

我国粮食加工企业绩效制约因素分析与解决路径选择

——基于统计数据与典型案例

李 灿(教授), 刘钰鹏

【摘要】 粮食加工业是“农村&城市”产业生态圈的枢纽,连接粮食生产、流通以及消费等环节。现阶段粮食加工业在整体稳步发展的同时也面临着挑战,从数据分析与案例研究中发现,粮食加工业在发展过程中存在多方面问题,如成本费用高、产品附加值低、国际市场占有率低等,导致粮食加工企业的整体盈利能力较低。为突破粮食加工企业的盈利瓶颈,应从降低企业成本、提升产品附加值、培育产品品牌价值以及提高产品市场占有率等方面来寻求解决路径和具体对策。

【关键词】 粮食加工; 企业绩效; 产品附加值; 品牌价值; 市场占有率

【中图分类号】 F324

【文献标识码】 A

【文章编号】 1004-0994(2018)12-0115-6

一、引言

粮食加工业产业关联度高、行业覆盖面广,已成为农业农村现代化的重要标志、国民经济的重要支柱,对于保障国计民生、深入粮食行业供给侧结构性改革和推进全面建成小康社会具有重要的战略作用。2014年,为加强粮食加工减损工作,农业部从提高粮食初加工水平、鼓励粮食加工副产物综合利用、推动粮食加工科技创新和推广等方面提出建议。2016年,国务院办公厅印发《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》,提出加强农产品加工技术创新,通过实施相关项目和推广适用技术,推动农产品初加工水平整体提升,加快技术升级以提升农产品精深加工水平,提高农产品加工转化率和附加值,促进主产区农产品加工业加快发展,支持粮食主产区发展粮食深加工,形成一批优势产业集群。2016年,为发挥农产品加工业引领带动作用,农业部印发《全国农产品加工业与农村一二三产业融合发展规划(2016-2020年)》,指出农产品加工业连接工农、沟通城乡,是推进农村三产融合发展的必然选择,是建

设健康中国、保障群众营养健康的重要民生产业。2017年中央一号文件指出,要加快发展现代食品产业,加大食品加工业技术改造支持力度,开发拥有自主知识产权的生产加工设备,大力推广新型产销模式以及完善农产品产地初加工补助政策。同年12月召开的中央农村工作会议提出,要贯彻落实十九大报告提出的新时代乡村振兴战略,并指出解决粮食加工行业发展过程中存在的初加工、精深加工和综合利用发展不平衡,优质绿色加工产品供给不充分等问题是进一步实施乡村振兴战略的工作重点。

粮食加工业绩效提升不仅关系到业内企业的生存与发展,更关系到整个粮食加工产业的价值创造与可持续发展,研究制约其绩效提升的瓶颈因素,探求有效的解决路径,符合当前政策形势和实现农业现代化发展的客观需求,不仅有利于企业增值、农民增收和农业增效,对我国农业产业的长远发展也具有重大的战略意义。

1. 研究现状。当今粮食已不仅是生活必需品,更成为推动工业化、全球化的重要战略资源^[1],粮食

【基金项目】 国家社会科学基金项目“适度规模经营导向下的农地流转绩效评价研究”(项目编号:15BJY103)

加工业的发展可促进农业上下游产业、相关环节实现有机融合,实现农业增值增效^[2]。粮食加工业绩效问题长期以来备受关注,既有研究从多个视角进行了分析和探讨,根据对现阶段粮食加工行业发展的理解,可将相关研究分为以下三类:

第一类研究基于行业整体发展趋势展开。杜霖春^[3]认为,农产品加工业是产业部门中保持高速增长时间最长的行业之一,但由于受到资源配置效率以及经济运行周期的影响,其增长幅度放缓。也有学者提出不同观点,如刘明国等^[4]研究发现农产品精深加工转化率过低是导致行业发展缓慢的主要原因。在农产品加工业整体布局方面,林毅夫^[5]认为将生产要素的比较优势转向资本密集有助于产业升级和企业绩效提升。马子红等^[6]利用区位基尼系数实证分析了我国农产品加工业地理集中度及其变动,结果表明农产品加工业在我国呈现出自东向西转移的趋势,区域专业化加工水平随产业地区转移而下降,这从侧面反映出区域分工和产业布局有待进一步加强和完善。国外发展现代农业的重点是实现产能提升和集约化生产^[7]。

