

基于心理契约机制的农户-龙头企业合作渠道绩效研究

——以浙江省农户调研样本为例

柴攀峰, 张胜男, 范光明, 黄微 (浙江师范大学经济与管理学院, 浙江金华 321004)

摘要 从心理契约机制的视角对农户与龙头企业的合作渠道关系深入研究, 构建创新理论模型并运用浙江省农户样本调研数据进行实证分析。结果表明, 农业龙头与农户的内部心理契约治理机制对农业合作经营渠道绩效有显著作用, 通过内部心理默契机制和外部控制机制共同作用, 可以有效解决公司与农户合作渠道关系治理失灵问题, 最终提高双方的经营效益, 促进整个农业走向全面协同、互惠互利的良性循环。

关键词 心理契约; 农户-龙头企业; 合作机制; 渠道绩效

中图分类号 S-9 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2014)12-03742-05

Study on the Cooperation Channel Performance of Farmers and Leading Enterprises Based on Psychological Contract Mechanism—Taking the Research Sample of Farmers in Zhejiang Province as an Example

CHAI Pan-feng et al (College of Economics and Management, Zhejiang Normal University, Jinhua, Zhejiang 321004)

Abstract This paper studies deeply on the channels of cooperation between farmers and leading enterprises from the perspective of psychological contract mechanism, establishes innovative theoretical model and uses the sample data of farmers in Zhejiang Province for empirical analysis. The internal psychological contract governance mechanism of leading enterprises and farmers has a significant effect on agricultural cooperative channel performance, through the combined action of internal psychological understanding mechanism and external control mechanism, which can solve the failure of governance on relationships of cooperative channel between farmers and leading enterprises effectively, improve the operation benefits, and promote the agriculture moving toward benign loop on comprehensive cooperation and mutual benefit ultimately.

Key words Psychological contract; Farmers and leading enterprise; Cooperation mechanism; Channel performance

农业产业化经营是我国农业现代化发展的重要基础。然而, 小规模生产经营与大量供需之间的不匹配制约着农业的生存与发展。尽管全国从事农业经营的群体较多, 但龙头企业规模有限, 农户单独参与市场交易较为困难。“农户+龙头企业”合作经营模式的出现促进了龙头企业与农户有效经营, 成为农村产业与市场发展的主创方向。而研究发现, 这些农业合作经营模式普遍存在渠道投机行为, 主体成员之间很少能够如实按照合同的约定进行生产经营, 传统渠道关系治理机制的作用效果不明显。鉴于此, 笔者从心理契约的视角深入研究龙头与农户的内部心理契约治理机制及其对农业合作经营渠道绩效的显著作用, 并构建相关理论模型, 通过内部自律机制和外部控制机制的共同作用, 有效解释企业与农户合作渠道关系治理失灵问题, 最终提高两者的经营效益。

1 研究综述

国外学者认为, 农业龙头与农户可以通过权利、依赖、沟通、合作意愿与条件、信任与承诺等要素建立起合作关系^[1], 且彼此之间合作经营的主要动机是为了降低交易费用和经营风险, 确保质量和小规模农户生产问题, 获取有利于生产的指导和援助^[2-4]。而高品质的渠道关系能够提升渠道绩效^[5], 彼此信赖和相互依靠会促使合作成员向对方作出更多的允诺行为, 产生良好的合作效益, 也有利于解决冲突^[6], 最终实现渠道控制与目标协调^[7]。渠道合作主体对其他主体越满意或者认可越高, 渠道内部运行效率也会相应提高, 从而促进渠道绩效^[8]。而目前对渠道关系目标做定性和定量区分的文献较少, 只是泛把满意、承诺等反映关系状态的变

量作为渠道绩效的度量指标^[9], 因此研究结论具有一定局限性。

近些年国内学者也有相应的观点, 认为龙头企业与农户合作的动因主要受交易费用问题、环境不确定性以及科学技术革新等因素所影响^[10-11], 彼此互信且遵循合同的法规是合作成效的前提^[12]。而用合适的机制来管理合作关系及这种管理方式对两者合作的满意感产生影响^[13], 其中渠道关系治理是保证绩效的有效手段^[14], 在实现渠道成员期待的合作关系中发挥了作用。而这些成果都缺乏有效的数据验证和实际操作运行, 只有简单的概念推理或案例分析。

