

# 基于价值链和“五力”模型的蔬菜产业分析

张敬,薛梅云,郑燕

(长安大学 汽车学院,陕西 西安 710064)

**摘要:**鉴于近年来蔬菜产业发展极其不稳定,“菜贱伤农”和“菜贵伤民”问题经常同时发生。将蔬菜产业市场看成一个整体,站在价值链的角度,运用迈克尔·波特的“五力”产业分析模型解析蔬菜产业“菜贱伤农”、“菜贵伤民”问题。分析认为,“菜贱伤农”、“菜贵伤民”是因为生产蔬菜的机会成本较大,加上机会成本上的大幅度加价,甚至是二者共同作用的结果;也与流通过程环节较多有关。最后给出相关的改进建议:控制成本驱动因素;重构价值链。

**关键词:**菜贱伤农;菜贵伤民;生产者;消费者;物流商;价值链;“五力”产业分析模型

**中图分类号:**F270.7

**文献标志码:**A

**文章编号:**1671-6248(2015)01-0052-04

据《全国蔬菜重点区域发展规划(2009~2015年)》报道,到2014年全国的蔬菜总产值已达到6300亿元,种植业中蔬菜的占比为30%;农民人均纯收入蔬菜生产贡献额为570多元,占比为18.3%;因为蔬菜的生产直接或间接转化城乡劳动力1.7亿人;全国年出口蔬菜819.5万吨,出口额达64.4亿美元。可见,蔬菜产业在中国农业经济中占有非常重要的位置<sup>[1]</sup>。

但是,近几年蔬菜产业及其不稳定,“菜贱伤农”和“菜贵伤民”问题经常同时发生。根据新闻报道,陕西省富平县就发过这样的奇怪现象:菜农因为收割芹菜的人工成本远大于芹菜自身价值,竟然让其烂在地里也不愿意收割。相反,无论是在超市还是农贸市场,老百姓并没有因为“菜贱伤农”而得到实惠,菜价一直居高不下,造成“菜贵伤民”。2011年5月11日,国家统计局陕西调查总队公布结果显示:4月份,陕西居民消费价格指数同比上涨5.3%,食品价格同比上涨11.1%。因此,深入理解这一问题有极其重要的现实意义。

现有媒体调查和学术研究对于该问题关注的重

点主要是:在生产环节,由于信息共享机制存在问题,蔬菜生产者盲目扩大生产,造成蔬菜供给大于需求;在流通环节,蔬菜的物流成本居高不下,效率低;中间商赚取差价,从中牟取暴利等方面<sup>[2]</sup>。

本文在原有研究基础上,将蔬菜产业市场看成一个整体,从整个价值链的角度,运用迈克尔·波特的“五力”产业分析模型解析蔬菜产业的“菜贱伤农”和“菜贵伤民”问题,最后给出相关的建议。

## 一、迈克尔·波特的价值链理论

著名的战略管理大师迈克尔·波特在《竞争优势》一书中提出了价值链的理论框架。该理论认为,企业的价值活动可以分为两大类:基本活动和辅助活动。基本活动是指一个企业的产品初始创造、销售、交付和售后服务等活动,主要包括内部物流、生产作业、外部物流、市场和销售、服务5种基本类别。辅助活动是指通过提供外购投入、技术、人力资源以及各种公司范围的职能,以实现基本活动。辅助活动,如采购、技术开发和人力资源管理都与各种具体的基本活动相联系并支持整个价值链。企业基

收稿日期:2014-05-21

作者简介:张敬(1989-),女,河北邯郸人,工学硕士研究生。

基础设施虽然并不与各个基本活动相联系,但也支持整个价值链。价值链提供了一个系统的方法来审视企业的所有行为及其相互关系<sup>[3]</sup>。

对于一个行业的上下游企业,他们互不相同但又是相互关联的生产经营活动,共同构成了一个价值创造的动态过程,这就是行业价值链。行业价值链上的每一个价值活动都能够对行业最终实现的价值造成一定的影响。行业价值链能够存在和接续的前提是,行业内部各个环节的经济主体思维由单纯的竞争观念向合作竞争观念转变,即不只是单纯地关注自身利润的最大化,而是关注在整个行业价值最大化约束下的各方利润最大化。

中国的蔬菜从地里到超市或蔬菜市场,最后再到老百姓的餐桌上,一般要经过农户分散种植、批发商集中收购、储存、运输、一级批发、二级批发乃至三级批发、超市销售或摊主、消费者等多个环节。蔬菜从生产环节到销售环节的完整价值链简单描述为图1。

