

Analysis of Cooperation Mode between E-Commerce Platform and Farms

Na Zhang Jin Chen

University of International Business and Economics, Beijing, 100029, China

Abstract

For a long time, China's agriculture has been faced with such problems as complex industrial chain links, low resource efficiency allocation and unbalanced benefit distribution. In recent years, with the rise of the trend of e-commerce going to the countryside, many e-commerce platforms in China go deep into the source of rural production, cooperate with farms, use digital technology for standardized production, and use platform resources to realize the connection of production and marketing. This paper classifies the cooperation modes between e-commerce platforms and farms, and analyzes the advantages and disadvantages of different cooperation modes under different conditions, puts forward several suggestions on the quality supervision of e-commerce platforms based on the three cooperation modes.

Keywords

e-commerce platform; farm; cooperation mode

电商平台与农场合作模式分析

张娜 陈进

对外经济贸易大学, 中国·北京 100029

摘要

中国农业长期面临着产业链环节繁琐、资源效率配置偏低、利益分配不均衡等问题。近年来,随着电商下乡潮流的兴起,中国诸多电子商务平台深入农村生产源头,与农场合作,利用数字技术进行标准化生产,利用平台资源实现产销对接。论文对电商平台与农场的合作模式进行分类,并分析不同条件下不同合作模式的优缺点,针对三个合作模式提出电商平台进行质量监督的几点建议。

关键词

电商平台; 农场; 合作模式

1 引言

一直以来,中国农业小规模经营的模式长期存在^[1],组织化程度低,难以形成规模效应。此外,农产品从土地到餐桌经历了农户/基地—物流企业—批发商—零售商—消费者的五大环节^[2],每一个环节因为劳动、投入、损耗等要加价30%到50%左右^[2]。农业生产、加工、销售各个阶段的脱节使产业利益分配不均衡,产销难以对接,进而导致资源配置效率低。电子商务平台将数字技术引入农业,能较好地解决上述问题。数字经济与农业经济相融合,能扩大农业生产规模、提高资源使用效率、降低交易成本、赋能农业升级,为中国现代农业的发展带来了巨大动力和广阔前景^[3-4]。

农业数字化指农业各要素的数字化和以数字化的手段管理农业各要素^[5]。当前,中国电子商务平台领军企业通过与

当地农场进行合作,建立标准化生产管理模式,整合全产业链,实现农产品标准化和农业产销一体化,有效促进了农业发展与脱贫攻坚。论文对电商与农场合作的模式进行了分类,揭示了不同合作模式发展的特点,并提出合理的发展建议,力求为中国现代农业的发展提供新的思路。

2 合作模式分类

2.1 直接合作模式

直接合作模式是电商平台从众多产地中选取货源,对接货源之后可以与原产地或者合作社签订战略合作,进行长期稳定的合作。对于一些中等规模的优质生产者,电商平台亦可以直接采取“包园”的方式进行采购。直接合作模式中,电商平台不参与农产品生产,因此合作对象可以是小型农场,亦可以是大型农企建设的示范农场。目前,采用该模式与农

场进行合作的电商平台有本来生活网、我买网、苏宁等。

2.2 直供直销模式

直供直销模式是电商平台与农业公司合作建立农业种植基地，政府辅助，从生产到销售一体化的农业合作模式。在该模式中，电商平台主要负责数据农业获取、数据分析、提供销售渠道、提供物流支持；农业公司负责种植、选定品种、收购农产品、进行加工、专业化仓储等。电商平台与农业种植基地签订合作框架协议，进行数据监测、收集以及数字化生产，两者合作建仓，与农民签订合格包销协议，对产品进行质量筛选后通过电商赋能物流与销售，实现全过程的数字化。目前，采用直供直销模式与农场进行合作的包括阿里巴巴的“淘乡甜”数字农场项目、未来农场项目，京东集团的京东农场项目等。

