

# 基于全产业链视角的鲜活农产品流通体系创新研究

魏国辰,冀雪华

(北京物资学院商学院,北京 101149)

**摘要:**为了创新鲜活农产品流通体系,助力解决鲜活农产品流通问题,满足消费者的个性化、多元化需求,推动鲜活农产品流通体系转型升级,拟在总结梳理已有文献的基础上,基于全产业链视角,从政策法规相继颁布、“互联网+”持续推进、及时便利的消费需求、网络技术不断创新等方面系统地研究鲜活农产品流通体系创新动力的同时,借鉴发达国家的成功经验,融入“互联网+”思维,构建全产业链视角下鲜活农产品流通体系,提出一系列针对性对策建议,以期促进鲜活农产品全产业链的高质量发展,实现消费需求从“数量满足”向“追求质量”转型。

**关键词:**全产业链;鲜活农产品;流通体系;互联网+

**中图分类号:** S377; F252 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2020)13-0314-05

我国商务部的相关数据显示,2018年全国网上零售额突破9万亿元,其中实物商品网上零售额为7万亿元,同比增长25.4%,对社会消费品零售总额增长的贡献率达45.2%,较2017年提升7.3个百分点。顾客“多样化、个性化、便捷化”的消费需求,正在推动网络交易市场创新发展,使电商逐渐加速渗透于鲜活农产品领域。据波士顿咨询公司联合阿里研究院推出的《中国生鲜消费趋势报告》预测,2020年我国电商在城镇中的渗透率将达到15%~25%。目前,鲜活农产品流通体系仍存在组织化程度低、节点布局不合理、不同主体功能关系模糊等问题。《中共中央国务院关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康目标的若干意见》中强调,要用新理念解决“三农”难题。全产业链的“全”字凸显了自身全面整合资源的能力,通过助力协同链条主体间的关系,构建鲜活农产品质量安全追溯体系,从而促进消费需求从“数量满足”向“追求质量”转型。因此,如何利用全产业链理论、创新设计鲜活农产品流通体系,成为克服鲜活农产品“流通困局”的重要突破口。

## 1 相关研究综述

为了充分了解鲜活农产品的发展现状,实施适合我国国情的改进措施。马晨等通过研究提出,我国农产品流通体系存在成本高、效率低、技术水平落后等问题<sup>[1]</sup>。孙晶晶在分析国外农产品产供销流通渠道发展现状的基础上,提出农产品产供销一体化流通模式<sup>[2]</sup>。李京京等基于不同管理方式,将农产品流通模式分为传统流通模式和供应链流通模式2种;将流通终端分为生产基地+大型连锁超市、批发市场+小型连锁超市、第三方物流+批发商或零售商<sup>[3]</sup>。但斌等提出了基于社区经济的“互联网+”生鲜农产品供应链消费者-商家(C2B)流通模式与基于消费众筹的“互联网+”生鲜农产品供应链预售模式<sup>[4]</sup>。石岷然等认为,“互联网+农产品”的发展方向大致包含农产品生产规模化、流通精简化、发展区域经济、构建高端鲜活农产品品牌、构建安全的网络交易平台5个方面<sup>[5]</sup>。

为了促进鲜活农产品市场繁荣发展,中粮集团于2009年提出“全产业链”战略,强调以市场需求为导向,突出鲜活农产品从田间到餐桌各流程的协同,旨在从根本上解决鲜活农产品质量问题。张晓琳等认为,建立基于全产业链的农产品流通模式,有利于推动农产品流通网络体系的构建<sup>[6]</sup>。李腾飞基于全产业链视角对内蒙古农畜产品流通组织体系进行研究发现,实施全产业链管理有助于解决产品流通信息不畅、产销不衔接、流通成本高等问题<sup>[7]</sup>。

收稿日期:2019-06-02

基金项目:北京市社会科学基金(编号:18GLB041)。

作者简介:魏国辰(1964—),男,河南新密人,教授,主要研究方向为物流运作管理工程、农产品物流与供应链管理等。

通信作者:冀雪华,硕士,主要研究方向为物流运作管理工程。

E-mail: 2051758359@qq.com。

综上所述,现有研究多集中于鲜活农产品流通现状、问题与对策、流通模式等方面,虽然部分研究分析了“互联网+”对鲜活农产品供应链管理、运作优化的影响,强调了实施全产业链管理助力解决产品流通的问题,但是从理论层面融入互联网思维,基于全产业链视角构建鲜活农产品流通体系的研究尚显不足。为此,本研究基于全产业链视角,旨在重构鲜活农产品流通体系,力争丰富鲜活农产品流通体系的相关理论,从而促进鲜活农产品提质增效。

