

农业中介组织缓解农产品信息不对称的效果分析

——以江苏省兴化市西瓜市场为例

陶海金

(南京农业大学, 江苏南京 210095)

摘要: 农产品信息不对称是制约农产品市场有序健康发展的重要因素。文章在对兴化市西瓜市场实地调查的基础上, 运用实证的方法分析农业中介组织实际运行情况, 比较三类农业中介组织的信息的供需及特点, 探究其在降低成本, 提高经济效率的效果, 提出存在的问题, 给予相应的政策建议, 旨在为如何促进农产品市场的有序健康发展研究适用提供一些思路。

关键词: 农业中介组织; 实证分析; 降低成本

1 引言

信息不对称是农产品市场存在的一个普遍现象, 是造成农民丰产不丰收的重要原因。由于无法获得销售市场的动态信息或缺乏销售渠道信息, 农民收益提高受到限制。农产品销售市场信息不对称分为三类, 分别是农产品质量信息不对称、农产品供求信息不对称和农产品价格信息不对称。

农产品质量信息不对称, 指在农产品的生产活动中, 农民拥有消费者较难得到的信息, 例如化肥的施用、杀虫剂的用量等, 由此造成了农产品质量信息不对称。农产品供求信息不对称, 指生产期农民缺乏当年市场需求信息, 导致销售期的供给量和需求并不匹配。农产品价格信息不对称, 指农民缺乏竞争市场的价格信息, 往往农民会选择在就近的市场进行出售, 不会关注别的地地区的相关农产品的价格行情, 从而错失收入增加的机会。

农产品质量信息、供求信息 and 价格信息不对称严重限制了农民获得更高的收益, 我国十分重视这一类问题, 在2019年“一号文件”中, 习近平主席提出: “发展乡村新型服务业, 落实扶持小农户和现代农业发展有机衔接的政策, 完善农户+合作社、农户+公司利益联结机制。加快培育各类社会化服务组织, 为一家一户提供全程社会化服务”^[1]。该类模式称为农业中介组织, 指的是介于政府、市场、农民之间, 连接小农户和大生产的桥梁和纽带, 为了节省交易成本而选择的“行动集团”, 提高经济效率, 缓解信息不对称的影响^[2]。因此在对农业中介组织的实际运行

情况的研究很有必要, 本文通过实证分析阐述了农业中介组织是如何给农民传递信息的, 并且这些信息对于农户的生产是否存在影响, 分析其存在的效果和不足之处, 提出一些解决方案, 为后续研究提供参考。

2 理论框架

“交易费用”是由科斯(1937)首先提出的, 他认为要获得准确的市场信息, 市场主体是要付出代价的, 同时, 克服市场主体之间冲突的谈判和经常性契约的建立也是需要成本的^[1]。

高昂费用主要源于搜寻、谈判和监督的成本。为了生产适销对路的产品, 这种经营模式需要大量的商业调研, 而这需要付出昂贵的信息搜寻成本。因此, 为了减少开支, 普通农户通常依照感觉和经验来决定生产, 而不是经过市场调研后做出的理性决策。同时, 很多农民的信息辨别或应用能力较差, 用它来指导农业生产, 其结果很可能是误导。另外, 农民在谈判中占据弱势地位, 权益易受到侵害, 其主要原因在于监督成本太高。现代契约经济学表明, 当监督成本超过合同本身带来的收益时, 合同已基本上没有任何约束力^[3]。

高成本导致农民与市场的匹配成功率大大降低, 影响其生产的积极性, 在另一方面, 从整个社会来分析, 农民个人的低效运转使得整个社会市场冷清, 交易不活跃, 降低了整个社会的交易效率, 而其交易成本高又增加了总体社会成本^[4]。为降低过高的交易成本, 通过某种形式的中介组织将农民联合在一起与市场进行对接, 则能在相当大程度上降低交易成本, 实现交易。

3 实证分析

本研究旨在了解兴化市西瓜产销现状,通过农业中介组织在生产销售过程中的信息的供需,发现农业中介组织在现实中的问题,探究其在解决信息不对称的效果。本次调查对象为兴化市240位西瓜种植农户和18个农业中介组织,问卷设计内容主要侧重农户在西瓜种植产销等方面现状及问题,从侧面全面检验农业中介组织建设的实效性。

