

青 年 觀 察 中 國

小农的豪赌

定州-北京蔬菜供应链调研报告



报告背景

2011 年 4 月，山东 39 岁的菜农韩进自缢弃世，留下妻子和两个未成年的女儿。自杀的原因是 6 亩田，1 万余元资金投入，两三个月持续劳作，换来的竟是 8 分钱一斤的“伤心”菜价。随后，更多的蔬菜滞销事件陆续进入了公众视野：

盐城市 15 万多吨蔬菜滞销，包菜、大白菜地头价不到 5 分钱；寿光部分蔬菜价格尤其是叶菜类价格下跌明显，部分菜农、经销商遭受损失；山东，江浙，上海一带，卷心菜、大白菜的价格跌破收菜的成本，一些商家甚至将大白菜扔到水沟。

蔬菜滞销事件发生在全国各地，蔬菜供应链的上游是菜贱伤农，在供应链的下游，则是诸多消费者惊讶于菜价依旧高企，对市场信号的反应严重滞后。那么，问题究竟出在什么地方？

清华大学电子系的 5 名大二学生，在 2011 年的暑假深入华北蔬菜生产和集散地定州市，从供应链上游追踪至下游的北京新发地批发市场，之后利用课余和闲暇时间，完成了数据分析和信息整合。

社会资源研究所作为致力于寻求社会问题解决方案的专业研究和咨询机构，对学生的最终调研结果提供了写作框架支持，并进行了后期编辑工作，以使得有价值的信息能够清晰地呈现在读者面前。

值此“五四”青年节之际，我们正式推出清华大学年轻学子的蔬菜供应链调研报告，并冠以“青年观察中国”之系列名称。我们也期望有越来越多的青年学生能够走出象牙塔，观察和接近社会问题，在实践中去检验真理，真正继承“五四精神”，将个人的命运与社会的发展紧密结合起来。

尽管本项研究由社会资源研究所和乐施会协助完成，但报告所述观点完全属于作者的个人观点，并不必然代表社会资源研究所和乐施会的自身政策或观点。

作者 张金野，汪翔，武通达，黄延，李一帆
(清华大学电子系无线电专业 05 班)

发布时间 2012. 5. 4

报告发布 社会资源研究所

报告资助 乐施会

研究指导 王轩（乐施会）

编辑 吴晨（社会资源研究所）

设计 杨旻

版权声明



本手册采用知识共享署名-非商业性使用-相同方式共享 3.0 Unported 许可协议进行许可。引用或转载请标明来源和作者。

关于•社会资源研究所

社会资源研究所（简称 SRI），即永续动力（北京）咨询有限公司，创立于 2008 年，是一家兼具社会研究、战略咨询和知识分享功能的专业机构。我们集中在企业社会责任和公益两个领域，为企业和非营利组织提供研究、评估、咨询和分享服务，为其组织及项目的有效决策提供支持，探索社会问题解决方案，推动社会进步与变革。

网址：www.srichina.org www.csrglobal.cn

关于•乐施会

乐施会是一个独立的发展及人道救援机构，致力于消除贫困，以及与贫穷有关的不公平现象。乐施会的总部位于中华人民共和国香港特别行政区，并在全球 10 多个城市设有办事处。乐施会跨越种族、性别、宗教和政治的界限，与政府部门、社会各界及贫穷人群合作，一起努力解决贫穷问题，并让贫穷人群得到尊重和关怀。“助人自助，对抗贫穷”是乐施会的宗旨和目标。

网址：www.oxfam.org.cn

目录

研究方法.....	1
第一章 蔬菜供应链分布.....	3
第二章 供应链中的利润和风险.....	6
第三章 总结与建议.....	9
调研感想.....	11

研究方法

本调研希望通过对蔬菜供应链的实地调查，界定供应链中各主体的分布，收集供应链中各环节的成本和销售数据，进行利润和风险的分析。同时，结合政府的外部监管措施，分析“地头菜贱，摊头菜贵”的成因，并提出具有操作性的改进建议。

研究对象和范围

河北省定州市是华北最大的蔬菜经销集散地和著名的蔬菜生产基地，是北京地区批发和零售蔬菜的主要供给源。其供应链条可概括为如下三个主要部分（其下可具体细分）：



图 1：定州-北京蔬菜供应链

河北省定州市，位于河北省的省会石家庄市和保定市之间，曾经隶属于保定市，现在是一个县级市，共有 25 个乡镇，人口 120 万。定州市是一个蔬菜强市，共有耕地 1300 亩，农业人口 90 万，2010 年蔬菜总产量 229.5 万吨，总产值达到 26.28 亿元。该是共有 500 亩的马铃薯种植示范区，十大规模化种植区，包括了白菜，西红柿，阳春白菜等数个品种。其中的辛兴无公害蔬菜生产基地有 100 亩土地，350 个温室大棚以及占地 10 亩的蔬菜批发市场。

基于此供应链一般模型，考虑到定州的主产蔬菜种类，我们选择了土豆和西红柿两条供应链作为我们的研究对象。

具体包括定州的村庄，定州市区的市场，北京市的新发地批发市场，北京海淀区的超市和小型市场。

在定州的蔬菜种植环节，我们选择了 4 个集中生产土豆的村庄作为调查样本，不同村庄间的价格差距较小，可以代表定州市土豆的一般市场价格。这些村庄的生产模式相似度很高，因此有理由推断这是定州市土豆生产的主要模式。

在蔬菜集散地环节，包括有批发市场和菜站两个市场主体：

- 东关和西关是定州市最主要的两个蔬菜批发市场地，包含了绝大部分定州市内蔬菜供应和发往华北各地的蔬菜供应，可认为是全部抽样，数据具有较大的代表性。
- 定州市的菜站呈集中分布，我们随机抽取了 3 家菜站作为调查样本，菜站的分析数据相似度极高，其运行模式和盈利水平和村民以及市场商贩的叙述一致，因此可确认是定州市菜站的普遍经营方式，数据具有较大的代表性。

