

农产品产地市场体系去中心化： 内在逻辑与交易秩序表现

随学超 胡凌啸

摘要：针对农业产业集聚区农产品产地市场体系建设这一实践命题，理论研究和政策设计均呈现以大型中心化批发市场为主导的倾向，但实地调研发现，一些农业产业集聚区出现了农产品产地市场体系去中心化现象。本文基于安徽省和县的案例，分析分布式田头市场如何逐步取代大型中心化批发市场，形成去中心化的产地市场体系。根据交易成本分析框架，本文分析了产地市场体系去中心化的内在逻辑，揭示了产地经纪人主导的双向熟面交易推动客流去中心化、田头市场规模化和专业化发展推动物流去中心化、现代通信工具广泛应用推动信息流去中心化的作用机理。本文从交易秩序视角切入，分析了去中心化后产地市场体系的表现，发现竞争性市场结构、嵌入性交易、代理经纪模式共同塑造了新的交易秩序，有效维系了市场主体之间竞争、稳定及协调的关系，确保市场持续有效运作。构建农产品产地市场体系要因地制宜、分类施策，在具有特定条件的农业产业集聚区，政策重心可向田头市场建设适度倾斜。

关键词：农业产业集聚区 农产品产地市场体系 去中心化 田头市场 交易秩序

中图分类号：F323.7 **文献标识码：**A

一、引言

随着居民生活水平提高与消费结构持续升级，蔬菜、水果、肉类、禽蛋和乳制品

〔资助项目〕 教育部人文社会科学研究青年基金项目“农产品经纪人异质性、交易治理及其治理效应研究”（编号：22YJC790107）；国家社会科学基金青年项目“我国农业规模化复合发展路径与分类推进策略研究”（编号：23CGL062）；中央高校基本科研业务费专项资金资助“农业社会化服务影响涉农企业创新的机制路径研究”（编号：JS2026ZSPY0029）。

〔作者简介〕 随学超，合肥工业大学经济学院，电子邮箱：xcsui@hfut.edu.cn；胡凌啸，中国社会科学院农村发展研究所，电子邮箱：hulingxiao@cass.org.cn。

等农产品的消费需求呈现增长态势。面对超大规模人口引致的庞大农产品需求，推动相关农产品生产向优势产区集聚，构建区域协调供应格局，可以充分发挥各地区的比较优势，确保农产品稳定高效供应。黄宗智（2017）将资本和劳动双密集的高附加值农业称为“新农业”，以区别于以粮食生产为主的“旧农业”。新农业对市场的依赖更强，且其生产经营者很难获得生产、投入补贴和最低收购价政策支持，需要自行销售农产品，并承担价格波动风险。一些学者将新农业的这一特征描述为“强市场面向性”，并指出那些具有强市场面向性和跨地区供应特征的农业产业集聚区，以“千家万户”的专业化小农为基础，普遍面临小农户对接大市场的难题（何宇鹏和武舜臣，2019；孙泉雄和全志辉，2021）。

在具有强市场面向性和跨地区供应特征的农业产业集聚区，当地政府高度重视流通基础设施建设，通过为生产者、中介和销地中间商提供固定、集中的交易场所，实现农产品的快速集散。在此背景下，各类规模、布局和功能不一的市场实体在一定地理空间范围内构成农产品产地市场体系。作为中国现代农业产业体系与农产品流通体系的重要组成部分，农产品产地市场体系对中国农业产业化发展、增强农产品保供能力具有基础性支撑作用。中央政府重视农产品产地市场体系建设。2015年印发的《全国农产品产地市场发展纲要》和2022年印发的《“十四五”全国农产品产地市场体系发展规划》均明确提出，在农产品优势产区建立并完善由国家级农产品产地市场、区域性农产品产地市场和田头市场组成的三级农产品产地市场体系。其中，区域性农产品产地市场是辐射县域及周边区域的农产品专业批发市场，具有“连接产销”的功能；田头市场是布局在村镇、贴近农户的小型专业市场，主要发挥“减损促销、联农带农”的基础性作用。

当前，中国农产品产地市场体系建设已进入优化完善阶段，其实践运行是否契合顶层设计，体系结构是否出现新的演变趋势，成为政府与学者关注的焦点。笔者在农业产业集聚区实地调研时发现，一些农产品产地市场体系存在去中心化现象，即区域性中心市场的功能被分散、替代，基层田头市场在农产品流通体系中的地位逐步上升，农产品产地市场体系由传统的三级模式向多节点、无核心、网络状方向演变。然而，目前学术界对农产品产地市场体系的结构演变，特别是对去中心化现象的系统研究较为匮乏，难以为政策优化提供充分依据。

本文的边际贡献主要体现在以下两个方面：一是明确农产品产地市场体系去中心化的内涵与核心特征，揭示这一演进背后的逻辑，并探究由此引发的农产品产地市场交易秩序变化，丰富农产品产地市场体系相关理论；二是揭示农产品产地市场体系的可能演进方向，为理解小农户融入现代流通体系、优化农业产业组织体系提供理论借鉴，为制定精细化、差异化农产品产地市场体系支持政策提供参考。

二、文献综述

学术界长期关注产销异地、跨地区供应农产品的流通问题，其核心命题是小农户如何对接大市场，即成千上万的专业化小农户如何有效对接消费大市场。围绕这一主题，既有文献主要从以下三个方面展开研究。

一是交易成本理论框架下的农户市场参与行为研究。Williamson（1985）指出，所有的经济活动均可视为交易，交易存在成本，经济组织的最主要目标是节约交易成本。既有文献基于这一理论框架研究农户的市场参与行为。首先，学者对农户农产品销售渠道的选择行为进行深入研究，并分析影响销售渠道选择的因素（陈超等，2019；Liu et al., 2021；Zhu et al., 2022；汪阳洁等，2022）。其次，现有研究分析了专用性资产、交易频率或不确定性等交易特性对农户选择订单农业或纵向一体化的影响机理（Wuepper and Sauer, 2016；丁存振和肖海峰，2019）。最后，一些文献结合交易成本理论和关系契约理论，研究小农户对接大市场过程中契约治理、关系治理的互补和替代效应，分析影响两种效应的因素（Zhang and Aramyan, 2009；黄梦思和孙剑，2018）。

二是产地市场的村庄嵌入性研究。尽管中国村庄社会正经历变迁，但“差序格局”“熟人社会”的本质并没有改变，产地市场仍然受村庄社会内外有别的乡土逻辑的影响。部分文献基于嵌入性理论，探讨村庄社会对产地市场交易秩序的影响，认为当前产地市场的有效运行高度依赖村庄社会的关系网络（艾云，2016；罗兴佐和刘天文，2022）。例如，陈义媛（2018）、于海龙等（2022）研究发现，产地市场依赖产地经纪人这一社会性中介，产地经纪人能帮助销地中间商寻找货源、为交易提供信任担保、化解交易冲突，从而帮助农户与销地中间商快速达成交易。冯小（2023）研究发现，熟面交易和规范化市场交易服务共同构建市场秩序，有助于农户相对顺畅且平等地完成交易。贺苏园（2023）发现，收购商通过将收购行为嵌入村庄社会，有效提升了基层市场的交易效率。然而，也有研究持不同观点，认为村庄社会存在基于信任网络的交易习惯，大量交易并非纯粹的市场行为，这会阻碍村庄集中交易市场形成，制约产业规模扩张与市场价值实现（谷玉良，2022；刘守英等，2024）。