2.2.1 生产端

电商平台与农业公司签订合作框架协议后，一般先要建立数字化的农场，即通过无人机对农产品种植基地进行测绘，标注土地归属，存储数据。测绘完成后，由当地政府出资，对耕地进行数字化设备覆盖，设备可监控水源、温度、风力等，帮助农业专家就如何进行农作物管理做出判断。数字化设备对各项种植数据进行收集，农民可以通过手机客户端，查看自家土地作物的健康状况、灌溉周期、收割时间、肥料用量等基本情况。部分电商平台提供的农业团队可以根据各项数据，向农户的手机发送种植建议信息，确保农作物种植质量。此外，电商平台还要对每个基地进行数字化建档，收录的信息可以帮助农户优化种植方案，提高农产品质量。农民不再单纯依靠传统经验进行种植，而是将数字技术和农户经验融合，两者相辅相成，实现高度精准化，提高农作物产量与品质。同时，农业公司辅助农户进行农作物选种、收购、加工、仓储，真正实现高质量、标准化生产；电商平台帮助企业建设产品和追溯体系，通过二维码来记录农产品各项信息，如品种、产地、检测报告等，做到农产品生产全过程的数字化管理。除生产端外，电商平台还会收集平台上各地消费者需求品类、最喜爱的品种等市场端数据，实现消费者数据端可追溯，然后把众多维度数据加以整合、处理、分析来指导生产。

2.2.2 物流端

物流的高额成本一直是农产品利润薄弱的原因之一。电商平台与农业企业会在当地政府的政策支持下合作选址建仓，

大批量运输，降低成本。物流中间环节的取消和电商平台给出的物流方案，消费者收到大米的时间大大缩短，进一步保证了农产品的新鲜度，最大限度地减少在物流过程中的损耗。

2.2.3 销售端

农业企业负责农产品收购（一般是合格产品包销），并进行统一加工处理后销售。电商平台一般采用线上销售，或者线上线下双渠道销售。例如，阿里巴巴就通过淘宝、天猫等线上平台，结合零售通、大润发、盒马线下平台，双管齐下销售农产品；京东则是通过线上“京品源”自营平台和自有品牌“京觅”进行销售。

2.2.4 金融端

电商平台旗下金融公司分别从授信方式、贷款方式、风险控制等方面给出解决方案和金融产品，走“融资+保险+农业”联动模式。首先，电商平台通过获取农民的生产规模和历史生产数据等信息来决定授信额度，免抵押、免担保，方便快捷。其次，放贷方式不是一次性现金发放。蚂蚁金服采用“贷钱放物”的方式，即提供淘宝平台上购买生产原料和生产设备的信用额度，保证贷款用于农业生产。而京东金融则是通过生产量化模型精准地把资金定时、定量的投入到生产过程中，减轻农民贷款闲置产生的利息负担。最后，在风险控制方面，电商金融公司与保险公司合作，保险公司为借款者提供包括农资安全险、人身意外险在内的综合保险。此外，电商金融公司还向农民提供符合需求的农民理财、农业保险和农产品众筹等金融服务。

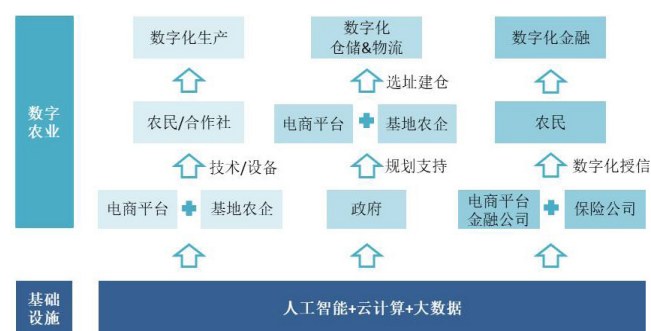


图1 直供直销模式

2.3 第三方“代服务”模式

2.3.1 第三方代服务方式

第三方代服务方式是电商平台通过与农村档卡户为集合的合作社进行合作，实现产销一体化，其合作重点是培养“新农商”和推广当地品牌。电商平台与合作社签约，为农场的

种植提供技术指导,并采集农业耕作数据。农作物成熟后,电商平台通过溢价收购,为档卡户带来更多利益,并结合自身物流、销售渠道进行销售。整个过程中,电商平台建立培训机制,签订协议,培养农业电商带头人,后期则逐渐退出,扮演一个“新农商”孵化企业的角色。