在北京销售市场环节，包括有批发市场、超市和农贸市场三个市场主体：

- 北京市新发地农产品中心批发市场是北京市最大的蔬菜集散地，其蔬菜的供应量占北京市总蔬菜供应量 70%以上。包括华联和家乐福等大型超市，在北京市新发地都设置有专门的供应渠道，新发地的批发供应价格对于北京其他地方的批发供应价的影响巨大。
- 超市样本来源于大型超市华联和家乐福，小型超市照澜院超市。
- 农贸市场则就近抽取了照澜院市场的 2 家个人摊点。由于取样地点集中在北京市海淀区中关村区域，所以总体物价应略高于北京市平均水平。

研究方法

本次调研综合使用了文献研究和实地调研的研究手段，获取了大量一手数据和信息。在实地调研阶段，我们主要通过观察记录和深度访谈来获取信息。

文献研究：在实地调研之前，研究小组搜集和分析了农产品供应链已有的文献研究成果。并通过政府信息公开渠道，了解了华北地区主要的蔬菜生产和集散地的大致分布和产销情况。文献研究为实地访谈打下了基础，有利于我们更准确地界定研究对象，并修正初步假设。

实地调研：研究小组初期调查了北京市区的新发地蔬菜批发市场，家乐福超市（上地分店），华联超市（上地分店），照澜院超市和清华北门外的小型蔬菜贩卖点等地，共调查了普通市民 20 名，摊贩 21 名。随后走访了定州市市中区的东关市场，西关市场，以及中平谷村，东双屯村，陈村营村，辛兴村以及齐兴庄村等种植地。共调查了市场上的摊贩 60 户，得到有效数据 22 份。走访的 5 个村子总共有近 700 户农户，其中近 450 户全年种菜。此外，小组成员访谈了定州日报的农业记者，定州农业局工作人员和蔬菜协会人员共 12 人次。后期总结阶段进行了针对菜站的电话访谈共计 6 次。

研究产出

本次调研从 2011 年暑期初期策划、实地调研以至草稿形成共历时 10 个月。我们分析完成了成本和销售额数据整理表格共 10 张，整理了 5 篇实践日志。在 2012 年 4 月，我们最终形成了完整的调研报告，提出了我们对于核心问题——“菜贱伤农，菜贵伤民”的原因解释以及相应的解决方案。

1 蔬菜供应链分布

蔬菜的生产和加工过程需要耗费较多人力，但由于日常的新鲜蔬菜供应并不涉及复杂技术，因此在供应链中通常只包括以小农为主体的生产者和各级经销商。

一条从河北定州的菜地延伸至北京消费者餐桌的蔬菜供应链，可分解为下图所示：

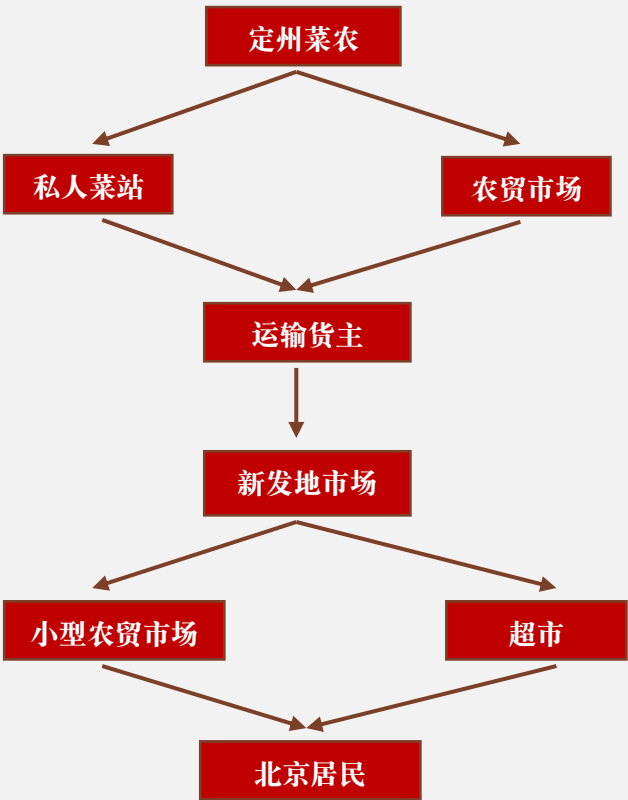


图 2：定州到北京的蔬菜供应链

1.1 定州菜农

在我们调研的 4 个生产土豆的村庄中，菜农的组织化程度各异：

调研村庄	生产形式	具体描述
中平谷村	传统小农	每年自行选择蔬菜品种，独立种植，独立销售
东双屯村	组织化生产	同村的菜农组成一个农业协会，在生产环节实行互助
陈村营村	组织化生产	同村的菜农组成一个农业协会，在生产环节实行互助
齐兴庄村	组织化生产	同村的菜农组成一个农业协会，在生产环节实行互助

表 2： 调研村庄中的菜农生产方式

菜农已经逐步从原子化的分散种植，向组织化生产和销售过渡。在组织化生产的 3 个村庄中，农业协会的成员在种植季节会互相帮助管理，出

现病虫害之后也会一起处理，但不会统一销售。采购商会自己通过菜站找到农户。

此外，我们在调研中还走访了位于辛兴村的西红柿种植基地，由大户牵头组织。在种植环节，基地的带头农户会联系种子厂商，由于基地的需求比较大，厂商会来村里结合土壤条件，试验不同的种子，此后农户再选出自己满意的种子。此外，基地也建设了温室大棚，使得西红柿能够晚两个月上市，而且亩产达到了 3-4 万斤，而一般村子的亩产只能达到 1-2 万斤。在销售环节上，因为品种和反季节的原因，客户一般都会提前和基地的农户签好订单。由于亩产量会根据当季的气候条件而产生波动，如果合同订购量小于产量，基地会统一联系采购。

在一年之中，菜农会根据前一年销售的结果，选择种 2-3 次不同品种的蔬菜。由于不擅长使用网络工具，只能收看电视中的农业技术类节目，缺乏了解农产品价格或者整个市场情况的信息渠道，因此菜农对于市场价格的影响力有限。