第二类研究基于加工能力展开。Hellin等^[8]研究表明由初级农作物向高价值农产品增值的主要途径是控制加工成本和解构价值链关系。孙宝国等^[9]认为我国农产品加工精深加工行业比例较低,属于以初级食品加工为主体的资源型产业。韩艳旗等^[10]以具体省份为分析对象,研究结果表明农产品加工龙头企业存在规模较小、低层次重复生产、农产品加工产业链条短、产品科技含量和附加值“双低”等问题。此类研究揭示出农产品加工企业大部分处在食品产业价值链的低值端,初级加工占比较大,导致的低附加值现象凸显。

第三类研究基于产品质量安全和品牌建设展开。Weng等^[11]认为农产品的质量和安全因素贯穿于生产加工全过程,企业产品质量安全控制主要发生在采购、运输仓储和销售环节^{[12][13]}。而对于如何从根本上提高农产品质量安全的整体水平,学者们提出了不同建议。如钟真等^[14]通过抽样调查指出产品质量安全与数量产出同样存在规模经济问题,质量安全水平能否有效提高,与其是否具有规模经济有关。邓贝贝等^[15]则认为农产品质量安全问题源于生产经营者品牌观念薄弱。在品牌建设和质量提升二者的关系方面,莫金玲^[16]研究发现品牌建设有助于提高农产品价值和知名度,形成较好的产品和服务

务区分,可督促和提升产品整体质量水平,品牌建设、产品差异化以及提升产品质量均以增加收入为主要目标^[17]。

综上所述,国内外对于农产品加工业的研究已取得一定成果,大部分学者在研究中肯定了农产品加工业对于经济发展和产业融合的促进作用,也揭示出目前行业发展面临着诸多困境——从行业整体发展趋势和布局到产品加工以及后续质量和品牌建设方面。有关加工业绩效提升的重点应放在加工能力和品牌建设上,但现有研究较少涉及行业数据分析与典型案例研究,本文将基于数据分析现状进行深度剖析,并结合对比案例、围绕提升加工产品附加值以及品牌价值给出绩效提升建议。

2. 实践现状。2015年全国规模以上粮食加工与制造企业实现主营业务收入44338.7亿元,较上年增长4.4%,全年累计实现利润总额2908.7亿元,比上年同期增长4.6%。2016年,规模以上粮食加工企业主营业务收入达到46584.6亿元,占制造业的比例为19.6%,粮食加工业已成为行业覆盖面宽、中小型企业多、带动农民就业增收作用强的重要支柱产业和民生产业。

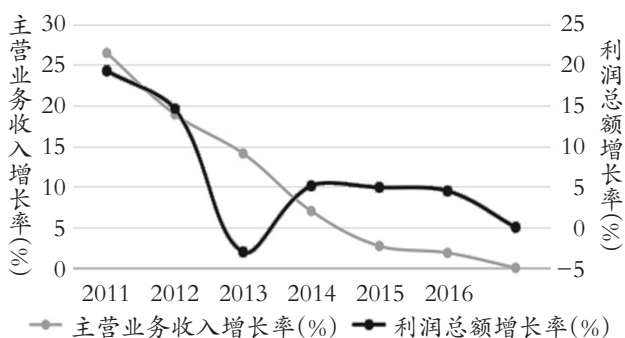


图1 2011~2016年农副产品加工利润总额与主营业务收入增长率

2011~2016年,我国农副产品加工业的整体盈利状况不容乐观。从图1可以看出,6年间,尽管农产品加工业产值与农业总产值比值从1.8:1提高到2.2:1,加工企业数量从6.9万家增加到7.6万家,但利润总额增速却十分缓慢,甚至在2013年出现了负增长,近3年的利润总额平均增长率仅为4.83%。主营业务收入增长率也逐年降低,主营业务收入增长率较低的行业有淀粉及淀粉制品制造、谷物磨制和豆制品制造,近3年的主营业务收入增长率也呈下降之势,分别为7.01%、2.69%和1.85%。整体而言,利润增长缓慢,主营业务增长率持续走低。

