

Research on the Optimization of “Internet+” Agricultural Product Circulation Mode under the Strategy of Rural Revitalization

Jinglin Ke

Business School of Huanggang Normal University, Huanggang, Hubei, 438000, China

Abstract

“Internet+” has a huge impact on the production and sales of agricultural products, market circulation, greatly expanded the sales channels of agricultural products, promoted the circulation of agricultural products, promoted the implementation of rural revitalization strategy, and accelerated the development of agricultural modernization. The paper analyzes the current “Internet+” agricultural product circulation model and finds that it has problems that the market’s small farmers do not fully use the Internet to effectively connect with the market, the rural logistics infrastructure is backward, agricultural product logistics information is not shared, and the agricultural product standardization is lagging. The paper optimizes and innovates the existing model of “Internet+” agricultural product circulation based on the rural revitalization background.

Keywords

Internet+; agricultural products; circulation mode

乡村振兴战略下“互联网+”农产品流通模式优化研究

柯晶琳

黄冈师范学院商学院, 中国·湖北黄冈 438000

摘要

“互联网+”对农产品生产销售、市场流通产生了巨大影响,极大地拓宽了农产品的销售渠道,推动了农产品的流通,推进了乡村振兴战略实施,加快了农业现代化的发展。论文对目前“互联网+”农产品流通模式进行分析,发现其存在市场主体小农户未充分利用互联网与市场进行有效对接、农村物流基础设施落后、农产品物流信息未实现共享、农产品标准化建设滞后等问题。论文基于乡村振兴背景对“互联网+”农产品流通现有模式进行优化和创新。

关键词

互联网+; 农产品; 流通模式

1 引言

2018年《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》中指出,大力建设具有广泛性的促进农村电子商务发展的基础设施,鼓励支持各类市场主体创新发展基于互联网的新型农业产业模式,深入实施电子商务进农村综合示范,加快推进农村流通现代化。2018年,中国农产品网络零售额到达2305亿元,同比增加33.8%,农村电商发展迅猛。“互联网+”对农产品生产销售、市场流通产生了巨大影响,喵鲜生、京东到家、顺丰优选、苏宁“苏鲜生”等电商平台纷纷进军生鲜领域,形成B2C、O2O等多种农产品新的流通模式,极大地拓宽了农产品的销售渠道,推动了农产品的流通,推进

了乡村振兴战略实施,加快了农业现代化的发展。

但是在“互联网+”农产品快速发展的背后,由于农村物流基础设施建设和物流配送网络不完善、农产品物流成本高及损耗严重等问题,成为制约农产品电商进一步发展的瓶颈,“农产品上行”仍是难题。2019年国家邮政局联合国家发展改革委等七部门共同出台了《关于推进邮政业服务乡村振兴的意见》,要整合资源建设电商仓储设施和快递物流园区,打造农村现代寄递物流网;建设现代化农产品冷链快递物流集散中心,推广冷链寄递标准和服务规范。笔者基于乡村振兴背景下尝试对目前“互联网+”农产品流通模式进行分析,优化农产品流通模式^[1]。

2 “互联网+”农产品流通现有模式主要存在的问题

2.1 “互联网+”农产品现有流通模式

“互联网+”农产品流通模式是基于第三方电商平台的农产品流通模式,电商平台作为农产品生产者(农户、合作社、农业生产基地、农业龙头企业)与分销商(超市、农贸市场、餐饮业)或消费者之间进行网络交易的平台,为农产品供需双方提供需求信息,简化农产品流通环节,缩短农产品的供应链。具体如图1所示。

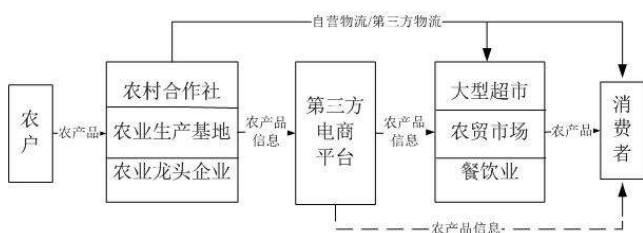


图1 “互联网+”农产品流通现有模式

2.2 “互联网+”农产品流通现有模式主要存在的问题

2.2.1 小农户与市场对接模式有待优化

目前,农产品流通的生产主体中农村合作社、农业生产基地、农业龙头企业生产规模大、标准化程度较高,有较强的市场竞争力,在农产品销售及流通过程中占据主导地位。农产品流通电商平台也较多,如阿里巴巴旗下的天猫喵鲜生,京东拍到家、中粮旗下的我买网、沱沱工社、顺丰优选等。根据商务部电子商务和信息化司的数据,目前中国范围内涉及农产品电子商务平台大概有3000家。

截至2018年底,中国农村的生产和消费主体有约2.3亿小农户,其中小农户家庭经营也是中国农业生产的主要方式。而农户生产规模小、标准化程度低,专业的农产品流通电商平台较少,目前主要的电商平台是阿里巴巴的淘宝汇吃和拼多多。在“互联网+”农产品流通模式中,大多数农户未充分利用互联网进行有效的市场供需信息交流,完成农产品交易。

2.2.2 农村物流基础设施落后

目前,农村物流基础设施建设落后,农村的物流配送网点匮乏,“农产品上行”之路依然艰难。国家邮政局数据显示,截至2018年中国乡镇网点覆盖率达到92.6%,而高达74.9%的建制村尚未配备农村电商配送站点。农村居民收发货到乡镇或县城办理,既不方便,也导致物流成本升高。由于农村

电商订单少且分散,利润低,无法形成规模,难以整合物流资源,除了阿里巴巴、京东、苏宁布局依托自身电商平台布局农村市场,大部分物流快递企业都不愿意布局农村物流配送,物流网点少,农村电商物流配送成本高。

农产品的生产季节性强、易损耗腐烂、不易储藏运输,要求供应链整体过程运用冷链物流。生鲜农产品的专业冷链运输能力与仓储能力供给不足,无法满足网络平台交易对高质量物流的需求。中国的瓜果蔬菜在流通运输环节中损耗高达20%~25%,而发达国家在这方面的损耗可以控制在5%以下。

2.2.3 农产品物流信息未实现共享

目前中国对农产品流通各个环节不断优化和调整,但是仍然存在信息化程度低、信息传递不流畅等问题。尤其是农村物流建设严重滞后,物流企业之间、物流企业与农户、生产企业和流通企业之间不能共享物流信息,通过信息技术提升农产品流通的能力较低。发达国家如美国拥有先进农业(农产品)计算机网络应用系统,美国46个州及美国以外7个国家的用户可以通过电脑等终端设备,信息服务系统可为农户提供农业信息,农户通过共享网络中的信息资源,对农产品物流各个环节进行适时跟踪及全程管理。目前,中国有全国农产品商务信公共服务平台,主要促进农产品销售,但是缺乏对农产品物流各环节的管理,商务信息与物流信息无法共享。

2.2.4 农产品标准化建设滞后

农产品标准化包括生产标准化和流通标准化。中国在农产品标准化体系建设上相对滞后,这成为制约“互联网+”农产品发展一个重要原因。中国生鲜电商平台,进口水果比例超过80%,中国农产品因缺乏生产标准,经常会出现农产品品质参差不齐,水果大小、重量、色泽等外观不一的现象;肉类尤其羊肉、牛肉等主要来自澳大利亚、智利、阿根廷、新西兰等地进口,中国肉品销售比例不高,主要是中国农产品标准化程度低,没有规范的生产管理和可追溯的产品信息。缺乏标准的农产品使消费者在网上很难甄别和选购,这在很大程度上制约着农产品的线上销售。目前中国只有少数大型生鲜电商平台尝试标准化,如京东生鲜的“生产创新”标准化,实现完全的标准化运营。从种子、播种、育苗到生长、出产、包装,全部标准化作业^[2]。

中国农产品在流通环节还没有形成标准化。物流设备、

技术缺乏标准,在储存与流通过程中未使用标准的材料进行包装,如周转筐、托盘、包装箱等材料尺寸过多,影响设备在不同单位、不同环节的周转,导致流通成本高、包装材料浪费,增加了流通的成本,也不利于对农产品的保护。发达国家如美国的农业合作社将农产品实行统一包装,不仅有利于农产品的运输和销售,而且能够有效减少农产品在流通过程中的损耗,使得果蔬类农产品的损耗率仅为1%~2%。在冷链技术方面中国仍然缺乏标准,导致冷链流通无法进行统一的数据采集和监管,不能进行实时的监控,农产品流通中若不能全程有按照要求的温度进行保鲜,农产品流通质量就得不到保证。同时,由于冷藏设备制造标准不统一,无法进行顺畅衔接,数据传递中断,冷链断链、不成链成为普遍现象^[9]。

3 “互联网+”农产品流通模式优化对策

为了加快农村电商,助力乡村振兴,对“互联网+”农产品流通现有模式进行优化和创新,具体如图2所示。

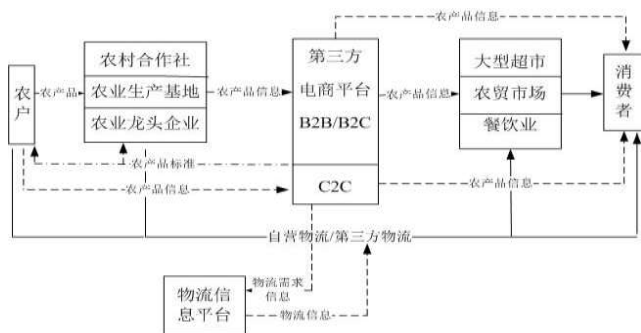


图2 “互联网+”农产品流通优化模式

3.1 优化“互联网+小农户”模式

在“互联网+”背景下,农村合作社、农业生产基地、农业龙头企业等凭借自身的规模优势,通过电商平台缩短供应链,加快了农产品的流通,与小规模、分散生产经营的小农户在农产品流通模式中存在很大的差异性。目前,小农户依然是中国农产品流通的主要市场主体,要发展以小农户为主体的专业电商平台,推广农产品流通的新模式。2018年拼多多“拼农货”模式成功建立起了农户+电商平台+消费者的供应链,短时间内迅速整合供需两端的信息,快速消化掉大批量的当季农产品,解决了小农户分散经营、农产品上行的难题。2018年,拼多多实现农产品网络零售额达653亿元。通过拼多多“拼农货”模式成功案例,要鼓励电商企业敢于尝试“互联网+”农产品流通方面的新模式,注重培养先进典型,

总结其成功经验,并予以宣传推广。

3.2 完善农村物流基础设施

完善农村物流体系,消除“最后一公里”的物流配送网点“瓶颈”,农村物流可以借鉴荷兰花农组建合作社的方式,整合物流资源,发展共同配送,实现规模化。目前,中国部分省市尝试建立区域物流信息服务平台,建设农村电商共同配送中心,发展共同配送。2018年杭州溪鸟物流科技有限公司成立,和各方合作伙伴搭建新乡农村物流网络,提供面向三四线以下的共同配送的技术平台服务^[4]。

引导和鼓励商贸流通企业、物流快递企业以联盟、合作等形式,发展共同配送,实现资源整合共享,建立农村快递合作社平台,集中收发货,改善主体散、弱、小的局面,完善农村物流网络,大大降低物流成本,提供农村物流服务水平。大力发展冷链运输。鼓励专业物流公司建立生鲜农产品仓储冷库,投入农产品专业运输设备,实现全程冷链运输的能力。

3.3 建设农产品物流信息化体系

建设农村物流的综合性信息服务平台,实现农产品生产者(农户和生产企业)、流通企业和物流运营主体之间共享资源。建立农产品市场预测预报体系,收集汇总来自农业、气象、

商务、交通、统计等相关部门的农业信息,并及时发布分析和预测结果,让农民掌握市场动态,以减少其生产和销售的盲目性与不确定性。信息服务平台除了基本的信息发布,还应发展智能配送、动态调度、库存管理、决策分析等功能,以帮助提高农村物流的效率。将加工、整理、仓储、运输、装卸、配送、信息处理等有机结合,加快移动互联网、物联网、二维码等信息技术生产加工和流通销售各环节的推广应用,实现对物流各环节的实时跟踪、有效控制与全程管理。

3.4 推行农产品标准化

从农产品种植、养殖到包装、流通、销售,物流等方面构建起完整的标准化体系,提升产品竞争力。推行农产品生产标准化,从前期的育种、到栽植管理都严格标准化,农产品在口感、色泽、大小、尺寸方面尽量统一。在国际上,很多国家和地区,农产品都有一套严格的标准,上市的农产品从外形到口感都必须符合标准。作为农产品销售渠道的电商平台,从尝试农产品筛选分级的标准化开始,逐步推行到生产全流程标准化^[9]。

提高农产品流通的标准化,首先投入标准化设备,减少农产品翻箱倒筐次数,提高设备的循环使用,实现农产品流通的“一步到位”,降低货损和包装成本。2017年,商务部、国家标准化管理委员会联合印发了《关于复制推广农产品冷链流通标准化示范典型经验模式的通知》,公布了一批示范城市和示范企业在农产品冷链流通基础设施建设标准化的经验和模式。中国政府应多种形式大力宣传农业标准化的重要意义,鼓励农产品生产主体、电商平台、物流企业等主体都支持农产品标准化工作,探索新型农产品冷链流通模式,加快农产品流通标准的实施,提升农产品冷链流通现代化水平。

参考文献

[1] 韩旭.“互联网+”农业组织模式及运行机制研究[D].北京:中国

农业大学,2017.

- [2] 郑琛誉,李先国,张新圣.我国农产品现代流通体系构建存在的问题及对策[J].经济纵横,2018(04):125-128.
- [3] 杨跃之.基于互联网+的农产品流通模式创新研究[J].商业研究,2016(09):30-32.
- [4] 张永强,高延雷,五刚毅,等.“互联网+”背景下农产品电子商务两种典型模式分析[J].黑龙江畜牧兽医,2015(11):8-11.
- [5] 潘双利,黄倩.小农户视角下农产品流通模式创新研究[J].物流科技,2019(4):15-28.

作者简介

柯晶琳(1984-),女,中国湖北大冶人,讲师,研究方向为物流管理。