

基于 SCP 分析的草莓流通渠道：冲突、选择、绩效*

——以成都市双流县为例

兰小林 庄天慧

[摘要] 本文以成都市双流县草莓产业为例，从农户视角出发，研究草莓流通渠道冲突、渠道选择与渠道绩效问题。分析结果表明，不同草莓流通渠道之间存在价格冲突、销售量冲突与渠道特征冲突，草莓流通渠道冲突影响农户渠道选择，农户渠道选择最终影响渠道绩效。由此本文提出继续发挥贩卖商渠道在草莓流通方面的优势、强化田间采摘渠道在农产品流通方面的功能、充分发挥合作社在农产品流通方面的作用、积极寻求多渠道农产品流通等政策建议。

[关键词] 流通渠道 渠道冲突 选择行为 渠道绩效

[中图分类号] F323.7 [文献标识码] A [文章编号] 1003—7470 (2014) —06—0065 (04)

[作者] 兰小林 硕士研究生 四川农业大学经济管理学院 四川成都 611130

庄天慧 教授 博士生导师 四川农业大学经济管理学院 四川成都 611130

一、引言

农产品流通渠道是连接农户与市场的纽带，是生产与消费的桥梁，搞活农产品流通渠道既能够缓解“小农户”与“大市场”的矛盾，还能够强化生产与消费的有效对接。渠道冲突是渠道关系中不可避免的要害，Stern 和 EI-Ansary 认为渠道冲突是这样一种状态，即一个渠道成员发现其他某个成员或某些成员正在从事某种阻挠或干扰自己实现目标的活动。^[1]根据渠道冲突主体间的相互关系，渠道冲突可分为垂直渠道冲突与水平渠道冲突；^[2]根据渠道冲突的主要内容，渠道冲突可分为价格冲突、品质冲突、多渠道冲突、时间冲突、地点冲突等。^[3]我国学者最早研究渠道冲突是从渠道权利、渠道冲突与渠道合作三者之间的关系开始的，^{[4][5]}权利、冲突、合作是密切联系、不可分割的，权利的运用既能够强化冲突，也能够弱化冲突，而冲突既能阻碍渠道成员的合作，也能促进渠道成员的合作。后来，学者分析了依赖的感知差距与态度性承诺对渠道冲突

的影响，^[6]并从渠道冲突的“生命周期观”、^[7]信任、^[8]说服、宣传、融合、等待、谈判、仲裁、诉讼、联合、退让^[9]等手段对渠道冲突进行管理。

目前，渠道冲突的研究大部分局限于较为成熟的市场，针对农产品流通体系的渠道冲突研究较少，而将农产品流通渠道冲突、农户渠道选择行为与流通渠道绩效结合的研究更少。因此，本文结合 Rosenberg 与 Stern 的渠道冲突过程模型，^[10]从农户视角出发，拟构建一个“渠道冲突—渠道选择—渠道绩效”的新 SCP 分析框架，分析草莓流通渠道的冲突类型、农户的渠道选择行为及流通渠道绩效。本文将渠道冲突的内涵定义为不同渠道之间在价格、销售量、交易费用与渠道特征等方面存在的差异而引起的冲突，即渠道价格冲突、渠道销售量冲突、渠道交易费用冲突与渠道特征冲突。

二、数据来源与样本描述

本文数据来源于 2013 年 4 月对成都市双流县草

* 本文系四川省科技厅软科学项目“社会资本对四川省农业产业技术创新团队效能的影响研究”（编号：2013ZR0091）的研究成果。

莓种植户进行的实地调查,调查选取兴隆镇、合江镇、永兴镇、三星镇等四个主要草莓种植基地,采用“概率与规模成比例抽样”(PPS)方法,对常年在家种植草莓的农户进行入户调查。调查共抽取200份样本农户,获得有效问卷192份,问卷有效率为96%。其中,兴隆镇50份,占26.04%;合江镇47份,占24.48%;永兴镇44份,占22.92%;三星镇51份,占26.56%。

本次调查的对象均是常年在家种植草莓的小规模种植户,种植规模在4.5亩以下。从调查数据看,男性人数稍多于女性人数。被调查者平均年龄为53.86岁,其中,40~59岁的人群占样本总数的60.42%,40岁以下的人数占样本总数的4.17%;60岁及以上的人群占样本总数的35.41%。被调查者平均受教育年限为5.18年,76.04%的农户是小学及以下水平。被调查者中有88.54%的农户身体健康。从调查样本的个体特征看,年龄结构、受教育年限及身体健康状况均符合双流县农村的实际情况。目前,双流县种植草莓的农户大多是40岁以上60岁以下、身体健康的人群,40岁以下的人群主要在城区或外地从事二、三产业,60岁以上人群较少从事草莓种植。