二、我国粮食加工企业绩效提升的制约因素

盈利能力通常指一定时期内企业在特定市场上获取利润以实现资本增值的能力^[18]。本文采用销售毛利率、销售净利率等财务指标评价粮食加工企业的盈利水平。从图2可以看出,2011~2016年我国粮食加工业销售毛利率总体呈上升趋势,但上升幅度较小;销售净利率基本呈上升趋势,但是上升幅度小,行业整体水平低;成本利润率有所提升,变动幅度不大;净资产收益率变化幅度较大,2013年行业净资产收益率为负,下降幅度较大,2016年净资产收益率虽呈上升走向,但增幅较小。

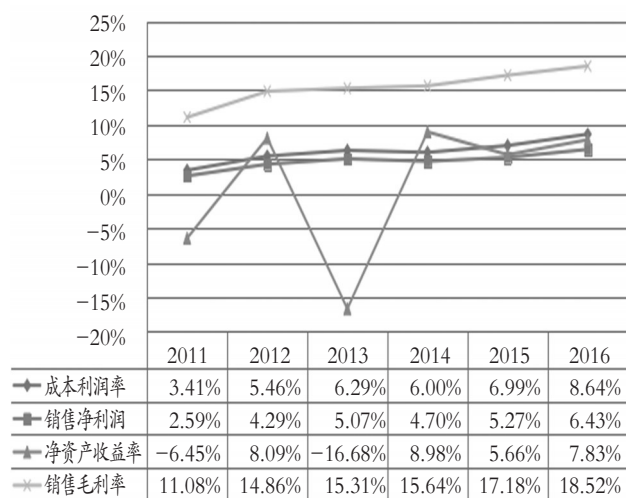


图2 粮食加工企业主要盈利指标分析

1. 成本控制与资源利用效率问题。与其他行业相比,粮食加工业营业成本占营业收入的比例最高,反映出目前我国粮食加工企业的营业成本投入与营业收入不匹配,行业整体发展受到制约。图3比较了部分加工行业的营业成本率。

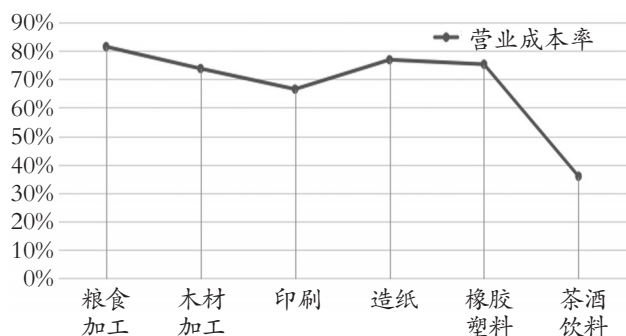


图3 部分加工行业营业成本率
(营业成本/营业收入)比较

粮食加工企业普遍存在成本管理缺陷,企业在产品加工过程中,面临加工设备、工艺落后问题,并

且由于运输路线规划和运输过程管理不善常会产生大量废品、次品,这些因素都将导致生产成本大幅度上升。2014年,全国规模以上粮食加工业营业成本率为87%,比2012年上升1.7%,全年营业成本率最高的粮食加工子行业分别是酱油、食醋及类似制品制造行业。据调查结果显示,上述三个子行业存在企业内部成本管理模式缺失或失效的情况,制作工艺相对落后,生产周期较长,导致了过高的营业成本率。