## 2 基于全产业链视角的鲜活农产品流通体系创新动力

### 2.1 颁布的相关政策法规

为了追随时代发展步伐,提高鲜活农产品流通效率,我国相继颁布了《关于加强鲜活农产品流通体系建设的意见》《关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康目标的意见》《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》等一系列政策法规。首次出现在政府工作报告中的“互联网+”行动计划对生鲜农产品现代流通体系产生了深远影响,变革了生鲜农产品流通体系的主体市场,创新了生鲜农产品流通组织方式,提升了生鲜农产品流通体系整体效率,整合了生鲜农产品产业链资源。同时,《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》指出,应把互联网创新思维与各领域深度融合,推动技术进步、效率提升、组织变革,提升实体经济的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的经济社会发展新形态,从而为创新鲜活农产品流通模式提供良好的发展环境,提高鲜活农产品流通的组织化程度。

### 2.2 “互联网+”持续推进

鲜活农产品供需不匹配造成的蛛网模型、牛鞭效应等现象,严重阻碍了鲜活农产品高质量发展,使“互联网+”思维融合于生鲜农产品流通模式、农村互联网金融、农业信息化等领域,将加速农产品种植业、流通业、物流业的发展,深刻影响鲜活农产品商业模式、产业链组织形态、政府治理方式等。“互联网+”秉承可持续发展的理念,是一种开放共享、互生共生的鲜活农产品供应链生态商业模式,可以合理分工鲜活农产品产业链的各参与者职能,发挥组织的最大效能。此外,“互联网+”模式助力形成以需求为导向的鲜活农产品流通模式,缩短了鲜活农产品流通链条,实现整个产业链的信息协同

共享,满足了消费者多品种、小批量、及时化的需求。

### 2.3 及时便利的消费需求

新时代下消费者的消费时间和场景逐渐碎片化,消费习惯呈多屏互动的发展势态,消费需求更倾向于信息便利性、交易便利性、获取便利性、处理便利性。其中,信息便利性体现在线上线下相结合的鲜活农产品交易形式,助力消费者在作出线上购物决定之前,全面了解产品信息,包括鲜活农产品种植情况、采摘时间、处理工艺、运输配送、食用价值等。交易便利性体现在消费者可直接通过线上渠道与商家沟通,及时高效地完成线上交易。获取便利性体现在消费者完成线上交易后,利用云平台整合线上、线下资源,及时便捷地获取鲜活农产品,满足自身实际需求。处理便捷性体现在消费者越来越倾向于购买净菜、半成品及经过烹饪的鲜活农产品,减少了用餐前的处理时间,从而满足了客户的便捷性消费需求。这些都使得传统农产品流通格局已经不适应新零售模式下的客户消费新体验,亟需创新鲜活农产品流通体系。

### 2.4 网络技术不断创新

在“互联网+”时代浪潮下,唯有融入新的营销理念,持续研发物流技术与相关设备,统筹布局鲜活农产品的各流通环节,才能紧跟鲜活农产品网络交易迅速发展的势态,确保鲜活农产品流通体系的运行效率持续提高。目前,大数据、区块链、物联网等技术被广泛应用到鲜活农产品流通体系中,逐渐成为鲜活农产品持续演变的核心动力。网络技术助力鲜活农产品线上、线下全渠道融合,打造大数据支撑、网络化共享、智能化协作的鲜活农产品流通体系,实现“小生产”与“大市场”高效对接。

## 3 基于全产业链视角的鲜活农产品流通体系的构建

《互联网思维独孤九剑》提出,互联网思维是借助高新技术,形成用户、简约、极致、迭代、社会、平台、跨界等互联网思维体系,以全新的思考方式重新审视整个商业生态<sup>[8]</sup>。为此,本研究融入“互联网+”思维,紧紧围绕可持续发展理念,建立了全产业链视角下鲜活农产品流通体系,详见图1。

