

# 日本基于农户决策权的 直销所流通模式

◆ 李凤荣

(陕西理工学院 汉中 732000)

**摘要:** 日本于 20 世纪 80 年代开始倡导农产品“产地地消”的理念,不断创新了农产品零售业态,也导致了农产品流通模式的变革。直销所是基于“产地地消”理念创新的零售业态,基于农户决策权的直销所流通模式有效地克服了传统农协共贩模式长期存在的弊端,不仅有效地保障了农户的利益,也提高了农协的代理效率。

**关键词:** 直销所; 流通模式; 农协共贩; 农户决策权; 委托代理

DOI: 10.13856/j.cn11-1097/s.2015.11.025

直销所是日本农产品流通体系中的一种零售业态,是基于“产地地消”的基本理念而创新的零售业态。日本农林水产省将其定义为“产地直销所”,是指农户或农户团体为将农户自己生产的农产品(包括农产品加工品),定期地与地域内外的消费者直接面对面进行销售而建立的场所或设施,是有人值守的常设店铺。包括市町村、农协等开设的设施和利用路边公路站点服务设施开设的场所,其中,农协主导开设的直销所规模大、店铺多,且通过农协间的合作实现了地域间的农产品的高效调节,是日本农产品直销所的主流模式,也是日本农林水产省关于直销所统计监测的主要对象。

那么,直销所流通模式与传统的农协共贩流通模式相比有何不同,直销所流通模式具有哪些优势呢?本文以委托代理理论为基础,从农产品流通模式构成的三要素入手,具体分析日本基于农户决策权的直销所流通模式。

## 1 直销所流通模式概述

直销所的流通模式如图 1 所示,由农协开设直

销所,确立直销所运营管理的各项规章制度,并向农户公开招募会员;农户自愿加入直销所成为其会员;农户利用直销所店铺销售其农产品;消费者在直销所购买农产品。直销所以对销售收入进行核算,扣除农协应收取的手续费时后,将销售收入计入农户在农协开设的资金账户。

在直销所运营过程中有一个重要的特征,即农户享有决策权。首先,农户加入直销所成为其会员是以自愿为前提的,即农户享有加入或不加入直销所的决策权。第二,农户享有生产决策权,即生产什么、生产多少,由农户自己决定,直销所只是基于市场调查的前提下,向农户提供生产计划建议。

基金项目:本文为陕西省教育厅科研计划项目“汉中市农产品绿色流通体系建设研究”(编号:14JK1117)、陕西理工学院人才启动基金项目“汉中市农产品产地地消实证研究”[编号:SLGQD13(2)-33]的阶段成果。

作者简介:李凤荣(1970—),女,吉林吉林市人,管理学博士,副教授,任管理学院企业管理系主任,研究方向:农产品流通。

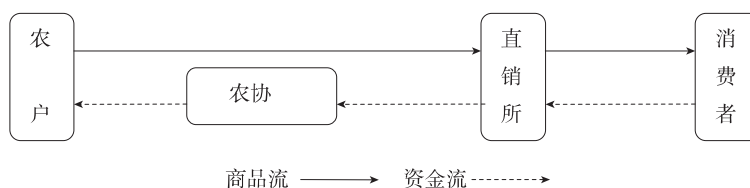


图1 直销所流通模式

第三，直销所只是基于农户有条件的委托进行销售，农户享有价格决策权。第四，对于在直销所销售剩余的产品，农户享有最终处置权。

## 2 直销所流通模式的构成

### 2.1 流通主体

直销所的流通主体是利用直销所从事交易活动的组织和个人，包括农户、农协（直销所）和消费者。每个流通主体都具有自主决策权，这是其实现自身利益最大化的保证。

(1) 农户。农户直接从事农产品生产活动，是生鲜农产品供应链的起点与基础。农户是农业生产的独立经营者，是农业最基本的生产单位，农户享有土地所有权或使用权、农业劳作与经济控制权、剩余索取权。农户作为经济主体从事生产经营，独立进行市场交易、参与收益分配。

(2) 农协（直销所）。农协是农户以合作的理念和行动为基础，为了维护自身的利益而组织的协同事业组织体，农协是直销所流通中的中间协调层组织，农协开设直销所为农户和消费者之间架起沟通的桥梁。农协开设的直销所是以销售生鲜农产品为主的自选式零售组织，是直销所流通的市场载体，直销所不仅是交易的场所，也是农户与消费者之间交流的场所。直销所在农产品供应链中发挥主导作用，是整个供应链上的核心企业，有效地将农户和消费者连接在一起完成交易。

