

吴国正. 生鲜农产品跨季销售模式探讨及对策研究[J]. 江苏农业科学, 2013, 41(11): 424-426.

生鲜农产品跨季销售模式探讨及对策研究

吴国正

(重庆大学经济与工商管理学院, 重庆 400044)

摘要: 生鲜农产品季采季销的现象比较普遍, 导致生鲜农产品经常出现滞销, 同时不能满足消费者对生鲜农产品多样性需求, 不利于我国现代农业的发展。提出生鲜农产品跨季销售模式, 阐述推行该模式的动因、运行机理和保鲜服务类型, 并给出相应的对策建议, 以实现生鲜农产品跨季销售科学开展和生鲜农产品价值增值。

关键词: 生鲜农产品; 跨季销售模式; 价值增值; 现代农业; 对策

中图分类号: F323.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2013)11-0424-03

生鲜农产品具有生产的周期性、供给的时令性、需求的全年性等特点, 这些特点使得我国每年总会出现生鲜农产品“滞销”的现象, 从而导致生鲜农产品销售价格波动频繁^[1-3], 而消费者在淡季时的需求却得不到满足, 这种生产方式已经不能适应我国现代农业发展的要求, 推行生鲜农产品跨季销售, 进而改变生鲜农产品流通方式刻不容缓。2010年6月, 国家发展改革委员会在《农产品冷链物流发展规划》中提出要“通过冷链物流带动农产品跨季节均衡销售”的构想^[4], 使得生鲜农产品跨季销售成为社会关注的热点问题之一。

生鲜农产品传统的运作模式是“生产+销售”, 由于生鲜农产品在常温下不易储藏, 且我国农产品流通体系比较落后, 生产商必须在生鲜农产品销售旺季结束之前将生鲜农产品销售出去^[5], 未销售完的生鲜农产品将腐烂变质。通过在流通

过程中对生鲜农产品进行保鲜, 可以提高生鲜农产品的质量^[6], 减缓变质。生鲜农产品跨季销售模式改变了传统的运作模式, 从“生产+销售”转变成“生产+保鲜+销售”, 提高了生鲜农产品产业链的价值, 是传统生产模式的升级, 是生产活动的继续, 是对生鲜农产品产业链的完善。

1 推行生鲜农产品跨季销售的动因分析

1.1 解决当前我国生鲜农产品“卖难”的问题

在销售旺季, 生鲜农产品大量上市, 往往出现“滞销”现象, 为了尽快将成熟的生鲜农产品销售出去, 生产商往往会进行低价销售; 有时其销售价格甚至低于采收成本, 导致生产商就会任其腐烂在田地里, 这样既浪费了社会资源, 又影响生产商的积极性, 造成生鲜农产品市场供给长期处于波动状态。如果生产商或者经销商将部分生鲜农产品储藏起来在淡季进行均衡销售, 有助于解决由于集中上市造成生鲜农产品“卖难”的问题。

1.2 满足消费者多样性需求

由于生鲜农产品供给的时令性、需求的全年性, 消费者在淡季很难购买到需求的生鲜农产品, 大棚种植技术虽然满足

二是加强对市场的监控, 重视农产品价格对通货膨胀的传导作用。农产品价格上涨是通货膨胀上升的重要先导信号, 应加强对市场的监控, 在农产品价格变化时对物价水平的未来变动作出合理的预期和判断。

参考文献:

- [1] 胡冰川. 消费价格指数、农产品价格与货币政策——基于2001—2009年的经验数据[J]. 中国农村经济, 2010(12): 37-45.
- [2] 刘小铭. 我国粮食价格与居民消费价格关系研究[J]. 经济问题探索, 2008(4): 37-41.
- [3] 罗永泰, 李津. 我国农产品价格波动对通货膨胀的影响分析[J]. 上海金融, 2010(7): 14-17.
- [4] 卢锋, 彭凯翔. 中国粮价与通货膨胀关系(1987—1999)[J]. 经济学: 季刊, 2002, 1(4): 821-836.
- [5] 徐雪高. 新一轮农产品价格波动周期: 特征、机理及影响[J]. 财经研究, 2008, 34(8): 110-119.
- [6] 张照新, 翟雪玲, 宋洪远, 等. 通货膨胀、农产品价格上涨与市场调控[J]. 中国农垦, 2011(1): 64-66.

收稿日期: 2013-04-03

基金项目: 中央高校基本科研业务费(编号: CDJXS12020001)。

作者简介: 吴国正(1986—), 男, 河南信阳人, 硕士, 研究方向为物流与供应链管理。E-mail: wuguozheng2006@163.com.