最上层级遵循鲜活农产品质量管理准则,在落实 GAP(良好农业规范)、HACCP(危害分析与关键控制点)、GMP(良好生产规范)、产品质量管理规章制度的同时,使用数据识别卡、射频识别技术、自动识别技术等,发挥地理信息系统、客户管理关系系

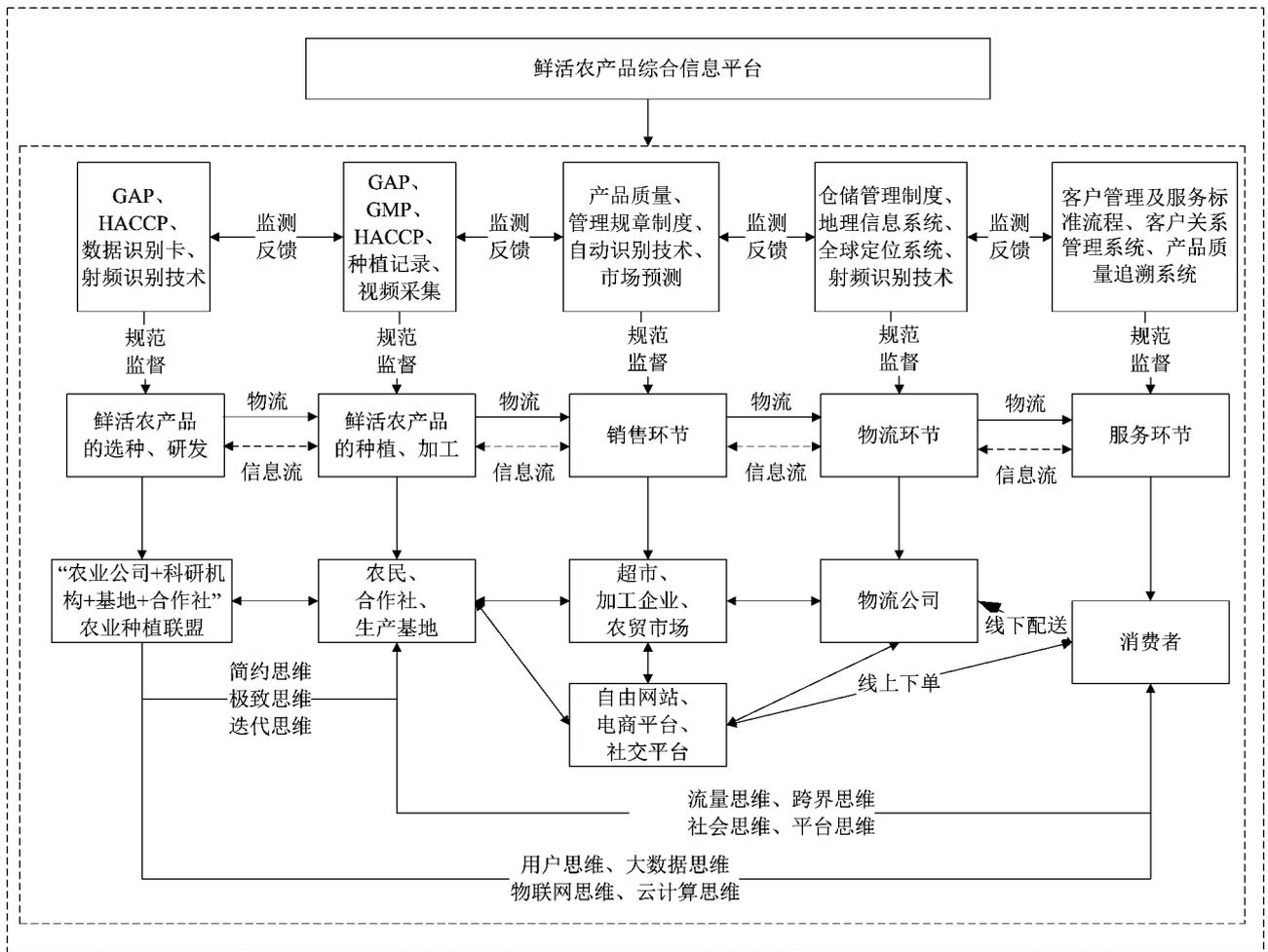


图1 全产业链视角下的鲜活农产品流通体系

统、产品质量追溯系统的作用,使价值链上各环节发生实质性“化学反应”;中间层级以全产业链鲜活农产品的生命周期为核心,涉及鲜活农产品的研发、选种、种植、加工、消费、物流、服务等环节,要求以消费者需求为导向,汇聚、共享、挖掘鲜活农产品数据,利用大数据信息调整供给策略。最下层级的主体有农业公司、科研机构、农民、合作社、加工企业、批发市场、农贸市场、电商平台、自由网站、社交平台、物流企业、消费者等,他们可利用海量信息资源、商业资源、网络资源、服务资源,实现资源的高效配置和优化重组,从而促进整个流通体系共享共赢。从横向一体化视角看,各主体处于价值链的不同节点,但在品牌、渠道、物流等方面可实现横向资源共享,最终实现“1 + 1 > 2”的协同效应。从纵向一体化视角看,合作方通过纵向兼并、纵向约束及战略联盟等形式形成一个利益共同体,实施对鲜活农产品各要素、各环节的全面管理。

全产业链视角下鲜活农产品流通体系的正常运转离不开鲜活农产品综合信息平台的支撑。本研究借鉴发达国家的成功经验,采用国家统一的编码标准体系和信息标准体系,标志、采集、记录、传递各环节信息,构建的鲜活农产品综合信息平台见图2。本研究旨在以互联网思维分析整个产业链的流通行为,促进鲜活农产品市场可持续发展。

鲜活农产品综合信息平台将功能划分为服务层、表现层、业务控制层、接口层、数据层。服务层是指价值链上的各行为主体和监管者;表现层是服务层与业务控制层进行信息交互的媒介,用户可通过互联网终端、查询终端等方式,接收业务流程处理的可视化结果;业务控制层是鲜活农产品流通体系运行机制的基础,通过阶梯式、循环性分析,预测市场需求,借助决策支持系统的理念和方法,形成各节点的决策方案,构建线下交易、商家-消费者(B2C)、线上线下结合(O2O)、商家-渠道-消费者