在加工技术方面,目前我国粮食加工企业对相关副产物的综合利用率较低。我国粮食初次加工过程中所产生的农副产品资源丰富,如稻壳年总量达4000万吨左右、米糠1000多万吨,麸皮2000多万吨,还有小麦胚芽、玉米芯等副产物,由于受到加工技术水平的限制,副产物的剩余价值未得到完全发挥,比如水稻加工后的稻壳用于发电和直接填烧锅炉的比例仅在30%左右,米糠虽然也用作榨油,但精炼米糠毛油的技术落后,米糠用于榨取食用植物油的比例不足10%,导致精炼等级低、成本高。粮食资源的进一步转化率较低,影响粮食加工企业利润的增加,最终导致企业资产收益率偏低。

2. 产品附加值的问题。我国粮食加工处于初级发展阶段,这一现象在经济不发达地区表现得尤为明显。具体表现为:低附加值产品多、高附加值产品少;单项产品多、系列产品少;初加工产品多、深加工产品少。整体来看,现阶段我国粮食加工企业主要以出售粗略加工以及低科技含量农产品为主,在生产环节和流通环节都有不同程度的低附加值现象。

在生产环节,我国粮食加工企业产业模式陈旧,没有充分挖掘副产物潜在价值和最大限度地延伸产业链。目前,发达国家农产品加工率接近90%,我国约为50%(初加工以上),位于中部地区的湖南省农产品加工率只有40%,使得我国农产品的加工增值只有1.2倍,而发达国家的增值可以达到2~4倍。发达国家二次以上的深加工农产品占80%,全国平均水平仅为30%左右,发达国家加工制造食品占食物消费总量的比重大约为80%,湖南省仅为30%。

在流通环节,品牌价值体系缺失是导致产品流通低附加值现象的主要因素之一。由于粮食加工企业建立产品差异化能力较弱,难以在同质化现象普遍的市场上建立可持续竞争优势,在成本和品质的权衡下,在持续经营期内很难提升产品议价能力和培育消费者价值认知意识,而凌驾于社会责任感之

上的逐利意识会减损消费者对产品的认同感,极易引发信任危机。构建品牌价值体系能够有效规避未能实现差异化的消极影响,并同时兼顾消费者对产品的持续关注度和认同感。

3. 宏观调控政策对价格的影响。2004年以来,为促进粮食生产稳步发展、增强粮食市场调控能力以及稳定市场预期,我国实行了粮食托市收购制度。政府加大粮食市场调控力度的主要途径是在粮食收购市场建立托市收购预案机制,但与预期政策效果相反的是,实行托市收购制度后,国内粮食市场面临着价格刚性化、国内外粮价倒挂和下游加工业成本高企等突出问题^[19]。在专项粮食储备和托市收购制度的双重影响下,政策效应占据了粮食价格市场调节制高点,由于粮食是诸多产业的初级生产资源,粮食托市收购价格看涨对产业链形成较大的冲击,粮食加工企业又处于产业链下游,过高的粮食收购价格导致原料成本占生产总成本的比重过大,收购成本居高不下,产业呈现“稻强米弱”“麦强面弱”的不利局面,导致粮食加工企业发展空间受限,产业整体发展陷入困境。而大型粮食加工企业与国家托市收购政策执行主体之间的博弈及粮食消费市场的激烈竞争,导致众多中小粮食加工企业利润微薄,进一步加剧了托市收购政策的负面影响。加上近年来经济发展步入新常态,行业整体发展面临的资源环境约束加大,人工、水电、流通、市场等运行成本上升较快,处于初加工前端的粮食加工企业盈利空间被进一步压缩。

三、我国粮食加工业绩效提升路径

1. 典型案例介绍。

案例一:中国粮油控股有限公司建立的全产业链模式将油脂油料、玉米、稻米、小麦、大麦等产业链有机地联系起来,实施从项目建设到原料采购、产品加工、仓储物流、销售等各个环节的全过程成本控制。具体见表1。

案例二:享有“中国米王”之称的北大荒米业集团,围绕稻谷深加工,延伸产业链,大力推进稻壳制炭、稻壳发电、稻谷油和米糠蛋白等稻米衍生品的综合利用,以提升产品附加值。具体见表2。

案例三:海天味业是一家从事农副产品加工的调味品企业,为拓宽产品的销售渠道,自2014年起企业持续推进品牌发展战略,品牌的传播度与销售产生良性交互,市场核心竞争力得到进一步增强。具体见表3。