(3) 消费者。消费者是购买农产品、以满足自身和家庭消费需要的个人。消费者处于供应链的末端，其最终消费决定整个农产品供应链的价值实现，是直销所农产品流通供应链的拉动者。直销所的购买者主要是居住在特定地域（通常距直销所的距离为车程1小时以内）内的、具有独立决策权的自然人。消费者以效用最大化、支出最小化为其行为准则，希望能够购买到新鲜、安全、放心的农产品。

### 2.2 交易对象

在直销所交易的农产品以生鲜农产品为主，包括蔬果、大米、小麦、花卉、畜产品、加工品和手工艺品等。受生鲜产品自然属性的限制，其生产和销售具有明显的季节性。而随着城市与农村交流活动的扩大，农户和消费者之间的交流不断加强，为使季节性强的农产品能够在全年享用，农户逐渐开始开发以当地农产品为原料的加工食品等，使得直销所交易的产品范围进一步扩大，从初级农产品延伸到加工农产品（包括手工艺品）。

### 2.3 交易方式

日本农产品的交易方式一直以委托代理制为主。传统农协共贩模式下实行的是层层委托代理销售方式，即农户委托农协销售，农协再委托批发商以拍卖的方式进行销售等，每一次委托都要按照成交金额的一定比例收取手续费；直销所流通模式下只有一次委托，即农户直接委托最终零售商——直销所代理销售，直销所按销售收入的一定比例（通常为15%）收取费用。

## 3 直销所流通模式与传统农协共贩模式的比较

传统农协共贩模式下的委托代理与直销所流通模式下的委托代理的区别在于决策权属不同。根据委托代理理论，应建立合理的风险分担机制和有效的激励监督机制，促进代理人采取适当行为，最大限度地增进委托人的利益。农协共贩模式下的委托代理是基于代理人（农协）享有决策权的代理，由于代理人（农协）和委托人（农户）之间的信息不对称，容易造成代理的非效率现象；直销所流通模式下的委托代理是基于委托人（农户）享有决策权的代理，可以防止代理人（农协）的机会主义行为，实现委托人（农户）的效用目标最大化。

### 3.1 传统农协共贩模式存在的弊端

传统的农协共贩模式下，农户与农协之间是一

种无条件的全权委托代理关系,即农户只负责生产,生产的农产品由农协全权负责销售,货款通常是一个月结算一次,农协按照当月销售总额收取一定比例的手续费。在传统的农协共贩模式下,销售价格由农协决定,农户没有定价权,农户生产的产品不论质量好坏,都按相同的平均价格获得销售货款。这种传统的农协共贩模式无法保障农户的利益,其弊端主要有:

(1) 农户和农协的目标不一致,农户收益无保障。传统的农协共贩模式下,由于农户和农协都是独立的经济人,都追求自身利益最大化。农户作为农产品的所有者,其生产的时效性很强,作为一个生产个体,每年的收获量是有限的,所以,农户希望农协能以最高的价格销售自己的农产品,来实现农户的收入最大化。而农协作为一个经济实体,其代理行为是长期的,每年在不同的季节代理不同的农户生产的农产品,追求的是在一定时期(一个月、一个季度或一年)内的收益最大化,而不会考虑每笔销售的收益多少。因此,农户与农协之间存在着目标不一致的问题。由于农协是全权代理,最终的销售行为由农协决定,其结果对农户来说,无法实现优质优价,难以保证农户的收入最大化。

(2) 农户和农协之间存在信息不对称,容易造成代理的非效率现象。传统的农协共贩模式下,农户不能直接监控农协的行为,如农协工作人员是否尽职尽责、其工作的努力程度、有无机会主义行为等;农户对农协的能力强弱、对风险的态度等方面的信息缺乏充分了解;在农户与农协之间,农户是弱势群体,农户对农协的监督存在很大困难,几乎是无法监督。因此,农户和农协之间存在着信息不对称,农户很难通过对农协的代理行为的观察结果来判断代理人的绩效。因为存在着信息不对称,容易造成代理关系中的非效率现象。

非效率现象表现为道德风险和逆向选择两个方面。首先,由于信息的不对称性,农户无法全面了解农协的行为信息,无法限制和约束农协的行为,使其按照农户的意图办事,实现农户利益的最大化。同时,农协可以利用这种信息的不对称性,采取机会主义的行为,不顾农户的利益而片面追求农协的利益最大化。其次,同样是由于信息的不对称性,农户无法准确地衡量农协的工作成果与其所付出的

努力之间的联系,从而无法准确地了解农协的能力,造成某种劣势驱逐优秀者。例如,在农产品价格波动较大时,农户的生产风险也较大,农户收入的不确定性也较大,负责任的农协会给农户做出全面的市场分析和价格预警,帮助农户合理地规避一些市场风险;而不负责的农协只会考虑自己的利益,逆市而行,在农户认为不该卖的时候也出售农户的农产品,造成农户收入的损失。