现有研究成果多数基于传统的正式契约与关系契约来探讨其治理机制与渠道绩效的关系。笔者认为还须进一步分析挖掘两者各自的内部原因, 即公司与农户之间的心理默契。若无视或忽视这一因素, 必将对龙头企业与农户间的合作关系带来负面作用, 进而降低渠道绩效。该研究基于卢梭提出的“交易型心理契约”和“关系型心理契约”, 从公司责任和农户责任层面来探讨两者合作机制的选择和管理。

2 农业龙头企业-农户心理契约治理机制模型的构建

所谓心理契约是指渠道合作双方彼此承担义务的内在信念。基于目前公司与农户交易渠道关系的传统治理机制, 引入创新心理契约理论, 通过农户与公司之间的内部原因来构建双方合作的渠道关系治理机制模型, 归纳出公司与农户合作渠道关系治理机制的影响变量。研究模型如图1所示。

在该模型中, 将公司与农户达成交易后进行渠道关系治理机制的内部原因与传统治理机制结合, 共同影响合作渠道绩效。探讨影响双方合作渠道绩效相关变量, 主要包括信任、承诺、私人关系和环境的不确定性等影响变量, 双方的心理契约基于上述间接变量来影响合作产生的绩效。

基金项目 国家社科基金项目“以工补农问题研究”(05BJY062)。

作者简介 柴攀峰(1986-), 男, 浙江慈溪人, 硕士研究生, 研究方向: 企业管理、产业经济。

收稿日期 2014-04-05

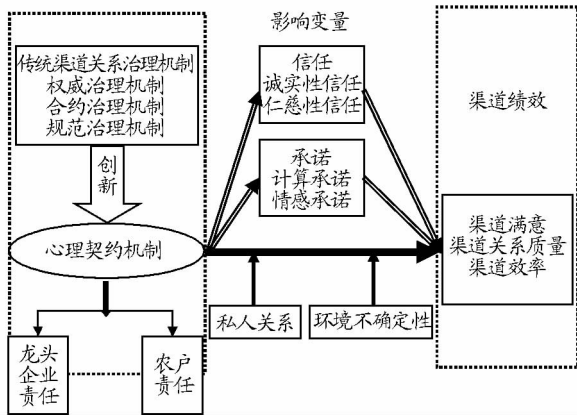


图1 研究理论模型

3 研究设计

3.1 研究假设

3.1.1 农业龙头企业-农户合作渠道绩效。企业的合作渠道绩效表现为公司业绩及非财务因素,而农户的合作渠道绩效就是农户收益、生产成本以及对合作关系的满意度等。关于渠道绩效的衡量指标在学术界众说纷纭,为了简化研究,该研究以龙头企业和农户达成渠道关系的满意度、关系质量和渠道效率3个维度作为衡量双方合作关系渠道绩效的指标,故提出研究假设 H_1 :

H_1 :渠道关系的满意度对关系质量有影响,关系质量对渠道效率有影响。

3.1.2 龙头企业与农户合作渠道关系治理机制。合作双方通过正式程序和书面约定来规范双方的交换关系必然产生交易费用。合作渠道绩效是评价心理契约渠道治理机制是否成功的一个重要指标,心理契约的执行状况会影响到彼此的满意度,而渠道绩效又受到渠道满意度直接或间接的影响。心理契约的有效履行将促进正式合作契约的更好执行,提高合作渠道绩效。本文所指的心理契约维度是“交易型心理契约”和“关系型心理契约”,也是对正式契约的重要补充。由此得出假设 H_2 :

H_2 :农业龙头企业-农户心理契约治理机制对合作渠道绩效具有显著的影响。

H_{2a} :基于交易型心理契约的治理机制对合作渠道绩效具有显著的正向影响。

H_{2b} :基于关系型心理契约的治理机制对合作渠道绩效具有显著的正向影响。

3.1.3 中介变量:信任与承诺。农户-龙头企业在合作期间,彼此的心理契约会通过一些影响变量来对渠道绩效产生作用。总结已有学者的成果,发现反映渠道成员交往状况的因素主要有彼此间的信任和承诺,因此该研究以此为中介变量。

信任与心理契约之间具有一定关联,可以衡量渠道关系的状况,对合作关系的治理有一定的促进效用。故提出假设 H_3 、 H_4 :