表1 中国粮油控股公司案例

投入阶段	实施“自有基地”“订单农业”等战略,加强原料来源地区农业环境质量调研与监测,掌握国内优质粮源,控制产业链的源头
生产阶段	掌握关键物流资源和物流节点,降低仓储成本;完善加工布局——“产区+销区+临港”;采用先进生产工艺,自动化控制生产过程,以保证产品品质优良稳定
产出阶段	食品安全重点类企业建立实验室,对常规指标和部分食品安全指标进行检验;推进标准化成本控制方法

表2 北大荒米业集团案例

技术开发	与高等院校、科研单位“产学研”对接,设立科技研发中心
技术应用	围绕“米、糠、壳”三大研发技术路线,力求最大限度地利用稻谷产业链条中的衍生品
价值实现	建设稻壳发电、稻壳烘干、米糠油、大米粉示范生产线

表3 海天味业案例

工匠精神品质保证	将“工匠精神”作为企业品牌的核心竞争力,企业内部厚植工匠文化;推动精品工程建设,以工匠精神打磨产品品质;坚持传统阳光晾晒,确保原料充分发酵降解,绿色有机的产品是卓越品质的保证
媒介合作品牌创新	采用影视剧植入、冠名、赞助节目、利用新媒体等营销方式;通过精心设计和策划的广告语和节目环节进行社交传播,在社交媒体中引起了消费者的广泛关注和讨论,实现与年轻消费者的良性互动,进一步提升品牌价值

案例四:生鲜电商沱沱工社是现有农产品BBC领域的成功范例,主营“有机、天然、高品质”农产品,借助网络平台搭建的全产业链模式,从源头保证产品的安全、有机,为顾客创造更好的消费体验。具体见表4。

表4 沱沱工社案例

平台构建	建设独家门户销售网站,消费者可通过该平台完成采购、支付;借助第三方销售平台来扩大自身品牌知名度和拓宽销售渠道
物流服务	斥巨资投建全程冷链宅配系统,实现生鲜产品的直接配送,减少中转环节和产品损耗;依托第三方物流公司,确保农产品配送的及时性和准确性
消费终端	利用互联网将来自各个方面的受众信息积聚起来,经数据化分析农产品数据仓库,指导农场生产方向和种类,有效规避风险;开展线下试吃、免费品尝、农场基地参观等活动,通过与消费者的零距离互动来增进用户粘性

2. 粮食加工企业绩效提升路径——基于四个典型案例的比较分析。从成本费用控制角度,可以将其成本费用划分为投入、生产、产出三个成本环节,

根据每个环节的特点,制定相应的成本控制策略,可以有效降低粮食加工企业的成本费用。在投入阶段,粮食加工企业应重视对市场的调研,如粮源的种类、质量及分布情况,及时发现已有及潜在的竞争对手,以实现更准确的自我评价,根据消费者需求改进产品设计,编制成本预算。在生产阶段,以科学的成本预算为依据来管理现有资源,从而有效降低成本费用,在按时、保质提供产品的前提下实现最小的资金占用量。对成本进行精细控制,对产品的质量做好预防和把关,减少后续服务的成本费用,及时发现不必要的损失和浪费,降低企业日常经营过程中的生产成本。在产出阶段,及时、准确地计算产品的生产成本,分析整合、实时控制、如实反馈生产耗费,为经营决策提供相关的生产成本信息。案例一中中国粮油控股有限公司通过产前、产中、产后三个环节的成本控制策略,成功地建立起低成本、高效率的供应链系统,在提升产品竞争力的同时降低了产品成本,为社会提供了高附加值服务。