三是产地市场的实体形态及其层次结构研究。这类研究以具有物理特征属性的产地市场实体为研究对象。施坚雅（1998）指出，中国传统农村市场体系具有层级化结构，农产品需沿着基层市场、中间市场、中心市场的等级顺序依次向上流动，并阐释了这一结构的生成与运作机制。尽管农业市场化改革后，地方市场融入全国统一大市场的程度逐步加深，但部分研究发现产地市场体系的层级化特征仍然存在。例如，王

秋月（2020）基于一个规模化农业产业集聚区的案例研究发现，案例地区市场体系由初级市场和次级市场构成，经营性农户往往在初级市场（田头市场）交易，而次级市场是当地中介与销地中间商交易的场所，发挥连接终端市场的中心枢纽作用。秦庆（2024）发现，云南某山区乡镇市场出现分化，形成以特定乡镇为中心、周边乡镇为附庸的产地市场体系，而且仅中心市场能与城市销地批发市场形成结构等位、对称的城乡市场关系。与上述研究不同，艾云和周雪光（2013）在考察“农户—中间商—厂商”的农产品交易链时，发现基层市场（田头市场）可直接对接千里之外的销地市场，打破了传统农村市场体系中农产品沿着固定等级顺序依次向上流动的秩序。李崇光等（2015）在考察山东寿光至北京的田头市场直连销地的蔬菜流通模式时，发现这一流通模式在流通环节、流通成本和流通时间方面优于“收购商贩—区域性产地批发市场—销地市场”的流通模式。

综上所述，既有分析农户市场参与的策略性行为 and 村庄社会塑造市场交易秩序的研究，多基于广义、无形的产地市场概念展开，侧重阐释特定地理区域内农产品交易的组织与运作逻辑，为本文研究提供了很好的借鉴。同时，在分析具有物理特征属性的产地市场实体的研究中，部分文献深入分析了层级化产地市场体系的生成和运作逻辑，指出其以“中心—外围”为核心特征，流通依赖中心节点，呈现等级化连接形态。而另外一些文献敏锐捕捉到了基层市场直连销地、流通层级减少的扁平化现象，但缺乏对其能否推动地区产地市场体系重构、打破单一核心节点主导的格局、形成完全由基层市场主导的多节点、无核心和网络状的产地市场体系的进一步分析。这些研究缺口为本文提供了潜在拓展空间。

三、分析框架与研究设计

农产品产地市场体系去中心化既是一种空间格局的重塑，又是一场交易关系的变革。本文试图将这一现象的成因与效果纳入一个统一的分析框架：借助交易成本理论揭示去中心化现象发生的内在逻辑，同时引入新经济社会学的交易秩序概念，分析去中心化后市场如何持续有效运作。

（一）分析框架

本文按照“现象观察—成因探析—效果评价”的思路开展研究。

1. 内在逻辑分析：交易成本分析框架。Coase（1937）最早提出交易成本概念，认为交易成本是利用市场机制所必须支付的费用。Williamson（1979）指出，经济组织的最主要目标是节约交易成本，“如果交易成本可以忽略不计，经济活动的组织形式便无关紧要。”交易成本分析框架被广泛用于探讨各种经济组织的安排。例如，Coase

(1937) 在《企业的性质》中提出经典问题：企业为何存在？为何并非所有交易都通过市场进行？他的答案是：企业的存在是为了节约交易成本。由于行为主体建构制度的创造性，真实世界中的经济组织形式不限于市场和企业两种类型，而是具有复杂多样性，而交易成本分析工具在分析经济组织形式方面具有广泛的适用性。例如，Williamson (1985) 将交易成本研究扩展到各种类型的契约（古典、新古典和关系契约）以及垂直一体化领域。交易成本理论也是分析经济空间组织形式的重要理论之一。已有学者指出，产业集聚与城市形成背后存在交易成本节约机制（Scott, 1986; Yang and Rice, 1994）。何种经济组织安排最能够节约交易成本，取决于制度环境、交易本身特性以及可利用的组织资源等多种因素（Williamson, 1985）。

在中国“大国小农”的基本国情和农情下，即使在规模化农业产业集聚区，农产品生产仍然以“千家万户”的小农户为主，他们和销地中间商存在天然的信息不对称。同时，单个农户的农产品供给规模往往难以满足大型采购商的需求。在强市场面向性和跨地区供应的农业产业集聚区，农产品产地市场实体存在的核心价值在于通过集聚客流（供需主体）、物流（产品暂存和商品化处理）和信息流（价格、质量和供需数量等），降低交易过程中的搜寻匹配、产品集并与商品化处理、信息获取和交易执行等各项成本。因此，产地市场实体之所以具有特定的形式与层级结构，其根本原因在于节约交易成本。综上所述，本文基于交易成本理论，采用案例分析方法，分析哪些独特情境因素是解释农产品产地市场体系去中心化的关键因素，从而为这一现象提供深层的机制性解释。

2. 市场运行效果评价：交易秩序分析框架。新古典自由主义理论以完美市场假设为前提，认为市场主体的自利动机与价格机制能形成一种自发调节、高效运行的市场秩序，并将效率作为评价市场运行情况的核心标准。然而，完美市场假设与现实世界存在显著差距，在过去一个世纪备受学术界批判。以 Granovetter (1985) 为代表的新经济社会学家，既承认经济因素是经济行为的动力，又强调经济行为深度嵌入社会关系结构，并受其约束。新经济社会学强调不能仅以效率标准评价市场运行效果，而应聚焦交易秩序的形成，即交易主体如何构建一种相对稳定且协调的关系状态，而这种状态又如何使物品和服务在交易主体之间的转移成为可能（李林艳，2005）。

由于农产品产地市场交易的高度复杂性，本文在评价去中心化后农产品产地市场的表现时，选择从交易秩序视角切入。分析交易秩序，关键在于探究交易主体的行为模式及其背后的影响因素与行为逻辑。新经济社会学并不完全排斥新古典经济理论，同样认为市场结构是影响交易行为和资源配置效率的重要因素。新经济社会学强调市场行为的“嵌入性”，认为交易者的行为受特定社会关系的制约，社会网络深刻影响主体的互动方式。此外，新经济社会学认为，经济因素是经济行为的动力，交易主体

的关系本质为利益关系，在存在中介的交易中，流通价值分配机制是协调交易主体利益关系并影响交易行为的关键因素。基于上述认识，并结合笔者对去中心化后现实交易情境的直接观察，本文从以下三个维度考察交易秩序的形成及其具体表现：一是分析竞争性市场结构如何抑制机会主义定价，构建公平交易秩序；二是探讨嵌入村庄社会的熟人交易如何处理交易主体的利益分歧，保障交易活动有序开展与供应链稳定；三是剖析农户支付固定比例佣金的代理经纪模式——这一产地市场自发形成的流通价值分配机制，如何影响交易主体的利益分配，进而推动构建稳定、协同的产供销利益共同体。