### 3.2 直销所流通模式的主要优势

直销所流通模式中,农户享有定价权,农协只能按照农户规定的价格代理销售,因此,直销所流通模式中,农协是在农户规定的价格条件下实施代理行为,从而限制了农协的代理权限,因而是一种有条件的委托代理。货款通常是半个月结算一次,农协按照当月销售总额收取一定比例的手续费。在直销所流通模式中,农户享有定价权,农户可以根据生产的产品质量的好坏,制定不同的价格,实现优质优价、低质低价。农协是按销售额的一定比例收取手续费,如果销售额大,则农协的收入就高,农户的收入会更高。因此,直销所流通模式将农户与农协的利益紧密地联系在一起,加之直销所的投资具有资产专用性,“锁定”了投资者——农协,从而形成了有效的激励——约束机制,抑制农协的不良动机和行为,减少道德风险,提高代理绩效,可以实现农户与农协双方的“帕累托改进”。

(1) 农户与农协的目标趋于一致,避免机会主义行为。直销所实行会员制,有统一的章程和统一的经营理念,农户和农协之间就经营理念达成了共识。产品销售的价格、上市出售的时间等都由农户自己决定,农协只是通过设立并运营直销所,提供一个场所来销售农户生产的农产品,产品销售的风险也由农户自己承担。但是,直销所能够运营下去的前提是农产品销售情况良好,农户愿意加入到这种销售方式中来,如何实现良好的销售业绩,需要农协设计出一套完整、科学、高效的组织制度和管理制度,农协要在农户之间进行充分的协调,包括生产的品种、数量和上市的时间等,以避免农户间为销售产品而产生随意降价的行为,维持直销所价格稳定、秩序稳定,实现良性循环。农协为了实现利益最大化目标,首先必须实现农户利益最大化,

只有实现了农户的利益最大化,才能实现农协的利益最大化,所以,农协会主动与农户的期望保持一致,以最大限度地实现农协的利益最大化,即使农协与农户的目标趋于一致。

(2)可以消除农户与农协之间的信息不对称,提高代理效率,实现农户与农协双方的“帕累托改进”。直销所流通模式中,农户能够直接观察到农协的操作行为,如直销所提供的信息是否准确、及时,直销所的店员服务态度好坏,直销所组织农户和消费者交流活动的频数多少、效果好坏等;农户能清楚地认识到农协的条件禀赋,如农协的组织、管理能力强弱、对突发事件的应对能力等;易于实现农户对农协的监督,农户每天都在和直销所、农协打交道,可以随时发现问题,及时协调解决,以维护农户利益。因此,直销所流通模式可以消除农户和农协之间的信息不对称,农户可以通过对农协的代理行为的观察结果来判断代理人的绩效,避免由于信息不对称而造成的道德风险和逆向选择,提高代理效率,可以实现农户与农协双方的“帕累托改进”。

直销所流通模式中,一方面,农户可以全面了解农协的能力等方面的信息,从而选择出售的时间、决定出售的价格,引导和限制农协的行为,使之按照农户的意图办事,实现农户利益的最大化。另一方面,直销所流通模式可以避免农协的机会主义行为,防止农协以农户的损失为代价,片面追求农协利益的最大化。因为在直销所流通模式中,即使是面对大宗需求者的事先订货,其销售价格也是由农

户决定的,农协只是在中间发挥一个联系的桥梁作用,而卖与不卖,价格高与低,都是由农户做出决定,只要农户不同意、不接受,无论多大宗的订单也不能成交,从而可以避免在传统农协共贩模式下农协为实现自己的利益最大化而实施的机会主义行为。

直销所流通模式中,农户可以准确地衡量农协的工作成果与其所付出的努力之间的联系,从而准确地了解农协的能力。根据直销所的价格管理制度,农协会提前一个月给农户做出全面的市场分析和价格预警,农户可以根据价格预报适当调整生产和销售计划,包括对生产的品种、数量、上市时间等方面进行协调,在农产品价格波动较大时,避免农户做出逆向选择,农户不会逆市而行,直销所销售的价格也不会因为市场价格变动而大起大落,可以降低农户收入不确定性的风险。

#### 参考文献

- 陈耀庭,蔡贤恩,戴俊玉.2013.生鲜农产品流通模式的演进——从农贸市场到生鲜超市[J].中国流通经济(3).
- 李凤荣.2014.“地产地消”——日本农协地域经济发展新战略[J].现代日本经济(5).
- 李凤荣.2014.日本农产品流通体系剖析[J].世界农业(7).
- 刘有贵,蒋年云.2006.委托代理理论述评[J].学术界(1).
- 郑轶.2014.中国和日本生鲜农产品流通模式比较研究[J].世界农业(8).