

超市生鲜农产品流通效率初探

郭红莲^{1,2}, 杨宝宏¹, 唐颖¹

(1.北京物资学院 物流学院, 北京 101149; 2.中国农业大学 经济管理学院, 北京 100083)

[摘要]首先分析了目前超市生鲜农产品流通中存在的问题,发现营销成本高、流通周期长、损耗严重、质量安全保障不足等是制约超市生鲜农产品流通效率的主要原因。针对这些问题,提出了超市应通过与供应商建立稳定的合作伙伴关系、提升超市经营管理水平、加强流通过程中的分级、加工和包装等工作、加强信息管理系统建设、关注生鲜加工配送中心的构建等措施来提升生鲜农产品流通速度,减少损耗,保证质量。

[关键词]超市; 生鲜农产品; 流通效率

[中图分类号]F721.7

[文献标识码]A

[文章编号]1005-152X(2008)09-0029-03

How to Improve the Circulation Efficiency of Fresh Agricultural Products in Supermarkets

GUO Hong-lian^{1,2}, YANG Bao-hong¹, TANG Ying¹

(1.School of Logistics, Beijing Wuzi University, Beijing 101149;

2.School of Economics & Management, China Agriculture University, Beijing 100083, China)

Abstract: The paper analyzes the problems in the circulation of fresh agricultural products in supermarkets, points out that the supermarkets should build up stable relation with suppliers, improve the management, strengthen the classification, processing and packaging in the circulation, improve the construction of information management system and pay attention to distribution center's construction in order to improve the circulation speed, decrease the waste and ensure the quality.

Keywords: supermarket; fresh agricultural products; circulation efficiency

1 引言

我国超市从20世纪90年代中期开始生鲜经营,到2003年超市门店数达到7.4万个,销售总额711亿美元。上海、北京两市的超市在零售额中所占的比率已分别达到了37.8%和29.2%。2000年北京市居民在超市购买生鲜的比率占生鲜消费总量的15%左右,零售业最发达的上海已达到20%左右。根据发达国家的经验,生鲜农产品的80%-95%是通过超市和食品商店流通的。因此,随着时间的推移及更多的消费者购买习惯的改变,超市卖菜将进一步“蚕食”农贸市场的份额。

然而,许多超市经营生鲜农产品的纯利润率不到1%,而更多的超市生鲜农产品损耗占销售额的比重达10%-15%。目前我国超市生鲜农产品流通的主要环节仍是农户-产地批发市场-销地批发市场-超市,超市实现现代化的生鲜农产品供应链管理还处于导入阶段,仅有少部分企业在这方面进行了较为深入的研发,而且大部分超市构建的生鲜农产品供应链还不够规范,也不够稳定,流通效率十分低下。针对这个问题,本文拟找出我国超市生鲜农产品流通中存在的问题和差

距,并在此基础上提出改进建议。

2 我国超市生鲜农产品流通中存在的问题

2.1 营销成本居高不下,削弱了超市的价格优势

2.1.1 进货价格高。目前我国多数超市的生鲜农产品流通存在着中间环节过多,供应链条冗长的问题。生鲜农产品供应链的过程一般是由产地到收购商,再到超市生鲜农产品供应商,最后进入超市生鲜区。复杂的中间环节不但使生鲜农产品新鲜度降低,而且增加了大量的成本,最后生鲜农产品进入超市时物流成本已经相当高,不但导致了前面所述的价格居高不下,而且使得超市经营生鲜农产品的利润大打折扣,盈利空间被迫缩小。

2.1.2 区位、设施成本高。与最大的竞争对手-农贸市场相比,超市由于构建在消费者居住相对集中的居民小区或者消费集中的商业中心区,其租金、各种装修费用、设备耗资等费用支出数额巨大。

2.1.3 经营成本高。在生鲜农产品进入超市生鲜区之后,超市

[收稿日期]2008-06-18

[基金项目]北京市教委2007年专项课题“北京市主要农产品流通效率研究”的部分研究成果。

[作者简介]郭红莲(1973-),女,山西孟县人,北京物资学院物流学院讲师,中国农业大学经济管理学院博士研究生,研究方向为供应链与物流管理、城镇管理与区域规划;杨宝宏(1964-),女,天津人,北京物资学院副教授,研究方向为企业管理。

