卸搬运、信息传输等一系列业务,作为供应链的“润滑剂”,为农场的产前、产中、产后环节提供各项支持,有效支撑了高度集中的一体化模式的运行。例如,美国第三方物流业发达且行业分工细致、专业化程度高,专门的物流组织或公司针对所有物流环节,提供安全、快捷、准确的物流服务。截至 2018 年,北美最大的农业和食品运输企业 Nutrien 公司拥有 4 349 辆卡车<sup>[15]</sup>。

#### 4.4 雄厚的基础设施建设

美国农产品物流配送所依赖的基础设施的完善为集中的产地批发市场与零售商的对接提供了可能,使直接来自生产方的货源能够满足零售商供货及时、货源生鲜的要求,省去了中间商的中转配送。美国拥有发达的交通运输基础设施和完整的交通网络。国家高速公路系统包括 260 000km 的道路网络,该系统占美国全国道路的 4%,但占全部公路交通量的 40%以上,占全部重卡交通量的 75%。美国所有超过 5 万人规模城市地区的人口都居住在距离国家高速公路系统网络约 8km 的地方,覆盖了美国约 90%的人口<sup>[16]</sup>。

美国现代化的运输保鲜设施非常发达,拥有足量的、先进的农业仓储设施,20 世纪 30 年代,美国已经开始建立农产品物流链和质量监管、物流服务体系。尤其是农产品冷链发展较早,技术先进,

已经形成了具有世界领先水平的冷链物流建设装配和一体化、专业化流通配送技术。例如,总部位于新泽西州纽瓦克市的普菲斯公司是全球食品温控仓储行业规模最大的公司之一,目前普菲斯公司在美国建造了 27 座冷库<sup>[17]</sup>。

#### 4.5 先进的农业信息管理平台

在农产品流通中,与传统小市场和“点对点”的近距离当地流通供应不同,现代交通运输设施的完善,发达而便捷的公路、铁路、航空、航运运输网络促进了农产品国际和国内市场范围的扩大。而农产品大市场面临的最大的市场问题就是信息不对称、信息滞后和信息失真等市场信息问题,同时由于市场失真带来的生产误导和流通滞销等问题对规模经营收益的冲击更大。美国非常重视信息管理平台的建设,很早就构建了信息高速公路,农产品供应链有发达的信息流基础——信息管理平台。美国的农产品供应链信息管理平台主要有农业网站、信息咨询公司、芝加哥期货交易等。

美国农业部运营的当地食品网站提供农贸市场、农场市场、社区支持农业和食品中心的目录信息,由美国农业部农业营销服务机构(AMS)管理和运营,该机构的核心使命是促进美国农产品的公平和有效营销<sup>[18]</sup>。信息咨询公司以著名的咨询公司麦肯锡(McKinsey)为例,提供农业信息咨询服务,包括投资机会、原材料管理、农场经营、新鲜食品供应链、乡村发展的信息咨询服务<sup>[19]</sup>。芝加哥期货交易所就是供应链主体了解市场行情、获取价格变化信息的直接窗口。

#### 4.6 农产品市场与流通的法律建设与政策扶持

美国作为世界上最发达的工业化国家,也是对农业立法保护最有力的国家。建国 200 多年以来尤其是最近一个世纪里,美国国会通过了大量与农业有关的法律,形成了比较系统而完善的支持农业和农村发展的法律体系,最大限度地保护了美国农业。2002 年 5 月总统布什签署《农场安全及农村投资法》,把上一任总统克林顿通过的法案一笔勾销,再次将政府对农业的补贴和支持同农产品价格变动相联系<sup>[20]</sup>。美国总统特朗普近日授权美国农业部实施 160 亿美元的贸易减缓计划以支持农民来消除中美贸易摩擦对美国农业的影响。最新通过的美国农业改善法 2018,对农产品的生产、加工及流通中的各

个环节均做了明确细致的规定。这充分体现了美国政府为确保农业和农村的利益不受侵犯,通过立法授权形式对其提供支持保护。

## 5 启示与建议

美国农产品供应链涉及生产体系、产业体系、基础设施、社会服务、政府扶持等各个方面,并通过创新供应链管理方式提高供应链的管理效率。要建设中国现代农产品流通体系,必须运用供应链管理思维,立足中国当前农业生产、经营、产业化特点,借鉴发达国家的先进经验来综合改造中国农产品供应链模式和运行体系。