定州的菜农平均每年能获得纯收入 5000 元左右，这里面还包括农闲时打零工所获得的收入。

1.2 菜站

菜站是介于农户和买主之间的中介机构，一般采取 2-3 个人的家庭经营方式。通过帮助外地货主联系购买当地蔬菜，按照每斤提取 2 分钱的中介费用来盈利。中介费不会根据品种和市场行情的变化而改变，统一固定为 2 分钱。

菜站分别与当地农民以及外地的货主达成口头协议，之后货主会提供车辆到菜站收菜，并在事后付货款。在收购的时候，菜站还会对菜品进行一定的质量把关。

菜站的成本主要在于门面的租赁费用或者购买门面的一次性投资上，租赁价格每年 3000 到 5000 元不等。

1.3 东关市场和西关市场

东关市场和西关市场是定州市的两个主要农贸市场。作为农产品集散地，两个市场各有特点：

东关市场离农村更近，也不对交易的农户收费。许多农户直接将收成拉到市场中，与外地来的买主进行交易。这里也聚集了近 20 家菜站，他们租住的房子包围了市场的三面，在这里菜站可以更方便地联系到菜农，而且方便掌握市场信息。

西关市场则更加综合，既有针对当地百姓的零售区，又有提供给大型采购商的批发区，批发区里的卖家一般也是外地经销商。市场管理方会对

卖方收取一定的费用。固定摊位按地方大小收费，单价一般在每月每平方米 20 元左右，车辆则是每天 50 元，较小的个体三轮，每天收费 5 元左右。

1.4 外地货主

定州蔬菜产量充足，均价较低，吸引了大量外地货主。他们会提前联系好定州菜站，委托菜站代为收菜，价格由菜站定，外地货主提供车辆运输。外地货主消息灵通，能够掌握各地菜站提供的市场信息，再从中选择性价比高的地点收菜。

到达目的地后，他们会前往当地大型的农贸市场卖菜。我们在北京新发地批发市场访谈到的货主，平均 2 天完成一次收菜-卖菜周期。通常从凌晨 1-2 点就开始卖菜，作息极不规律。

一辆大型卡车跑运输，每月可以盈利 5000 至 7000 元。每辆车通常会有 3-4 个人轮替，人均月收入在 1700 元左右。

1.5 北京新发地农贸市场

消费地各大型农贸市场的主要作用，在于提供一个各地货主面向各大超市、饭店和小型农贸市场摊贩销售的空间。

在北京的新发地农贸市场，管理方会统一规划卖方的位置。分类标准不尽相同，有按地域分的，也有按品种分的。每车入场会收取入场费用，一般最小的三轮车，准载 0.5 吨，需要交 50 元左右；准载 10 吨的中型车，需要交 150 元左右；25 吨的大型车在 500 元以上。

1.6 超市、小型菜市场和个人商户

这些主体是蔬菜供应链的终端，直接面向个人消费者。他们一般从大型农贸市场如新发地收菜，其经营成本主要集中在场地租赁费用、水电以及人力成本上。

2 供应链中的利润和 risk

我们采集了供应链不同环节的生产成本和销售价格，来分析各个市场主体的利润状况以及所承担的风险。

2.1 供应链中的利润分布¹

对于中国农户依靠农业生产所获得的收入，已经有诸多的文献研究和媒体报。在本报告中，我们将供应链中的利润分析对象聚焦在土豆供应链中的流通领域，即土豆离开田间地头之后的各中转环节：

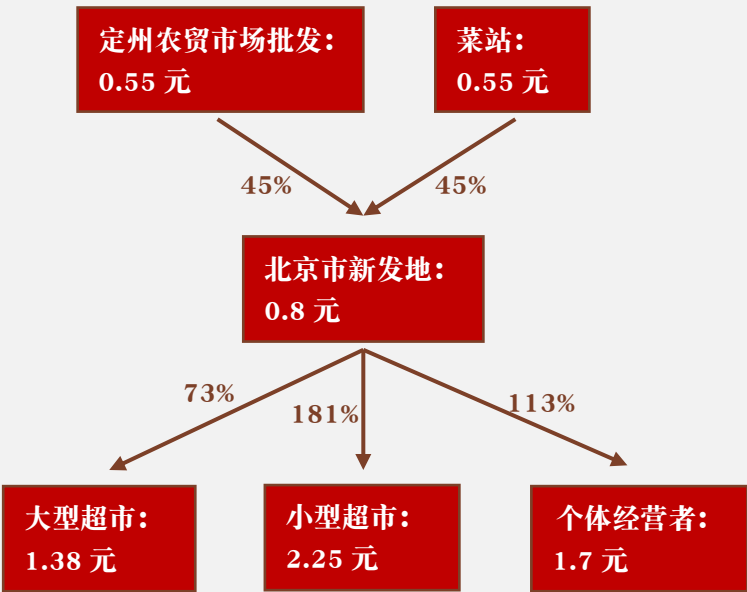


图 3：定州到北京的土豆供应链利润分布

综合分析可以发现：

- 1) 流通领域中越接近消费者的市场主体，其增值幅度越大；
- 2) 在与消费者直接发生交易的市场主体中，小型超市的增值幅度最大。

2.2 供应链中的风险分布

农产品的生产较大受气候等外部条件的影响，各市场主体在预测自身收益的同时，也需要分析自身面临的风险构成及其影响程度。

我们以土豆生产为例，根据对不同主体的访谈结果，尝试去厘清各市场主体所面临的风险类型，并初步估计出风险损失的程度（以百分比形式）和出现概率（以百分比形式）。

需要声明的是由于数据的精确度有限，我们给出的风险评估限于从定州到北京新发地的土豆供应链中，分析结果仅具有参考意义。

¹ 来自调研队员在 2011 年 8 月 2 日-8 月 10 日获得的市场价格数据。

价格波动幅度过大

东双屯种植的大白菜,2008 年每斤卖 8 毛,2009 年则下跌到 7 分钱。而这样的情况,在土豆,西红柿等“大路菜”中非常多见。而类似此种幅度的价格波动,据村中的农户反映,可以达到每三年一次。