H_3 :农业龙头企业-农户的心理契约对信任具有正向影响。

H_4 :农业龙头企业-农户之间的信任对合作渠道绩效具有正向影响。

同时,承诺与心理契约之间也有关联。承诺能够更好的持续双方的关系,农户通过计算承诺理智全面地比较与之合作的公司对自己的重要程度。而情感承诺来源于公司与农户的和谐互动,农户也愿意努力去维持两者的合作关系。因此提出 H_5 、 H_6 :

H_5 :农业龙头企业-农户的心理契约对承诺具有正向影响。

H_6 :农业龙头企业-农户的承诺对渠道绩效具有正向影响。

3.1.4 调节变量:环境不确定性和私人关系。动态变化的外部环境既可以对交往状况的方向起调节作用,也会作用于合作的紧密程度。且渠道成员之间的私人关系会促进双方的工作参与程度,故该研究选择私人关系与变动的环境作为调节变量。

合作渠道关系应重视其周边环境的不确定性。当关系环境不稳定时,龙头企业难以把握未来的关系走向以及农户是否会履行预期的承诺,影响合作期望,故良好的心理契约能够促进双方更加积极的应对动态环境状况。基于以上分析,得出假 H_7 、 H_8 :

H_7 :农业龙头企业与农户的心理契约对环境不确定性具有影响。

H_8 :农业龙头企业与农户合作关系间的环境不确定性对渠道绩效具有调节影响。

良好的私人关系会加强信任,并对合作效率产生作用。农户是自然人交易者且文化素质不高,其行为常常掺杂了更多非理性因素,可能更愿意相信他们觉得“可信”的某个人而不是法律或合同;同时长久的交易关系会使合作主体在私底下更加相信彼此,由此得出 H_9 、 H_{10} :

H_9 :农业龙头企业与农户的心理契约对私人关系具有正向影响。

H_{10} :农业龙头企业与农户的私人关系对渠道绩效具有正向影响。

3.2 数据来源与研究方法

3.2.1 数据来源与样本基本情况。调研样本有两部分:第一部分主要是公司调研,访谈对象是公司经理层,企业农产品主要涉及蔬菜类、家禽类、水产类等。第二部分是实地调研,对象是浙江省以生产绿色农产品(蔬菜)为主的大农户。该研究通过调查问卷获取相关研究数据,总共发放200份,最终收回149份,达到74.5%的回收率,其中有效问卷131份,具体为衢州市59份,金华市29份,温州市43份。回收样本的主要信息包括农户所在地域、户主的年龄、文化水平等,这些信息有利于更好的了解样本的总体情况。

3.2.2 研究方法与变量测量。为了分析影响合作渠道绩效的4个因素(信任、承诺、私人关系和环境不确定性)之间及其与企业与农户合作满意度之间的关系,该研究运用了相关分析、因子分析和结构方程模型方法。而结构方程模型适合于研究多个变量间的复杂关系,该研究模型中具有多个变量,因此用结构方程模型来分析比较合适。运用SPSS18.0来进行因子分析和相关分析,用Lisrel软件来建立结构方程模型并检验其结果。

学术界用于测度因素的变量问题大多采用 Niklas Myhr 及借鉴其他研究者使用过的问题量表。该研究采用“Likert 五点尺度法”计分,表明对问题的认同程度由被调查者对相关表述进行评价(1 = 完全不同意,5 = 完全同意)。再根据实际情形进行合理调整,评价得分依次为 1、2、3、4、5。1 代表得分最少,完全不认同度;相应的得分 5 则表示完全赞同。

3.3 数据分析

3.3.1 信度分析。运用 Cronbach's α 信度测试对回收样本进行检验,检验量表内部是否一致性。当 Cronbach's α 系数值超过 0.6 时,说明问卷调查量表的信度良好。该研究采用 SPSS18.0 对回收样本作 Cronbach's α 信度测试,对问卷数据的完整性和有效性进行检验,并对所设题项进行项目分析。表 1 和表 2 分别列出了该研究总量表和分量表的 Cronbach's α 系数,其信度值均超过 0.8 以上,信度较高,说明该研究使用的调查量表是有效可靠的。

表 1 农户-龙头企业心理契约量表测试的信度值(Cronbach's α 信度值)