2.3.2 “代服务”机制

“代服务”机制是指以扶贫助农为目的,以农村地区建档立卡贫困户为集体的合作社为主体,电商平台提供资金、技术和渠道方面的支持,培育本土青年成为电商农业“带头人”,参与贫困户无偿成为农商公司股东。电商平台初期提供产业扶持和营销支持,形成稳定地代服务机制后退出,由合作社全权掌控,并由当地政府确保利益分配,拼多多就是这样的模式。在拼多多的“新农商”机制下,档卡户将无偿成为新农商公司的“股东”,并享有一系列优先条款。例如,新农商公司须优先收购成员村民的农产品,成员则可以任意选择销售对象;公司的所有运营利润,都面向集体新农商分红,确保其在收购款的基础上有更多额外收益;随着公司规模扩大,将逐渐覆盖更多农产品和农副产品,“股东”始终保有均等分红的权利。

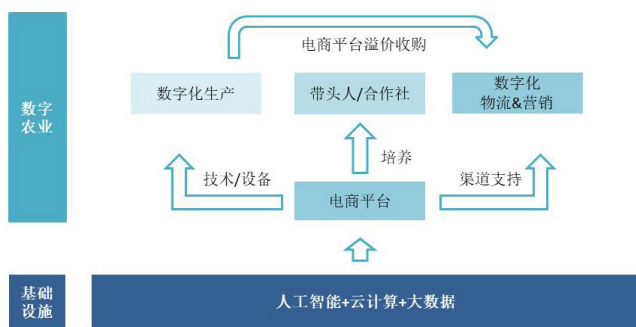


图2 “代服务”模式

3 合作模式分析

3.1 合作模式对比

3.1.1 直接模式与创新模式对比

从产业链布局上来讲,直接模式和创新模式有着根本的不同。直接模式的电商平台不涉及生产环节,资金投入相对较低,前期成本不高。而直供直销模式与“代服务”模式的电商平台与农场进行合作的核心都是凭借先进的农业生产技术、大数据和云计算能力以及电子商务平台本身在物流和销售方面的优势,帮助合作农场进行标准化、高质量的生产和加工,利用低成本运输和品牌化精准营销,实现产销一体化

和全过程的数字化。在这种模式下,农村地区打造出了完整的农业产业链,借助数字化平台,抗风险的能力有所提升。由于这种模式涉及农村地区经济结构的转型,所以对于电子商务平台来讲实施难度较大,风险较高,但成效显著且持久,有助于农村市场经济的可持续发展。

3.1.2 直供直销模式与“代服务”模式对比

从主体之间的合作关系上讲,直供直销模式与“代服务”模式有着本质区别。如表1所示,直供直销模式下,电商平台、农民(或者农业合作社)、农业企业、政府等各方之间建立了长久的合作关系,分别从产业链的不同环节进行合作,既各司其职,又相辅相成。采用直供直销模式的电商平台规模较大,有雄厚的资金实力,并且拥有自己的金融平台,大数据技术、云计算技术较为成熟,能完成整条产业链各个环节的运作和优化。例如,京东、淘宝这样的大平台,拥有自己的金融子公司、庞大的数据库和数据处理能力、农业数字化技术甚至自己的物流和仓储,平台拥有的资源越多,直供直销模式涉及的主体就越少,产业链合作方式越简单,合作效率越高。“代服务”模式下,电商平台作为“代服务”平台,主要目的是“代理”档卡户(或档卡户集体农业合作社)与各方(包括政府、农资供应商、物流服务提供商、银行等)建立合作关系,同时利用自身已有资源进行帮扶,培养农业“带头人”,待机制较为稳定时退出。“代服务”模式积极响应国家号召,尽可能多地帮扶农业贫困户,然而对于企业本身来讲,在退出后需要承担的诸如订单违约、合作终止、利益分配等风险更大。采用“代服务”模式的电商平台规模相对较弱,本身的业务能力无法深入农业产业链的各个环节,需要建立更多合作关系,这既是机遇,又是挑战。

表1 三种模式各有优缺点

模式	合作主体	合作期限	销售模式	违约风险	企业成本
直接合作模式	较多	短/中/长期	协议包销	较高	较低
直供直销模式	较少	长期	协议包销	较低	较高
“代服务”模式	较多	中期	溢价收购包销	较高	较低