风险类型	发生概率	损失程度	总风险
天气 ²	50%	25%	12.5%
技术失误	25%	25%	6.25%
收购价格波动	50%	75%	37.5%
生产成本上涨 ³	50%	25%	12.5%
虫灾	25%	25%	6.25%
加总			75.5%

表 3: 菜农的风险分析

菜站				外地货主			
风险类型	发生概率	损失程度	总风险	风险类型	发生概率	损失程度	总风险
市场信息	25%	25%	6%	市场信息	50%	25%	12.5%
租赁成本上涨	25%	25%	6.25%	储存成本上涨	25%	50%	12.5%
				运输成本上涨和事故风险	25%	75%	18.75%
加总			12.25%				43.75%

表 4: 中间商的风险分析

个体商贩				小超市			大超市		
风险类型	发生概率	损失程度	总风险	发生概率	损失程度	总风险	发生概率	损失程度	总风险
运营成本 ⁴	50%	50%	25%	50%	25%	12.5%	50%	50%	25%
运营地点的不确定	50%	75%	37.5%	25%	100%	25%	0%	50%	0%
加总			62.5%			37.5%			25%

表 5: 销售商的风险分析

综合分析可以发现：

² 这里天气是指意外出现的洪涝、干旱等自然灾害。
³ 包括化肥、农药、灌溉费用、人手等。
⁴ 包括场地租赁、水电、人力、营销成本等。

- 1) 在土豆供应链中，上游菜农所面对的不确定性最多，且多数超过菜农个人能力所能控制；
- 2) 作为经纪人的菜站，其面对的不确定最少，其盈利能力主要取决于个人对市场信息的掌握能力；
- 3) 从土豆供应链中可发现，农产品生产的风险，在很大程度上主要由农户来承担。由于缺乏农业保险、组织化生产和分工协作，国内的农户经营，更像是与市场天气的一场豪赌。

2.3 政策分析

定州市是蔬菜种植重地，拥有河北省最大的蔬菜交易市场。针对蔬菜供应链中存在的问题，定州市农业局进行了三个领域的专向支持，包括有：

- 1) 为定州大型蔬菜生产基地提供总计 500 万元的政府补贴。如针对辛兴村这样的大棚蔬菜生产基地应用高新技术进行补贴；
- 2) 科技支持。农业局设置有蔬菜服务站，在周围的乡村下设四五个蔬菜服务点，并且在各个大型的蔬菜种植点上不定时的举行宣传讲座的形式，进行相关科技技术普及；
- 3) 信息支持。农业局建设了蔬菜产供销信息网络平台，以提供及时快捷的市场信息。

可以发现，在农业产业化的政策背景下，政府对大规模的蔬菜生产基地给予了较多的扶持。但对于中小规模的蔬菜种植农户而言，这些政策没有起到实质上的惠农效果。并且，在定州市下属的二十几个行政村中，只有辛兴等少数几个村子采取了集约化的生产方式，大多数农户仍面临前述的诸多风险，在提高组织化程度、建立与市场有效交换信息的渠道方面，仍缺乏行之有效的提升措施。

此外，由于缺乏运作经费，科技服务站对于许多农户而言，形同虚设。而信息平台虽然已经开始被农户知晓，但由于仍存在对旧有渠道的依赖，使用信息平台的人较少。因此，这需要政府在制定惠民政策的时候，需要首先摸清农户的需求和习惯，谨慎进行硬件投资。

3 总结与建议

我们的调研，起源于对“菜贱伤农、菜贵伤民”的思考，而直接的起因则是 2011 年山东菜农的自杀事件。通过对定州蔬菜供应链的实证研究，我们发现农户之所以长期在市场处于弱势地位，可归结为以下原因：

1) 信息渠道长期处于闭塞状态

在我们调研的村庄中，菜农对于外界市场信息的了解仅仅来源于报纸、农业电视节目和口耳相传，信息的准确度和时效性都很低。虽然有了电话、电视、网络，但菜农们对于这新鲜事物的使用还存在障碍。到了每年要决定蔬菜种植种类的时候，菜农往往是根据上年的市场行情来决定，易导致供应过多，产能过剩。

从市场角度来说，交易在市场而非在田间地头发生，离菜场较近的菜站和大客户掌握了即时且丰富的市场信息。菜农在市场信息的掌握中处于绝对的劣势。目前市场上存在的蔬菜价格信息渠道更新都过慢，而且不尽完善，也没有将农户纳入考虑提供信息的对象。我们在市场上以及在村子里访谈到的菜农中，没有人掌握有便捷的渠道以迅速得到市场行情，除非亲自到当地市场卖菜的人才会大概知道菜品价格，但对整个蔬菜市场的情况仍一无所知。

菜站正是利用了菜农在市场中的信息不对等地位，从不同地方倒买倒卖，收入相当可观。虽然农业产业化政策中提出了农业经济人服务于农户的利益联结机制，但在现实情况中，经纪人正是利用了农户的信息缺乏而获取收入，而究竟是与采购商利益联结，还是与农户利益联结，受市场供求情况决定。

2) 承担了农业生产的大部分风险

经过分析可以发现，风险在很大程度上由蔬菜的生产者来承担，蔬菜的批发商和终端的零售商的决策空间则相对灵活。当发生自然灾害、种植面积过大等因素，导致发生价格波动时，各级经销商通过自身对蔬菜定价的影响能力，把大部分风险转嫁到了农户身上。

而所谓价格控制，即菜站、货主等通过压价，控制产地蔬菜进入消费地的总量，以保持消费地的供求关系不至于波动过大，从而确保自身的盈利水平。但无法进入市场的“过剩”蔬菜，小部分能被产地附近有限数量的居民低价消费掉，多数则不得不烂在地里。