3.1 兴化农户西瓜种植与经营的基本情况

本次调查以兴化市西瓜种植农户和部分中介组织为抽样对象,采取抽样随机深入访谈的调查方式对兴化市7个乡镇进行调查,样本分布于狄垛镇、陶庄镇、戴窑镇、西郊镇、城东镇、周庄镇、陈堡镇,最后总共发放问卷240份,有效问卷225份,问卷有效率93.75%。受访人群大多是男性,平均年龄46岁,高中以下学历者居多,近八成受访农户主要收入来源于西瓜种植,生产对技术、资金投入依赖程度较高,因此专业化的农业服务组织存在十分必要。

3.1.1 西瓜的品种、规模、成本及收入

调查发现,兴化主要以8424和美都为主,由于

西瓜的生产需要,每种植一年西瓜,要用四年水稻进行养地。兴化市作为曾经江苏地区的西瓜主产地,近两年随着生产周期的到来,大量黄岩地区、东台地区的瓜农前往兴化进行种植,每户平均40亩田地,并且种植大户的比例也越来越高。

2017~2018年两年间每亩收益水平从4 400元上升到5 625元,同时每亩的成本也上升到2 600元左右。一方面是由于农民技术水平提高、劳动力技能和经验的增长,另一方面是因为西瓜田地集中,农业中介组织的加入,集聚效应显现,市场渠道和需求增加,带动农民增收。

3.2 农业中介组织缓解农产品销售信息不对称的作用及效果分析

3.2.1 农业中介组织信息提供效果评价

此次调查关注了农业中介组织的传递信息的质量,通过访谈结果分析,大致可以看出当前农业中介组织的一些作用。运用五级量表进行评分,特别差则为1分,依次递增至特别好为5分,具体评分结果如下:

表1 调查中各类中介组织提供信息的及时性、准确性、有效性及满意度

		信息及时性		信息一致性		经济效益		信息满意度	
		均值	方差	均值	方差	均值	方差	均值	方差
政府主导类	农科站	2.62	1.12	2.68	1.14	2.64	1.19	2.84	1.14
	种子站	2.56	1.04	3.24	1.09	2.60	0.82	2.44	1.04
企业自营类	销售、批发企业	2.28	1.11	2.46	1.15	1.96	1.27	2.24	1.39
民间协会类	黄岩瓜农协会	3.96	0.61	4.04	0.45	3.96	0.61	3.86	0.57
	东台西瓜协会	3.81	1.54	3.82	0.67	3.44	1.09	3.48	0.93

1) 及时性、准确性

比较三类不同的农业中介组织信息及时性,政府主导类和企业自营类的组织的评分上显示,大多是不及时,可能是缺乏激励也有可能是信息发布后未被农户及时获取,民间组织类显示出较为及时,可能是通过微信群进行交流,信息能及时传达给农户,民间组织类的离散程度低,说明大部分接受这种模式。

民间协会类组织提供的信息在真实度上最高,企业经营类私营种子站次之,主要原因可能由于农户间还较为淳朴,欺骗行为较少,私营种子站为了销售产品,要保证提供的一定的信息准确,农民们才愿意

长期购买,而政府主导类组织一致性较低可能由于信息更新速度缓慢或是农户滞后接收信息,部分销售企业存在一定的隐藏信息或欺骗信息的激励,农户对陌生商家提供的信息主要持怀疑态度。

2) 有效性

对于经济效益,从均值看,企业自营类中介组织给农户带来的经济效益最低,因为西瓜销售市场类似于完全竞争市场,各商户和农户也是价格的接受者,销售企业提供的价格和渠道信息不会带给西瓜销售的实质性增长。而民间协会类所形成的经济效益最高,由于人们进行技术的交流,产量和品种得到提

升,并且部分农户可能有一定的联合,在销售过程中有一定的话语权。在互联网日益发达的情况下,民间协会中介组织正在逐渐走向中间商的位置。而传统的农科站只能在种植期间为农户提供了一些种植信息,为农户带来了较少的经济效益。

