

基于农户视角的农产品滞销问题研究

——以 2009 年中国 11 个省市食用菌种植农户调查为据

韦佳培^{1,2}, 张俊飏¹, 李 鹏¹

(1. 华中农业大学 经济管理学院, 湖北 武汉 430070; 2. 广西大学 国防教育学院, 广西南宁 530004)

摘要 利用对中国 11 个省份 510 户食用菌种植农户的调查数据, 分析了食用菌的销售情况, 并通过建立二元 Logistic 模型分析影响农产品滞销的因素。结果表明: 男性农民和参加农业协会的农民在农产品销售中更具优势; 农户对消费者偏好和市场行情越了解, 其农产品销售情况越好; 进行农产品深加工、农产品批发市场分布越近、道路状况越好, 农户的农产品销售情况越好。提出了各级政府应加大对农业协会的扶持力度, 加快实现农产品物流信息化, 加强对农产品深加工技术的宣传和推广, 优化农产品销售网点布局和增加对道路等基础设施的投入等政策建议。

关键词 农户; 农产品滞销; 农产品批发; 农产品销售; 食用菌产业

中图分类号: F 222.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-3456(2013)03-0071-06

从 1987 年震惊全国的苍山县“蒜苔事件”, 到近几年来内蒙古土豆价上演“过山车”, 我国农产品滞销现象频繁出现。农产品的顺利销售, 决定着农产品价值的实现与农民收入的增加, 是事关国计民生的大事。一方面, 中国是人口大国, 据统计, 2009 年中国有 13.35 亿人, 对农产品的需求量巨大; 另一方面, 中国是农业人口大国, 2009 年中国农村人口占总人口的比例超过 53%, 农产品能否顺利销售关系到中国 7.13 亿农民的增收^[1]; 更重要的是, 如果农产品不能顺利销售将极大地打击农民的生产积极性, 从而影响来年农产品的生产量, 进而威胁到中国 13 亿多人的温饱。

目前, 学者对农产品销售的相关研究主要集中在以下 2 个方面。

第一, 农产品销售渠道研究。世界各国的学者对农产品销售渠道进行了广泛研究, Zuurbier、Poole 等指出, 美国水果和蔬菜的销售中有 3/4 是通过超市这一渠道^[2-3]。孙剑等指出, 日本农产品的销售环节众多, 政府为保证各方利益, 通过《零售法》明确利润比例为批发商 4.0%、中间批发商 10.9%、零售商 43.0%、农协等 13.6%、生产者 28.5%, 零售商为保证利润往往会抬高终端价格, 最终导致日本成为世界农产品零售价格最高的国家^[4]。郭红东

等、乌云花等指出, 中国小商贩和批发商等传统渠道仍是农户销售农产品的主要渠道^[5-6]。李平等在对中国食用菌种植户市场流通认知进行调查后得出, 中国食用菌农户主要选择通过商贩和自产自销的方式参与市场流通, 上述 2 种方式的比例分别占样本比例的 77.19% 和 24.09%^[7]。黄祖辉等认为中国现行生鲜农产品的销售渠道有: “农户+城市集贸市场”“农户+产地批发商”“农户+贩销户”“农户+合作组织”和“农户+加工企业”等^[8]。张敏在对陕西省白水县的苹果种植农户进行调研后指出, “农户+经纪人+市场”是一种最适合当地的农产品销售渠道^[9]。

第二, 农户销售相关行为研究。Poole 等学者在对西班牙水果种植农户的研究中指出, 农户面临的价格和付款的不确定性是影响销售渠道选择的主要因素^[3]。齐文娥等指出, 便利性、价格、稳定性、规模性、经济性、关系性、习惯性和控制性是影响荔枝种植者销售渠道选择的主要因素, 农户销售农产品的最优渠道选择依次为外来商户上门收购、卖给村里的销售大户、通过批发市场销售和自己到市场零售^[10]。卢敏等指出, 国内外食用菌种植农户对食用菌市场信息不了解, 为了谨慎起见大多数农户倾向于采用多种渠道获取食用菌销售信息^[11]。吕涛指

