

图书基本信息

书名：<<农产品质量安全信息传递机制研究>>

13位ISBN编号：9787565500947

10位ISBN编号：7565500941

出版时间：2010-9

出版时间：中国农业大学出版社

作者：孙小燕

页数：182

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

本书共分为6章。

首先，界定了研究范畴，并探讨了农产品、农产品质量、农产品安全以及农产品质量安全的概念与内涵。

接着，分析了当前农产品质量安全问题的表现、影响和成因。

然后，从逆向选择和道德风险两个方面，深入研究了信息不对称是如何造成农产品质量安全问题的；并从农产品自身属性、信息传递成本、信息传递载体和手段、信息传递外部机制、信息可追溯机制和市场信誉机制等多个方面，分析了导致农产品质量安全信息不对称的原因。

最后，提出了矫正信息不对称、提高农产品质量安全水平的对策。

本书可供农林经济管理、农村区域发展、农业推广等经管类专业和食品科学等有关专业的在校学生学习使用，也可供从事农产品生产、经营、管理、教育和科研等各方人士参考。

希望您不论是从头到尾的仔细研读，还是有重点地翻阅，都能够从本书中得到有益的启示。

#### 作者简介

孙小燕，女，山东经济学院副教授、博士，主要研究方向为农业和农村经济、资源与环境经济。参与各级各类科研项目20余项，其中主持4项，发表学术论文20余篇，出版编著2部。

书籍目录

- 1 导论
  - 1.1 问题提出
  - 1.2 研究目的与意义
    - 1.2.1 研究目的
    - 1.2.2 研究意义
  - 1.3 研究思路与内容
    - 1.3.1 研究思路
    - 1.3.2 研究内容
  - 1.4 研究方法与数据来源
    - 1.4.1 研究方法
    - 1.4.2 数据来源
  - 1.5 研究创新与不足之处
    - 1.5.1 可能的创新
    - 1.5.2 存在的不足及有待进一步研究之处
- 2 理论基础与文献综述
  - 2.1 范畴界定
    - 2.1.1 农产品的内涵与属性
    - 2.1.2 农产品安全性
    - 2.1.3 农产品质量
    - 2.1.4 农产品质量安全的科学内涵
  - 2.2 外部性理论与应用
    - 2.2.1 含义、影响与治理
    - 2.2.2 农产品市场存在外部性
  - 2.3 准公共品理论与应用
    - 2.3.1 含义、属性与供给方式
    - 2.3.2 农产品质量安全属于准公共品
  - 2.4 逆向选择与信号传递、信息甄别理论
    - 2.4.1 逆向选择：柠檬市场模型
    - 2.4.2 信号传递模型（signalling model）：斯宾塞劳动力市场模型
  - 2.5 道德风险与委托代理理论
    - 2.5.1 道德风险理论与借鉴
    - 2.5.2 委托代理理论与借鉴
  - 2.6 成本—收益理论
    - 2.6.1 农产品质量安全的商品属性
    - 2.6.2 农产品质量安全的成本分析
  - 2.7 文献综述
    - 2.7.1 国外研究综述
    - 2.7.2 国内研究综述
- 3 严峻的农产品质量安全形势：问题、影响与成因
  - 3.1 农产品质量安全问题日益突出
    - 3.1.1 国内农产品质量安全事件频繁爆发
    - 3.1.2 农产品出口屡次受阻
  - 3.2 农产品质量安全问题影响重大
    - 3.2.1 消费者身体健康受到威胁
    - 3.2.2 公众心理恐慌更为严重