3) 声誉

在信息的满意程度上,西瓜协会类提供的信息最让农民满意,其均值较高且数据较为集中,整体水平偏高。其他两类较不满意,部分中介组织评价方差较大,主要由于农户的规模和受农科站的距离影响,调研中发现部分示范农业园就会得到农科站的资源倾斜,而部分小农户则表示未得到帮助。

3.2.2 农业中介组织缓解信息不对称的效果分析

兴化市农村人口居住分散,基础设施相比城市落后,尽管互联网和手机已经普及,但狭小而分散的家庭经营在一定程度上增加了其封闭性,农民间信息交流少,这些导致单个农民直接搜寻信息成本高且效率低,很难从整体上科学地把握有限市场信息,存在信息的滞后和失真。

案例1:减少信息搜集的费用,提高信息搜集的效率

马马云,女,49岁,和家里亲戚共同承包80亩土地,主要种植美都和8424,一家以种西瓜为主要收入来源。

她表示,承包田地量虽然较多,但是种植的品种较少,品种的选择主要取决于往年种植和销售经验,新的品种和技术主要源于西瓜协会,一般以尝试为主,如果效果良好,才会逐步增加使用面积。当问及销售价格和销售渠道时,马马云表示,西瓜协会建立了微信群,许多农民会在里面进行讨论,苏中地区的西瓜销售价格几乎是透明的,但是销售渠道多数是保密的,这是影响收入的关键,有时微信群里会推荐一些批发商、经销商,她目前合作的批发商就是西瓜群里认识的,已经合作几年,变成熟人了,价格较为公道。由农业中介组织替代农户搜寻信息,可以提高搜寻效率,克服单一农户信息收集活动的不确定性、盲目性,节约搜寻信息费用。

案例2:提高规模效应,提高交易效率

杨绪龙,男,63岁,个人承包35亩土地,第三年种植,由家人介绍进入西瓜协会,主要种植8424,

以种西瓜为主要收入来源。

杨绪龙表示,在西瓜协会的一次销售培训讲座上认识一位需求量较大的西瓜批发商,在协会领导的帮助下,该批发商愿意收购头茬瓜,但他个人提供的数量达不到需求,通过联合亲戚、朋友共同销售,这种大批量的销售,享受数量优势,由协会领导帮忙谈判,批发商愿意承担运输费用,提供一个合理的价格,令他比较满意。

农业中介组织沟通农户小生产与社会化大生产,联系资金的供给和需求,提供了便捷的销售渠道,促进了农户的经营和销售。另外,农户个人谈判地位低,由西瓜协会牵头将众多单独农户的有限剩余集合起来,形成农民集体与商家谈判,使农户可以在集中性的交易方式下以组织的形式进入市场,不再实行之前的单分散购销,从而减少了重复交涉的过程。利用大批量的优势来为农户争取到有利的交易地位,同时交易模式的规模化能够减少流通成本,获得规模流通的额外收益。这样就实现了交易的有序化和规模经济,在一定程度上缓解了产销上的信息不对称。

4 研究结论与政策建议

4.1 研究结论

首先,农业中介组织存在需求,超过80%的农户表示希望得到农业中介组织的帮助,生产经营过程中会遇到很多的问题,例如“市场获取信息困难”“融资缺乏渠道”等而这些问题也是制约农民致富的重要因素,传统的单一农户生产模式难以解决这些问题,“农户+组织”模式则可以在一定程度上缓解上述的一些问题。其次,农业中介组织确实能缓解信息不对称的影响,但服务水平需要提升,提供的信息不及时,真正能够带领农民发展农产品生产、增加收入的组织资源较少。虽然西瓜协会在一定程度上得到了农户的肯定,但是示范效应不足。并且由政府牵头的农业中介组织在服务普通农户上缺乏激励,农科站的重心还是在示范农业点,需要适当调节,发挥自身的作用。

4.2 政策建议

首先,构建信息平台,对农户需求信息定期整合分享。建立正规的、区域性的农产品市场从而给买卖双方有效地提供各类信息和平台,减少双方由于分

(下转第56页)