从产品附加值提升角度,粮食加工企业应当优化企业内部产业结构,加大对粮食加工科研技术的资金投入,提高企业研发水平。不断提升粮食加工企业技术创新能力,可以有效提高产品加工水平,减少粮食资源浪费,节约企业生产成本,实现产品由低档次、低附加值向高档次、高附加值的转变。在案例二中,北大荒米业集团通过协作、完善产业链等途径有效实现了加工过程产品附加值的提升,建立了一批规模化优质特色专用原粮生产基地,引导原粮标准化生产,同时整合种植、收储、加工、销售等环节的资源,构建了“产购储加销”体系,实现了产业模式创新,企业的“稻米综合利用研究”已被列入国家科技重点课题,研究开发的七类高附加值新品种填补了市场需求空缺。可见,鼓励技术创新、有效落实创新成果,是弥补以往产品低附加值的有效方法。

从品牌价值提升角度,优化农业产业结构、提升农产品的质量水平和市场竞争力,是实现农业增效的重要途径。具体到粮食加工领域,优质的粮食加工企业品牌不仅是信誉的凝结,更能为粮食加工企业创造更高的产品溢价。近年来,国家相继出台了相关文件推进品牌建设,农业部门和地方政府先后开展了园艺作物“三品”提升行动,打造“一村一品”试点,依托农业会展平台,培育推介品牌农业。截至2016年年底,我国“三品一标”总数达到10.7万个,种植面积达3000万公顷,约占同类农产品种植面积的

17%。加强品牌建设成果显著:2015年我国绿色食品产品,国内年销售额为4383.2亿元,较上年上涨26%,消费者对“三品一标”的综合认知度已超过80%,无公害和地理标志农产品的价格平均提高了5%~30%,申报绿色食品认证的企业中有将近70%的企业表示企业的产品价格提高、效益增加。上述经验数据表明,树立品牌意识,将品牌建设作为现代粮食加工行业可持续发展的重要抓手,是应对当前市场行情低迷、粮食加工企业生存困难的有效策略。案例三中,尽管面临国内经济下行压力以及消费者升级等因素影响,海天味业通过产品和营销创新,重塑竞争格局,使其成为消费者喜欢和信赖的增速最快的品牌。品牌建设价值提升效果显著,2016年海天味业实现营业总收入124.59亿元,净利润28.43亿元,处于我国调味品加工行业发展前列。

从市场占有率提升角度,粮食加工企业要积极利用农村电商发展的大好形势,运用“互联网+”平台积极打造具有本企业特色的供应链。“互联网+”平台将互联网和粮食加工业结合起来,创造出粮食加工企业发展新模式。“互联网+”能有效提高农村组织化程度,将分散的个性化供给和需求积聚起来,通过网络平台积聚形成规模效应,促进农业产业结构调整和产业融合发展^[20]。2015年,我国的电子商务交易额约为20.8万亿元,其中实物商品网上零售额为32424亿元,同比增长31.6%,电子商务正在迅速成为我国经济新的增长点,成为重要的社会经济形式和商品交易方式^[21]。平台构建既是对现有农村商品流通体系的创新和融合,也是应对地域分割、原粮供应困难、企业规模过小等问题的有效方法。在案例四中,沱沱工社借助“互联网+”的兴起,实现销售渠道的多平台构建、物流体系的建立以及消费体验的改善,满足优质化、多样化、个性化、定制化产品的市场需求,获得了更高的市场占有率以及更好的经营业绩。粮食加工企业借鉴这种经营模式,有助于实现产业链的上延下拓,构建企业价值链体系,推进产业结构优化升级。

四、结论与启示

粮食是关系国计民生的特殊商品,粮食加工业是粮食产业和食品工业的重要组成部分,是连接粮食生产、流通与消费的重要环节。如今我国正处于农产品加工业发展的战略机遇期,分析并解决发展过程中存在的问题是实现农业农村现代化发展的根本途径之一。基于统计数据与上市公司财务数据,本文

对农产品加工业盈利现状进行了分析,发现了我国粮食加工企业绩效提升的制约因素,并结合典型粮食加工企业案例进行比较分析,从不同角度提出了有效策略,以期不断推动农产品加工业的发展。