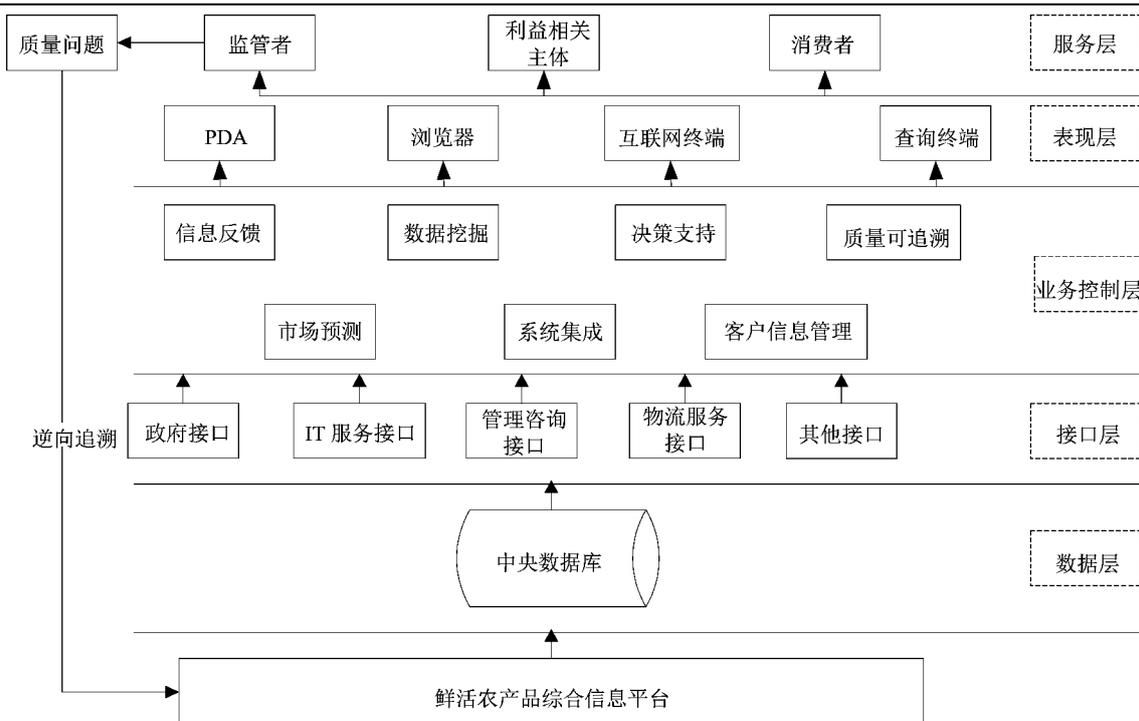


图2 鲜活农产品综合信息平台

(B2C2C)等模式系统集成体。同时,由政府部门或核心组织构建质量可追溯系统,查询鲜活农产品供应链的生产、加工、物流配送、销售信息;接口层是实现政府、IT(互联网技术)服务提供商、管理咨询服务商、物流服务提供商、其他增值服务商进行信息对接的提前,是保证流通的灵活性、便利性和信息畅通性的重要因素。数据层是智能优化供应链、整合物流资源、处理客户信息的场所,以便准确满足客户的需求。

#### 4 基于全产业链视角的鲜活农产品流通体系发展建议

##### 4.1 建立健全鲜活农产品相关法律法规体系

构筑互利共赢的鲜活农产品流通体系,需要政府颁布相应政策,加大对鲜活农产品流通基础设施的建设,加强鲜活农产品流通体系外部环境的营造。各区域相关部门应立足于自身实际,制定鲜活农产品市场发展中长期计划,出台各项优惠政策吸引投资商,推动农产品规划项目顺利实施。相关利益主体应遵循政策指示,利用高新技术发展冷链物流,建立冷链物流仓储配送中心,扩大最新冷藏冷冻技术的使用范围,全面提升鲜活农产品流通体系生产要素。鼓励企业从场地规模、运营方式、硬软件设施等方面进行改造的同时,增强鲜活农产品领

域的互联网、物联网布局,无缝对接鲜活农产品配送体系,促进相关资源优化配置,提高鲜活农产品全产业链效率。

##### 4.2 促进高新技术深度融入鲜活农产品流通体系

增强高新技术与鲜活农产品流通体系的深度融合,发展线上、线下融合商店、智慧商圈、智慧绿色物流,有助于提升鲜活农产品产业链的开放、协同、智慧水平,推动鲜活农产品流通变革。