

美国本地农产品市场研究 ——以加利福尼亚州戴维斯 为例

卢山

2010级 农林经济管理

2014.4



文章结构

- 研究背景
- 本地农产品概念介绍
- 戴维斯的本地农产品实践
 - 戴维斯农贸集市
 - 戴维斯合作超市
 - 社会组织的本地农产品需求
- 美国本地农产品市场成因分析
- 我国推广本地农产品市场可能遇到的困难
- 结论
- 致谢

如何界定本地农产品

- 美国农业部

- 只有产地距离消费者小于400英里、或者产地与消费者同处一州的情况下，这种农产品才能被归类为“本地农产品”



- 加拿大食品检验署

- 只有产地距离消费者36英里(50公里)以内的农产品，才能被界定为本地农产品



- 学术界

- Smith和MacKinnon(2007)：消费者认为100英里以内生产的农作物属于本地农产品
- Giraud(2005), James(2009)：本州生产、本周销售的产品属于本地农产品

- 本文

- 每次使用本地农产品一词之前，会事先给定“本地”的范畴（如合作超市一节,3.2）



戴维斯农贸集市

Davis Farmer's Market



戴维斯农贸集市

Davis Farmer's Market

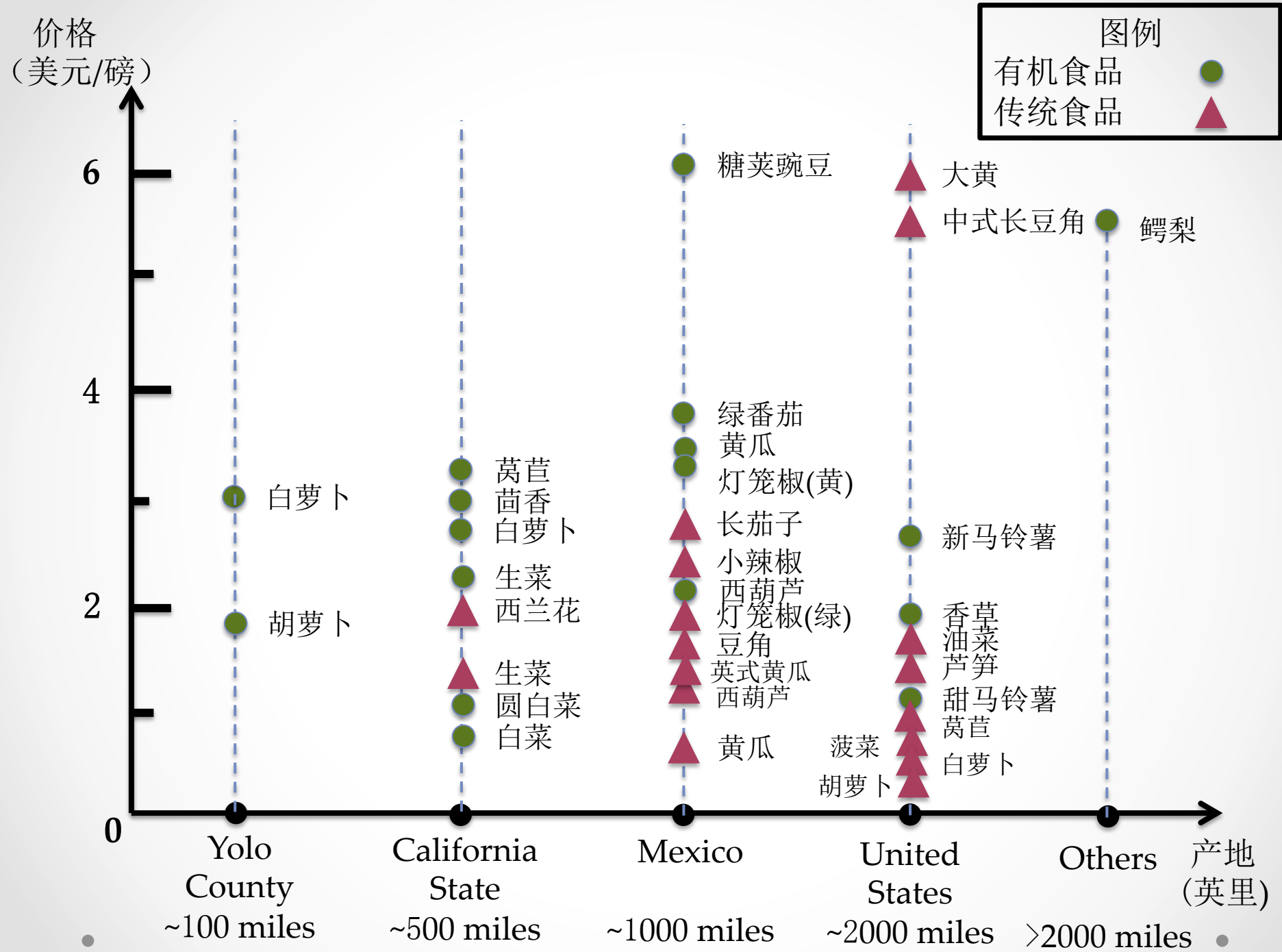
- 形成原因
 - 为本地区小农户和新农户提供产品直销的机会
 - 为居民提供本地农产品供应渠道，加强社区内部的交流
- 评价
 - 市场接近饱和，新农户入市存在壁垒
 - 农贸集市的内部竞争
 - 农贸集市的外部竞争
 - 集市规模扩大带来的其他影响