要为其开设相对较大的空间陈列商品,在基础设施、税收及日常支出方面增加花费,还要对其进行冷藏保鲜、包装、现场加工等环节的处理,尤其是果蔬类农产品,挑拣分类等工作都是人工作业,增加了许多前期人工成本,这都使生鲜农产品的经营成本处于较高的水平。

2.1.4 人工成本高。超市员工的工资水平一般要高于农贸市场的员工,超市为了增进效益,还要对员工进行培训,这也使得超市增加了开支。

营销成本居高不下导致了高昂的销售价格因而很难使超市在竞争中取得价格上的优势,进而使得超市生鲜农产品的经营很难吸引对价格敏感度高的消费者顾客群。

2.2 损耗严重,影响了农产品的新鲜度和质量

生鲜农产品的品质、新鲜度对于消费者来说十分重要,由于其保鲜期短、易腐烂等特性对采购半径和运输、交易时间要求严格,超市生鲜农产品供应链管理面临着严峻挑战。生鲜农产品从生产地直到零售终端--超市出售,在发达国家是一个不断增值的过程,但我国多数超市生鲜农产品的损耗巨大,已超过生产总量的 20%,部分单项大类产品如水果、蔬菜等,损耗率更达到了 25%。在生鲜农产品进入超市之前,就经过了繁杂的中间环节,中间环节越多,生鲜损耗也就越大。进入超市之后,由于生鲜农产品特殊的性质,很难做到标准化经营,在储存、保鲜、冷藏以及卖场现场加工演示等过程也是损耗容易发生的环节。超市员工工作上的疏忽,比如价格标签贴放错误、破损报损遗漏等都会造成生鲜农产品的损耗。

2.3 流通周期长,减缓了对消费者需求的响应速度

由于超市每天上、下班时间是固定的,供应商送货也有固定的时间,因此生鲜农产品上市的时间比农贸市场滞后一些。而由于农贸市场库存条件差,不能囤积生鲜农产品,一般都是当日货物当日售出,超市却是批量采购,设有安全库存,超市的生鲜农产品周转速度明显比较慢。

对于整个供应链来讲,生鲜农产品生产者大都是比较零散的小农户,没有形成完善的相对较大的生产组织,缺乏及时的市场需求信息,因此不能对消费者的购买需求做出快速、及时的反应。另外,流通过程缺乏相应的技术支持,从生产到包装、运输、储存等各个环节没有形成连贯的链条,技术流的堵塞导致了生鲜农产品的流通渠道不畅,减缓了整个链条上的流通速度。

2.4 质量安全不能保证,增加了消费者的心理顾虑

供应商供货是生鲜农产品质量存在问题的关键环节。超市门店对生鲜农产品的质量要求都比较高,然而由于大多数不具备完善的检测技术和手段,部分供应商出于对自身利益的考虑,可能将不符合质量的产品提供给超市,以次充好,造成了质量安全隐患。

另外,许多中小型超市都存在由于资金缺乏而造成的保鲜冷藏设施投入不足问题,加之农产品在超市里周转时间长,严重影响了农产品质量。在卖场现场加工环节,许多超市为了减少损失,使用的是存放时间较长、新鲜度下降的原材料,这都使得消费者对超市生鲜农产品质量的信任度大打折扣

3 提高超市生鲜农产品流通效率的建议

3.1 建立超市与供应商之间稳定的合作伙伴关系

生鲜农产品供应链上各节点之间的相互支持、相互依赖的可靠信任关系是生鲜农产品流通稳定、高效运转的重要前提条件之一,超市应当与生鲜农产品供应商建立起利益共享、风险共担的合作伙伴关系,在生鲜农产品供应链运行中相互信赖,联手发挥成本优势,实现利润最大化的目标。