### 5.1 以农业生产组织化带动大生产格局

与大市场对接,必须要形成大生产格局。培育具备大规模生产能力的主体,结合中国农业发展情况,主要指向家庭农场、农民合作社和农业企业3类。同时,借鉴美国以农业合作社为单位的农业组织方式及合作社的功能,中国需要完善农民合作社的组织设置和功能。

### 5.2 以现代农业生产体系带动有机、绿色高质量农产品供应链

带动有机、绿色农产品种养,建立专门的有机农场,设立有机农业标准<sup>[21]</sup>。引导当地农户由生鲜农产品入户配送模式向大型连锁品牌零售商转变,美国“农场一卖场”的有机短链专供渠道值得借鉴,这就需要有机农场和零售商建立有机品牌,形成稳定的有机市场和较高的品牌辨识度。

### 5.3 提高批发市场和连锁超市的经营能力

在农产品生产、销售相对集中的地区,打造以影响范围广、信息流通快等为特点的大型农副产品批发市场、集贸市场<sup>[4] 440-442</sup>。优化零售商的配送中心和物流管理能力,通过连锁经营模式,形成农产品“农超对接”的短渠道直销模式。零售商建立高效供应链集成系统,实现从供应商到消费者的无缝集成,实现流程的可追溯性和标准化。

### 5.4 政府对农产品供应链管理提供支持

需要在“三农”工作中增加农产品流通体系的布局 and 方向指导。地方政府可以出台鼓励组织化生产、有机农业、社会化服务、零售业整合、第三方物流、信息平台建设的扶持性政策。国家层面通过

资金支持加强信息平台 and 物流设备、技术等方面的建设。

## 参考文献

- [1] 王晓华, 尤阳阳. 美国、荷兰和日本鲜活农产品供应链管理及其启示 [J]. 世界农业, 2015 (5): 38-43.
- [2] 陈秀兰, 章政, 张喜才. 中国农产品批发市场提档升级的模式与路径研究 [J]. 中国流通经济, 2019 (2): 30-37.
- [3] 李亚丽. 美国、日本农产品供应链管理模式的经验借鉴 [J]. 江苏农业科学, 2014 (7): 440-442.
- [4] 韦闻佳, 杨庆先. 发达国家农产品供应链运作分析 [J]. 世界农业, 2013 (12): 101-104.
- [5] 米新丽. 国际视野下批发市场主导型农产品供应链研究 [D]. 保定: 河北大学, 2017.
- [6] 林景良. 美国农产品供应链管理优化——基于农产品质量视角 [J]. 安徽农业科学, 2016 (32): 227-228.
- [7] 周海霞. 国外农产品冷链物流一体化经验及借鉴 [J]. 世界农业, 2016 (5): 18-22.
- [8] 韩红莲, 张红程. 发达国家鲜活农产品物流实践模式对我国的启示 [J]. 安徽农业科学, 2010, 38 (8): 4285-4286.
- [9] 孔娟, 曹长省. 国际农产品物流模式经验及启示 [J]. 世界农业, 2011 (8): 16-19.
- [10] Whole Foods Market. Store departments [EB/OL]. (2018-12-11) [2018-12-11]. <https://www.wholefoodsmarket.com/stores/list>.
- [11] Trader Joe's. Our story [EB/OL]. (2018-12-11) [2018-12-11]. <https://www.traderjoes.com/our-story>.
- [12] 美国农业部. Local food directories [EB/OL]. (2019-04-24) [2019-04-24]. <https://www.ams.usda.gov/services/local-regional/food-directories>.
- [13] 美国农业部. 2017 census of agriculture [EB/OL]. (2019-04-01) [2019-04-21]. [https://www.nass.usda.gov/Publications/AgCensus/2017/Full\\_Report/Volume\\_1,\\_Chapter\\_1\\_US/usv1.pdf](https://www.nass.usda.gov/Publications/AgCensus/2017/Full_Report/Volume_1,_Chapter_1_US/usv1.pdf)
- [14] 美国农业部. Agricultural cooperative statistics 2017 [EB/OL]. (2018-12-31) [2019-04-21]. [https://www.rd.usda.gov/files/publications/SR81\\_CooperativeStatistics2018.pdf](https://www.rd.usda.gov/files/publications/SR81_CooperativeStatistics2018.pdf)
- [15] EFS and TMW. Transport topics top 100 list of largest private carriers [EB/OL]. (2018-12-31) [2019-04-21]. <https://www.ttnews.com/sites/default/files/pdfs/2018tt100private.pdf>.
- [16] 美国交通部联邦高速局. Federal highway administration