本文的分析框架如图1所示。

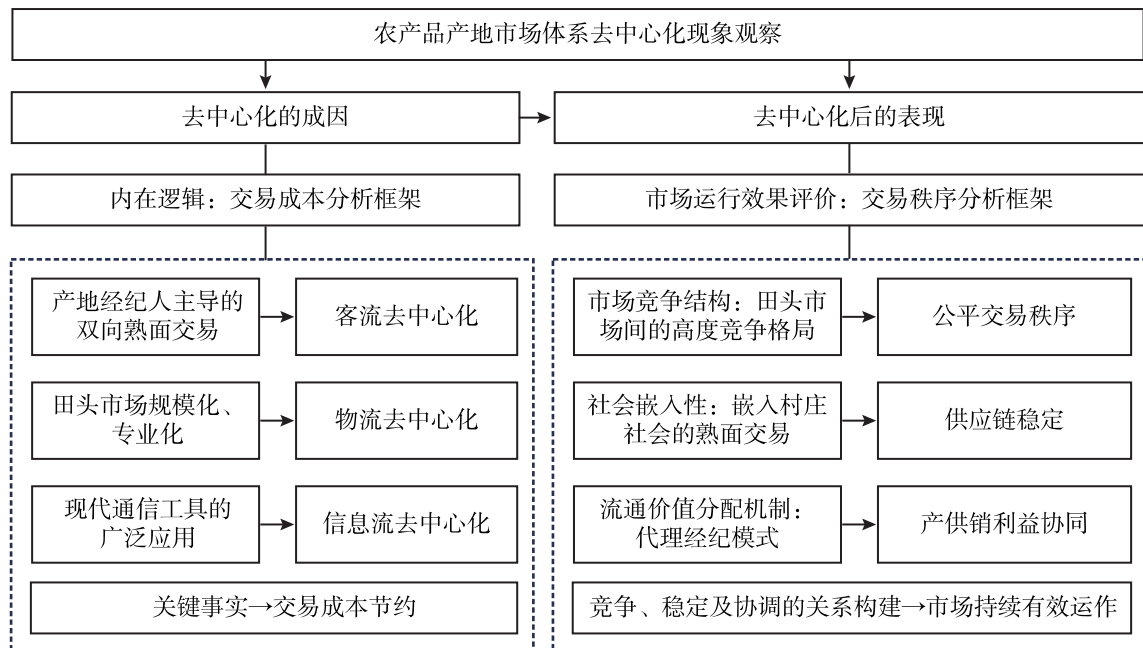


图1 “现象观察—成因探析—效果评价”分析框架

（二）研究设计

1. 研究方法。本文采用单案例研究方法，主要基于以下两个方面的考量：一方面，本文主要分析产地市场体系去中心化现象。这一现象高度依赖特定区域的资源禀赋、产业特征及经济社会环境，单案例研究方法能聚焦单一案例的完整情境，深刻把握并诠释特定情境因素如何塑造现象，确保研究的效度。另一方面，产地市场体系去中心化现象本身是一个动态演进的过程，单案例研究方法有助于追踪并分析现象在时间维度上的演变轨迹，从演化视角归纳其内在机理。

2. 资料收集。为了提升理论建构的效度，本文遵循案例研究迭代原则，在研究过程中进行了多轮资料搜集。笔者所在研究团队于2022年7月、2023年7月、2024年1

月分三次赴安徽省和县多个村镇开展实地调研。案例研究强调多证据来源（殷，2017），因此，笔者综合运用多种资料搜集方法，包括直接观察、半结构化访谈、专题座谈会、内部文件调阅及网络公开资料搜集等，以确保资料获取的多源性，形成“证据三角形”。访谈对象包括农业与市场行政部门负责人、村干部、田头市场负责人、产地经纪人、销地中间商和农户。

3. 案例选择。Eisenhardt（1989）提出，案例选择应采用理论抽样方式（Theoretical Sampling），而非统计抽样方式，其核心是选择“最能服务理论构建、最适合回答研究问题”的案例，强调案例的典型性与启发性。本文选择安徽省和县农产品产地市场体系发展实践作为研究案例，原因有二：其一，典型性。和县蔬菜产业具有强市场面向性和跨地区供应的典型特征。2011年，和县在《全国蔬菜产业发展规划（2011—2020年）》中被列为蔬菜产业重点县，属于长江流域冬春蔬菜优势产区，素有“长江中下游地区最大菜园子”“中国蔬菜之乡”的美誉。和县的产业基础和市场条件在中国农业市场化进程中具有一定的典型性。其二，启发性。尽管在政府支持下，和县建成了大型中心化产地交易市场，但当地市场体系在实践中呈现显著的“中心消解”特征，分布式田头市场逐步取代了中心市场的作用。这一现象与当前“中心—外围”理论所倡导的“集中化、规模化”产地市场体系建设逻辑形成鲜明对比，具有极强的理论启发性，为分析产地市场体系去中心化的内在逻辑提供了关键情境。

四、案例观察

（一）案例概况

和县地处安徽省东部，全县耕地面积96万余亩，气候条件优越，适宜农作物生长。在地理区位上，和县地处皖江城市带，在南京1小时都市圈、上海3小时经济圈的辐射范围内。改革开放初期，凭借毗邻城市消费地的区位优势与便利的交通条件，和县蔬菜产业迅速发展，存在典型的专业化、区域化、规模化发展态势。2011年，和县被国家发展改革委、原农业部列为重点建设的580个蔬菜产业重点县之一，也是全国首批无公害蔬菜生产示范基地县。截至2024年，和县蔬菜年种植面积超过40万亩，年产各类优质蔬菜100多万吨，产值逾30亿元，蔬菜销往全国100多个大中城市。

作为长江流域冬春蔬菜优势产区，和县以秋延后、冬保鲜及春提前的大棚蔬菜为主，供应期集中在当年10月至次年6月。和县的主要供应品类包括茄果类、瓜类和豆类等八大类数十个品种。其中，和县辣椒、和县黄金瓜已获国家地理标志产品认证，

鲜食红（青）椒是种植面积最大的品种。在经营主体方面，专业大户、家庭农场、农民专业合作社及农业企业等新型农业经营主体数量持续增长，但种植主体仍以小农户为主，土地经营规模在4~7亩的农户的播种面积占全县总播种面积的95%。在生产布局上，和县基本形成“一村一品”的区域化种植格局，主要包括大棚茄果类种植区、西甜瓜种植区、黄瓜种植区、菜豆种植区及出口加工蔬菜种植区等。尽管蔬菜种植在县域空间内集聚，但受种植业依赖土地的影响，其空间分布较为广泛，主要沿65千米长江岸线呈带状分布。

蔬菜种植属于劳动密集型活动，在农业劳动力向城市非农部门转移的背景下，劳动力约束尤为突出。目前，和县蔬菜种植在耕整地与植保环节已实现较高程度的机械化，膜下微滴灌技术应用率达100%，但自动化水平有限，日常田间管理与采摘仍高度依赖人力。特别是茄果类等蔬菜并非一次性成熟全部采收并上市交易，农户在生产周期中需兼顾田间管理与采收交易，平衡田间管理与采收交易间的劳动力分配。这种生产节奏导致农户对节省交易成本有迫切需求。