三、草莓流通“渠道冲突—渠道选择—渠道绩效”的SCP分析

Rosenberg与Stern的渠道冲突过程模型由冲突原因、可测量的冲突水平与渠道结果三部分组成。Rosenberg与Stern认为,从渠道冲突的产生到渠道冲突的解决是一个过程。首先,由结构性因素与态度性因素引起渠道冲突。其次,渠道参与主体结合渠道冲突水平与自身利益最优化,对渠道冲突做出反应。最后,参与主体将得到一个结果(包括行为结果与效益结果),这一结果是由参与主体的选择行为决定的,即参与主体选择哪种渠道冲突水平,将得到与冲突水平相适应的渠道结果。本文借鉴Rosenberg与Stern的渠道冲突过程模型,构建了“渠道冲突—渠道选择—渠道绩效”的新SCP分析框架,这一分析框架由两部分组成,第一部分说明草莓渠道冲突产生的原因,第二部分说明新SCP分析框架的内在作用机理。

首先,不同的草莓流通渠道在价格决定、草莓流通能力、渠道费用与渠道特征等方面存在差异,这些差异形成各种渠道之间的冲突,即价格冲突、销售量冲突、费用冲突与渠道特征冲突。农户做出

渠道选择决策时,将选择更利于自身的流通渠道。其次,农户销售草莓时,面临着渠道选择的决策,而农户选择的渠道冲突类型将决定其最终的交易结果。不同草莓流通渠道之间存在价格冲突、销售量冲突、渠道费用冲突与渠道特征冲突。这些冲突在不同的流通渠道之间水平不同,某些渠道价格高但销售量低;某些渠道价格低、费用低、但剪销售量高;某些渠道价格高、耗时少、交易便利,但是销售量相对较低。因此,农户在进行渠道选择时,往往是综合多方面的因素,既要考虑价格与销售量的因素,同时还要考虑交易过程中的费用问题与耗时多少、交易是否便利等。最后,农户的选择将决定农户最终的交易结果,即收入。

四、实证检验:来自成都市双流县的调查数据

1. 流通渠道冲突实证

(1) 价格冲突。双流县草莓有冬草莓与春草莓之分,一般以春节作为界限,春节之前是冬草莓,春节之后是春草莓。经过对双流县草莓销售情况的调查,不同草莓流通渠道下,各个时间段草莓的价格存在差异,因此本文所指的草莓价格是该时间段内的平均价格。首先,随着时间的推移,草莓价格逐渐降低,由最初的25元/斤下降到最后的5元/斤,冬草莓价格比春草莓价格高。其次,在同一时间段内田间采摘渠道的价格最高,合作社渠道的价格次之,草莓贩卖商渠道的价格最低。但是,由于合作社自身发展的不完善以及农户认识水平的不足,合作社在草莓流通方面并没有发挥应有作用。

(2) 销售量冲突。据调查,冬草莓与春草莓各占双流县草莓销售量的一半。目前的四种草莓流通渠道中,草莓贩卖商渠道流通能力最强,冬草莓的90%与春草莓的50%是通过这一渠道销售;田间采摘渠道次之,冬草莓的8%与春草莓的48%是通过这一渠道销售;地摊零售渠道与合作社渠道虽然也能够流通一部分草莓,但是份额不大。从以上分析可以发现,草莓贩卖商渠道是双流县草莓流通的主要渠道,其流通能力占双流县草莓销售量的70%。

(3) 交易费用冲突。通过调查走访,四种流通渠道的成本与费用差异不大,对农户收入影响较小。草莓贩卖商渠道主要有两种形式,一种是本地批发商在草莓成熟季节定期定时定点收购农户种植的草莓,另外一种形式是外地批发商在草莓收购季节到草莓生产地进行坐地收购。无论是哪种形式,农户只需要将成熟的草莓采摘并按照约定的时间与地点

销售, 价格是根据草莓质量, 随行就市而定。对于农户来说, 这些批发商都是“老客户”, 信得过, 因此, 草莓贩卖商渠道不存在搜寻信息、谈判和决策、监督和合约履行等成本。田间采摘渠道与地摊零售渠道发生的唯一费用来自消费者购买草莓时塑料包装袋的费用。塑料包装袋的费用低, 并不会因为使用了塑料包装袋农户的收入就会增加。合作社渠道是参加了草莓合作社的农户按照合作社的收购要求, 采摘符合要求的草莓销售给合作社, 价格相对较高, 农户也很愿意销售给合作社, 因此, 这一渠道没有任何搜寻、谈判、监督等流通费用。根据以上分析可以得出, 不同草莓流通渠道发生的交易费用很少, 对农户收入几乎不产生影响。