戴维斯合作超市

Davis Food Co-op





戴维斯合作超市

Davis Food Co-op

- 形成原因
 - 本地居民个体需求小，通过建立购买俱乐部实现订单汇总，可以以批发价购买本地产品
 - 随着规模不断增大，购买俱乐部无法满足全体成员的需求
- 评价：农贸集市的重要补充
 - 本地农产品品种的补充（肉、蛋、奶制品等）
 - 本地农产品销售方式的补充（超市运营）
 - 与农贸集市的合作共赢（购进农贸集市未销售完的产品）



高丽营农贸市场



我国推广本地农产品市场可能遇到的困难

- 销售者角度——商贩素质与观念有待提高
- 农产品角度——本地农产品无比较优势
- 消费者角度——本地产品消费习惯尚未形成

参考文献

- [1] Wuyang Hu(2013). What is local and for what foods does it matter?[J]. *Agricultural Economics (Zemědělská Ekonomika)* , 59.10:454-466.
- [2] Walmart(2010) . Walmart Unveils Global Sustainable Agriculture Goals[EB/OL].
<http://news.walmart.com/news-archive/2010/10/14/walmart-unveils-global-sustainable-agriculture-goals>. 2014年3月29日访问
- [3] Clonan, Angie, Michelle Holdsworth, Judy Swift, and Paul Wilson(2010). UK consumers priorities for sustainable food purchases[C]. *84th Annual Conference of the Agricultural Economics Society*: 29-31.
- [4] Giraud, Kelly L., Craig A. Bond, and Jennifer J. Bond (2005). Consumer preferences for locally made specialty food products across northern New England. *Agricultural and Resource Economics Review* 34.2: 204.
- [5] Smith, Alisa Dawn, and James Bernard MacKinnon(2007). The 100 mile diet: A year of local eating[M]. *Random House of Canada*
- [6] James, J. S., Rickard, B. J. and Rossman, W. J. (2009). Product differentiation and market segmentation in applesauce: using a choice experiment to assess the value of organic, local, and nutrition attributes[J]. *Agricultural and Resource Economics Review* 38: 357–370

参考文献

- [7] International Cooperative Alliance(1995). 7 Cooperative Principles[EB/OL]. *International Year Of Cooperatives*. <http://usa2012.coop/about-co-ops/7-cooperative-principles>. 2014年3月27日访问
- [8] Hartman Group(2008). Pulse Report: Consumer Understanding of Buying Local[R]. *The Hartman Group*.
- [9] Darby, K., M.T. Batte, S. Ernst, and B. Roe. (2008).Decomposing Local: A Conjoint Analysis of Locally Produced Foods[J]. *American Journal of Agricultural Economics*, 90:476–486.
- [10] Harris, D., Lott, M., Lakins, V., Bowden, B., & Kimmons, J. (2012). Farm to Institution: Creating Access to Healthy Local and Regional Foods[J]. *Advances in Nutrition: An International Review Journal*, 3(3), 343-349.
- [11] Carlyn Hood, M. P. A., Ana Martinez-Donate, and Amy Meinen(2012). Promoting healthy food consumption: a review of state-level policies to improve access to fruits and vegetables[J]. *WMJ* 111.6: 283-6.
- [12] C. Clare Hinrichs, Thomas A.Lyson. Remaking the North American Food System:Strategies for Sustainability[M]. 78-80.
- [13] Hardesty, Shermain D(2008). The growing role of local food markets[J]. *American Journal of Agricultural Economics* 90.5: 1289-1295.