收稿日期: 2012-11-04

基金项目: 国家现代农业(食用菌)产业技术体系专项经费(nycytx-2008023)。

作者简介: 韦佳培(1980-), 女, 讲师, 博士研究生; 研究方向: 资源经济与农业政策。E-mail: weijiapai2008@163.com

出,农户的销售水平和销售结构受农产品经营规模、价格、农户兼业类型、农产品的商品化程度、资金集约化水平等因素的影响^[12]。靳宗振等在分析河南省开封市的 140 个农户的基础上得出,农户粮食销售行为受粮食价格、单产、家庭期内现金支出等多方面因素影响^[13]。屈小博等在对陕西省 447 个果农进行调查后得出,信息成本对不同经营规模农户都有较强约束,谈判成本对不同经营规模农户销售行为的影响有显著差异,执行(监测)成本对较大经营规模农户销售行为的负面影响明显小于对中小经营规模农户的负面影响^[14]。

综观相关研究,可以看出,目前的研究主要集中在宏观的、定性的研究,从微观主体进行的定量研究并不多见。农户作为农产品供应链的源头,在农产品流通中的重要作用已经得到了党和政府的高度重视^[15]。胡锦涛在党的十七大报告中就提出过,要发挥农民的主体作用,积极培育会经营、懂技术、有文化的新型农民^[16]。面对周而复始的农产品滞销问题,基于农户视角研究农产品滞销及其影响因素,可能是解决问题的一种思路。

食用菌产业是继粮、棉、油、果、菜之后的第六大产业,同时也是重要的农业创汇产业。1988 年以来,中国一直是世界食用菌生产第一大国。2009 年,中国食用菌产量占世界总产量的 70%,食用菌产业总产值 1 103 亿元,从业人员 2 000 多万人^①。因此,以食用菌为例研究农产品滞销问题具有较强的代表性。鉴于此,本文试图以中国 11 个省市食用菌种植农户的调查为据,从农户的视角定量分析农产品滞销的原因,并提出相应的对策建议。

一、研究方法、数据来源与变量描述

1. 研究方法的选取

为从农户视角深入研究影响农产品滞销的因素,本文采用计量经济学方法对其影响因素及其显著性进行分析。基于勒温的行为模型,将影响农户农产品滞销的因素归纳为 3 个方面:①农户个人禀赋因素(A)②农户生产与销售因素(B)③外部环境因素(C)。农户农产品滞销的影响因素分析模型可以用以下函数形式表示:

$$y_i = f(A_i + B_i + C_i) + \epsilon_i \quad (i=1, 2, \dots, n) \quad (1)$$

式(1)中 y_i 表示农民 i 在食用菌销售中是否存在滞销现象,取值为 1 表示存在滞销现象,取值为 0 表示不存在滞销现象,属典型的二分变量,可通过二

元 Logistic 回归方法^[17],将函数构造为以下形式:

$$\ln\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = \alpha + \sum_{k=1}^m \beta_k X_{ki} \quad (2)$$

式(2)中,农民销售食用菌时存在滞销现象的概率为 1,不存在滞销现象的概率为 0。 X_{ki} 为影响第 i 个农户食用菌销售的第 k 各因素, α 为常数项, β_k 为回归系数。

2. 数据来源

本文研究的调研数据来源于课题组 2009 年对中国食用菌优势产区 616 户菇农所做的调查。调研区域除了陕西、浙江、福建、湖北、江苏、河南、山东、河北、辽宁、吉林、黑龙江共计 11 个省外,还包括北京、上海、天津 3 个直辖市,以及甘肃省和新疆维吾尔自治区。但由于本次调研中在北京(2 个)、上海(1 个)、天津(2 个)甘肃(3 个)、新疆(2 个)等省(市)获取到的样本量太少,故未纳入本文分析。数据显示,上述 11 省 2010 年食用菌产量达 1 769.74 万 t,占全国食用菌总量的 80.40%,用来分析中国食用菌销售情况具有代表性。在剔除了有缺失数据、异常值的农户以后,共获得有效问卷 510 份,问卷有效率为 82.8%。