（二）农产品产地市场体系去中心化现象的观察

和县农产品产地市场体系发展具有鲜明的演进性，按照典型特征可以分为三个阶段。

1. 改革开放初期至20世纪90年代末：“乡镇市场+村域代收点”的分散化格局。这一阶段是和县蔬菜产业发展的起步期，市场体系呈现“自发形成、多点分散”的特征。和县凭借蔬菜种植起步早、规模大的优势，形成了广泛的影响力，吸引了大量外地商贩。在市场建设方面，遵循“谁建市场谁受益”原则，和县形成了国有、集体、联户和个体等多元主体共建市场的格局，自发建成了多种形式、多种经济成分的市场实体。一方面，和县自南向北沿交通主干线、蔬菜生产带，在主要乡镇建成了14个小型批发交易市场，成为区域内蔬菜集散的基础节点；另一方面，在村域交通要道与田间地头形成近100处临时性、季节性代收点。大量产地经纪人活跃在这些批发交易市场和代收点中，巅峰时期全县拥有5000余名经纪人，且普遍存在兼业行为。从流通价值分配模式来看，经纪人类型多样，虽以赚取差价的买断型经纪人为主，但也存在接受买家委托、收取代办费的代理型经纪人。

2. 2000年至2019年：县域中心产地批发市场引领下的三级市场体系格局。20世纪90年代后期，随着蔬菜主产地之间竞争的加剧，“菜贱伤农”事件频繁发生，和县政府开始强化农产品产地市场体系建设。2000年，和县建成占地200余亩的皖江蔬菜副食品批发交易市场（以下简称皖江批发市场）。该市场是当时皖江流域最大的蔬菜批发交易市场，同时也是原农业部、中国蔬菜流通协会的定点市场。建成后，全县蔬菜交易逐渐向皖江批发市场集中，高峰时期市场年交易量达60万吨，交易额达12.5亿

元。值得注意的是，皖江批发市场在发挥区域集散功能的同时，兼具田头市场属性。商贩和销地中间商可以在此交易，农户也可以在该市场出售农产品，产地经纪人仍是连接供需的关键纽带。

随着皖江批发市场的快速发展，建立在县城边缘及县域交界处（毗邻销区城市）的乡镇批发市场因竞争力不足逐步改制或关闭，而建立在公路沿线、靠近蔬菜产区的田头市场凭借“就近服务农户”的优势规模化、专业化发展，为后续市场体系去中心化埋下伏笔。同时，村域零散代收点数量减少，交易规模逐渐萎缩。最终，和县形成以皖江批发市场为中心、24家规模化田头市场为骨干、零散村域代收点为辅助的三级产地市场体系。

3.2020年至今：田头市场主导的去中心化格局。随着中国工业化和城市化的推进，农村劳动力不断向非农部门转移，大量兼业型经纪人在激烈的市场竞争中退出农产品流通行业。部分实力较强的产地经纪人开始规模化、专业化转型——通过自建或承包村集体兴建的交易市场，打造标准化田头市场^①。这些田头市场占地面积为1500~4000平方米，配备交易棚厅、预冷库、保鲜库及商品化处理设施，投资规模为300万~700万元，可提供“采后处理—源头保鲜—短期贮藏—市场交易”等全链条服务，被当地农户称为“小市场”。在此阶段，经营田头市场的产地经纪人从赚取购销差价的买断型经纪人（或在买断型和代理型之间切换的不规范形式），逐渐向收取农户佣金的代理型经纪人转型，实现与农户利益的深度绑定。

在田头市场的竞争下，皖江批发市场的交易量持续萎缩，并于2019年改制解体。2020年起，和县蔬菜产地市场体系形成全新格局，由产地经纪人主导的30余家规模化田头市场分散布局在主产地地理空间内。农户每日将采摘的蔬菜自行运输至田头市场，在产地经纪人的撮合下与销地中间商完成交易。经预冷、分拣、包装、暂存等流程后，农产品被运往销地市场。至此，中心化市场被分布式交易节点取代，去中心化的田头市场成为直连区域性生产和全国性消费的节点。

五、产地市场体系去中心化的内在逻辑

农产品产地市场实体存在的核心价值是通过集聚客流、物流和信息流降低交易产生的各项交易成本，在交易成本节约方面具有效率优势。因此，本文结合案例观察和资料收集，分析交易特性、经济社会环境和技术应用等外在因素通过影响交易成本，推动农产品产地市场体系去中心化的内在机制。

^① 产地经纪人为田头市场的经营主体，为保证行文流畅，后文不再重复说明。

（一）产地经纪人主导的双向熟面交易推动客流去中心化

Granovetter（1985）指出，经济行为嵌入社会关系网络，单纯“买”与“卖”的市场交换在现实中不存在。Macneil（1978）将这种嵌入社会关系网络、受社会关系网络影响的交易称为关系交易，并指出相对纯粹的匿名市场交易，关系交易可以利用交易双方长期互动形成的互惠、信任和合作规范等协调交易行为，有效降低交易成本。中国农村长期存在由血缘、地缘和业缘等关系构成的“内外有别”的熟人社会网络，尽管这一现象受到市场化冲击，但是村庄个体仍然倾向于基于熟人信任选择交易对象（费孝通，2012；谷玉良，2022）。已有研究将农产品产地市场中高度依赖村庄熟人社会关系网络、借助熟人社会关系中的情感机制与信任机制的交易组织形式称为“熟面交易”（罗兴佐和刘天文，2022；冯小，2023；刘守英等，2024）。

尽管和县蔬菜产业在一定地理空间中实现规模化发展，但生产仍然以“千家万户”的小农户为主，面临单个农户与销地中间商在规模上不对等的问题。以和县主要农产品鲜食红椒为例，销地中间商平均隔1~3天就要往销地发10~15吨的一整车鲜食红椒，在短时间内收购一整车鲜食红椒需要对接50~100户农户。面对这样的“一对多”高频交易场景，销地中间商主要通过产地经纪人对接小农户，而不是自行寻找货源进行交易。产地经纪人将销地中间商与分散农户之间潜在的匿名市场交易，转化为销地中间商和产地经纪人、产地经纪人与多个农户之间的双向熟面交易。相较匿名市场交易，产地经纪人主导的双向熟面交易有助于节约交易过程中的信息搜寻、议价协商与履约监督等各项成本，增加交易盈余。这些交易盈余可能是销地中间商和农户节约了时间和精力，也可能是产地经纪人获得了货币形式的买卖价差或佣金。

和县产地经纪人会积极和销地中间商进行互动，构建自己的客商交易网络。产地经纪人会对销地中间商进行人情投资以稳定客户关系，比如一些产地经纪人会免费给销地中间商安排食宿，而通过资金垫付维护客户关系已成为业内常态。在此情形下，产地经纪人和销地中间商逐渐建立信任，相互依赖程度不断提高，双方无须借助市场搜寻对方，大型中心化产地市场的客流集聚效应因此失去实际意义。现实中，和县产地经纪人利用微信、电话等主动联系自己熟识的客商，告知本地农产品上市信息、价格行情信息。相较公开信息，基于熟人社交网络和长期交易的私人信息通常更及时、更准确。产地经纪人直接引导销地中间商到其田头市场，并利用本地社会关系网快速集货，为交易提供信任担保，降低了销地中间商与分散农户交易的潜在成本和风险。这种双向熟面交易机制促进了组织间的信任，通过更开放和更真实的信息共享，缓解信息不对称，加快交易达成，从而降低谈判成本；同时，信任机制还能推动交货环节的质量检验流程简化，降低执行与监督成本。可见，产地经纪人主导的双向熟面交易推动交易客流逐步从皖江批发市场转向分布式田头市场，实现了客流的去中心化。