借助云配送平台优化配置鲜活农产品资源池中的各种资源,建立农产品物流资源库,构建鲜活农产品市场预测体制机制,实现对鲜活农产品流通数据的搜集、加工与分析,并由云配送平台对各流通方案进行实施监控、分析与决策,从而提高鲜活农产品的流通效率。利用物联网、云计算、区块链等技术将鲜活农产品产业链转化为可循环的整体系统,实现对鲜活农产品的监控管理、信息共享,借助鲜活农产品可追溯信息系统,及时查明问题产生的根源,增强用户的服务体验度。

##### 4.3 推进构建鲜活农产品综合信息平台

鲜活农产品流通体系的高效运转需要利用各生产要素,建立鲜活农产品综合信息平台,发挥平台销售渠道广、分销渠道扁平化优势,汇聚知识并为相关合作主体提供所需技术,为原本生产同质化严重的产品提供一个全国性市场,从而提高流通效

率并更好地配合链条生产与协调。做好鲜活农产品流通体系顶层规划设计,合理安排不同层级、不同品种的平台关系,实现对整个鲜活农产品产业链的产供销、科技金融、产品品质等信息的全程监督管理,提高鲜活农产品流通的科技化与精准化程度。创建“政府+运营服务商+平台”“网商+平台+农户”“经销商+经纪人+平台+农户”“公司+平台+农户”的鲜活农产品电子商务模式,建立“O2O体验店+电商平台+智能化仓库”的一体化鲜活农产品流通市场。

#### 4.4 完善鲜活农产品流通体系信用评价系统

鲜活农产品流通体系包含加工企业、消费者、物流公司、农户等主体,为了避免合作主体间产生利益纠葛或欺瞒消费者的现象,需要集聚鲜活农产品贸易、统计、工商等部门力量,构建并完善鲜活农产品流通体系的信用评价系统;发挥政府的宏观调控与监管作用,健全鲜活农产品质量安全公共服务体系、物流企业诚信体系、互联网金融安全监管体系;加强区域间的协同性,全方位保障鲜活农产品高效运转,切实保障消费者的合法权益,形成安全、便捷、高效的鲜活农产品一体化流通体系,促进鲜活农产品市场健康发展。