3. 变量取值与描述性分析

为了从整体上把握变量的统计特性,本文对各变量进行了均值、标准差等描述性统计分析,结果见表 1。 Y 的平均值为 0.42,更接近 0,说明被调查对象中大部分农户不存在滞销现象; X_1 的平均值为 0.62,更接近于 1,说明被调查对象以男性农户为主; X_2 的平均值为 44.32,说明被调查对象大部分为中年农民; X_3 的平均值为 2.13,说明被调查的农户以初中文化程度为主; X_4 的平均值为 0.49,说明被调查对象中大部分农户未参加农业协会等农民合作组织; X_5 的平均值为 0.71,说明被调查对象中大部分以食用菌为主要收入来源; X_6 的平均值为 1.68,说明被调查对象对消费者偏好的了解程度介于“不了解”和“了解一点”之间,处于较低水平; X_7 的平均值为 2.15,说明被调查对象对食用菌市场行情的了解程度更接近于“了解一点”; X_8 的平均值为 3,说明被调查对象在食用菌销售中与商贩对食用菌等级认定的一致度为“有时一致”,仍处于较低水平; X_9 的平均值为 0.73,更接近于 1,说明被调查对象大多倾向于对食用菌进行一定的深加工后再销售; X_{10} 的平均值为 2.66,说明大部分农产品批发市场分布在距离被调查对象居住地 15~30km 的范围内; X_{11} 的

表 1 变量取值与描述性分析结果

变量	变量赋值	均值	标准差
食用菌销售中是否存在滞销现象(Y)	存在滞销现象=1;不存在滞销现象=0	0.42	0.49
农户个人禀赋			
性别(X ₁)	男=1;女=0	0.62	0.49
年龄(X ₂)	农民的实际年龄(岁)	44.32	8.68
文化程度(X ₃)	小学及以下=1;初中=2;高中或中专=3;大学及以上=4	2.13	0.70
是否参加农业协会(X ₄)	参加=1;没有参加=0	0.49	0.50
生产决策性特征			
食用菌收入占比(X ₅)	年食用菌种植收入占年家庭总收入的比重	0.71	0.29
对消费者偏好了解程度(X ₆)	不了解=1;了解一点=2;很了解=3	1.68	0.82
对市场行情的了解程度(X ₇)	不了解=1;了解一点=2;很了解=3	2.15	0.85
销售便利性特征			
与商贩对食用菌等级认定的一致度(X ₈)	完全不一致=1;经常不一致=2;有时一致=3; 多数情况一致=4;完全一致=5	3.00	0.98
是否深加工(X ₉)	是=1;不是=0	0.73	0.45
农产品批发市场分布情况(X ₁₀)	7.5 以内=1;7.5~15=2;15~30=3;30~45=4;45~75=5;75 以上=6	2.66	1.37
道路状况(X ₁₁)	乡间泥路=1;村村通公路=2;地(县)级公路=3;省级公路=4;国道=5	3.16	1.12

平均值为 3.16,说明被调查对象居住地附近的道路类型为地(县)级公路。

信息获取渠道。

(3)缺乏统一的食用菌等级认定标准。食用菌种植农户与食用菌商贩对食用菌等级的认定一致度低,完全不一致、经常不一致的农户共 88 户,占滞销农户的比例为 41.51%,这一比例比平销和畅销农户高了 19.03%。由于缺乏统一的认定标准,商贩在收购时往往借机压价,导致农民利益严重受损。

(4)参加食用菌协会的比例偏低。被调研对象中,一半以上的农户未参加农业协会,占 50.8%。滞销农户中未加入农业协会的比例更高,有 142 人占滞销农户的近 67%,这一比例比平销和畅销农户高了 16.2%。