（二）田头市场规模化、专业化发展推动物流去中心化

在广泛意义上，交易成本包括财产权在个体间转移所耗费的全部资源成本。其中，运输成本、商品化处理成本及易腐农产品物流损耗等物流成本，是农产品交易成本的重要组成部分（Degla, 2012；陈超等，2019）。农产品产地市场体系去中心化现象产生的一个原因是市场主体追求节约物流成本。物流成本节约产生的总剩余，通过产品定价、佣金支付等利益分配机制在各个主体间分配，使各主体均受益，从而形成物流环节去中心化的内在动力。

在农业产业集聚区，在农产品发往销地市场前，销地中间商需要将众多分散农户生产的农产品汇集起来，进行预冷、分拣和包装等商品化处理，同时还要进行短暂贮存。产地经纪人推动和县田头市场规模化、专业化发展，通过持续升级分布式田头市场的设施、设备，使其具备替代皖江批发市场的物流处理能力。产地经纪人推动农产品在中心化市场的集中处理转化为“田间一公里”的就近处理，实现了物流模式的优化重组，有利于节约物流成本，从而推动物流环节的去中心化。

从销地中间商的视角来看，在和县蔬菜产业起步时期，和县“代收点”（“低配版”田头市场）的规模小、设施和设备简陋，无法满足销地中间商农产品商品化处理的需求，迫使其不得不依赖皖江批发市场集货。随着田头市场规模化、专业化发展，其农户交易集聚能力逐步增强，产地经纪人经营的田头市场在功能和规模上已能够满足销地中间商的需要，且其设施和设备能高效支持交易和农产品商品化处理。这使销地中间商可以直接跳过区域性产地批发市场（皖江批发市场），入驻田头市场，实现了流通结构的“扁平化”变革。农产品商品化处理环节前移和流通环节减少，有利于降低鲜活农产品产后损失，减少资源浪费。同时，在皖江批发市场，市场管理方仅提供物业管理服务，并不提供统一的商品化处理服务，该服务由各档口的产地经纪人自行提供。受档口面积等限制，皖江批发市场的商品化处理能力低于专业化田头市场，在降低商品化处理成本方面并无优势。

从农户的视角来看，距离中心市场越远，农户到中心市场的物流成本（运输时间和费用的综合）越高。中心市场要想辐射更多地区和农户，需要以更高的交易效率（如更高的售价和更快的出货）抵消农户的物流成本劣势。此时，交易才能不断向该市场集聚，形成一个名副其实的大型中心化产地交易市场。而在皖江批发市场，销地中间商和农户的交易高度依赖产地经纪人。根据对小农户和市场管理人员的访谈，皖江批发市场后期在出价方面并无明显优势。同时，皖江批发市场难以迅速处理高峰期的交易，会出现交易等待时间。在上市高峰期，皖江批发市场周边路段经常出现拥堵超过10千米的车流，农户经常需要耗时半天才能完成交易。相较之下，农户到田头市场完成交易的耗时在半小时左右。产地经纪人收取的交易费用（佣金为交易额的3%）

尽管高于皖江批发市场，但为农户节约了大量交易时间和精力。农户可以将这些时间和精力分配给田间管理环节，对缓解长采收期中农户田间管理与采收交易间的劳动力需求冲突具有重要意义。

（三）现代通信工具的广泛应用推动信息流去中心化

信息成本指获取和处理市场信息的成本，包括交易对象、市场价格和产品质量等方面的相关信息（Cheung, 1983; Hobbs, 1997）。由于信息成本高昂，缺乏可靠的市场价格与交易对象信息一直是阻碍农户参与市场的关键原因（侯建昀和霍学喜，2017）。Hobbs（1997）在分析肉牛市场交易时指出，养殖户在肉牛运往市场前不能获知肉牛的确售价，将产生价格不确定性成本，具体包括价格不合意导致肉牛无法售出而产生的运回成本和被迫接受低价的损失，该成本是信息成本的重要组成部分。尽管交易成本的内涵并无清晰、统一的界定，但价格不确定性导致的损失是交易成本的重要组成部分，不确定性与信息缺乏密切相关。提升信息获取能力与可得性能有效降低信息成本。

近年来，随着农业农村网络化、信息化和数字化程度加深，农产品流通行业数字化转型逐步推进，现代通信工具得到广泛应用，降低了市场主体的信息搜寻成本。笔者调研发现，和县产地经纪人普遍会使用微信、抖音等移动互联网即时通信工具发布市场需求和价格信息。一位产地经纪人表示，其建有7~8个微信群，联系2000余名蔬菜种植户。产地经纪人会在群里频繁发布市场需求和价格信息，实现交易现场图片、语音和视频信息的实时传递。移动互联网即时通信工具支持实时互动，群成员可以即时回复消息、提供反馈，促进了农户、产地经纪人和销地中间商等多方市场主体的高效沟通。同时，这种互动、反馈又产生更丰富的信息，并被及时、大规模地传递给所有群成员，从根本上改变了传统农产品市场信息传递效率低和成本高的特征。

依托以产地经纪人为主导、现代通信工具为支撑的实时信息传递网络，农户可以提前准确获得农产品的市场需求、质量要求与价格信息，并据此决定是否采摘和交易农产品，从而降低价格不确定性成本。在调研中，一位受访农户说道：“提前采摘（农产品）再运至市场议价，将在议价中处于劣势地位，易被压价，因为采摘后的鲜活农产品无论价格高低均需当日售出。现在如果微信群中经纪人报价不理想，可不采摘；如果市场货源不足，他们会提价，待价格合适时再采摘。”和县农业农村局蔬菜技术服务部门推广的“在田保鲜技术”为农户上述决策提供了支撑。该技术通过调控大棚温度、湿度与光照等，实现不采摘情况下的辣椒在田保鲜，最长可延后4个月采摘，便于农户根据市场行情灵活选择采收时机。

和县的案例表明，现代通信工具的广泛应用打破了传统大型中心化产地交易市场主导的统一信息生产和分发模式，推动形成了由产地经纪人主导的多节点、低延迟的

去中心化信息传递网络。信息传递模式的重构降低了市场主体的信息获取成本以及在信息获取方面对实体市场的依赖。大型中心化产地交易市场在信息生产、分发上不再具有效率优势，信息枢纽功能被逐步弱化。因此，信息流去中心化这一现实趋势，在一定程度上消解了大型中心化产地市场实体存在的必要性。

六、产地市场体系去中心化后新交易秩序的表现

和县农产品产地市场体系去中心化后，田头市场成为直连区域性生产和全国性消费的关键节点，其组织和运行有三个结构性特征：田头市场间存在高度竞争；交易深度嵌入村庄社会关系网络；农户支付固定比例佣金的代理经纪模式逐渐成为田头市场的主流经营模式。这三个特征构成了新交易秩序的基础，在微观层面上维系了市场主体间的动态平衡，在宏观层面上保障了市场体系的稳定运行。基于交易秩序分析框架，本文从市场竞争结构、社会嵌入性与流通价值分配机制三个维度，系统解析产地市场体系去中心化后新交易秩序的表现。