3 结论与政策启示

本研究通过对农产品价格和通货膨胀建立误差修正模型, 证实两者之间存在长期的协整关系, 农产品价格每上升1个百分点, 将会导致通货膨胀水平上升0.98个百分点。在估计误差修正模型基础之上进行的脉冲响应分析结果表明, 农产品价格上涨对通货膨胀的上升具有较明显的助推作用, 而通货膨胀上升也会促使农产品价格上涨, 并且从长期来看农产品价格会产生蛛网理论预期的规律性循环波动特征。农产品价格和通货膨胀对自身的冲击也具有显著的正向影响。

上述结论为防止农产品价格暴涨暴跌、维持物价稳定 and 经济社会健康发展提供了2点明显的政策含义: 一是促进农产品的稳定供给, 尽量避免农产品价格暴涨暴跌。物价水平的上升会提高农业生产成本, 因此可能会对农产品的稳定供给产生影响。政府部门应通过向农民传导准确透明的农产品价格信息、激励农业生产的积极性、遏制农产品炒作市场风险等途径, 促进农产品的稳定供给, 避免农产品价格大幅波动。

了消费者在淡季时对部分生鲜农产品的需求,但当前的种植技术并不能实现所有生鲜农产品的种植,尤其是一些时令性水果,例如柿子、荔枝等。跨季销售可以解决消费者在淡季时“买难”的问题,这样既提高了社会福利水平,又满足了消费者多样性需求。

1.3 完善生鲜农产品产业链,保证农民稳定增收

在传统的农业生产中,生鲜农产品只能季产季销,没有销售完的生鲜农产品只能低价处理或者任其腐烂,跨季销售实现了生鲜农产品在全年的销售,完善了生鲜农产品的产业链,促进产品增值。由于生鲜农产品可以在全年销售而不是只在旺季销售,所以生鲜农产品跨季销售改变了传统的生鲜农产品运作模式,农民可以扩大种植规模满足全年的需求,进而实现稳定增收。

1.4 平抑市场物价

生鲜农产品供给的不确定性造成市场价格波动频繁,一旦生鲜农产品供给不足,就会造成物价飞涨,影响老百姓的生活,尤其在一些突发情形例如雪灾、洪水等发生下,供给的突

然变化造成市场物价急速上升。如果储存了部分生鲜农产品进行跨季销售,就可以投放市场,缓解供应中断或者供求突变的紧张局面,避免物价飞涨,保障民生。例如今年北京地区的大雾,造成外地生鲜农产品很难进入北京市场,使得北京市场生鲜农产品价格飞涨,此时,如果北京地区冷藏一些跨季的生鲜农产品,则可以补充市场需求,起到平抑物价的效果。

2 生鲜农产品跨季销售运行机理及保鲜服务类型

2.1 生鲜农产品跨季销售运行机理

生鲜农产品跨季销售是指生产商根据全年的市场需求,确定生鲜农产品的种植规模,生鲜农产品经过一段时间的生长进入销售旺季,生产商或者分销商经过质量检验、拣选、包装、预冷、化学保养等活动,储存保鲜部分生鲜农产品在淡季销售,实现错季销售,从而提高经济效益。生鲜农产品跨季销售是一个系统工程,包括生鲜农产品的生产、保鲜、销售等环节,其运行机理如图1所示。

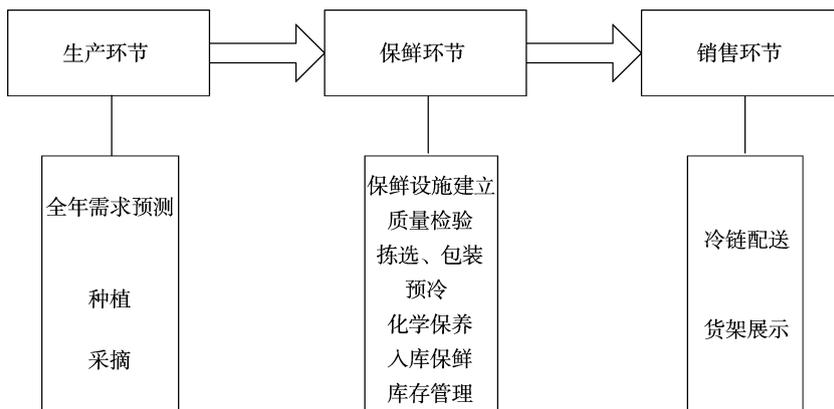


图1 生鲜农产品跨季销售运行示意

2.1.1 生产环节 包括生鲜农产品的全年需求预测、种植和采摘。生产商根据淡旺季的市场需求预测,或者按照下游客户的订单决定生鲜农产品的种植面积,生鲜农产品经过一段时间的生长,进入成熟期后,采摘下来的生鲜农产品一部分在旺季时销售;另一部分经过储藏保鲜后在淡季销售。