3) 谈判中处于不利地位

定州蔬菜的价格形成，主要在于外地货主、菜站和菜农三者之间的博弈。货主是主要的给价一方，而菜农是应价方，菜站起到的是一个经纪人和传递信息的作用。由于菜农多数是分散销售，外地货主就获得了较为有利的谈判地位，他面对的是一个巨大的买方市场，不用担心收不够菜。而各个菜农之间有时还会因为卖菜发生冲突，大家都害怕自己家的菜卖不出去。因此，在市场整体供求关系的影响之外，货主能够对最终价格发挥每斤 0.1-0.2 元的控制力。但对于 2011 年定州土豆每斤 0.55 元的平

“最近几年大白菜的价格忽高忽低，搞不清楚，前一年（2009）市场行情很不错，于是 2010 年全部的地都种上了大白菜，结果大白菜太多了，村里的大白菜很难卖出去。菜站和货主这个时候就压低了收购价格，最终以每斤 7 分的极低价格收购了村民的部分白菜，而很多户村民干脆不卖了，让白菜烂在地里，自认倒霉。一般情况下，大白菜正常的收购价会在 4 到 7 毛之间波动。但即使是 7 分钱，菜站仍然会抽取每斤 2 分钱的中介费，货主在市场上卖的价格也居高不下。”

——中平谷村某老年村民

均收购价而言，货主已经是相当有影响力的市场主体了。

总结上述原因，我们可以发现关键问题仍在于农户缺乏生产经营联合以及利益联合。就如何提升农户的市场地位和能力这一阻碍，已经有不同学科的学者以及实践者进行了探索。我们根据调研中的发现，结合自身的思考，尝试提出以下两条突破途径：

1) 农户逐步实现统一销售，向供应链下游兼并菜站

在我们调研的 5 个村庄⁵中，有 1 个村庄已经建立了蔬菜生产基地，实行产销合作。有 3 个村庄已经实现了生产合作，但在销售上仍处于分散局面。由于菜农的技术、田间管理投入、销售渠道各有强弱，因此一刀切地要求菜农实现共同销售并不现实。因此，在村庄中现有农业协会的基础上，首先提供田间管理的培训以提升产品质量，其次可考虑通过租赁等形式，将耕地集中在种植能手手中。逐步实现统一销售。

如农业协会能顺利实现统一销售，形成一定的供应规模，那么菜站这一经纪人环节可以被纳入到协会或者说合作社的职能之中。在此基础上，可以顺利构建农村和超市对接的模式。这除了要求超市具备强大的生鲜产品物流体系之外，最重要的问题在于超市和农户之间的信任如何建立，特别是当市场出现波动之时。

2) 避免政府资源大规模一次性投入，实现政府购买服务

农户对市场信息的需求极其旺盛，但建设类似的信息交易平台，如果由商业主体来完成，需要面临初始资金投入以及使用者付费是否能够收回成本并实现盈利的问题。而由政府主体来完成，又面临脱离农户实际需求，资金使用效率过低的弊端。对于这种具有公共性质的产品而言，由政府购买社会组织和商业主体的服务，既能够解决资金问题，又能够解决效率问题。

因此，与其由政府出面进行大规模一次性投入，建设功能完整的高端信息平台。不如购买社会组织或商业主体的服务，分步实现以下目标：

1) 提升农村地区的网络接入密度和带宽，培训农户有针对性地使用和掌握相关网络技术。

2) 完善现有的大型集散市场管理，配套建立市场信息采集平台。农户在家中便可以利用网络跟踪市场价格信息变动，并发布供应信息。

齐兴村的失败记忆

齐兴庄村 08 年在一个大超市老板的劝说下和他们搞起了订单农业，村子里的菜几乎全签给了他们，价钱也定下了，而且十分合理。但是到了收菜的季节时，那一年的市场价格极低，这个老板就不愿意给当时定下得价钱了，按理说村民们和他之间有合同，可以诉诸法律途径。但是这个老板那年直接脚底抹油超市都不要就跑了，超市也破产了。农民们仅仅得到了一点点补助。由于找那个老板找了很久，菜一直没卖，那年的菜也就那样糟蹋在地里了。就这一次事件，让当地的菜农被坑的不轻啊，所以之后任何订单农业他们都不搞，就搞原始的种植后再收购，价格听市场的方法，收入水平也停滞不前。

⁵ 4 个村庄种植土豆，1 个村庄种植西红柿。

调研感想

调研队队员 汪翔：

参加这个实践主要还是因为前段时间出现的蔬菜收购价暴跌的问题。市场销售价持续走高，而农民不但收入没有增加，反而要面对着让人心寒的收购价，山东农民甚至为此而自杀……

为什么“菜贵伤民”和“菜贱伤民”会同时出现？凭着我很肤浅的认识，我觉得是供应链的问题。

在实践正式开始之前，我们开了很多会议，分析可能遇到的困难，需要得到的数据、工作方法等等。正是因为之前做了充分的准备，所以正式开始实践的时候，并没有遇到太多大的麻烦。总体来说还算比较顺利。

在去实践地——定州之前，我们对北京的蔬菜进行了一个调查，并采访了大量的消费者。对于菜价，他们总体的一个看法是：菜价很高，但没办法，只能忍受，或者减少其他方面的消费。这也就是“菜贵伤民”。我们生活在校园，对社会不够了解。面对那么高的物价，普通百姓确实感到压力很大。这也更加坚定了我们把这次实践做好的决心。

8月1日，我们出发到了定州。安排好住宿以后，我们开始做初步的踩点工作，去菜市场、农业局等地了解了基本的情况。然后分工部署接下来的工作。

到菜市场，第一感觉就是忙碌，还有就是环境很差。这就是最普通民众的生活……我们随机采访了一些商贩了解相关信息。令我高兴的是，当我们说明来意后，他们都很乐意配合，帮助我们。也许因为我们是“大学生”，在当地，可能这是一个很小的群体。给我印象最深的是一位大婶，她听说我们是从北京来的大学生，就问我们：“你们看到我的皮肤有什么感想？”看着大婶那因风吹日晒而变得枯黄的手臂，我们无言以对……劳动最光荣，我相信大婶能够通过自己的辛勤劳动，创造自己的幸福生活。