（一）市场竞争结构：田头市场间高度竞争的格局

根据新古典经济理论，市场结构是影响交易行为、价格形成和资源配置效率的关键。从田头市场数量上看，和县有30余家规模化田头市场，分布在整个蔬菜产区中，但在核心产区分布较为密集。以历阳镇太平村、沈家山村区域为例，其国道两侧2千米范围内有8家田头市场。尽管田头市场在空间上具有一定的分散性，但农户普遍拥有轻便电动运输车辆，单次运输成本低廉，极大地拓宽了农户的市场选择范围。农户不会只在同一个田头市场进行交易，从而塑造了田头市场间高度竞争的格局。农户通过退出威胁对田头市场经营行为形成约束，为维持田头市场交易量，产地经纪人必须保证对农户公平出价，否则将面临客源流失、市场萎缩的风险。实地访谈显示，产地经纪人对同行采取价格保密策略。部分田头市场负责人表示，“同行之间是冤家”，从不与同行交流价格行情信息，而外地客商来源分散，客观上难以形成价格合谋。因此，和县蔬菜市场是众多田头市场与大量农户构成的竞争性市场，无论买方还是卖方均难以实现垄断定价。

同时，现代通信工具的广泛应用降低了农户获取市场需求和价格信息的成本，强化了田头市场间的竞争程度。农户无论在交易前还是在交易后均能熟练使用移动互联网即时通信工具比较各个田头市场的报价，以寻找最优出价。一位当地亲历者谈道：“当下农户对市场行情信息都很‘灵通’，价格很透明。”这种强信息对称性迫使产地经纪人必须提供具有市场竞争力的报价。某产地经纪人坦言：“某日报价偏低，会立刻发现前来交易的农户数量锐减，往往需在当日多次上调价格才能完成收购计划”。

综上所述，空间可及性、低运输成本与信息透明度共同塑造了田头市场间高度竞争的格局，在保持市场组织适度规模优势的同时，有效抑制了交易主体的机会主义定价行为，在构建公平交易秩序方面发挥了重要作用。

（二）社会嵌入性：嵌入村庄社会的熟面交易

在田头市场，产地经纪人主导的嵌入村庄社会的熟面交易，依托柔性协调机制与声誉约束机制的双重作用，形成了区别于正式契约的治理体系，能有效协调交易主体的利益分歧，确保交易活动有序开展和供应链稳定。

一方面，嵌入村庄社会的熟面交易能够有效运用柔性协调机制处理交易主体间的利益分歧，平衡双方利益，防止交易关系破裂。根据关系契约理论，交易协调不仅依赖刚性规则，还需要通过柔性机制平衡双方利益。在和县红椒交易中，质量分级争议解决方式带有明显的社会性色彩，人情、面子和情感等社会机制主导了此类争议的解决过程。红椒定价的一个重要依据是质量等级（如着色程度、硬度、大小规格等），分级定价方面的分歧常常导致购销双方的矛盾冲突。在调研中，笔者发现产地经纪人在确定红椒质量等级方面具有较高的“灵活性”。产地经纪人知晓在某一季节、某一天气下农户采摘高质量等级红椒的难易程度，并据此适时灵活调整质量等级标准以兼顾双方诉求。由于产地经纪人与交易双方的熟人社会关系，交易双方不会过分追求短期经济利益最大化，会因为人情、面子和情感等因素，在产地经纪人的调解下做出让步，让交易得以继续。

另一方面，在嵌入村庄社会的熟面交易中，产地经纪人的行为存在显著的声誉导向特征，对稳定交易秩序具有重要意义。产地经纪人与农户的交易嵌入村庄社会网络。如果产地经纪人通过压低农产品价格的方式讨好销地中间商，这种机会主义行为一旦被发现，就会通过农户的熟人网络传播，产地经纪人将会失去农户信任，遭受“群体性惩罚”，难以在市场上立足。因此，出于声誉的考虑，产地经纪人会尽量做到公平定价。特别是田头市场的交易设施、设备等资产的投资相较从前显著提高，这些资产专用性强、转作他用价值低，价值大小高度依赖与农户交易的持续性。根据交易成本理论，专用性资产投入强化了产地经纪人对长期交易关系的依赖。在嵌入村庄社会的熟面交易中，产地经纪人基于重复博弈逻辑，更倾向于通过维护公平价格来积累社会声誉，以实现长期收益最大化。笔者在访谈中发现，产地经纪人特别看重市场内农户交易集聚形成的“人气”，因为这种人气是对其经营能力的肯定。人气不仅能够吸引更多农户前来交易，也能够吸引更多销地中间商前来交易。为了维持这种人气，有些产地经纪人会在没有销地中间商上门期间自主收购农户农产品，到附近销地批发市场销售。这一临时行为通常是微利润甚至亏损的，看似是非理性的“赔钱赚吆喝”行为，实际上是为了保障田头市场人气不断，以此维护自己的声誉，实现长期经营目

标。这一行为有助于维护供应链稳定，防止农产品过剩时期产地市场交易秩序的崩溃。

（三）流通价值分配机制：农户支付佣金的代理经纪模式

农产品经纪模式可分为买断型与代理型^①两类：前者通过购销差价获利，后者依靠佣金获利（陈义媛，2018）。在和县田头市场，农户支付固定比例佣金的代理经纪模式成为主流。在和县，农户将交易额的3%作为佣金，换取专业代销服务和价格保障，产地经纪人通过提供代销服务获取稳定收益，销地中间商获得可靠的货源。这一制度安排通过重构流通价值分配机制，构建了产供销协同的利益共同体。

第一，代理经纪模式提升了农户的经济交换地位。在农产品产地市场，面对规模较大的销地中间商，小规模、分散的农户天然存在谈判地位与议价能力不对等问题。在农户支付佣金的代理经纪模式中，农户是委托人，产地经纪人是代理人，双方虽未签订书面性质的正式契约，但存在双方都认可的隐性契约条款，即产地经纪人需承担“价格守护者”角色，否则会被视为违背伦理道义，面临声誉损失。这一隐性契约条款提升了农户的经济交换地位，使农户与销地中间商处于一种相对平衡的经济权利关系中，提高了农户在农业产供销体系中的地位。

第二，代理经纪模式的核心优势在于对产地经纪人机会主义行为的内生性约束。买断型经纪模式的收益来源于农产品价格差，其天然包含压低收购价和抬高销售价的激励。农户与销地中间商的监督成本较高，极易引发道德风险，买断型经纪人可能通过压低收购价、抬高销售价赚取超过节省交易费用的收益。相较之下，代理经纪模式建立了透明的佣金机制，经纪人的报酬与交易额直接挂钩，而非价格差的函数，从根本上消除了经纪人通过操纵价格获取超额利润的动机。在实地访谈时，某产地经纪人谈道：“佣金制下要想方设法把规模做大，只有促成双方满意的公平价格，才能实现这一目标。”这种激励相容的设计使产地经纪人的行为目标从“价差最大化”转向“交易规模最大化”，有利于构建产供销利益共同体。此外，在代理经纪模式中，农产品所有权在交易时不会由农户转移给产地经纪人，不存在风险的转移。当产地出现农产品滞销问题时，产地经纪人无须承担价格风险，会积极联系销地中间商前来收购。这一行为有利于保护农户利益，解决产地农产品滞销时期“卖难”问题。

第三，代理经纪模式破解了传统买断模式中的“信息孤岛”难题。在买断交易

① 政府文件也将代理型交易称为委托交易，如2014年印发的《商务部等13部门关于进一步加强农产品市场体系建设的指导意见》提出：“鼓励有条件的主产区省份探索推行农产品委托交易，通过地方立法或政策引导，建立发展委托交易的体制和机制，促进农民合理分享流通增值收益。”资料来源：https://www.gov.cn/gongbao/content/2014/content_2701603.htm。