(4) 渠道特征冲突。首先, 草莓贩卖商渠道与合作社渠道的特征相似, 两者都需要农户在规定时间内采摘草莓, 并将草莓拿到规定的地点进行交易, 交易地点一般都是在本地村固定场所。其次, 田间采摘渠道不需要农户采摘草莓, 草莓销售在田间就完成了, 是最不耗时、最为便利的草莓销售渠道。最后, 地摊零售渠道要求农户将采摘好的草莓运送到离本村较远的路边或者城市社区摆地摊, 行走路程较远, 需要有人看守, 是最耗时、最不便利的销售渠道。

2. 流通渠道选择行为实证

据调查, 双流县草莓种植户在综合价格、销售量与渠道特征等因素之后, 多数农户会选择草莓贩卖商、地摊零售、草莓贩卖商+田间采摘、草莓贩卖商+地摊零售、草莓贩卖商+田间采摘+地摊零售、草莓贩卖商+合作社+田间采摘等一种或多种渠道的组合。从调查数据看, 双流县草莓种植户主要选择草莓贩卖商与草莓贩卖商+采摘两种渠道, 比例分别为 66.67%、23.44%, 二者占总样本数的 90.11%。由于冬草莓价格高, 省内城市的消费需求不大, 因此, 90%以上的冬草莓都是通过草莓贩卖商渠道销售到北方城市。近几年来, 双流县不少草莓种植基地依托草莓的品牌价值与双流县的地理优势, 以成都市区及周边郊县的消费者为主要消费群体的观光采摘旅游发展势头良好。由于合作社对草莓质量的要求高, 地摊零售需要大量时间看守, 极为不便。因此, 对小规模种植户而言, 草莓贩卖商渠道与田间采摘渠道是最理想的选择。

3. 流通渠道绩效实证

流通渠道绩效有两层涵义, 一种是基于结果的渠道绩效观, 一种是基于行为的渠道绩效观。基于结果的渠道绩效观认为, 渠道的运行结果是渠道绩

效的评价内容, 常用的评价指标有销售额、销售收入与成本的比率、利润、市场份额等; 基于行为的渠道绩效观认为, 渠道各主体的反应是评价渠道绩效的重要内容, 比如渠道关系的建立与维持、渠道权利的运用、渠道策略的选择与变动等。本文的流通渠道绩效是基于渠道结果的经济绩效, 用农户草莓收入与农户家庭总收入两个指标衡量。

(1) 草莓收入的比较。由于草莓收入的高低与种植面积相关, 因此, 本文在衡量不同农户草莓收入的差异时, 采用平均每亩草莓种植收入指标, 即当年草莓总收入与当年草莓种植面积之比。由调查数据可知, 双流县草莓种植户平均每亩草莓收入的平均值为 12203 元, 最低为 1285.71 元, 最高为 22500 元。其中, 平均每亩草莓种植收入大于或等于 10000 元小于 15000 元的农户最多, 有 77 户, 占比 40.53%; 小于 5000 元的农户最少, 有 14 户, 占比 7.37%。

从表 1 可知, 草莓贩卖商+田间采摘渠道与草莓贩卖商+合作社+田间采摘渠道的平均每亩草莓收入较高, 草莓贩卖商渠道、草莓贩卖商+地摊零售渠道与地摊零售渠道的平均每亩草莓收入差别不大, 草莓贩卖商+田间采摘+地摊零售渠道的平均每亩草莓收入最低。由于各个时间段内, 不同草莓流通渠道的价格与销售量存在差异, 并且, 并不是价格高的流通渠道其销售数量也高, 因此, 农户在选择草莓流通渠道时, 总是在衡量渠道价格与渠道销售量后作出最优的选择。

表 1 不同流通渠道下平均每亩草莓收入 单位: 元

草莓流通渠道组合	统计量			
	最大值	最小值	均值	标准差
草莓贩卖商	22500	1285.71	11699.38	7016.36
地摊零售	16666.67	6666.67	11666.44	5000
草莓贩卖商+田间采摘	22222.22	6000	12067.06	5181.02
草莓贩卖商+地摊零售	20000	4000	11668.09	7248.74
草莓贩卖商+田间采摘+地摊零售	10000	10000	100000	
草莓贩卖商+合作社+田间采摘	13333.33	10000	11944.44	1734.72

(2) 全年总收入的比较。本文调查的农户全年总收入是指从 2012 年 5 月到调查之日止农户家中所有收入的总和, 包括来自草莓的收入、除草莓以外的务农收入、非农工资收入或经商收入、其他不确定收入(奖金、债券、遗产、政府转移支付、股份红利等)。从调查数据可知, 从 2012 年 5 月到调查