第三天，我们开始去农村了解情况。菜农对于市场几乎无能为力，他们几乎没有信息来源，基本靠上年的收成来决定今年的种植。收购价也是起伏不定，今年每斤1块钱的收购价，明年却可能变成几分钱。从政策上讲，粮食有最低收购价，而蔬菜没有，菜农的利益就得不到保障，他们作为蔬菜供应链的最底端，收入微薄却要承受着主要的风险。用他们的话讲，“只能听天由命”。不禁让我们感叹菜农生活的艰辛。不过，也有一些好的模式来保护农民的利益，比如辛兴村，是一个大棚种植的示范区。他们组成一个团结的整体并依靠大棚技术来保证自己的有一个高的收入。统一管理、统一销售，维持稳定的供应关系，而不会为了追求某一年的一个高的价格而改变供应对象，这是具有长远思想的，很值得我们思考。

我们这个实践的目地主要是为了帮助菜农，或许我们所做的对他们没有多少帮助，或者根本没有任何帮助，但我们希望我们所做的能引起大家的注意，尤其是相关部门的专业人士，一起行动起来维护农民的根本利益，我想这就是我们这次实践最大的意义。

调研队队员 黄延：

今年上半年，在网上看到了山东一个菜农因为菜价过低而自杀的新闻，自己感到很震撼。但回想起来，在过去的这么长的时间里，社会上一直有埋怨菜价过高的声音。我感到很疑惑，这样菜贱伤农，菜贵伤民的现象为何能够同时发生。班上的几个同学和我也有着相同的疑惑，于是我们五个人便成立了一个实践支队，去调查一下我们的蔬菜供应链出了什么问题。

经过前期复杂的准备和后来为期 5 天的外出，我们收集了很多数据，但更重要的是亲身去体验了蔬菜供应链的过程，从这些数据和经历里，我们试图去发现在这一个尚不完善的供应链系统中存在的问题，并期望能够提出一些有益的改进的思路。

到现在为止，我们发现了若干个问题，如下：



一是农民的信息渠道不通畅。在我们走访农村的过程中，发现几乎所有的农民在选择自己在下一季种植什么蔬菜时，只能够凭自己的经验，不能针对市场信息做出正确的决策，导致某种蔬菜生产过剩而导致农民亏损比较大。

二是农民缺乏有效的联合。我们在采访农民时发现，在某些时候，会出现部分菜贩联合起来打压菜价的现象，而农民除了被动接受意外别无选择也就是说农民在蔬菜收购价上毫无定价权。我们认为，这与农户之间缺乏有效的联合有关。单个的农户的产量是很小的，无法形成竞争力，但如果把大量的农户联合起来，则可以形成比较强的力量。不过这一办法虽可以帮助维护农户利益，但是无法帮助稳定，降低菜价。并且通过这种方式抬高菜价，会对菜贩这一环节施加额外的压力。如果菜贩联合起来打压菜价是非法的，那么农户联合起来抬高菜价就是对的吗？

我们研究了英国的蔬菜供应链的案例，从中得到了一个很有用的模式，即合约生产，将蔬菜供应链中的各个环节通过有法律保障的合约来连接起来。我们了解到国内也正在向这方面努力，但是中国不像英国拥有实力强大的连锁超市，要做好这方面的工作还有很长的路要走。

我们发现的第三个比较奇怪的问题是，不管农民那里的收购价波动怎样剧烈（年际间有数倍的差别），市场上消费者支付的价格始终保持在较高的水平。也就是说，农民承担的低菜价并没有转化成消费者的实惠，这部分利润去了哪里呢？这需要进一步的研究。

调研队队员 武通达：

这是我在大学生活中的第一次社会实践，也应该说是一个很意料之外的实践，完全出乎我的意料。



原本以为所谓的实践就是几个同学一起去个什么地方参观参观、欣赏欣赏，充其量是在什么“高新科技园”、“开发区”之类的地方开开眼界、受一些启迪什么的。前后几天或者十几天，学到一些东西就满载而归。再或者就是到一个偏远的地方去助教，在各种欢迎和优待的条件下和一群小孩子混在一起。也许我从前想的都太过简单了吧，但确实从没考虑过暑期实践还可以像这次这样，成了一种真正的“社会”实践。

由于这个主题的原因吧，我们这个实践注定是要跟乡村和土地打交道的。尽管之前也考虑过在整个过程中的困难和辛苦，但是真正开始实践的时候，我们还是被一些问题弄得措手不及。到了定州的第一天，我和张金野一起在定州的市内踩点。定州市不大，但我们两个足足用了一下午的时间，走遍了整个定州城西和城南，找到、熟悉了各种基本公共设施以及实践调查的关键地点，尤其是西区大市场，这是我们随后几天几乎天天都要考查数据的地方。我们两个开始简单的在市场中做了一些采样。一定程度上是因为时间不是很好，我们到达市场的时候已经是下午三点多，作为一个批发早集，我们遇见的只是一些零散的收尾的小商贩。草草的采集了几组数据我们就感觉到了整个工作的难处。作为一群在成日坐在象牙塔里学电子的工科生，我们在做这种调查过程中的状态可想而知。当然，这仅仅是问题的开始。

经过了一些实地调查，以及一些“详细”的思考，我们就正式进入了考察工作。我们次日决心早起到早集市场开展调查工作。我们兵分两路，分别走向城西和城东，但是这一天的采访是很艰难的，一是因为我们的经验不足，二也是这种社会调查本应遇到的问题，被调查者的群众里有很多人都表现出一种抵触和反感的态度，我们不得不花费大量的时间想办法说服大家配合我们的调查。不得不说，这个过程中，我们学到了不少与人交往上的东西，积累了不少经验。但是令我很深刻的感受到的，是一种说不清道不明的东西，似乎我们的社会存在一些比较深的问题，大家都在回避，不愿提及，也许这不是一个很好的现象，但是事实确实如此。