我国多数超市与生鲜农产品供应商还未建立互相信信的长期合作伙伴关系。超市没有对生鲜农产品供应商的利益给予足够的重视和支持,比如生鲜农产品要进入超市,供应商就要交付高额的场地费、柜台费、无偿赞助费等各种名目的费用;在节假日甚至是非节假日频繁要求供应商提供特价商品;超市经常延期付款;超市为了以低价吸引顾客对供应商不断的压价,使供应商不但牺牲了很多利润,也丧失了对超市的合作信赖感。与此同时,由于超市对供应商的控制力度的薄弱,也经常出现供应商为追求自身短期利益而违背合约,使超市造成损失。这种不稳定的供应链致使生鲜农产品的流通缺货与滞塞并存,流通效率低下。

超市在选择供应商时,应当坚决淘汰实力弱、违约风险大的供应商,重新定位选择那些实力强、规模相对较大的供应商,与之建立起长期的、对双方都有长远利益的战略合作伙伴关系,以此来保持生鲜农产品供应链的稳定运转,并坚持以高度的信誉维系这种紧密的合作伙伴关系,实现供应商与超市的利益共赢。

超市选择合作伙伴应当考虑以下几个因素:一是供应商提供生鲜农产品的价格、质量、服务等因素;二是供应商地理位置以及物流设施配备情况,这些直接影响着送货时间、运输成本、紧急订货与加急服务的回应时间;三是供应商持续发展能力和供应商的信誉程度;四是选择与超市对生鲜农产品供应链构建的认识和态度相同或相近的供应商,这是合作伙伴关系能否长期维系的关键因素。

3.2 提升超市经营管理水平

由于超市管理制度的不健全,有的采购人员不具备一定程度的专业能力,对超市经营的生鲜农产品类型和数量不够了解,采购了超市不适合经营、不受消费者欢迎、高损耗低需求或者与超市所需数量差别较大的生鲜农产品。另外,超市里的各种生鲜食品由于其特殊的即时性,更换是非常频繁的,牛奶、面包、蛋糕等食品 3~4 天就更需更换,而蔬菜则需 1~3 天,甚至更短。这就要求超市工作人员必须全面、精确地掌握超市里所有货品的详细情况,包括货品存放地点、货品保质期、货品库存、货品破损状况等相关信息。这是十分复杂而且巨大的工作,一般都是在下班后靠人工来统计计算的,有的销售人员在工作中不够认真负责,容易出现误差,经常造成数据信息收集的滞塞或者延迟,而形成了生鲜农产品在流通过程中的损耗。

因此,首先应加强对生鲜农产品采购人员的培训,淘汰专

业性差的采购人员,培养充分了解超市所需及消费者喜爱的生鲜农产品类型的采购人员。针对高档消费区内的超市,采购人员应当迎合消费者注重品质而非价格的心理,购进质量高的生鲜农产品。而对于普通百姓小区内的超市则应该购进一些物美价廉但同时又要保持新鲜度的生鲜农产品。在数量方面,采购人员也应当具备精确掌握超市一个周期内所能售出的生鲜农产品数量的能力,以便严格控制生鲜农产品数量,减少数量过多造成的浪费和数量不足造成的缺货现象。其次要加强超市生鲜农产品销售人员在日常工作中对生鲜农产品的管理水平,要求其必须全面、精确地掌握超市里所有货品的详细情况,包括货品存放地点、货品保质期、货品库存等相关信息。

3.3 增加流通过程中分级、加工、包装等环节

超市是生鲜农产品流通的末端环节,承载了许多来自供应链上游的问题。在流通过程中,供应链上游各节点企业如果没有对生鲜农产品进行最大限度的分级、加工、包装等处理就任其流向供应链的下游直到超市生鲜经营区,进入超市销售的生鲜农产品必然会产生很多不必要的损耗和成本浪费。如蔬菜类生鲜农产品,毛菜和净菜相比较,100t毛菜会产生20t垃圾,这部分垃圾随着生鲜农产品层层流通最终到达超市,增加了大量的无效物流成本和人员工作量,阻碍了生鲜农产品的流通,给超市带来了极大的生鲜损耗。因此,需要将生鲜农产品在供应链的上游就进行相关处理,比如将毛菜加工成净菜、将肉类去骨头分类整理运输等等,如果生鲜农产品在进入超市生鲜区之前就已经达到标准化,减少了大量不必要的物流成本和人员工作量,为超市带来很大的经济效益。