之日止,被调查农户全年总收入的平均值为47442元,最低为720元,最高为264500元。其中,有55.26%的农户全年总收入在10000元与50000元之间,32.11%的农户全年总收入在50000元至100000元之间,少数农户全年总收入在100000元及以上。

从表2可知,选择草莓贩卖商+合作社+田间采摘渠道与草莓贩卖商+田间采摘渠道的农户全年总收入较高,选择草莓贩卖商+田间采摘+地摊零售渠道与草莓贩卖商渠道的农户全年总收入次之,选择草莓贩卖商+地摊零售渠道与地摊零售渠道的农户全年总收入最低。草莓流通渠道耗时的多少、便利与否,能够决定农户是否有多余的时间从事其他农作物生产或者经营业务,从而影响农户总收入。

表2 不同流通渠道下全年总收入 单位:元

草莓流通渠道组合	统计量			
	最大值	最小值	均值	标准差
草莓贩卖商	124500	720	43552.78	27056.52
地摊零售	25350	20000	22650	2675.35
草莓贩卖商+田间采摘	264500	3800	61938.16	57772.07
草莓贩卖商+地摊零售	36060	11000	28065	11567
草莓贩卖商+田间采摘+地摊零售	62400	31200	46800	22061.73
草莓贩卖商+合作社+田间采摘	93700	30000	65233.33	32384.62

五、结论与对策建议

分析结果表明,草莓不同流通渠道之间存在价格冲突、销售量冲突与渠道特征冲突。草莓流通渠道冲突影响农户渠道选择,农户渠道选择最终影响渠道绩效。本文根据分析结果,提出以下建议,以期提高双流县草莓流通效率,促进草莓种植户增收。

第一,继续发挥贩卖商渠道在草莓流通方面的优势。贩卖商渠道仍然是今后一段时间草莓流通的主要渠道,农户应该充分利用这一渠道,尽可能多地实现农产品价值,实现自身收入的增加。同时,规范贩卖商行为,保证按照事先约定的价格、地点、时间收购农产品,保障农户的利益。

第二,强化田间采摘渠道在农产品流通方面的功能。政府应该加强农村基础设施建设,尤其是交通、通讯、文化宣传等方面的建设,最大限度地发挥田间采摘渠道在农产品流通方面的功能,为农户采用田间采摘渠道奠定基础,进一步促进农户收入增加。

第三,充分发挥合作社在农产品流通方面的作

用。一方面,政府应该积极督促合作社强化其功能,促使合作社在农产品流通方面的功能日益完善;另一方面,合作社应该努力完善其流通机制,增加对农户的培训,尤其是对农产品市场信息与农产品流通的培训。此外,农户应转变观念,认识到合作社在农产品流通方面的作用,积极引进新品种,规范农作物种植,提高自身种植技术,使农产品符合合作社的收购要求。

第四,积极寻求多渠道农产品流通。农户应该积极寻求多渠道农产品流通,努力进入超市、龙头企业等能够极大促进农户增收的农产品流通渠道,不能仅仅局限于现有的流通渠道与流通关系,限制其增收途径。

参考文献:

- [1] Stern L W, El - Ansary A. Marketing Channels [M]. New Jersey: Prentice-Hall, Inc, 1992.
- [2] 夏春玉. 营销渠道的冲突与管理 [J]. 当代经济科学, 2004, (06).
- [3] 田敏, 安建设, 张闯. 农产品流通渠道冲突对农户收入的影响研究——基于红壳鸡蛋流通渠道的案例分析 [J]. 广东商学院学报, 2010, (02).
- [4] 陈涛. 国外营销渠道冲突及其管理研究综述 [J]. 外国经济与管理, 2003, (08).
- [5] 庄贵军, 席酉民, 周筱莲. 权力、冲突与合作——中国营销渠道中私人关系的影响作用 [J]. 管理科学, 2007, (03).
- [6] 刘益, 李纲. 态度性承诺、渠道冲突与市场知识转移——渠道关系情境下的一个整合的模型 [J]. 管理评论, 2008, (07).
- [7] 高维和, 黄沛, 王震国. 渠道冲突管理的“生命周期观”——机会主义及其治理机制 [J]. 南开管理评论, 2006, (03).
- [8] [9] 文晓庆. 渠道冲突的博弈分析与渠道信任机制的构建 [J]. 甘肃社会科学, 2010, (03).
- [10] Larry J. Rosenberg, Louis W. Stern. Conflict Measurement in the Distribution Channel [J]. Journal of Marketing Research, 1971, (11).

责任编辑: 罗从清
校对: