

刘 兵. 电子商务与“农社对接”相结合的创新流通模式[J]. 江苏农业科学, 2015, 43(7): 484-486.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2015.07.160

电子商务与“农社对接”相结合的创新流通模式

刘 兵

(天津农学院经济管理学院, 天津 300384)

摘要:农产品流通方式创新是解决农民卖菜难、市民买菜贵、农产品质量安全等问题的根本途径。提出 1 种电子商务和“农社对接”相结合的创新流通模式, 该模式克服了 2 种模式单独作用的不足, 体现出更大的价值。通过进一步分析新模式的实现条件, 提出推广这种新模式的政策建议。

关键词:农社对接; 电子商务; 新型流通方式; 农产品流通; 新型模式

中图分类号:F252.1 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-1302(2015)07-0484-03

当今社会, 农民卖菜难、市民买菜贵、农产品质量安全问题已经成为民生问题的焦点, 受到了高度关注。这些问题的主要根源在于我国鲜活农产品流通方式长期存在着一些缺陷^[1]: 我国农产品生产者为一家一户小规模的经营方式, 造成产销信息不衔接、农产品流通渠道不稳定, 进而产生农民“卖菜难”的问题; 农产品流通过程中环节过多, 流通成本较高, 特别是在“最后一公里”农产品价格飙升, 导致市民“买菜贵”; 农产品流通中主体过多, 且缺乏有效的监管, 导致食品安全事件频发^[2]。因此, 积极探索新型的鲜活农产品流通方式, 开辟鲜活农产品流通新渠道, 对于突破流通瓶颈, 有效解决农民卖菜难、市民买菜贵、农产品质量安全等问题具有重要的意义。

收稿日期: 2014-07-12

基金项目: 国家社会科学基金(编号 12BGL079)。

作者简介: 刘 兵(1983—), 男, 吉林长春人, 博士, 讲师, 研究方向为农产品流通。E-mail: liubingsir@sina.com。

品种, 提高粮食种植技术和农业机械化水平, 大力培育农业科技人才, 稳定从事农业技术推广的人才数量。

4.3 减少城镇化对粮食生产的影响

目前湖北省正在推行城镇化建设, 而城镇化建设必然带来耕地面积的减少、农业劳动力的流失等负面影响, 应该尽量减少城镇化给粮食生产带来的负面影响, 如加大对失地农民的补偿力度、提高农民的技术水平、推行规模化种植、提高农业生产效率等。

4.4 避免过度施用化肥

实证结果表明, 化肥施用量对湖北省粮食产量没有显著影响。因此, 在农业生产中, 不应再单纯依靠化肥来提高粮食产量, 而应该根据不同的粮食作物合理施肥, 避免过度施用化肥而造成产量的下降。

4.5 加大政府对粮食生产的支持力度

实证结果表明, 政府对粮食生产的支持力度还不小, 并没有显著提高农民的种粮积极性, 造成农业人口的大量流失。因此, 为了确保产能, 应该加大政府对粮食生产的支持力度, 提高农民的种粮积极性。具体来说, 应该完善农业服务保障

2007 年以来, 我国相继出现的“农超对接”“农校对接”“农社对接”等新型农产品流通模式都是对传统农产品流通方式的改造和完善。这些新型流通模式有效地减少了流通环节, 加强了产销信息衔接, 对于降低流通成本、提高农产品质量安全水平、搞活农产品流通、促进农民增收具有重要意义^[3]。最近, 我国政府对农产品流通方式的创新越来越重视, 并提出运用现代科技手段改造农产品流通方式的意见。2012 年以来的中央“一号文件”中都明确提到“创新农产品流通方式”, 并提出充分利用现代信息技术手段发展农产品电子商务等现代交易方式。

在这样的背景下, 笔者根据几年来参与“农超对接”“农社对接”调查研究经验, 提出 1 种把电子商务与“农社对接”相结合的创新流通模式, 重点阐述这种新型流通模式的基本思路、特征优势、重要作用及实现条件, 以期为加快我国农产品流通方式创新提供理论参考。

体系, 建立农业产前、产中、产后的服务体系, 完善农业灾害的预警机制, 加大农业补贴力度, 提高农民的生产水平, 完善农村金融服务体系。

参考文献:

- [1] 朱再清, 陈昉源. 湖北省粮食生产模型与投入要素效益比较分析[J]. 湖北农业科学, 2006, 45(5): 531-533.
- [2] 李晓敏, 丁士军. 对湖北省粮食生产效益的实证分析[J]. 安徽农业科学, 2006, 34(12): 2906-2908.
- [3] 王雨濛. 湖北省粮食生产灰色关联动态分析[J]. 农业技术经济, 2011(6): 81-86.
- [4] 鲍文杰, 刘易科, 朱展望, 等. 湖北省粮食生产现状分析与发展对策[J]. 湖北农业科学, 2012, 51(24): 5549-5552.
- [5] 张似松, 程建平, 汤颢军, 等. 依靠科技进一步增强湖北省粮食生产能力[J]. 湖北农业科学, 2013, 52(5): 1196-1198.
- [6] 肖海峰, 王 姣. 我国粮食综合生产能力影响因素分析[J]. 农业技术经济, 2004(6): 45-49.
- [7] 李经谋. 中国粮食市场发展报告[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2014: 206-207.

1 电子商务与“农社对接”发展现状

1.1 农产品电子商务的困境

农产品电子商务是指利用计算机和网络技术来实现农产品的展示、买卖等一系列的营销过程。随着网络经济的崛起,电子商务以其信息化、高效便捷等优点在我国获得迅速发展。据中国互联网络信息中心统计,截至 2012 年 12 月底,全国网络购物用户规模达到 2.42 亿,使用率提升至 42.9%,然而其中的农产品电子商务却始终发展迟缓,消费者通过网络购买鲜活农产品的比例极低,而且购买的鲜活农产品大多数属于精装的、高档的小众农产品。从消费者的角度来看,农产品电子商务存在的主要问题有:(1)我国消费者购买生鲜农产品的频次较高,而且在购买时更喜欢通过摸、看、闻、甚至品尝等感官刺激来挑选农产品,电子商务不适应这种消费习惯;(2)由于农产品标准化程度低,消费者担心网购的农产品品质与网上宣传的不一致;(3)在虚拟的网络世界里,消费者缺乏对农产品卖家的信任^[4]。

1.2 “农社对接”存在的问题

本研究对于“农社对接”的定义为:农民专业合作社在城市居民小区开设直销店,将自产农产品直接销售给消费者的产销对接流通方式。2011 年农业部启动了“农社对接”试点工作,引导合作社与城市社区开展对接。据商务部统计,截至 2013 年 8 月底,全国参加农社对接的合作社达 1.49 万家,建立直销店 2.3 万个,覆盖社区 2.7 万个,7 500 多万人受益。

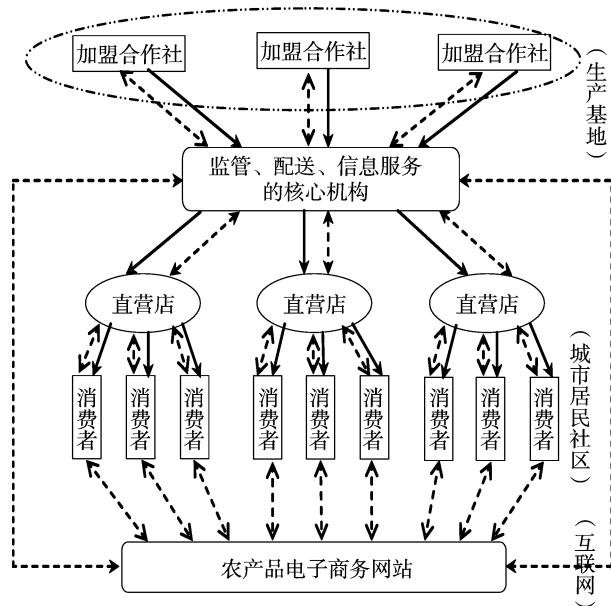
虽然这种新型的产销对接流通模式能够减少流通环节,但是在实践中这种模式的运营难度还较大。根据实践经验,笔者认为,当前我国农民专业合作社规模普遍较小、实力有限,在销地建立直营店直接负责农产品零售,要承担较大的市场风险,盈利难度较大,并提出了以下 3 点理由:(1)由于合作社生产的农产品种类比较单一,通过在一个居民社区范围内零售,难以实现很大的销售量,盈利困难;如果合作社扩大直营店的数量,将销售网点覆盖至许多社区,就要付出高额的经营成本(物流成本、店铺成本、人员销售成本等),容易出现亏损。(2)即使有些合作社种植的农产品种类丰富,但是由于缺乏零售管理经验,信息化水平较低,难以根据消费者需求的变化及时调整商品种类和数量,盈利难度较大。(3)与连锁超市相比,一般情况下超市生鲜农产品只占总销售额的 30% 以下,而 70% 以上的份额都来源于利润率较高的日用百货、烟酒、加工休闲食品等产品,即使生鲜部门不盈利或亏本,超市也可从其他部门获得补偿。而农民专业合作社直销店只经营农产品,没有其他高利润率产品,一旦出现市场价格低于总成本的情况,经营就会难以持续下去。

2 电子商务与“农社对接”相结合的流通模式

根据上述分析,农产品电子商务和“农社对接”模式都具有明显的优点,但是都存在一些局限性,从而制约了这 2 种新型流通模式的发展。本研究提出将这 2 种新模式有机地组合起来,以期进行流通模式的再创新。

如图 1 所示,构建电子商务与“农社对接”相结合新型流通模式(以下可简称新模式)的基本思路包括以下几点。(1)创建 1 个集农产品监管、物流配送、信息服务等功能为一体的

核心机构,该机构可以是专业的农产品管理公司,也可以由几家合作社联合创建。(2)以核心机构为主体,选拔合格的农民专业合作社作为加盟的农产品供货商,并对这些加盟合作社实施统一管理、统一监控、统一营销,合作社之间通过信息平台实现信息共享。(3)各加盟合作社将达到标准的农产品先统一集中到核心机构的配送中心,进行质检、分选、加工、包装、贮藏,再根据各直营店的消费需求信息,统一配送到各个直营店。(4)以核心机构为主体,选择合适的城市居民小区开设农产品直营店,所有的直营店采取加盟连锁的方式,实施统一配送、统一管理、统一营销,加盟店之间通过信息平台实现信息共享。(5)消费者可以到所在社区的直营店即时选购农产品,也可以通过直营店下订单,预购标准化的生鲜农产品。(6)以核心机构为主体,创建农产品电子商务网站,网站上提供的是加盟合作社及其商品的信息,消费者可以通过该网站订购农产品,然后可以到所在社区的自营店取货。(7)为提高消费者对电子商务农产品的信任度,社区自营店提供农产品的标准样品,可以触摸及品尝。如果消费者通过电子商务所购买到的农产品与标准样本差别很大,则可以在自营店中当场退换。(8)核心机构根据电子商务网站和直营店的消费数据,及时制定生产计划和采购计划,及时调配农产品种类和数量。



虚线箭头代表信息流向,实线箭头代表产品流向
图1 电子商务与农社对接相结合的新模式

新模式结合了电子商务和“农社对接”的优点,将体现出更大的社会价值和商业价值,具体表现在以下几个方面。(1)发挥了“农社对接”的优势,有效地减少了流通环节,降低了流通成本,解决了“最后一公里”问题;直营店店面较小,建点容易,布局灵活,而且设立在居民社区,更贴近百姓,使广大居民能够更便捷地购买到便宜、新鲜、优质的鲜活农产品。(2)发挥了电子商务的优势,能够实现农产品供需信息高效、双向流动,而且利用电子商务网上空间无限延展的优势,解决了自营实体店场地空间局限、商品种类有限等问题,并确保了社区生鲜农产品直营店经营的常态化。(3)通过农民专业合

作社联合、直营店连锁加盟的方式,由专业的运营机构实行统一管理、统一监控、统一营销,能够有效地解决“农社对接”模式中单个合作社规模小、品种单一、实力弱、直营网点少等问题,而且有利于实施品牌化管理。(4)通过对加盟合作社实施统一的生产标准化管理,且执行严格的采购标准、配送标准,提高农产品的标准化水平,能够解决电子商务中产品标准的问题;消费者可以从互联网订货,也可以在直营实体店订购、挑货、验货、收货,有问题还可以退换货,有利于解决电子商务中农产品消费习惯问题,提高消费者对农产品电子商务的信任度、满意度。(5)新模式中对农产品的生产、流通实施较为严格的监管,有利于建立农产品可追溯体系,从源头上保障食品安全。(6)实施新模式更有利于加强产销关系衔接,实现以需定产的订单农业,形成产区和销区的利益联动机制。不仅保证了城市居民“菜篮子”种类丰富、品质安全,而且稳定了销售渠道,有利于促进农民持续增收。(7)新模式的扩展能力较强,并且随着模式的发展,经营的产品范围可以从大众日常消费的农产品扩展到珍稀特色礼品类农产品,可以从生鲜农产品扩展到其他类食品;服务的对象可以从社区普通居民扩展到单位食堂、饭店等团体顾客。

3 新模式的实现条件

3.1 组织条件

近些年来,我国农民的组织化程度不断提高,特别是在 2007 年《农民专业合作社法》颁布之后,全国农民专业合作社数量迅速增加。据农业部和国家工商总局统计数据显示,2008 年底全国在工商部门注册的农民合作社总数达到 11.09 万家;至 2014 年 2 月底,合作社总数增加到 6 130.22 万家,现在大约平均每 2 个村就有 1 个合作社。根据调查数据可以预测,未来几年内合作社数量仍将快速增长。合作社的发展突破了我国农民小规模种植的限制性,为新模式的实现提供了良好的组织条件。但是合作社之间缺乏沟通与合作,须要创建专业的农产品管理公司把合作社整合起来,并承担整个新模式的运营工作。

3.2 农产品的标准化条件

农产品标准是对农产品的规格、品质、安全性等方面所作的技术规定。农产品标准化是新模式成功运作的关键因素。长期以来,我国采用传统的农业生产经营方式和流通方式,对标准化重视程度不够,农业标准化体系建设相对落后,以及各类标准不统一^[5]。因此,在新模式中亟须根据消费者需求特点,建立统一的农产品标准体系,包括生产规程、质检标准、采购标准、包装标准等,以保障新模式的顺利实施。

3.3 技术条件

现代技术与设施装备是新模式构建的重要物质基础,构

建新模式所需要的关键技术与设施装备主要有标准化生产技术、电子信息及其管理技术、配送加工技术、冷链物流技术、质量检测技术、产品溯源与监控技术等。目前国内这些技术已经比较成熟,难点在于把这些单项技术进行集成创新,运用到新模式中发挥更大的作用。因此,在新模式实施过程中须要同提供相关技术的单位建立合作关系,通过集成研究,把关键技术有效集成起来。

3.4 政策条件

当前我国政府为各地农产品流通方式的创新创造了良好的政策环境,积极扶持“农社对接”等新模式的发展。2011 年,农业部启动了“农社对接”试点,专门划拨专项资金积极扶持各地试点的开展。因此,须要抓住政策有利契机,积极探索电子商务与“农社对接”相结合的流通模式。

4 结论与建议

农产品流通方式创新是解决农民卖菜难、市民买菜贵以及农产品质量安全等问题的根本途径。农产品电子商务、“农社对接”是当前我国农产品流通方式的 2 种全新模式,但是这 2 种模式都存在着一些问题,使其发展处于困境。本研究根据我国农产品流通的实际情况,提出将电子商务和“农社对接”相结合,进行二次创新,形成 1 种新型的流通模式。这种新模式集合了前 2 种模式的优点,体现出更大的社会价值和商业价值。

为了实现并推广这种新模式,本研究提出以下政策建议:(1)在鼓励农民专业合作社发展的同时,要对合作社实行严格审核,规范其内部制度;(2)支持合作社联社的创建与发展,加强相关合作社之间的交流与合作;(3)扶持创建专业的农产品管理公司,使其承担新模式的组织和运营;(4)规范现行的农产品国家标准体系,支持企业根据消费者实际需要制定企业标准体系;(5)通过支持农产品流通技术集成创新,促进新模式的迅速推广。

参考文献:

- [1] 胡定寰. “农超对接”怎样做? [M]. 北京:中国农业科学技术出版社,2010:141-146.
- [2] 彭磊,孙开钊. 基于“农餐对接”的农产品流通创新模式研究[J]. 财贸经济,2010(9):105-111.
- [3] 姜增伟. 农超对接:反哺农业的一种好形式[J]. 华夏星火·农经,2009(12):30-31.
- [4] 李欣. B2C 农产品电子商务发展对策研究[J]. 中国商贸,2012(5):111-112,114.
- [5] 金爱民. 农业标准化作用与机理研究[D]. 上海:上海交通大学,2011:71-72.