(5)农户对食用菌的深加工方式以手工操作为主,机械化水平很低。调研数据显示,滞销农户中,采用分拣、简单清洗、包装、晒干和烘干 5 种深加工方式的农户比例依次为,41%、25.94%、14.62%、16.98%、2.36%。以上 5 种方式中仅有包装和烘干 2 种方式可能使用加工设备,而农户对这两种方式的采用比例很低。这说明,目前食用菌加工方式仍停留在手工操作,对加工设备的使用较少,机械化水平很低。此外,滞销农户中有 78 户未对食用菌进行任何加工,占滞销农户的 36.79%,这一比例比平销、畅销农户高了 16.66%。可见深加工对促进农产品销售的作用明显。

2. 农民食用菌销售的影响因素分析

利用 SPSS17.0 软件,对农户农产品滞销的影响因素分析模型的拟合情况进行检验发现:模型的

二、结果与分析

1. 食用菌滞销农户的基本情况

从调查结果看,食用菌滞销现象时有发生,在被调查农户中有 212 户近期遇到过滞销问题,占样本总量的 41.57%。据统计,滞销的主要原因依次为市场行情不好、生产太多和不了解需求信息,占滞销农户的比例分别为 73.11%、29.25%和 14.15%。现将食用菌滞销农户的特点归纳为以下 5 个方面。

(1)种植规模普遍偏小,其中规模小和较小的农户最多,有 133 户,占滞销农户的 62.74%;规模一般的农户有 25 户,占滞销农户的 11.79%;规模较大和规模很大的农户,各 27 户,占滞销农户的比例均为 12.74%。

(2)对消费者偏好、市场行情等信息不了解。食用菌种植农户对消费者偏好不了解,只有 20 人“很了解”消费者的偏好,占滞销农户的 9.43%,而在不存在滞销的农户中这一比例为 35.55%;对食用菌市场行情不了解,只有 70 人“很了解”食用菌市场行情,占滞销农户的 33.02%,而在不存在滞销的农户中这一比例为 53.02%。滞销农户获取市场行情信息的来源以“食用菌商贩”“同村种植户”“自己去农贸市场打听”等传统渠道为主,占滞销农户的比例分别为 35.85%、21.23%、12.26%。另外,21 个受访农户反应还有互联网、广播、电视、政府发布等其他

解释变量之间不存在多重共线性, Omnibus 检验 χ^2 值为 206.215, 模型拟合优度检验中 Hosmer and Lemeshow 检验显著性水平为 $0.974 > 0.05$, 对样本重新判别分类, 符合率达 77.60%, 说明模型拟合情况较好。利用二元 Logistic 回归分析, 采用 enter 法, 得出各个自变量对因变量影响程度和影响方向, 最终运行结果如表 2 所示。

表 2 农产品滞销影响因素的 Logistic 模型估计结果

变量	β	S.E 值	Wald 值	Sig 值	Exp (β)
X_1	-0.581**	0.270	4.641	0.031	0.559
X_2	-0.006	0.014	0.183	0.669	0.994
X_3	-0.180	0.186	0.938	0.333	0.835
X_4	-1.142***	0.238	22.966	0.000	0.319
X_5	-0.226	0.396	0.324	0.569	0.798
X_6	-0.401***	0.153	6.858	0.009	0.670
X_7	-0.505***	0.147	11.770	0.001	0.604
X_8	-0.099	0.123	0.646	0.421	0.906
X_9	-1.420***	0.262	29.292	0.000	0.242
X_{10}	0.592***	0.093	40.910	0.000	1.807
X_{11}	-0.210*	0.109	3.705	0.054	0.811
常量	2.757	1.091	6.392	0.011	15.757