3.2 不同情况下电商平台与农场合作模式总结

由于中国农民所处地理位置、当地资源有所不同,电商平台资源及能力也各有差异。因此,没有一个适用于所有平台和农场的合作模式。我们将电商平台、农村资源情况分别

进行假设与讨论,分类结果见表2和表3,最终得出不同情况下电商平台与农场合作最佳模式。

表2 电商平台资源情况分类

	金融支持	数字科技	物流建设
大型电子商务平台	子公司 & 联营企业	子公司 & 联营企业	自建 & 联盟
中型电子商务平台	合作 /-	合作	半外包
小型电子商务平台	-	-	外包

按照所掌握的资源和企业规模,综合性电子商务平台可以分为大型、小型以及介于大型和小型之间的中型。大型电商平台拥有金融子公司和数字科技公司(或联营企业),可以为母公司提供金融、数科支持,走在新兴科技发展的前沿,并且拥有较完善的物流体系。典型的大型电商平台是京东和阿里巴巴。小型电商平台没有自己的或者合作的金融公司和数字科技公司,物流系统完全外包给物流企业,拥有最少的资源。中型电商平台介于大型和小型之间,如拼多多、1号店等。

表3 农村资源情况分类

	政策扶持	农企	物流基础设施
条件较好的地区	有较少政策资金扶持	多家	较全
条件中等地区	政策资金扶持不足	一家	不完善
条件较差地区	有一定政策资金扶持	无	较差

中国农村地区资源分布情况不尽相同。条件较好的地区政策资金扶持较少,农企较多,物流基础设施较为完善。电商下乡是一个潮流,也是农业发展的必然趋势。综合来看,大型电商平台拥有较多资源,适合在条件中等以上的地区深入生产端,打通全产业链,采用直供直销模式或者代服务模式与农场、农企甚至政府进行合作。即使在条件较差的地区,大型电商也有能力对当地进行建设,但考虑当地农户经济和文化接受程度,建设强度和范围要适当。中型电子商务公司可以根据自身资源状况选择合作模式,“代服务”模式是不错的选择。以培养“新农商”的方式,建立新农商公司,让村民成为股东,调动农民积极性,实现高效发展。小型电商平台资源禀赋有限,可以采取直接合作模式,上游对接农企和农场,中游销售发挥自身平台优势,下游与物流企业进行合作,完成整条产业链的对接。这种合作模式涉及合作主体

众多,环节较多,因此效率较低且利益分配不合理。

4 发展建议

农产品电商的核心重点在于产品质量的把控,电商平台要想与农场建立长期合作的关系,就必须消除顾客对于农产品质量的顾虑。由于不同合作类型的产品把控环节有所不同,因此论文针对三个合作模式提出电商平台进行质量监督的几点建议。

对于直接合作模式来讲,把控产品质量存在于选货源的环节。选择此类模式的电商平台应当建立自己的选品标准,甚至可以与质检局建立合作,将产品质检信息公布在双方平台上,使产品质量有权威保障。此外,公司选货可以是多层次的,每层选择指标严格度递增,并将合格的农产品划分等级,供不同需求的消费者自行选择。

对于直供直销模式和“代服务”模式来讲,产品质量更可以从产品的标准化生产环节、产成品运输环节来把控。生产的标准化需要先进的农业生产工具、检测设备、数据传输设备以及农业种植专家团队的指导,科学生产标准的制定也是关键环节。因此,在前期投入上,电商平台可以联合有经验的农业企业、业内优秀的农资企业,保证生产质量,提高优质产品率,降低成本。在运输环节上,冷链运输近几年建设的风口。电商平台可以根据自身战略部署,选择自建冷链或者与冷链运输企业达成合作,降低远距离运输带来的农产品损耗。同时,在条件不理想的农场基地,平台也可以进行农商培训,通过采取科学的人工包装来保证运输质量达标。

参考文献

- [1] 罗必良.小农经营、功能转换与策略选择——兼论小农户与现代农业融合发展的“第三条道路”[J].农业经济问题,2020(01):29-47.
- [2] 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.
- [3] 温涛,陈一明.数字经济与农业农村经济融合发展:实践模式、现实障碍与突破路径[J].农业经济问题,2020(07):118-129.
- [4] 肖旭,戚聿东.产业数字化转型的价值维度与理论逻辑[J].改革,2019(08):61-70.
- [5] 王利民,刘佳,杨玲波,等.中国数字农业的基本理念与建设内容设计[J].中国农业信息,2018(6):71-81.