- [EB/OL]. (2018-12-31) [2019-04-21]. https://www.fhwa.dot.gov/.
- [17] 吴传淑. 中外农产品冷链物流对比 [J]. 世界农业, 2015 (7): 79-80.
- [18] 美国农业部. 美国农业部农业市场服务 [EB/OL]. (2019-04-01) [2019-04-21]. https://www.ams.usda.gov/.
- [19] McKinsey. How we help clients [EB/OL]. (2019-04-31) [2019-04-21]. https://www.mckinsey.com/industries/agriculture/how-we-help-clients.
- [20] 曲秉春. 产业链视域下的农户增收问题研究 [D]. 长春: 东北师范大学, 2010.
- [21] 冯海发. 构建现代农业“三个体系”加快推进农业现代化 [J]. 农业经济与管理, 2017 (5): 9-12.
- (责任编辑 张雪娇 杜婧)
- (上接第 17 页)
- [2] 李建军, 崔树义. 世界各国智库研究 [M]. 北京: 人民出版社, 2010.
- [3] DICKSON P. Think Tanks [M]. New York: Atheneum, 1971.
- [4] STONE D. Recycling bins, garbage cans or think tanks? Three myths regarding policy analysis institutes [J]. Public administration, 2007, 85 (2): 259-278.
- [5] 安德鲁·里奇. 智库、公共政策和专家治策的政治学 [M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2010: 6.
- [6] 向松祚. 智库改变世界 [J]. 环球财经, 2009 (7).
- [7] 薛澜, 朱旭峰. “中国思想库”: 涵义、分类与研究展望 [J]. 科学学研究, 2006 (3): 321-327.
- [8] CAPLAN N. The two-communities theory and knowledge utilization [J]. American Behavioral Scientist, 1979, 22 (3): 459-470.
- [9] WEISS C H, BUCULAVAS M. Using social research in public policy making [M]. Lexington: Mass. D. C. Heath, 1977.
- [10] TRUMAN D B. The governmental process: political interests and public opinion [M]. New York: Alfred A. Knopf, 1951.
- [11] MILLS C W. The power élite [M]. New York: Oxford University Press, 1959.
- [12] JOHN K. Agendas, alternatives and public policies [M]. New York: Harper Collins, 1995.
- [13] RUBLE N. Who's hot & who's not-an assessment of think tanks' influence on US economic policymaking [J]. The International Economy, 2000.
- [14] 陈升, 孟漫. 智库影响力及其影响机理研究——基于 39 个中国智库样本的实证研究 [J]. 科学学研究, 2015, 33 (9): 1305-1312.
- [15] 上海社会科学院智库研究中心项目组, 李凌. 中国智库影响力的实证研究与政策建议 [J]. 社会科学, 2014 (4): 4-21.
- [16] 梁丽, 张学福. 美国农业智库组织结构、运作机制及启示 [J]. 中国农村经济, 2016 (6): 81-92.
- [17] 薛澜, 朱旭峰. 中国思想库的社会职能——以政策过程为中心的改革之路 [J]. 管理世界, 2009 (4): 55-65+82+188.
- [18] OSTROM. Institutional rational choice [M] // SABA-TIER P A. Theorist of the policy process. Colorado: Westview Press, 1999.
- [19] 王健. 论中国智库发展的现状、问题及改革重点 [J]. 新疆师范大学学报 (哲学社会科学版), 2015, 36 (4): 29-34.
- [20] 王莉丽. 美国智库的“旋转门”机制 [J]. 国际问题研究, 2010 (2): 13-18.
- [21] 李安方, 王晓娟, 张屹峰, 等. 中国智库竞争力建设方略 [M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2010: 22, 60.
- (责任编辑 肖时花 张雪娇)