总结了这些工作的经验，随后的事情变得简单了一些，随着我们几个人在这几个早集市场中出现的频率越来越多，很多人渐渐的愿意与我们交谈，配合我们回答问题。让我们的工作真正的有效率的运行起来。但是我觉得，在这之前我们遇到的困难、阻力以及各种尴尬场面是这次暑期实践的第一个意义。

真正进入了工作的环境，我们才渐渐了解到了蔬菜销售网络的框架。从农民种植到运输到销售，整个蔬菜销售线路逐渐在炙热阳光下的脚步里展现了出来。为了了解各种各样的销售模式，我们花了两

天半的时间行走在定州郊外的村庄里，因为没有便利的交通工具，我们基本是靠步行从一个村子走到另一个村子。在这个过程中，我们收集到了很多底层农民的基本信息。在这里很具体的数据就不提及了，但是很多农民年收入低于 5000 元，而且要承担大量风险的事实让我们心里很不是滋味。在赶路的过程中，我们也讨论了很多有关的问题，尽管没有什么既定的结果，但至少我要说，我收获很多。

具体的活动我就不一一类举了，但是我要说的是，无论是开始的准备、中期的困难、努力和辛苦，还是最后的体验，我都觉得收获很大。这次活动给我的感觉是：这是一次责任之旅。我们认真的准备，全力解决所有的问题，分析思考得到的结果，都有一种责任心在里面，一种让人铭记于心的东西在里面。这就是责任。

调研队队员 李一帆：

我想要以一篇实际的调查总结来作为我的感言。

调研时间：2011.7.24

调研地点：北京市新发地农产品批发市场

历时：正式调研 3 个小时，其他花费 3 个小时

调研人：黄延 李一帆

一、 调研过程

6 点起床，洗漱；

6 点半左右在桃李吃了早饭；

7 点到达五道口地铁站，西直门转 4 号线，7 点 40 分到达公益西桥，D 出口，然后乘 377 经过 4 站到达了新发地农产品批发市场；

8 点开始先挨个摊点问了下菜的价钱（假装买菜的人），

了解了一些情况后开启了学生实践模式，采取问一个人然后马上和黄延讨论提出更多问题的模式，调查了 10 余个做菜生意的商户；

去了电子交易中心，只能说一句：一坨浮云；

走路加公交加地铁，12 点过，抵达五道口；

本次外出调研完毕。

二、 调研地认识

经过黄延上一次的亲身探查，和这一次我们两个深入市场调查，对新发地这个神奇的地方有了一些新的认识。

首先是惊讶于新发地有如此多的批发性市场—奶茶,副食,各种肉,菜,水果,酒店用品等等啊。其批发规模真可谓之大啊。我觉得新发地的繁荣现状应该可以说明中国的物流和零售业现阶段所处的一种市场构成状态,这个行业的大部分资金在这里流动。



其次是体会到了这里的管理难度。就拿农产品市场来说,卖菜的人可以说来自四面八方,本地人极少,既有拥有店面的经营者(少数),又有众多的开着自己的车在场地里卖菜的经营者,甚至还有经营进出口菜和水果的人。购买者既有一般市场里面的菜贩子,又有小型超市、饭店的经营者,还包括规模十分大的购物中心如华联的定点配送中心。买卖关系复杂,是故这里根本没有市场级别的价格管理体制,价格卖家说了算。但是这里的卖家应该说设定他们的利润空间还是比较理性的,这一点大家不要怀疑。

最后是新发地这里四处散发的异味,管理部门应该在收税的同时考虑一下环境如何治理的问题,当然这十分难,不是一般的难。应该说当地的批发行业如此发达,但还没有到达有实力和余力来处理这个问题的时候。但是一定不要忘记这个问题。

三、 调研收获

1. 这里的菜商一般来说凌晨一点就开始卖菜,很多质量又好又便宜的菜在凌晨 5、6 点就卖完了,而随着时间的推移这里的价格变化也很明显,根据我们收集到的信息来看,2、3 个小时前后的土豆可以差价 1 毛到 2 毛。个人觉得详细考察这里一天的价格变化是一个很有趣味和对我们的主题很有帮助的一个小点,它真切告诉你什么叫市场因素影响价格。
2. 蔬菜的销量问题。一个大点的车辆一天的销售量可以在 1~3W 斤(所以不要小看刚刚提到的土豆 1 毛的差价),一个最小型车辆一天可以销售量可以在 3、4K 斤。一般来说到了 8、9 点钟那里卖菜就会几十斤的卖了,但是零售,大多数商家还是不愿意。估计等到中午还可以。另外小型车辆倾向于卖给个人,价格会稍高,但是量少,和大车的量多价少呼应吧。
3. 产地问题,发现了大量的河北黄瓜和河北西红柿,当然来自山东,天津的蔬菜也相当多。
4. 关于搭车的问题,得到的反馈是 100 到 200 内能拿下一辆定州来的车。但是估计一般的车的话只能容忍一个人。这个安全问题很严重。
5. 收入问题。一般来说,一个大型车一个月还是能够挣到 5~7 千,但是不太稳定,看行情。中型车一般是两个人跑一辆车,比较容易受到天气情况影响,它们的入场费不低,所以利润更不稳定。小型车还好,具体数字没有得到,但是比中型车好。

6. 入场费问题，我们得到了几个零散数据，一辆最小的三轮车，准载 0.5T，需要交 50 左右，一个准在 10T 的中型车，需要交 150 左右，25T 的大型车在 500 以上。这个入场费的具体收费方式和定价标准是一个值得关注的问题。它涉及到商户的成本，以及商场在这个供应链中的地位问题。