维度	预测试 $N = 69$	正式测试 $N = 126$
交易型心理契约	0.972	0.903
关系型心理契约	0.924	0.879

表 2 测试问卷的 Cronbach's α 信度测量

量表	Cronbach's α 系数	题项数量	处理方式
总量表	0.859	39	接受
渠道绩效	0.917	14	接受
信任	0.932	6	接受
承诺	0.969	7	接受
私人关系	0.974	4	接受
环境不确定性	0.861	8	部分接受

表 3 各主要变量测项的相关分析结果

变量	测项	1	2	3	4	5	6	7	8	9
渠道绩效	1 渠道满意	1.00								
	2 关系质量	0.831	1.00							
	3 渠道效率	0.754	0.851	1.00						
信任	4 诚实性信任	0.763	0.658	0.735	1.00					
	5 仁慈性信任	0.667	0.629	0.689	-0.726	1.00				
承诺	6 计算承诺	0.593	0.537	0.528	0.773	0.534	1.00			
	7 情感承诺	0.687	0.742	0.771	0.718	0.661	-0.752	1.00		
环境不确定性	8 环境不确定性	0.584	0.597	0.562	0.507	0.614	0.547	0.538	1.00	
私人关系	9 私人关系	0.731	0.753	0.772	0.824	0.747	0.587	0.883	0.539	1.00

注:所有的相关系数在 $P < 0.01$ 的水平上达到显著。

4.2 回归分析 为进一步探讨农业龙头企业与农户合作心理契约对信任、承诺、私人关系和环境不确定性的影响,可以采用回归分析法分别进行分析。同时,选取调整后的多元决定论系数($AdjR^2$)来表示自变量对因变量的预测力, $AdjR^2$ 数值越大,表明预测力越大。用发出膨胀因子 VIF 表示方程的多重共线性问题($VIF > 10$,说明存在多重共线性)。具体分析结果见表 4~7。

由表 4 可知,龙头企业责任和农户责任对信任都有显著正影响,其中 $AdjR^2$ 系数为 0.681, VIF 值均小于 10,多重共线性问题不明显,即 H_3 得证。

3.3.2 效度分析。效度分析采用因子分析方法进行研究,主要是对研究对象的结构、各对象之间的关系进行详细的分析说明。该研究分别对合作渠道绩效的效度、心理契约的效度、信任和承诺的效度、环境不确定性和私人关系的效度进行了分析。

对合作渠道绩效度量表采用因子分析,通过最大变异数法进行直交旋转,提取特征值大于 1 的因子。根据统计的情况对合作渠道绩效度量表中的题项作出删减,然后进行第二次因子分析,得出 KMO 值为 0.878,表示不太相关,可以用来进行因子分析。同时,由于 Bartlett 球体检验小于 0.01,说明不存在结果为“1”的矩阵,表明这些足以用来进行因子分析。这些题项测量了公司与农户合作渠道绩效的衡量指标,说明这些指标确实是有效的。因此,可以用“合作渠道关系”因子来衡量农业龙头企业与农户合作关系水平。

采用同样的因子分析法对心理契约、信任和承诺、环境不确定性和私人关系的效度进行测量,得到如下结论:农业龙头企业与农户之间的心理契约可进行统计分析;信任和承诺对农户与龙头企业的合作和制约有重要中介作用,且分量表的结构效度很好,可以进行统计分析;私人关系和环境不确定性的分量表结构效度较好,通过问卷设计,可以作为调节变量来分析。

4 实证分析结果

4.1 相关分析 相关分析是用来分析变量与其他变量之间存在的关系,用相关系数 r 表示。该研究的自变量是公司与农户合作的心理契约内容,信任和承诺作为中介变量,私人关系和环境不确定性作为调节变量,将合作渠道绩效作为因变量,统计分析各个变量的相互关系,最后得到结果如表 3 所示。