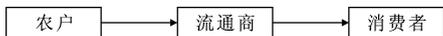


图1 蔬菜产业价值链

## 二、迈克·波特的“五力”产业分析模型

迈克尔·波特在1980年代早期提出了用来进行产业特征分析的系统性方法,通常称为“五力”模型,这一模型已经被许多经济学家和战略管理学者引用和扩展。他指出,无论是国内还是国际的任何产业,无论生产产品或提供服务,竞争规律都体现在5种作用力当中:新的竞争对手入侵、替代品的威胁、客户的议价能力、供应商的议价能力、现有竞争对手之间的竞争,这5种作用力综合起来决定该产业中的企业获取超出资本成本的平均投资收益率的能力<sup>[3]</sup>。波特的“五力”产业分析框架如图2所示。

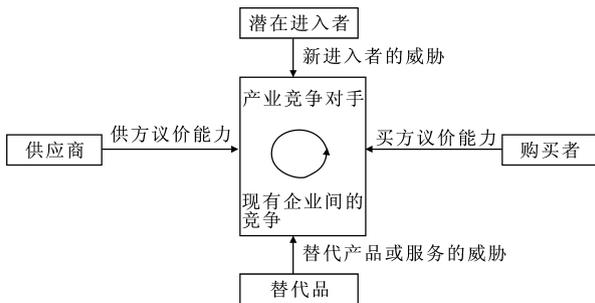


图2 迈克尔·波特的“五力”产业分析框架

这5种作用力决定了产业的盈利能力,因为它们影响价格、成本和企业所需的投资,即影响投资收益的诸多因素。

## 三、解析“菜贱伤农”和“菜贵伤民”问题

在蔬菜产业中,各个经济主体参与了价值链的组成,而价值链创造了某种价值,价值链参与者会采取某种方式在它们之间分配这一价值。本文将其为价值创造和获取价值两部分,分别对这两个方面展开论述,以解析“菜贱伤农”和“菜贵伤民”问题。

### (一) 价值创造:潜在性产业收益

如果把产业内的所有在位企业看作一个集团的话,那么它们希望获取的最大价值就是价值链增加的所有价值,即为最终顾客创造的商品或服务价值扣除创造价值所用资源的价值。这一价值称为潜在性产业收益(以下简称PIE)<sup>[4]</sup>。蔬菜产业的PIE如图3所示。

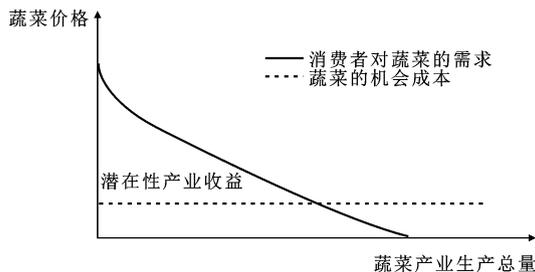


图3 蔬菜产业的PIE

图3中,为消费者提供的蔬菜总价值包含了消费者对蔬菜的需求曲线以下的全部区域。消费者对蔬菜的需求曲线表示消费者购买蔬菜的意愿。消费者购买单位产品时,愿意支付的价格等于需求曲线在纵轴上的截距,支付意愿会随着购买单位产品数量的增加而下降。蔬菜的机会成本直线代表了蔬菜产业成本曲线。机会成本是获取必要资源以生产一定数量产品所需的最小支付。PIE等于创造的总价值减去创造价值所需资源的机会成本。

### 1. 消费者对蔬菜的需求分析

蔬菜是生活必需品,人们不会因为蔬菜价格的下降而大量购买,所以说蔬菜需求量的变化对于价格变化的反映程度比较低。当蔬菜由于季节性大面积上市时,市场上蔬菜的供应量大大幅度增加,在缺乏弹性需求曲线的作用下,蔬菜的市场均衡价格将会大幅度下降,这样导致农户总收入量减少,即“菜贱