2.1.2 保鲜环节 包括保鲜设施的建造、质量检验、拣选、包装、预冷、化学保养、入库保鲜、库存管理等,具体流程为:首先需要建造合格的保鲜设施,确保生鲜农产品适宜的储藏环境,同时,设计建造的保鲜设施要能满足多种生鲜农产品的保鲜要求,避免保鲜设施在产量不足时出现闲置现象;对入库的产品进行质量检验,例如农药残留等,确保跨季销售产品的食用安全;根据对淡季市场需求预测,确定跨季的销售量,并进行拣选、包装、预冷、化学保养等工作;入库保鲜,在保鲜过程中,要加强库存管理以及室内环境的控制。

2.1.3 销售环节 指通过冷链物流,将生鲜农产品配送到各零售终端,零售商将生鲜农产品摆放在货架上吸引消费者购买。生产商或者分销商根据批发价格调整出货量以及出货时点,从而实现利润的最优。

2.2 生鲜农产品跨季销售保鲜服务类型

随着国家以及企业对生鲜农产品跨季销售越来越重视,我国生鲜农产品跨季销售得到很快的发展,农产品的流通逐

步放开,生鲜农产品跨季销售的所有环节不是由一个企业单独完成,需要生产商、保鲜服务提供商、分销商的共同协作,这些市场主体从事其中的1个或者2个环节,利用自身优势实现生鲜农产品产业链的良性运作。生鲜农产品跨季销售保鲜服务类型主要有3种:

2.2.1 生产商利用自有保鲜设施进行跨季保鲜 这种类型生产商负责生鲜农产品的生产与跨季保鲜,分销商负责生鲜农产品的销售。在销售旺季,生产商根据市场需求预测,将一部分生鲜农产品储藏在自有的保鲜设施内进行储藏保鲜,剩下的生鲜农产品进行旺季销售。在储藏保鲜过程中,生产商要做好保鲜过程中的库存管理工作,进入销售淡季后,分销商向生产商收购生鲜农产品,然后供应市场。当前,在一些农业大县,一些农民自发组织成立合作社,合作建造保鲜设施,共同开发市场,降低市场风险,提高规模效应,起到了不错的效果,这种模式可以在广大农村进行推广。

2.2.2 分销商利用自有保鲜设施参与跨季保鲜 这种类型是指分销商在旺季时,向生产商采购生鲜农产品,并利用自有保鲜设施进行储藏保鲜。在采购之前,分销商要对生鲜农产品进行质量检测,然后预测淡季的需求并入库保鲜,通过提高库存管理水平进而提高生鲜农产品的质量,进入淡季后,分销商向各零售终端配送生鲜农产品满足市场需求。由于分销商

直接面对零售终端,能够随时了解市场需求,同时拥有充足的资金进行批量采购,所以这种模式在我国的农业大县值得推广。

2.2.3 专业的跨季保鲜服务商提供保鲜服务 这种类型是指生产商或者分销商在旺季时,将生产或收购的生鲜农产品交由专业的保鲜服务提供商进行储藏保鲜,保鲜服务提供商不从事生鲜农产品的生产、销售,只是提供专业的保鲜设施以及专业化的管理,并从生产商或者分销商处获得保鲜服务费。生产商或者分销商根据旺季的市场价格以及服务费用,决定淡季的销售量,保鲜服务提供商提供包括质量检测、拣选、包装、预冷等保鲜服务,这种服务模式一方面分工专业化,提高了农业的运作效率,另一方面降低了储藏过程中的损耗,提高了跨季销售的生鲜农产品的新鲜度,越来越受到市场欢迎。

3 推行跨季销售的对策和建议

推行跨季销售,对于解决我国生鲜农产品“卖难”问题、节约社会资源、满足消费者多样性需求、平抑市场物价,促进我国现代农业的发展具有重要意义,这需要生产商、分销商以及保鲜服务提供商的通力协作,更需要政府的大力支持。针对生鲜农产品跨季销售提出如下的对策和建议:

3.1 政府多途径提高企业参与保鲜设施建设以及跨季产品销售的积极性

由于生鲜农产品进行跨季销售需要建立专业的保鲜设施,而保鲜设施的建立需要投入大量的资金,且资金回收周期较长,同时,生鲜农产品的价格波动性较大,经营生鲜农产品的风险也相对较高,储藏过多可能会再次出现“卖难”问题,这都导致企业进入生鲜农产品跨季销售领域的积极性不高。要提高企业的积极性,政府可以从以下几个方面进行:首先,为进入生鲜农产品跨季销售这一领域的企业提供多种税收如营业税、增值税等减免优惠政策;其次,对建设冷链保鲜设施所使用的土地等提供优惠政策,享受政策性业务的自用房产、土地可以免征房产税、城镇土地使用税;再次,对缺少资金的企业提供无息或者低息贷款;最后,为参与跨季销售的企业提供技术支持。