表 4 农业龙头企业-农户心理契约对信任的回归分析结果

自变量	标准化回归系数 β	T 值	VIF 值
龙头企业责任	0.593	11.148	2.427
农户责任	0.457	6.627	2.427

注:回归模型的 F 值为 273.259, $AdjR^2$ 值为 0.681。

表 5 农业龙头企业-农户心理契约对承诺的回归分析结果

自变量	标准化回归系数 β	T 值	VIF 值
龙头企业责任	0.458	8.848	2.427
农户责任	0.429	7.327	2.427

注:回归模型的 F 值为 283.219, $AdjR^2$ 值为 0.631。

同理,由表 5 可知,龙头企业责任和农户责任对承诺都有显著正影响,即 H_5 得证。

表 6 农业龙头-农户心理契约对私人关系的回归分析结果

自变量	标准化回归系数 β	T 值	VIF 值
龙头企业责任	0.621	13.285	2.427
农户责任	0.459	6.328	2.427

注:回归模型的 F 值为 279.216, $AdjR^2$ 值为 0.629。

由表 6 可知,龙头企业责任和农户责任对私人关系都有显著正影响,即 H_9 得证。

表 7 农业龙头-农户心理契约对环境不确定性的回归分析结果

自变量	标准化回归系数 β	T 值	VIF 值
龙头企业责任	0.527	11.267	2.427
农户责任	0.491	6.152	2.427

注:回归模型的 F 值为 268.016, $AdjR^2$ 值为 0.613。

由表 7 可知,环境不确定受龙头企业责任和农户责任的影响,即可知 H_7 得证。

通过回归分析进一步探讨信任、承诺、私人关系和环境不确定性对渠道绩效的影响。中介变量对因变量的作用可以通过采用调整后的多元决定系数来表示,结果见表 8。

表 8 中介变量和调节变量对渠道绩效的回归分析结果

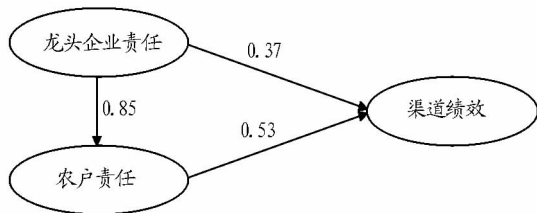
自变量	标准化回归系数 β	T 值	VIF 值
信任	0.529	11.835	3.769
承诺	0.365	9.573	4.641
私人关系	0.572	7.628	3.017
环境不确定性	0.279	5.793	2.694

注:回归模型的 F 值为 365.758, $AdjR^2$ 值为 0.784。

由表 8 可知,农业龙头企业-农户的信任、承诺、私人关系和环境不确定对渠道绩效均有显著的正向影响,四个变量共同解释了信任变异量的 78.4%, VIF 值小于 10,多重共线性问题不明显,即 H_4 、 H_6 、 H_8 、 H_{10} 得证。

4.3 整合模型分析 基于上述研究结论,进一步验证内部自律机制的作用,即公司与农户合作心理契约的影响机理。

假设在没有中介变量和调节变量的情境下,我们分析农业龙头-农户心理契约对合作后达成的效益影响。我们采用结构方程模型技术进行检验分析,最后得出的结果如图 2 所示。



注:所有的路径系数均在 $P < 0.05$ 的水平上达到显著。

图 2 心理契约对渠道绩效的影响

由表 9 可知,在假设没有中介变量和调节变量的情境下,龙头企业责任和农户责任对渠道绩效有显著正影响。但深入研究发现,这种情况在实际中可能是短暂的,彼此间的

交易关系和心理契约也只是初步的。因为心理契约是一个动态过程,根据外界情境的变化而作出具体的调整和维系,进而对渠道合作关系产生影响,即对信任、承诺、私人关系和环境变动性等变量产生作用。因此,在心理契约对渠道绩效影响作用的过程中,确实存在其他变量的间接作用。需要验证这些间接变量具体是怎么发生作用的,关系到底如何。基于前文所得理论构念,运用结构方程模型分析得出验证结果(图 3)。

表 9 结构方程模型检验结果

关系	估计值	t 值
龙头企业责任→农户责任	0.85	16.28
龙头企业责任→渠道绩效	0.37	4.11
农户责任→渠道绩效	0.35	5.84

注: $\chi^2/df = 4.68$; $NNFI = 0.95$; $GFI = 0.96$; $GFT = 0.92$; $AGFI = 0.89$; $SRMR = 0.058$; $RMSEA = 0.074$ 。