注: ***, **, * 分别表示在 1%、5%、10% 的水平上显著。

(1) 农户个人禀赋因素的影响。①食用菌的销售情况受到农户性别的显著影响, 回归系数为 0.581, 影响方向为负, 且在 5% 的水平上极其显著。说明, 在食用菌销售过程中男性农户比女性农户滞销现象少。调查数据显示, 被调查对象中男性农户有 314 人(是女性农户的 1.6 倍), 占样本总数的 61.57%, 其中有 127 人存在食用菌滞销现象, 占男性样本的 40.45%(比女性的这一比例低了 3%)。原因可能在于, 女性农户受教育程度较低, 普通话掌握程度较差, 直接影响了她们在农产品销售中的竞争力。②是否参加农业协会显著影响食用菌销售情况, 回归系数为 1.142, 影响方向为负, 且在 1% 的水平上及其显著。说明参加食用菌协会的农户在食用菌的销售过程中滞销现象少。调研中发现, 没有参加农业协会的 259 个农民中, 有 54.83% 的人存在食用菌滞销情况; 而参加了农业协会的 251 个农民中, 这一比例降低了近 27%。这是由于, 农业协会不但能为会员提供栽培技术, 帮助他们降低生产成本、提高产出效益; 而且能为会员搭建市场供需平台, 使他们及时掌握食用菌的市场行情, 从而正确选择适销对路的食用菌品种、及时调整生产规模。这与吕东辉、周殿昆等的研究结论一致, 他们在研究中指出农

民合作组织能提高农民在农产品销售过程中的讨价还价能力, 从而有效提高农民收入^[19-20]。因此, 参加农业协会等农民合作组织有助于改善农民食用菌滞销情况。

(2) 生产决策性特征的影响。对消费者偏好和 market 行情的了解程度显著影响食用菌的销售情况, 回归系数分别为 0.401, 0.505, 影响方向均为负, 且在 1% 的水平上极显著。说明, 农户对消费者偏好和 market 行情的了解程度与农户食用菌滞销情况成反比。调研中发现, 对消费者偏好不了解的 281 个农户中, 有 49.47% 的人存在食用菌滞销情况。对消费者偏好知道和知道一点的 229 个农户中, 这一比例为 31.88%, 比对消费者偏好不了解的农民低了近 18%; 对 market 行情不了解的 150 个农户中, 有 64.00% 的人存在食用菌滞销情况。对 market 行情了解一点和很了解的 360 个农户中, 这一比例为 32.22%, 比对 market 行情不了解的农民低了近 32%。这与王维等的研究结论一致, 他指出为改善农产品流通过程中的滞销现象, 应鼓励各方联合建立农产品流通信息平台^[21]。由此看来, 农户对消费者偏好和 market 行情了解程度越低, 其食用菌生产和 market 需求的差距就越大, 滞销问题就越明显。

(3) 销售便利性特征的影响。①是否进行深加工显著影响食用菌的销售, 回归系数为 1.42, 影响方向为负, 且在 1% 的水平上极显著。说明, 是否进行深加工与食用菌滞销情况成反比。调研中发现, 未进行深加工的 140 户农户中, 有 68.57% 的人存在食用菌滞销情况; 进行深加工的 370 户农户中, 这一比例为 31.35%, 比未进行深加工的农民低了 37.22 个百分点。可能的原因是, 适当的加工有助于改善成品品质, 提高食用菌产品的附加值, 从而在销售方面更具优势。这与章胜勇等的研究结论一致, 他指出农产品采后加工处理环节薄弱是农产品滞销的主要原因^[22]。②农产品批发市场的分布情况显著影响食用菌的销售, 回归系数为 0.592, 影响方向为正, 且在 1% 的水平上极显著。说明, 农产品批发市场分布的越近, 农户的食用菌滞销情况越少。调研数据显示, 被调查对象居住地最近的农产品批发市场分布在 7.5 km 范围以内的有 109 人, 其中有 18.35% 的人存在食用菌滞销情况; 被调查对象居住地最近的农产品批发市场分布在 7.5~75 km 范围内的有 379 人, 其中 46.97% 的人存在食用菌滞销情况; 被调查对象居住地最近的农产品批发市场分