3.2 引导农民参与跨季销售

我国生鲜农产品的生产还处在“小农户、大市场”的发展阶段,农民参与市场的意识不强,对生鲜农产品跨季销售的认识不足;缺少改造保鲜设施所需资金,没有购买农业保险的习惯;保鲜技术水平与管理水平比较低下,农民生产的生鲜农产品只能在旺季销售,生鲜农产品不能实现增值,也就不能带动农民增收。从以下几个方面鼓励并引导农民积极参与生鲜农产品的跨季销售:首先,宣传生鲜农产品跨季销售的价值,通过鼓励并发挥本乡经纪人、能人、大户的带头示范作用,宣传跨季销售的必然趋势、优势和发展前景,引导农民参与跨季销售;其次,对农民自建微型保鲜库与改建保鲜库所配置的保鲜机械提供农机补贴;再次,引导农民购买农业保险;最后,对农民提供技术指导,提高管理水平,保证生鲜农产品的质量。

3.3 加快保鲜技术的研发,降低保鲜成本,提高保鲜质量

农产品跨季销售涉及多门学科和多种技术,保鲜技术的先进性直接关系到生鲜农产品市场价格的高低,需要集中多学科人才才能进行技术突破,而我国在这方面的专业人才储

备不足。目前,对农产品的保鲜技术研究已经成为很多国家的热门课题,国外农产品保鲜技术研究的新成果层出不穷,而我国还处于起步阶段,同时,科研与市场脱节,科研院所开发的新技术不能在市场上得到很好的应用。为了加快我国保鲜技术的发展,首先,鼓励高校设置与生鲜农产品跨季销售相关的专业,培养高水平的人才;其次,引进并吸收国外先进保鲜技术,与国外拥有先进技术的企业组成合资公司共同开拓国内市场;最后,设立专项基金支持企业与科研院所合作研发与生鲜农产品跨季销售相关的保鲜技术。

3.4 加强农民与企业之间信息的无缝对接

生鲜农产品跨季销售在很大程度上是为了解决“卖难”的问题,如果生产商和下游企业之间信息沟通不畅,就会再次出现保鲜的生鲜农产品面临“卖难”问题,这既浪费了保鲜所支付的成本费用,又打击了生产商的积极性。要避免“卖难”问题再次发生,从生鲜农产品开始采摘到跨季生鲜农产品销售的整个过程,生产商、下游企业之间需要加强信息沟通,预测跨季销售的储藏量;农户可以与企业合作,按“订单储藏”,共享市场信息,实现信息无缝对接。

3.5 做好主要产区生鲜农产品跨季销售的试点工作

当前,关于生鲜农产品跨季销售的推广尚不成熟,国内的生鲜农产品跨季销售多数仍停留在农户窖藏阶段,还没有达到产业化运作。在当前阶段,政府应该做好部分生鲜农产品主产区的试点工作,为今后进行大面积推广生鲜农产品跨季销售积累经验,同时,制定相关的产业政策以及生鲜农产品跨季销售的发展规划。

4 结论

生鲜农产品跨季销售是促进农业增效、农民增收的有效途径,它为农村产业结构调整与优化、发展农业产业化经营提供了可靠的技术载体,必将推动我国农村经济发展。我国生鲜农产品跨季销售还处在起步阶段,潜力很大,各级政府应该根据农业产业化向高端迈进的思路,突破生鲜农产品跨季销售的门坎,延长生鲜农产品的保鲜时长,推行跨季销售,增加生鲜农产品的附加价值,建立长期而有效的增长机制,同时辅以适当的政府补贴,引导当地的生鲜农产品保鲜储藏产业快速发展。

参考文献:

- [1] Macdonald J M. Demand, information, and competition: why do food prices fall at seasonal demand peaks? [J]. The Journal of Industrial Economics, 2000, 48(1): 27-45.
- [2] 王冬冬, 李丽琴. 基于供应链管理视角的生鲜农产品共同配送模式[J]. 江苏农业科学, 2012, 40(12): 400-402.
- [3] 张丽凤, 占鹏飞. 基于农户增收的鲜活农产品物流模式研究[J]. 江苏农业科学, 2012, 40(7): 381-383.
- [4] 国家发展改革委. 农产品冷链物流发展规划[Z]. http://www.sdpc.gov.cn/zcfb/zcfbtz/2010tz/t20100730_364312.htm, 2010, 6.
- [5] 张晓林, 罗永泰. 基于全产业链的农产品流通困局与流通体系建设研究[J]. 商业经济与管理, 2012(12): 16-22.
- [6] 但斌, 王磊, 李宇雨. 考虑消费者效用与保鲜的生鲜农产品EOQ模型[J]. 中国管理科学, 2011, 19(1): 100-108.