- 3.2.3 国际声誉与政府形象受到影响
- 3.2.4 农产品供应链上的多个参与主体经济利益受损
- 3.3 农产品质量安全问题成因分析
  - 3.3.1 农产品生产加工环节的内因分析
  - 3.3.2 农产品流通经营环节的内因分析
  - 3.3.3 农产品消费环节的内因分析
  - 3.3.4 农产品各环节的外部监管体系不健全
  - 3.3.5 其他方面的原因
  - 3.3.6 小结：信息不对称是农产品质量安全问题产生的主要原因之一
- 4 信息不对称对农产品质量安全的影响机理
  - 4.1 农产品供应、消费与管理过程中存在严重的信息不对称
    - 4.1.1 农业生产资料供给者与农产品生产者之间的信息不对称
    - 4.1.2 农产品生产者与农产品加工者之间的信息不对称
    - 4.1.3 农产品加工者与农产品销售者之间的信息不对称
    - 4.1.4 农产品销售者与农产品消费者之间的信息不对称
    - 4.1.5 政府（监管者）与农产品供给者之间的信息不对称
    - 4.1.6 政府（监管者）与农产品消费者之间的信息不对称
    - 4.1.7 整个农产品供应链体系信息不对称程度是各环节信息不对称程度的累积
  - 4.2 信息不对称情况下的不完全逆向选择：中国农产品“柠檬”市场分析
    - 4.2.1 不完全逆向选择：农产品“柠檬市场”的理论分析框架
    - 4.2.2 农产品“柠檬市场”的形成机理——基于不完全逆向选择模型的分析
    - 4.2.3 农产品“柠檬市场”的危害：资源配置效率和社会经济福利水平均下降
  - 4.3 信息不对称情况下的道德风险：农产品质量安全问题的又一诱因
    - 4.3.1 农产品生产者故意隐藏农产品产量的道德风险
    - 4.3.2 农产品供给者肆意降低农产品质量的道德风险
    - 4.3.3 取得认证的农产品供给者销售质量低于认证标准农产品的道德风险
    - 4.3.4 农产品供给者隐藏提高农产品质量安全方法的道德风险
    - 4.3.5 农产品加工者和销售者隐藏农产品需求信息的道德风险
- 5 农产品质量安全信息不对称的原因
  - 5.1 农产品基本属性决定了信息不对称
  - 5.2 信息优势方传递信息的单位成本过高
    - 5.2.1 信息传递单位成本过高阻碍了信息优势方传递信号的积极性
    - 5.2.2 组织化程度低是信息传递单位成本过高的主要原因
  - 5.3 信息优势方传递信息的载体和手段不科学、不规范
    - 5.3.1 标签使用不规范，导致信息传递不全面、不真实
    - 5.3.2 广告宣传不规范，导致信息数量不足、质量不高
  - 5.4 信息传递的外部机制不完善
    - 5.4.1 信息传递的外部机制不完善加剧了信息不对称
    - 5.4.2 农产品质量安全信息体系不健全，导致信息传递效果不明显
  - 5.5 信息可追溯机制不健全
    - 5.5.1 信息可追溯机制不健全将有碍信息的追踪与追溯
    - 5.5.2 我国农产品质量安全可追溯体系建设尚处于试点阶段，信息追溯功能难以有效发挥
  - 5.6 农产品市场信誉机制尚未确立
    - 5.6.1 信誉机制可以有效地矫正信息不对称
    - 5.6.2 信用体系不健全严重影响到信誉机制效能的发挥
- 6 加强信息传递，提高农产品质量安全水平
  - 6.1 农产品供给组织化：提高信息传递的积极性

- 6.1.1 农产品供给组织化可提高信息传递的积极性
  - 6.1.2 我国农产品供给组织化存在的问题
  - 6.1.3 我国农产品组织化供给的推进方略
  - 6.2 农产品标签、广告管理：规范信息传递的载体与手段
    - 6.2.1 农产品标签管理：规范信息传递的载体
    - 6.2.2 农产品广告管理：规范信息传递的手段
  - 6.3 农产品质量安全信息体系：完善信息传递外部机制
    - 6.3.1 农产品质量安全信息体系是信息传递的有效外部机制
    - 6.3.2 完善农产品质量安全信息发布体系
    - 6.3.3 构建农产品质量安全风险信息收集与交流体系
    - 6.3.4 健全农产品质量安全信息服务体系
  - 6.4 农产品质量安全可追溯体系：健全信息追溯机制
    - 6.4.1 可追溯体系可有效矫正信息不对称
    - 6.4.2 农产品质量安全可追溯体系的基本内容
    - 6.4.3 我国农产品质量安全可追溯体系建设存在的问题及制约因素
    - 6.4.4 构建农产品质量安全可追溯体系的对策建议
  - 6.5 农产品质量安全信用体系：构建信誉机制
    - 6.5.1 以信用体系为支撑的信誉机制可有效矫正信息不对称
    - 6.5.2 农产品质量安全信用体系的构成
    - 6.5.3 突破农产品质量安全信用体系建设的瓶颈
    - 6.5.4 农产品质量安全信用体系建设的保障措施
- 参考文献

## 章节摘录

外部性理论有助于本文分析农产品市场，农产品市场的外部性体现在两个方面：一方面农产品市场上的正规生产者（生产的农产品合乎标准规范的生产者）对消费者和非正规生产者（生产的农产品不合乎标准规范，容易产生质量安全问题的生产者）产生正外部性；另一方面农产品市场上非正规生产者对消费者和正规生产者产生负外部性。

（1）正外部性。

正规的生产者生产并出售合乎标准的农产品，不仅解决了消费者食用问题，而且还给消费者带来了食品卫生的安全感，这样正规生产者对于消费者就产生了正外部性。

同时，由于正规生产者的优质农产品在消费者心目中留下了良好的印象，当消费者不能准确分辨优质农产品和伪劣农产品时，就可能凭借着正规生产者留给他们的印象去购买，而实际结果可能是购买了劣质的农产品，结果给非正规生产者多带来了利益，这样正规生产者对非正规生产者的正外部性也就产生了。

（2）负外部性。

非正规生产者生产的劣质产品一方面影响了消费者正常食用，并容易使消费者对农产品消费产生不安全感，而这些影响，非正规生产者是没有为之支付成本的，这样非正规生产者的行为就对消费者产生了负外部性。

同时，劣质农产品在消费者心目中留下的恶劣印象还导致消费者会对市场上的优质农产品产生怀疑，使得农产品市场不能够实现“优质优价”，从而影响了正规厂商的利益，对正规厂商产生了负外部性。

外部性的存在，将导致正规生产者因生产成本过高而减少优质农产品的供给，而非正规生产者则会增加劣质农产品的供给，劣质农产品驱逐优质农产品的现象相继发生，市场失灵。

因此，借鉴上述理论，政府就要构建和完善农产品质量安全的外部监管制度，使农产品市场上的“外部效应内部化”。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>