共享。在极端天气即将出现前,气象部门应会同各有关单位进行相关措施的研讨,力争将严重灾害造成的农业危害降至最低。

3.5 扩大生态农业气象服务范围

生态农业气象服务对象为广大群众,因此要重视生态农业气象服务在群众中的推广,并将生态农业与发展经济进行有机结合,及时改进工作方法,使其能够适应群众实际需求。要加强与各部门之间的合作,做好生态农业气象科技服务的宣传工作,扩大生态农业气象服务的影响力,提高利用生态农业气象科技服务的效率。工作人员要采取多样的方式进行技术推广,如定期举办各种气象科技展示会,通过农户的现场体验,使其能够直观了解到生态农业气象的优势,并树立起自觉应用生态农业气象服务的观念。另外要拓宽生态农业气象服务的传播途径,并准确把握信息传播时机,提高生态农业气象服务的利用率。

3.6 开展气候可行性论证与资源分析

调整农业产业化结构及引进新品种、新技术时,此类农业行为与生态气候之间存在较大关联性,因此在进行农业产业化结构调整时,首先应开展气候资源可行性论证,避免因产业调整出现错误造成重大经济损失及生态影响。通过组建生态农业气象研究机构,加大对农作物气候适应性的研究,并要重视研发技术及方式,避免因过度利用气候资源造成的生态污染问题。通过研究农作物的气候适应性,进而总结出各种农作物的适应区域,实现对气候资源的充分利用,切实提高农作物产量。在进行农业产业化调整的

过程中,要始终将发展生态农业气象服务作为战略性任务,通过对气候资源的充分研究,确保农业产业化调整的方向正确、实施顺利。在利用气候资源时,还应从安全及稳定的角度出发,进行相关措施的可行性论证。

4 结语

生态农业气象服务是一项系统性工作,具体落实需要多部门形成联动机制。生态农业气象服务对调整农业产业结构、促进农业高效率生产均发挥出了显著效果,应大力进行全面推广普及。在具体实施过程中,要结合当地气候与生态农业生产特点,制定符合实际需求的特色气象产品,进而为区域农业经济发展做出贡献。

参考文献

- [1] 罗喜光,向苗,刘松.浅谈生态农业气象服务的需求与对策[J].农业科技与信息,2016(18):60-61.
- [2] 颜晟,蒋旷,晏芹洁.试析生态农业气象服务的需求与对策[J].科技风,2018(13):182.
- [3] 魏娟娟,勾卫东.生态农业气象服务的需求与对策[J].南方农机,2018,298(6):229.
- [4] 黄治国,辛学飞,黄骏.新形势下加强气象科技服务的思考与对策[J].农业与技术,2014,34(2):207.
- [5] 孟洁.基于农业气象服务需求及发展对策的分析与研究[J].山西农经,2017(3):118.
- [6] 李翥然.关于生态农业发展中气象服务的作用与发展途径研究[J].山西农经,2016(4):67.

(上接第53页)

散程度过高而造成的大量搜寻成本和无谓损失。另外,伴随着互联网的迅速发展,可以构建信息服务平台,平台中分享西瓜产销的一条龙信息,实现一站式信息交流。其次,政府提高农业中介组织激励,收入与农户绩效挂钩,通过对农户种植收入的衡量,来评价其工作效果。只有这样,农业技术人员才有动力下到田里,帮助农户解决真正的问题。

参考文献

- [1] 王金洲.农业中介组织发展的制度经济学分析[J].农业经济,2008(10):74-75.

- [2] 李蔚.农业中介组织,交易费用与农村经济发展[J].中外企业家,2009(24):244-245.
- [3] 社会主义市场经济条件下农民中介组织的发育和完善课题组.论社会主义市场经济条件下农民中介组织的发育和完善[J].中国农村经济,2002(3):4-12.
- [4] 王峥哲.农业中介组织对农村的发展作用[J].商业时代,2010(23):21-22.
- [5] 《关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的实施意见》[N].福建日报,2019-03-29.