伤农”。

## 2. 蔬菜的机会成本分析

机会成本被分担在价值链上的每一个阶段,是因为价值链上的每个部分分别承担着把蔬菜从农户地里送到最终消费者餐桌上的成本。

生产蔬菜的机会成本包括两个部分,即农户的生产成本和流通商产生的成本。农户的生产成本比较简单,与生产量有一定的线性关系;但是流通商的成本包括批发商集中收购、储存、运输、一级批发、二级批发乃至三级批发、超市销售或摊主等部分产生的成本,比如运输过程的车辆燃油费、人工费、车辆机械损耗费,农贸市场批发商的蔬菜卸载费、摊位费、磅秤费及终端菜市场的人工费、包装费、卫生费,还有高昂的超市进场费、冷藏费等,这样每个环节都会产生成本,也都会或多或少地加价,因为所有的流通商都要谋求一定比例的利润<sup>[5]</sup>。这在很大程度上加大了原有成本,推高了菜价。但是对于流通商来说,为了使利润最大化,将会进一步压低农户的菜价,也会进一步抬高消费者承担的最终菜价,即“菜贱伤农”、“菜贵伤民”。

## 3. PIE 分析

对于一个产业来说,几乎不可能获得其在价值链环节所创造的所有价值。农户通常会获得一部分 PIE,他们得到的付款经常要大于蔬菜的机会成本。同样,消费者也可能会获得一部分 PIE,他们的付款经常要小于愿意支付的最高金额。蔬菜产业内的竞争会侵蚀掉一部分 PIE,消费者转向其他蔬菜替代品会失去一部分 PIE,还有一部分 PIE 会由于新进入者而失去。

### (二) 获取价值:分割 PIE

本文借助迈克尔·波特的“五力”产业分析模型来说明影响蔬菜产业获取价值能力的那些力量。

#### 1. 农户等供应商力量

中国大部分地区农业实行的是家庭承包责任制,这带来了农业生产的随机性和分散性,农户既是生产者,又是经营者,蔬菜产业的主要供应商是分散的农户。同时由于集约化程度低、生产经营分散、技术水平较低,农户都是以个体的身份进入蔬菜市场的,所以他们的劳动力议价力量特别小,缺乏话语权。这也增加了农户和蔬菜商之间的交易成本。中国的农产品市场是一个完全竞争的市场,市场的参与者就是市场的价格接受者,农户单独提高价格的后果只能是蔬菜收购者转而购买价格低的蔬菜。另外,分散的农户根本不会联合起来减少蔬菜的供应

来提高卖价。综合来讲,农户的地位比较弱,所以就不会有较强的议价能力,只能受流通商在价格上的压缩。

#### 2. 新进入者力量

蔬菜产业的进入障碍特别低。这就导致一旦某种蔬菜很抢手,大批新农户就会蜂拥而上,盲目地种植这种蔬菜。这就造成在下一个蔬菜供应季,这种蔬菜大量上市,供应远大于需求,就会进一步大大压低菜价。

#### 3. 竞争力量

此处的竞争分为两部分:农户之间的竞争和流通商之间竞争。在生产市场上,因为蔬菜供应者特别多,竞争几乎是完全竞争。在一个有众多销售者竞相销售同一种蔬菜的市场上,价格会降到生产这一蔬菜所用资源的机会成本,或者更低。

在流通领域,因为蔬菜的种植比较分散,所以只能靠批发商集中收购、集中储存、集中运输,这一切都需要一定规模的投入,其中有一定的进入障碍,较少的竞争决定了流通者可以在其原有成本的基础上增加较大比例的利润,其卖价要相对高于流通这一蔬菜所用资源的机会成本。

#### 4. 购买者力量

此处的购买者有两方面:一是当流通商购买农户的蔬菜时,流通商是购买者;二是当消费者购买流通商,即购买分销商的蔬菜时,消费者是购买者。

第一,蔬菜的销售渠道系统内的专业分工,使得渠道内的每一个成员都会具有一定的专场权,从而对其他成员产生一定的影响。但是蔬菜的生产又难以实现高度专业化而不得不采取分散的以单个农户为单位的生产形式。加之蔬菜又具有高度的同质性,因此其市场竞争几乎为完全竞争。流通商,比如批发商的集中采购具有一定的规模,对于农户的蔬菜生产具有一定的买方优势,这会导致流通商农户的蔬菜价格。

第二,就蔬菜最终消费者来说,因为蔬菜是生活必需品,人们对其有一定的刚性需求。此时,作为集中供应商身份的流通商又具有一定的卖方优势。这会导致流通商把蔬菜价格抬高。

这样,以不同身份出现在生产和消费市场的流通者,在两端市场均具有优势,具有话语权。

#### 5. 替代品

当一种蔬菜的价格高于消费者的意愿时,消费者可能短时间转向消费另一种蔬菜,但是长时间来看,其替代性不太大,这跟居民的生活习惯有关,但

是,替代品的出现也分走了一部分PIE。

## 四、问题解析

在蔬菜的供销环节中,流通商(包括批发商集中收购、储存、运输、一级批发、二级批发乃至三级批发、超市销售或摊主等)因为负责把蔬菜从上游生产者(农户)手中送到最终消费者手中,这一过程使价值得以实现,所以流通商在拥有专长权的基础上会在一定程度上影响农户和消费者的行为。这一结论说明流通商将蔬菜的价格向生产市场和消费市场都进行了推动,但是方向相反:一个是压缩价格,另一个是抬高价格。这一方面造成了“菜贱伤农”,另一方面“菜贵伤民”的现象发生。