布在75 km以上有22人,其中63.64%存在食用菌滞销情况,比第一种情况比例高出了45.29%。原因在于,农产品批发市场是农民自行销售农产品的主要场所,在其他条件不变的情况下,农产品批发市场分布的越近,农户越容易到达,食用菌滞销情况越少。③路状况显著影响食用菌的销售情况,回归系数为0.21,系数符号为负,且在10%的水平上显著。说明,道路状况越好的地区,农户的食用菌滞销现象越少。调查中发现,在居住地附近道路状况为“村村通”公路和乡间泥路的166个农民中,有54.82%的人存在食用菌滞销情况;道路状况为国道、省级公路和地(县)级公路的344个农民中,这一比例为35.17%,下降了近20个百分点。原因在于,居住地附近的道路状况一定程度上反映了农户家庭所在地的交通状况,交通条件越好的地区市场经济越活跃,农户食用菌销售的机会大大增加。

三、结论与建议

本文以食用菌销售为例,从农户的视角分析了农产品滞销情况,对农户农产品滞销的影响因素模型进行Logistic回归分析发现:第一,农民个人禀赋特征因素中,性别和参加农业协会显著影响食用菌的销售;第二,生产决策性特征因素中,对消费者偏好的了解程度和对市场行情的了解程度显著影响食用菌的销售;第三,销售便利性特征因素中,是否深加工、农产品批发市场分布情况、道路状况显著影响食用菌的销售。实证分析表明:男性、参加农业协会的农户在农产品销售中更具优势;农户对消费者偏好和市场行情越了解,其农产品销售情况越好;进行农产品深加工、农产品批发市场分布的越近、道路状况越好,食用菌销售情况越好。

基于以上结论,可以得出以下政策启示:第一,各级政府应加大对农业协会的扶持力度,为其营造良好的环境。第二,相关部门应积极引导农民理性的选择种植品种。农产品滞销的主要原因是农民对市场行情和需求信息不了解,以及在生产时缺乏计划性,看到别人生产某种产品获利便纷纷效仿,最终导致大量农产品同期上市,从而出现滞销现象,多元化的种植品种能在一定程度上抵御市场风险;第三,应加大对农产品深加工技术的宣传和推广,通过对暂时滞销的农产品进行深加工,不但能够延长保质期,而且还能增加其附加值和市场竞争能力,使农民合理分享农产品加工带来的增值收益;第四,农产

品信息采集系统能实现农产品生产、交易和物流信息的发布、查询及处理,能够有效地引导农民从事农业生产和方便农产品销售。因此,政府部门应在政策和资金方面加大对农产品信息化建设的投入,加快实现农产品的生产、交易和物流信息化;第五,应优化农产品批发市场等销售网点布局,增加对道路等基础设施的投入,加快建成流通成本低、运行效率高的农产品销售网络。