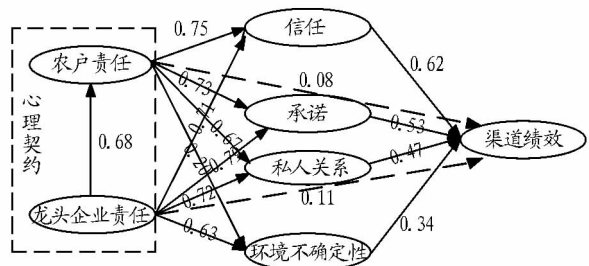


图 3 本文理论研究模型的检验模型

从图 3 可知,当存在中介变量和调节变量时,龙头企业与农户之间的心理契约表现为农户责任和龙头企业责任对渠道绩效的直接影响并不显著;心理契约中的农户责任和龙头企业责任对信任、承诺和私人关系、环境不确定性有显著的正影响,即 H_3 、 H_5 、 H_7 、 H_9 得证;信任、承诺、私人关系和环境不确定性对渠道绩效有显著的正影响,即 H_4 、 H_6 、 H_8 、 H_{10} 得证。综上所述,龙头企业与农户合作的心理契约机制主要通过影响一系列中介变量和调节变量,最终对渠道绩效产生影响的。

表 10 结构方程模型检验结果

关系	估计值	T 值
龙头企业责任→农户责任	0.68	15.48
龙头企业责任→信任	0.71	16.26
龙头企业责任→承诺	0.79	16.83
龙头企业责任→私人关系	0.72	15.39
龙头企业责任→环境不确定性	0.63	14.73
农户责任→信任	0.75	13.47
农户责任→承诺	0.73	15.52
农户责任→私人关系	0.67	6.30
农户责任→环境不确定性	0.20	5.78
信任→渠道绩效	0.63	15.27
承诺→渠道绩效	0.53	8.37
私人关系→渠道绩效	0.47	5.78
环境不确定性→渠道绩效	0.34	7.57

由表 10 可知,各个检验指标均满足要求,即证明了该研究理论模型具有较好的拟合度。龙头企业与农户通过建立

合作关系,彼此之间达成的心理契约通过上述4个变量对合作达成的渠道绩效产生显著的正向作用。龙头企业-农户心底内部的心理契约表现为龙头企业责任和农户责任的双方责任来共同作用于两者合作的渠道绩效。

5 研究结论与对策启示

5.1 研究结论 该研究基于“公司+农户”模式引入心理契约理论和渠道关系理论,从关系主体内部心理契约的视角实证分析龙头企业与农户渠道关系的治理问题,研究结论得出心理契约治理机制对主体合作之间的渠道绩效具有显著影响,渠道关系治理时可根据不同的合作阶段使用不同的治理机制。因此,笔者认为在龙头企业与农户形成和维系彼此长期合作的过程中,可先促成双方建立交易型心理契约,再向关系型心理契约转变,增加龙头企业责任和农户责任的履行,通过传递各自的信任建立私人关系,强化彼此间的责任感和归属感,运用情感承诺来维持长期合作,使渠道成员双方考虑长期利益而放弃投机行为,从而稳固合作达到共赢。

5.2 对策启示 在农户-龙头企业合作渠道管理中,应根据不同发展阶段采取相应变化的治理机制。传统渠道治理机制是不可忽略的外部机制,需要恰当运用并充分发挥其规范控制作用。同时,要加强关系双方的内部心理契约,推进交易型心理契约向关系型转变,加强相互间的信任与承诺,保证龙头企业与农户在动态环境中也能够长期维持好私人关系。在初步建立合作关系时,由于信息不对称,企业应向农户提供值得信任的有效信息,农户也要表示经营的积极性,使双方能够感受到彼此的承诺或担当并付诸行动,尽量减少投机行为的发生。随着合作程度的加深,企业应切实执行各种承诺和提供各种优质服务,切实维护农户利益。同时,农户也要认真履约,兑现自己对龙头企业的承诺,尽量做到按时按质按量交货,进一步增强彼此的信任感和情感归属。

由于该研究统计样本主要目标范围是针对浙江省,且全文研究的大量数据采集和有效信息的筛选是基于大量的问

卷调查和实际访谈,执行比较复杂。而浙江省农业产业化处于全国中上水平,治理机制仍需不断完善,故还需要分析其他发达地区的影响与制约因素,与中西部进行研究对比,得出更全面的结论。