本文研究发现,制约粮食加工企业绩效提升的因素有营业成本高、产品附加值低、加工过度 and 资源综合利用率低等,其中附加值提升、品牌建设尤其滞后。本文研究认为,为了提升粮食加工企业经营绩效,应建立投入、生产、产出的全过程成本控制体系,构建“产购储加销”一体化全产业链经营模式,培育和创建优质、高认可度、高市场占有率的粮食品牌,提升产品附加值,政府和市场应为行业发展营造适宜环境,颁布更多的优惠政策。近年来,伴随着城乡居民消费结构的升级,应用“互联网+”平台将有助于粮食加工企业迎来发展新突破。本文研究结果表明,我国粮食加工企业绩效提升需要不断解决制约发展的种种问题,既要充分利用科技进步、政策完善带来的发展机遇,也要突破传统思维、模式束缚,在降低成本费用和提升产品附加值的基础上优化资源配置和完善经营模式。推进农产品加工业绿色发展战略,培育优质生态农产品加工品牌,增强企业核心竞争力,提升企业可持续发展能力,是未来农产品加工业的发展方向。

主要参考文献:

- [1]梁占东,王秀东.中国粮食加工业战略转型路径研究[J].中国农业科技导报,2012(1).
- [2]宗锦耀.关于我国农产品加工业发展问题的思考[J].农村工作通讯,2014(8).
- [3]杜霖春.新时期我国农村食品加工产业集群化现状及发展对策[J].农业经济,2017(5).
- [4]刘明国,张海燕.新常态下农产品加工业发展特点分析[J].农业经济问题,2015(10).
- [5]林毅夫.产业政策与我国经济的发展:新结构经济学的视角[J].复旦学报(社会科学版),2017(2).
- [6]马子红,谭文珍,谢霄亭.我国农产品加工业的空结构调整与产业转移[J].生产力研究,2015(2).
- [7] Topi Rodoljub, Spasojevi Boris. Contemporary Aspects of Correlation between Agriculture and Rural Development[J]. Economic, 2016(2).
- [8] Jon Hellin, John Dixon, Sophie Higman, Alder Keleman. High-Value Agricultural Products and

Poverty Reduction: Smallholder Farmer Access to Maize Markets[J]. Journal of Crop Improvement, 2011(4).

- [9]孙宝国,王静,谭斌.我国农产品加工战略研究[J].中国工程科学,2016(1).
- [10]韩艳旗,韩非,王红玲.湖北省农产品加工业产业基础与综合发展能力研究[J].农业经济问题, 2014(6).
- [11] Xingang Weng, Hui Yang, Lei Wang. Research on Cold Chain Logistics Traceable System for Fresh Agricultural Products[J]. American Journal of Industrial and Business Management, 2015(12).
- [12]王玉峰,张瑞瑶,漆雁斌.农产品加工企业质量安全控制水平评价:基于四川79家企业的调查[J].农村经济,2017(7).
- [13] Spencer Henson. Identity Economic Incentive for Canadian Red Meat and Poultry Processing Enterprises to Adopt Enhanced Food Safety Control[J]. Food control, 2007(18).
- [14]钟真,陈淑芬.生产成本、规模经济与农产品质量安全——基于生鲜乳质量安全的规模经济分析[J].中国农村经济,2014(1).
- [15]邓贝贝,颜廷武.关于我国农产品品牌建设的思考[J].山东农业大学学报(自然科学版),2011(4).
- [16]莫金玲.农产品品牌建设——山东平度农产品品牌战略的启示[J].华南农业大学学报(社会科学版),2006(S1).
- [17] Unchasa Seenuankaw, Chollabhat Vongprasert. Information Behaviors in Value Adding of Farmers' Production and Marketing in Thailand [J]. New Library World, 2015(3/4).
- [18]胡玉明.财务报表分析[M].大连:东北财经大学出版社,2016.
- [19]詹琳,蒋和平.粮食目标价格制度改革的困局与突破[J].农业经济问题,2015(2).
- [20]万宝瑞.新形势下我国农业发展战略思考[J].农业经济问题,2017(1).
- [21]柳思维.发展农村电商加快农村流通体系创新的思考[J].湖南社会科学,2017(2).

作者单位:湖南商学院会计学院,长沙410205