参 考 文 献

- [1] 国家统计局人口和就业统计司. 中国人口和就业统计年鉴[M]. 北京: 中国统计出版社, 2010.
- [2] ZUURBIER P J P. Supply chain management in the fresh produce industry: a mile to go [J]. Journal of Food Distribution Research, 1999, 30(1): 20-30.
- [3] POOLE N D, GOMIS D C, IGUAL J, et al. Formal contracts in fresh produce markets [J]. Food Policy, 1998, 23(2): 131-142.
- [4] 孙剑, 李崇光. 美国和日本主要农产品营销渠道比较 [J]. 世界农业, 2003(3): 33-35.
- [5] 郭红东, 方文豪. 浙江省农户农产品生产与销售实证分析 [J]. 西北农林科技大学学报: 社会科学版, 2004, 4(5): 52-55.
- [6] 乌云花, 黄季焜, SCOTT R. 水果销售渠道主要影响因素的实证研究 [J]. 系统工程理论与实践, 2009, 29(4): 58-66.
- [7] 李平, 王维薇, 张俊飏. 农户市场流通过认知的经济学分析 [J]. 中国农村观察, 2010(6): 44-53, 65.
- [8] 黄祖辉, 刘东英. 我国农产品物流体系建设与制度分析 [J]. 农业经济问题, 2005(4): 49-53.
- [9] 张敏. 苹果销售中影响果农选择销售对象的因素分析 [J]. 农村经济, 2009(12): 45-49.
- [10] 齐文娥, 唐雯珊. 农户农产品销售渠道的选择与评价——以广东省荔枝种植者为例 [J]. 中国农村观察, 2009(6): 14-22.
- [11] 卢敏, 邓衡山, 李杰. 相关利益方视角的农民组织认知分析——基于吉林省黄松甸食用菌协会的案例 [J]. 中国农村经济, 2011(4): 65-86.
- [12] 吕涛. 中国农户销售行为与影响因素 [J]. 中国农村经济, 1999(9): 33-37.
- [13] 靳宗振, 魏同洋, 王西睿, 等. 粮食安全下农户粮食销售行为分析 [J]. 新疆农垦经济, 2009(6): 31-33, 68.
- [14] 屈小博, 张海鹏, 宁泽逢. 农户生产经营风险来源与认知差异实证分析——以陕西省453户果农为例 [J]. 财经论丛, 2009(2): 82-89.
- [15] 康晓玲, 闫艳丽. 技术性贸易壁垒对中国农产品出口影响的实证分析 [J]. 西北农林科技大学学报: 社会科学版, 2011, 11(4): 54-58.
- [16] 胡锦涛. 胡锦涛在党的十七大上的报告 [M]. 北京: 人民出版社, 2007: 21, 24, 27.
- [17] 高铁梅. 计量经济分析方法与建模 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2006: 202.

- [18] 吕东辉,李涛,吕新业.我国农民销售合作组织的实验检验[J].农业经济问题,2010(12):93-97.
- [19] 周殿昆.农产品流通与农民合作社发展相关性分析[J].中国流通经济,2010(11):31-34.
- [20] 王维,林敏,齐秀辉.黑龙江省农产品流通体系存在的问题与对策[J].中国农学通报,2011,27(6):380-386.
- [21] 章胜勇,祁春节.我国柑橘鲜果滞销的原因及对策分析[J].华南农业大学学报:社会科学版,2008,7(4):75-83.

注 释:

- ① 食用菌产业经济课题组.全国食用菌优势区域布局规划(2011—2012年),2010.

Analysis on Poor Sales of Agricultural Products from Perspective of Farmers

—Based on Survey Data from Mushroom Growers in 11 Chinese Provinces and Cities in 2009

WEI Jia-pei^{1,2}, ZHANG Jun-biao¹, LI Peng¹

(1. College of Economics and Management, Huazhong Agricultural University, Wuhan, Hubei, 430070;

2. College of National Defense Education, Guangxi University, Nanning, Guangxi, 530004)

Abstract Based on the survey data from 510 mushroom growers in 11 provinces of China, this paper analyzes the sales situation of mushrooms and factors causing poor sales of agricultural products by using Binary Logistic Regression Model. The result shows that male farmers and farmers who participate in farmer's cooperative organizations have more advantages in sales of agricultural products; the more the farmers know consumer's preferences and market, the better the sales of their agricultural products will become and distance from the agricultural produce wholesale markets and local transportation conditions are also the factors affecting sales of agricultural products. Therefore, this paper proposes several policy suggestions: first, governments at all levels should strengthen the support for farmer's cooperative organizations; second, logistic formationization of agricultural products should be quickened; third, propaganda and spread of further processing of agricultural products should be strengthened and finally, arrangement of sales network of agricultural products should be optimized and also investment in infrastructure should be improved.

Key words farmer; poor sales of agricultural products; agricultural products wholesale; sales of agricultural products; mushroom industry

(责任编辑:陈万红)