#### 4.5 发挥“领头羊”企业的带头作用

“领头羊”企业作为最具实力生产对外品牌效应的主体,参与制定鲜活农产品的生产标准,在品种培育、作物栽培、制成品加工、最终产品的分销过程中发挥了重要作用。“领头羊”企业应充分利用“互联网”思维,加强对鲜活农产品全产业链的组织管理,建立健全鲜活农产品的销售网络,引导农户积极参与鲜活农产品的生产、加工、销售全过程,打造特色鲜活农产品品牌。“领头羊”企业还应强化自身对整个鲜活农产品产业链的管理控制,借助云平台、大数据技术,在尝试建立一个与所有品牌商、合作渠道共享通路的同时,提高全产业链的科技水平,将市场需求信息转化为参与者的行动策略,合理调度分配鲜活农产品资源,解决“生产什么、怎么生产、生产多少”的问题,形成立体多元的鲜活农产品经营网络。

#### 4.6 构建鲜活农产品营销产业链

明确消费者价值主张,根据不同类型消费者的偏好,提供个性化鲜活农产品的全渠道销售服务,增强与天猫、京东、顺丰优选的合作力度,统筹布局末端商圈的前置仓,利用大数据、云计算、物联网等

技术,实现鲜活农产品产业链向立体化、数据化转变。建立多元化鲜活农产品盈利模式,整合传统实体店和末端服务网点,采取上门直销、实体店销售、线上线下相结合的方式销售鲜活农产品并提供相关售后服务,实现鲜活农产品的全渠道营销。健全鲜活农产品的监督与管理机制,严格执行鲜活农产品的生产标准,形成立体化的网络鲜活农产品销售模式,引导鲜活农产品健康发展。此外,加快建立新时代人才培养体系,将农村合作社、农业企业、创业者等经营主体作为重点培训对象,授课内容侧重于互联网背景下鲜活农产品生产与营销策略,鼓励他们获得的商业信息、生产技术、经营技能、网络训练等知识广泛宣传,使鲜活农产品的新思想落地生根。

## 5 结论

随着“互联网+”深入推进,我国鲜活农产品流通逐步向扁平化、多元化方向发展。为了提升客户的消费体验,促进鲜活农产品可持续发展,本研究融合互联网发展思维,构建了全产业链视角下鲜活农产品流通体系,凸显了其运行机制是鲜活农产品流通体系重构的基础。建议从建立健全鲜活农产品相关法律法规体系、促进高新技术深度融入鲜活农产品流通体系、推进构建鲜活农产品综合信息平台、完善鲜活农产品流通体系信用评价系统、发挥“领头羊”企业带头作用、构建鲜活农产品营销产业链等方面创新发展鲜活农产品流通体系。

#### 参考文献:

- [1] 马晨,王东阳.新零售时代电子商务推动农产品流通体系转型升级的机理研究及实时路径[J].科技管理研究,2019,39(1):197-204.
- [2] 孙晶晶.产供销一体化背景下农产品流通模式发展研究[J].商业经济研究,2016(11):176-178.
- [3] 李京京,康星宇.我国生鲜农产品流通发展模式选择[J].商业经济研究,2015(13):14-15.
- [4] 但斌,郑开维,刘墨林,等.基于社群禁忌的“互联网+”生鲜农产品供应链C2B商业模式研究[J].商业经济与管理,2016(8):16-23.
- [5] 石岩然,孙玉玲.生鲜农产品供应链流通模式[J].中国流通经济,2017,31(1):57-64.
- [6] 张晓琳,于战平.农业产销体系创新的全产业链模式研究[J].北京工商大学学报(社会科学版),2013,28(5):9-14.
- [7] 李腾飞.基于全产业链的内蒙古农畜产品流通组织体系研究[D].呼和浩特:内蒙古财经大学,2015.
- [8] 赵大伟.互联网思维独孤九剑[M].北京:机械工业出版社,2014.