中，经纪人作为中间环节具有强烈的信息截留动机，表现为对农户隐瞒市场需求溢价、对销地中间商虚报供货成本，形成典型的“信息孤岛”。而在代理经纪模式下，产地经纪人的收益与交易达成率直接相关，促使其成为信息中介而非信息壁垒。某田头市场负责人说道：“早些年，大家有时会利用信息差去赚更多钱，现在我们会主动将最真实的市场供求信息及时反馈给农户和外地客商”。当前和县产地经纪人不仅会利用微信、抖音等社交媒体及时向农户传递市场需求、价格信息，还会主动告知外地客商本地农产品上市进度、预估产量和价格行情等信息。

综上所述，这种基于佣金制的代理经纪模式，从制度上避免了买断模式下的零和博弈，为构建稳定、协同的产供销利益共同体奠定了坚实基础。

七、结论与启示

探究具有强市场面向性和跨地区供应特征的农业产业集聚区产地市场体系的发展规律，可以为优化和完善产地市场体系建设提供理论依据与经验参考，对提升农业产业化水平、巩固大国农产品保供能力具有重要的现实意义。本文考察了一个全国蔬菜生产重点县产地市场体系的实体形态及其结构的演进过程，发现大型中心化批发交易市场逐步被分布式交易节点取代，去中心化的田头市场成为直连区域性生产和全国性消费的节点。这一产地市场体系去中心化现象发生的内在逻辑可以从三个维度解析：其一，在产地经纪人主导的双向熟面交易中，相关交易主体不再需要借助市场搜寻交易对象，推动交易客流逐步从中心化市场向分布式田头市场迁移，实现了客流的去中心化；其二，田头市场规模化、专业化发展，其设施、设备持续升级，具备较强的商品化处理能力，使传统中心化市场的集中处理模式转化为“田间一公里”的就近处理模式，从而推动物流去中心化；其三，现代通信工具的普及实现了市场信息传递的去中心化，弱化了中心化市场的信息枢纽地位。

田头市场成为直连区域性生产和全国性消费的节点后，竞争性市场结构、嵌入性交易和代理经纪模式共同塑造了新的交易秩序，有效维系了市场主体竞争、稳定及协调的关系，确保市场持续有效运作。首先，田头市场间存在高度竞争，这一竞争性市场结构能有效抑制交易主体的机会主义定价行为，有助于维护交易公平；其次，由产地经纪人主导、嵌入村庄社会的熟面交易，依托柔性协调机制与声誉约束机制的双重作用，有效协调交易主体的利益分歧，保障了供应链稳定；第三，农户支付固定比例佣金的代理经纪模式，重构了流通价值分配机制，从根源上消除了交易主体通过操纵价格获取超额利润的动机，同时也提升了农户的经济交换地位、促进上下游信息流动，为构建稳定、协同的产供销利益共同体奠定了制度基础。

需要强调的是，去中心化市场体系并非对大型中心化产地批发市场主导的“中心—外围”市场体系的否定，而是在特定产业与市场条件下的一种有效补充。对大多数依赖集中批发和仓储的农产品，大型中心化产地批发市场主导的产地市场体系仍具有广泛的适用性与规模效率优势。本文发现的去中心化市场体系，主要适用以下特定情境：第一，农产品属于鲜活易腐、高附加值农产品，对农产品时效性和流通效率要求高；第二，农产品具有长采收期、高频交易特征，农户需要平衡田间管理与采收交易间的劳动力分配，节约交易时间与精力的动机强烈；第三，分布在规模化、专业化程度高的农业产业集聚区，能够为分布式田头市场提供持续稳定的交易流量。在上述条件下，数字技术赋能、有组织的去中心化市场体系才能在跨区域流通中展现出显著的适应性与效率优势。因此，两种市场体系并不对立，而是存在基于资源禀赋、产业特征与市场条件的互补关系。政策制定者应因地制宜、分类施策。

基于上述认识，在后续优化和完善农产品产地市场体系时，在具有同类条件的农业产业集聚区，政策重心可适度向田头市场建设倾斜，具体可从以下三个方面推进。

第一，强化田头市场基础设施的现代化升级。地方政府应落实和完善对田头市场的专项支持政策，重点对地磅、预冷库、保鲜库、分拣包装线、装卸设备以及数字化交易终端等关键设施给予资金补贴或贷款贴息。同时，政府应将符合规划的田头市场建设用地纳入设施农业用地或农村产业融合发展用地范围，优先予以保障。引导金融机构加大对田头市场现代化改造的信贷支持力度。

第二，建立推动田头市场有序发展与适度竞争的长效机制。一是充分发挥产地经纪人在田头市场建设和经营中的主体作用，优先选择本地优秀经纪人作为支持对象，支持其建设、改造升级经营场所，打造标准化田头市场。农业农村部门可以联合行业协会，建立产地经纪人能力提升培训体系，培训内容涵盖市场运营、财务管理、质量分级标准、农产品安全法规以及数字化工具应用等。二是产地政府应根据农产品产区的空间分布、种植规模，规划田头市场数量，引导田头市场合理布局，确保建成后的田头市场既能实现规模化经营，又能形成适度竞争格局。

第三，推动田头市场规范化与标准化发展。由省级农业农村部门牵头，制定并发布田头市场建设与运营规范的地方标准或行业规范，明确交易场地、设施设备、卫生安全、信息公示、交易结算等方面的基本要求。开展标准化田头市场创建示范活动，对达标的田头市场给予一次性奖励或政策倾斜。同时，加强对产地经纪人的合规经营培训，培养诚信意识和契约精神；鼓励采用电子结算、交易凭证等方式记录交易信息，便于监督与追溯。市场监管部门可定期对田头市场的计价、称重和质量分级等环节进行抽查，维护公平交易秩序。