四、 其他关注

1. 卖菜的商户组成十分有意思，有的商户是来自河南，然后在河北收购菜，再到北京来卖，有很强的流动性。
2. 有的商户是一家三口，或者带着孩子，子女在那样一个比较脏乱条件下得成长和教育问题。
3. 应该说商户在聊天过程中体现了一种较为无力的情绪，他们很多人都说来这个市场了，为了卖菜，为了养家糊口，为了赚钱，入场费再高也得交啊~以前还能够开着车散着卖，现在整改了，大家都到一个地方了，竞争也比较激烈。个人觉得这是改革的阵痛吧，但是我觉得这样的竞争其实还是好的，至少在我看来由于竞争，他们少了很多坑的行为，不会说一看你不懂行情就坑你几倍价钱。但是整改后商户在变相的收税（入场费）上很被动，没有发言权。应该有一个中间机构来协调一下。（必然商户成立一个商会之类的），但是目前他们的组织性很差，大多按地区扎堆。
4. 商户们的生活质量堪忧，为了卖菜，他们可能不得不凌晨一两点就来，睡觉只能说有空了就打个盹儿，没个正点，市场环境怎么形容呢？烂菜啊，苍蝇啊，不用说，肯定少不了。较远的公共厕所和缺少的财产保卫力量也给他们带来了生活上的不便。总之，你放眼看过去，商户们个个都是晒得黝黑，甚至比菜农还黑。吃的都是简易的盒饭或者面。

五. 总结以及新的问题和启示

本次调研总体得出的结论是初步搞清了新发地市场的商户在蔬菜供应链中所付出的成本和得到的收益，供应链的复杂性越来越显现。

启示和问题：

1. 菜的价格与品种的对应，下一次调研的时候一定要对菜品的鉴别，要使价格和菜品挂钩，以免最后的数据不真实；
2. 正如新发地的超级大摆设——电子交易中心，本阶段的信息化一点没有看见，可以说这里有一个潜在的市场，如何电子化信息化我们的农业？这样的变化有什么样的影响，这是一个很大的但是又很有商业和社会价值的问题。
3. 超市和批发市场的直接对接从下面很难切入，只有从上层找数据了。

调研队队员 张金野：

对于这次实践，大家在开始的时候抱的基本目的很简单，就是想了解一下农村的情况是什么样子的，了解一下在我们身边的蔬菜供应链到底是什么样子的，想了解一下实际情况和媒体所宣传的到底有多少差距。然后，如果可能的话，我们想通过自己的探索了解问题发生的原因。

目前看来，实践初的基本目标是达到了。

我们所前往的定州是华北最大的农产品集散地，定州的农村应该算是比较发达的，然而，其落后程度，还是略微出乎了我的意料。

这里的农民每人一年的收入大约是 5000 元，生活的基础设施还不是很完善，没有热水。他们每年的收入很不稳定，常常会出现中的东西卖不出去的情况，而往往出现了这样的情况之后，结果是几个月的劳动结果付之东流。



让人最大的感触是，他们的生活很没有保障，市场制度的不完善将几乎所有的风险都转到了蔬菜的生产者身上。目前看来，蔬菜的供应市场完全是一个买方市场，经销商可以选择去买哪里农民的蔬菜，因为他们的交通条件更灵活，信息渠道更通畅，更重要的是，农民的蔬菜供应是供大于求的，所以主动权就完全掌握在了经销商手中。而对于农民来说，第一，他们的信息渠道很不通畅，他们用来决定下一季种什么蔬菜的依据很单一，即去年同期什么蔬菜价格高，这样的后果就是，大家往往会做出相同的决定，从而导致市场蔬菜供应的极度不平衡，某些蔬菜特别稀缺，而另一些去年同期价格比较好的蔬菜，则供应过剩。第二，他们的交通不够通畅，往往大家都是找就近的集市销售，因为找稍远的集市来销售蔬菜，运输的成本会有很大的提高，这样做的结果就是交易的价格往往不够令人满意，让农民显得很被动。

另外，我还注意到一个现象，“市场经济”俨然成为一个很时髦的词语，在我们对农民的采访之中，很多农民有一种很有意思的观点，就是说成交价格的不合理主要是市场经济带来的自然后果，而不是政策或是体制有不完善的地方。而事实上，信息的不流畅性，交易的高成本，以及某一方的优势过大使这个市场本身就不够完善，在这样的一个不健康的市场，仅依靠市场的自由调节是远远不够的。这一点是他们所不知道的。至于为什么他们对于市场有这样偏颇的理解，原因我便不愿深入讨论了。

农民蔬菜产业的劳动与产出的性价比过低，现在成为一个急需解决的问题。而在这方面，为了使相关的市场更为健康，我想还是有很多事情是可以去做的。这是一条任重道远的路，需要有人一步一个脚印走出来。

我的另外的感受是，城市的居民觉得菜价贵，这种现象好像是有根据的，但又略显荒谬。蔬菜的价格对于 CPI 的上涨贡献很小，事实上，由于蔬菜价格上涨而导致的每月多花在蔬菜上的钱是相当有限的，这个限度按其实际的影响，是不足以造成居民生活质量的明显下降的，但是，为什

么城市中的蔬菜消费者对于蔬菜价格的上涨反应如此激烈呢？

我觉得大致有以下几点原因：

首先，我想最主要的原因是媒体的过度宣传，除了官方的媒体，SNS 网络和微博对此也有很大的贡献，在对于消费者的采访过程中，我们发现大约有大约一半的消费者提到了媒体对于 CPI 的看法，其他消费者的观点也和媒体的观点相似度极高，换言之，媒体怎么说的，公众也会怎么说，这是正常的现象。因而，媒体对于宣传所要承担的责任，无疑是重中之重。而无疑，媒体为了吸引消费者的关注和获得公众的支持，做出一副关注公众福利的姿态而过分夸大公众的损失，这样的行为是不恰当的，这样的行为，或多或少是存在的。

其次，蔬菜属于生活的必需品消费，这部分的支出是不能被其他项目的支出所替代的，换言之，这部分价格涨了多少钱，那么，消费者就要多花多少钱。虽然消费者在蔬菜的方面的支出相当有限，（事实上，我们采访的所有消费者都表示目前蔬菜价格可以接受），然而这就好像市场凭空多抢了消费者一些钱一样，虽然钱的数目很有限，但是这种行为所带来的不满情绪，我想是完全可以理解的。



（完）