但是据调查,位于中间环节的流通商也常常叫苦不迭,他们有的也在利润边缘徘徊,这与上述分析结论流通商拿走了大部分的PIE又相互矛盾。那么“菜贱伤农”、“菜贵伤民”是因为蔬菜的机会成本太大,还是因为在机会成本上的加价太大,还是二者联合作用。本文将从这两个方面进行解析。

### (一) 蔬菜生产机会成本的大小

蔬菜生产到消费通常要经过农户、采购商、批发商、零售商和消费者5个环节。本文引用刘思宇等的有关研究<sup>[6]</sup>加以分析。由文献[6]可知,蔬菜机会成本由高到低的排列为零售商>批发商>采购商>生产商。蔬菜机会成本随着蔬菜的流通在一步步的增加,流通环节多,必然产生的成本就越多。

### (二) 蔬菜机会成本上加价的合理范围

从利润的绝对量看,流通主体的利润分配量由高到低排列为:批发商(省内中间商)>零售商>采购商>省内生产商>省外生产商,即表示运输环节>零售环节>生产环节<sup>[6]</sup>。

流通环节越多,产生的成本就多,同时集中收购、储存和运输风险也较大,要求的收益就较大。所以在成本大的基础上增加较大的利润是有其合理性的。但是过高的利润加价也是不合理的。但是,本文并没有给出合理加价的确定范围,所以这有待于根据具体的单个流通商的运营情况,进行进一步的研究再给出合理的范围。

### (三) 研究结果

从前文可以看出,“菜贱伤农”、“菜贵伤民”是因为蔬菜的机会成本太大,加之机会成本上合理或

不合理的大幅度加价,二者联合作用的结果。对于流通商,如果在实际运营中能够维持利润大于成本,那么就可以盈利;由于市场流通过程中不可控的因素太多,蔬菜又属于易损物,一旦遭遇人为或非人为因素的影响,都有可能遭受损失。更重要的是,虽然流通商可以向其两端施加压力,但是不能一味地降低买价、提高卖价。在这一过程中,一旦计算失误,流通商将遭受比农户和消费者更大的损失。

综上,“菜贱伤农”和“菜贵伤民”问题的发生与流通商有很大的关系,但不是单个流通商的问题,而是整个流通机制存在的固有问题,比如自然形成的流通环节太多就是其中一个原因。机制整体一旦有问题,那么必然会造成一些不必要的成本发生,而这些不必要的成本,必然会通过价值链向消费者施加,最后的结果只能是“劳民伤财”。

## 五、结语

在整个价值链上,有很多驱动最终价格的成本因素,只有控制一些成本因素,才能降低最终的菜价。比如,政府可以鼓励农业集约化生产,建立农超对接的销售渠道,这样可以减少面向分散农户的收购成本,减少蔬菜在流通构成的重复装卸和损耗等。政府还可以采用有所不同、效率更高的方式设计、生产、分销或销售蔬菜渠道,即重构价值链以获取成本优势。在这一方面,政府需要建立相关的协同机制来帮助新价值链的建立。

### 参考文献:

- [1] 韩景堂,唐欣,邵长勇,等.从菜贱伤农谈蔬菜产业羊群加大[J].种业论坛,2011(9):1-4.
- [2] 马素英.从“菜贱伤农”“菜贵伤民”谈农产品风险的防范[J].价值工程,2011(3):288-289.
- [3] 迈克尔·波特.竞争优势[M].陈小悦,译.北京:华夏出版社,2005.
- [4] 卡波萨罗纳,安德里斯贝帕德,乔埃波多尼.战略管理[M].王迎军,译.北京:机械工业出版社,2004.
- [5] 梁世魁.关于菜贱伤农问题的再反思[J].价格与市场,2011(31):29-31.
- [6] 刘思宇,张明.蔬菜流通的成本构成与利润分配:基于长株潭城市群大白菜流通全过程的调查[J].消费经济,2013,29(1):61-65.

(下转第61页)