参考文献

- 艾云, 2016:《农产品“市场链”:一个经济社会学的分析》,《社会发展研究》第1期,第80-101页。
- 艾云、周雪光, 2013:《资本缺失条件下中国农产品市场的兴起——以一个乡镇农业市场为例》,《中国社会科学》第8期,第85-101页。
- 陈超、翟乾乾、王莹, 2019:《交易成本、生产行为与果农销售渠道模式选择》,《农业现代化研究》第6期,第954-963页。
- 陈义媛, 2018:《农产品经纪人与经济作物产品流通:地方市场的村庄嵌入性研究》,《中国农村经济》第12期,第117-129页。
- 丁存振、肖海峰, 2019:《交易特性、农户产业组织模式选择与增收效应——基于多元Logit模型和MTE模型分析》,《南京农业大学学报(社会科学版)》第5期,第130-142页。
- 费孝通, 2012:《乡土中国》,北京:北京大学出版社,第85-91页。
- 冯小, 2023:《小农户现代化的实践机制:专业化生产与市场交易服务》,《农村经济》第12期,第113-122页。
- 侯建昀、霍学喜, 2017:《信息化能促进农户的市场参与吗?——来自中国苹果主产区的微观证据》,《财经研究》第1期,第134-144页。
- 谷玉良, 2022:《农村产地市场交易的维持逻辑:底线生存与社会性庇护》,《学术交流》第4期,第136-147页。
- 何宇鹏、武舜臣, 2019:《连接就是赋能:小农户与现代农业衔接的实践与思考》,《中国农村经济》第6期,第28-37页。
- 贺苏园, 2023:《嵌入式收购:社区框架内的农产品交易秩序》,《中国农业大学学报(社会科学版)》第6期,第84-98页。
- 黄梦思、孙剑, 2018:《“农业龙头企业+农户”模式的关系风险与交易治理》,《华南农业大学学报(社会科学版)》第1期,第1-11页。
- 黄宗智, 2017:《中国农业发展三大模式:行政、放任与合作的利与弊》,《开放时代》第1期,第128-153页。
- 李崇光、肖小勇、张有望, 2015:《蔬菜流通不同模式及其价格形成的比较——山东寿光至北京的蔬菜流通跟踪考察》,《中国农村经济》第8期,第53-66页。
- 李林艳, 2005:《交易秩序的多重面向——寻访新经济社会学》,《社会学研究》第2期,第198-217页。
- 刘守英、郑旭媛、刘承芳, 2024:《数字经济背景下的乡村交易和产业转型》,《中国农村经济》第6期,第2-24页。
- 罗兴佐、刘天文, 2022:《熟人社会中的关系资源与地方市场》,《华南农业大学学报(社会科学版)》第6期,第104-113页。
- 秦庆, 2024:《现代山区农村市场的结构及其生成机制——基于云南Y区农产品市场的分析》,《求索》第1期,第188-196页。
- 施坚雅, 1998:《中国农村的市场和社会结构》,史建云、徐秀丽译,北京:中国社会科学出版社,第5-11页。
- 孙泉雄、仝志辉, 2021:《农产品交易中的“代办制”及其实践逻辑》,《中国农村观察》第2期,第2-14页。

王秋月, 2020:《社会性中介: 农民与市场的链接机制——基于郫都区D村经纪人经济行为的考察》,《农林经济管理学报》第2期, 第235-243页。

汪阳洁、黄浩通、强宏杰、黄季焜, 2022:《交易成本、销售渠道选择与农产品电子商务发展》,《经济研究》第8期, 第116-36页。

殷, 2017:《案例研究: 设计与方法》, 周海涛、史少杰译, 重庆: 重庆大学出版社, 第143-147页。

于海龙、胡凌啸、林晓莉, 2022:《小农户和现代农业有机衔接需要何种媒介》,《经济学家》第9期, 第108-118页。

Cheung, S. N. S., 1983, “The Contractual Nature of the Firm”, *The Journal of Law and Economics*, 26(1): 1-21.

Coase, R. H., 1937, “The Nature of the Firm”, *Economica*, 4(16): 386-405.

Degla, P. K., 2012, “Transaction Costs in the Trading System of Cashew Nuts in the North of Benin: A Field Study”, *The American Journal of Economics and Sociology*, 71(2): 277-297.

Eisenhardt, K. M., 1989, “Building Theories from Case Study Research”, *Academy of Management Review*, 14(4): 532-550.

Granovetter, M., 1985, “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”, *American Journal of Sociology*, 91(3): 481-510.

Hobbs, J. E., 1997, “Measuring the Importance of Transaction Costs in Cattle Marketing”, *American Journal of Agricultural Economics*, 79(4): 1083-1095.

Liu, M., S. Min, W. L. Ma, and T. J. Liu, 2021, “The Adoption and Impact of E-Commerce in Rural China: Application of an Endogenous Switching Regression Model”, *Journal of Rural Studies*, 83: 106-116.

Macneil, I. R., 1978, “Contracts: Adjustment of Long-term Economic Relations under Classical, Neo-classical and Relational Contract Law”, *Northwestern University Law Review*, 72: 854-906.

Scott, A. J., 1986, “Industrialization and Urbanization: A Geographical Agenda”, *Annals of the Association of American Geographers*, 76(1): 25-37.

Williamson, O. E., 1979, “Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations”, *Journal of Law and Economics*, 22(2): 233-261.

Williamson, O. E., 1985, “*The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*”, New York: The Free Press, 15-17, 72-79, 388.

Wuepper, D., and J. Sauer, 2016, “Explaining the Performance of Contract Farming in Ghana: The Role of Self-Efficacy and Social Capital”, *Food Policy*, 62: 11-27.

Yang, X., and R. Rice, 1994, “An Equilibrium Model Endogenizing the Emergence of a Dual Structure Between the Urban and Rural Sector”, *Journal of Urban Economics*, 35(3): 346-368.

Zhang, X. Y., and L. H. Aramyan, 2009, “A Conceptual Framework for Supply Chain Governance: An Application to Agri-food Chains in China”, *China Agricultural Economic Review*, 1(2): 136-154.

Zhu, M. S., S. Chen, Y. J. Tian, J. Z. Wu, and Y. Y. Mu, 2022, “Factors Affecting Smallholder Farmers’ Marketing Channel Choice in China with Multivariate Logit Model”, *Agriculture*, 12(9): 1441-1441.

Decentralization of Agricultural Origin Market System: Internal Logic and Trading Order Performance

SUI Xuechao¹ HU Lingxiao²

(1. School of Economics, Hefei University of Technology;

2. The Rural Development Institute, Chinese Academy of Social Sciences)

Summary: The agricultural origin market system plays a fundamental role in supporting China's agricultural industrialization and ensuring stable supply of agricultural produce. In agricultural clusters characterized by strong market orientation and cross-regional supply, both theoretical perspectives and policy frameworks generally favor establishing an origin market system dominated by large centralized wholesale markets. However, based on a case study of Hexian, a major vegetable-producing country in Anhui Province, this paper observes a contrasting trend in the structural evolution of the origin market system: distributed farm-gate markets are gradually replacing the core functions of large centralized wholesale market, leading to a decentralized origin market system.

Following the analytical logic of “phenomenon observation-causal analysis-performance assessment”, this paper systematically investigates the decentralization of the origin market system. Drawing on transaction cost theory, the study reveals the internal logic of this decentralization: (1) “familiar-face” transactions led by origin brokers have driven the trading flows from centralized wholesale markets to distributed farm-gate markets, resulting in the decentralization of customer flow. (2) The scaling-up and specialization of farm-gate markets have enabled efficient local post-harvest handling and temporary storage of agricultural products, thus promoting the decentralization of logistics. (3) The widespread adoption of modern communication tools has decentralized the transmission of market information, undermining the status of centralized wholesale market as an information hub.

Additionally, this paper examines market performance after decentralization from the perspective of trading order. The findings indicate that: high levels of competition among farm-gate markets effectively suppress opportunistic pricing; familiar-face transactions led by origin brokers and embedded in village society ensure supply chain stability through flexible coordination and reputation mechanisms; and the agency-brokerage model with fixed commission reconstructs the value distribution mechanism in circulation, fostering an interest community across production, supply, and marketing. These mechanisms collectively ensure the sustained and effective operation of the markets. Finally, this paper analyzes the specific industrial and market conditions on which decentralization depends, and suggests that in agricultural clusters with similar conditions, policy focus should moderately shift toward supporting the construction of farm-gate markets.

Keywords: Agricultural Clusters; Agricultural Origin Market System; Decentralization; Farm-gate Markets; Trading Order

JEL Classification: Q13; L14; D23

(责任编辑:鲍曙光)