参考文献

- [1] ANDERSON J C, NARUS J A. A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships [J]. *Journal of Marketing*, 1990, 54(1): 42-58.
- [2] ROYER J S, ROGERS R T. The industrialization of agriculture: vertical coordination in the U. S. food system [M]. Aldershot, UK: Ashgate Publishing, 1998.
- [3] FRANK S D, HENDERSON D R. Transaction Costs as Determinants of Vertical Coordination in the U. S. Food Industries [J]. *American Journal of Agricultural Economic*, 1992, 74(4): 941-950.
- [4] HENNESY D A. Information Asymmetry as a Reason for Food Industry Vertical Integration [J]. *American Journal of Agricultural Economic*, 1996, 78(4): 1034-1043.
- [5] MOORMAN C, ZALTMAN G, DESHPANDE R. Relationships between providers and users of market research: the dynamics of trust within and between organizations [J]. *Journal of Marketing Research*, 1992, 29(3): 314-328.
- [6] JAP S D, GANESAN S. Control mechanisms and the relationship life cycle: implications for safeguarding specific investments and developing commitment [J]. *Journal of Marketing Research*, 2000, 37(2): 227-245.
- [7] GOO J, KISHORE R, RAO H R, et al. The Role of Service Level Agreements in Relational Management of Information Technology Outsourcing: An Empirical Study [J]. *Management Information Systems Quarterly*, 2009, 33(1): 119-145.
- [8] EL-ANSARY A I, ROBICHEAUX R A. A theory of channel control: revisited [J]. *The Journal of Marketing*, 1974, 43(2): 2-7.
- [9] FUJIHARA K, TEO W E, YONG T, et al. Electrospun nanofibers: solving global issues [J]. *Materials Today*, 2006, 38(3): 40-50.
- [10] 高燕, 杨名远. 农业家庭经营的交易特性、交易费用与农业产业化 [J]. *新疆农垦经济*, 1998(3): 34-38.
- [11] 孙剑, 李崇光. 论农产品营销渠道组织创新与发展 [J]. *农业科技管理*, 2003(4): 1-4.
- [12] 牛若峰. 农业产业化经营发展的观察与评论 [J]. *粮食科技与经济*, 2006(3): 101-108.
- [13] 陈灿, 罗必良. 农业龙头企业对合作农户的关系治理 [J]. *中国农村观察*, 2011(6): 46-57.
- [14] 万俊毅. 准纵向一体化、关系治理与合约履行——以农业产业化经营的温氏模式为例 [J]. *管理世界*, 2008(12): 93-102.

(上接第3741页)

社或协会。同时,政府应鼓励农民参与多个合作组织,形成专业服务网络。

3.6 强化蔬菜产品质量检测,推进蔬菜质量安全 建立完善县级蔬菜质量检验检测中心、质量安全追溯信息站和农产品质量安全监管体系,协助和指导龙头企业成功申报无公害蔬菜产品或绿色食品、有机食品认证,加紧县域无公害蔬菜原产地、生产基地认证,加快地方特色蔬菜品牌、商标培育。

3.7 加快信息化建设,畅通产品销售渠道 农业信息化是农业现代化的重要手段。应积极总结其他地方的信息网站的经验,建立适合镇沅县蔬菜产业发展的农业网站群。以县农业局为主站、各乡镇农业部门为基础的信息服务平台,提供农资、市场、生产技术、品种及病虫害预测预报、气象预警

等多种信息服务,种子管理部门发展新品种推荐意见,植保部门发布新农药推荐意见及病虫害防治意见,实习基地、产地、市场的信息连接,对相关信息发布和检测予以及时公开,用现代化媒体工具指导蔬菜生产销售,畅通蔬菜产品销售渠道。

参考文献

- [1] 镇沅彝族哈尼族拉祜族自治县地方志编纂委员会. 镇沅彝族哈尼族拉祜族自治县志(1978-2008) [M]. 2013.
- [2] 苏东水. 产业经济学 [M]. 3版. 北京: 高等教育出版社, 2010.
- [3] 罗辉, 谭邦明, 王琳. 镇沅统计年鉴2012 [M]. 普洱: 普洱方华印刷有限公司, 2013.
- [4] 马中. 环境与自然资源经济学概论 [M]. 2版. 北京: 高等教育出版社, 2006.
- [5] 黄名述. 西部开发与法制保障 [M]. 北京: 中国检察出版社, 2001.
- [6] 江勇, 袁和平. 宏观经济管理学 [M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2013.