另外,在保证生鲜农产品质量的前提下,提高再利用率,尽量进行二次开发,比如因破损包装退回的货物可以将其更换崭新完好的包装继续流通;货物中部分不合格可以将其分解,将其合格部分在保证安全的情况下再次利用。只要在保证食品安全、无过期的情况下,都可以进行二次开发再利用。

3.4 加强信息管理系统建设,实现资源共享

信息管理系统的构建是超市生鲜农产品流通的关键环节,也是超市与其他节点企业沟通联系的平台。我国生鲜农产品流通的信息管理系统水平相对较低,应用也不够普遍。目前,62.2%的零售企业建有自己的内部局域网,但只有38.2%在网上公布商品信息,17.2%的企业提供网上购物方式。由于缺乏统一的信息交流平台,供需双方的信息很难准确、快速地传达给对方,生产者不能及时调整生产计划,超市也难以做出正确的销售策略,造成了生鲜农产品价格不稳定,超市经常产生缺货或存货过多等问题。即使有的超市拥有先进的信息技术及设备,也多数只存在于配送中心及门店、总部之间的内部交流,对供应商开放性不够,缺乏信息资源共享,致使超市与供应商的协作效率低下。

现代信息管理系统可以消除供应链成员之间的信息传递及资源共享的障碍,提供精确的数字以减少生鲜供应链内部的损耗,节约成本,真正实现生鲜农产品流通的快速反应及资源的整合。提高信息管理系统的水平应从以下几方面来做:一

是重视人才的引进及培养,信息管理系统的建设需要大量掌握信息技术的科技型人才,利用其自身优势为超市的信息管理带来更新的技术和更大的发展空间。二是加强硬件建设,引入先进的信息技术设备及信息系统,构建高效的信息网络,与生鲜农产品供应链上下游的节点企业实现联网,做到信息资源的充分共享。三是优化软件系统,采用现代信息技术,比如ED(电子数据交换技术)、WMS(仓库管理系统)、BC(条形码技术)、POS(应用销售时点系统)、CRP(连续补充计划)等等,来缩短订货周期,提高生鲜农产品的流通速度。

3.5 关注整合生鲜加工配送中心的功能

生鲜农产品配送中心保证生鲜供应链上下游之间的协调与合作,使整条生鲜农产品供应链流通顺畅。目前,超市生鲜农产品供应商配送半径相对较小,配送范围过于呆板,地域上受到很大限制,导致了其与超市之间缺乏稳定、高效、标准的连续供需关系,反映出了生鲜农产品加工配送中心投资和建设滞后的问题。

构建超市生鲜加工配送中心,应当根据自身情况寻找最适合的一种模式。对于大型超市的综合卖场,由于其经营实力比较强,场地面积大,制冷、保鲜设备先进,很多生鲜农产品能够直接在卖场加工制成,并以其透明度吸引更多的顾客。但随着连锁店面的增多,需要通过生鲜加工配送中心解决生鲜供应链优化整合问题。而小型便利店则无法像大型综合超市那样规模经营,在构建生鲜加工配送中心时应该将注意力放在生鲜农产品品种优化组合或者即时性等方面来吸引顾客。

另外,超市配送中心功能也可以向上游延伸,减少上游流通环节,形成“超市+农户”的新型流通模式,将生产环节与超市有效衔接,可以以超市为企业对生鲜供应链进行整体化的管理,使生鲜农产品生产者直接进入零售市场,不但避免了流通过程中的损耗,同时也降低了生鲜农产品的成本,从而间接降低了最终面向消费者的零售价格。

[参考文献]

- [1]胡定寰,俞海峰.中国超市生鲜农副产品经营与消费者购买行为[J].中国农村经济,2003(8):12-17.
- [2]余凯.超市生鲜食品经营与供应链管理[J].商讯商业经济文萃,2005,(5):45-47.
- [3]刘李峰,武拉平,张照新.价格、质量对超市农产品经营影响的实证研究--来自消费者角度的证据[J].中国农村观察,2007,(1):24-35.
- [4]邱文华.我国超市生鲜市场的营销策略研究[J].科技广场,2005,(5):78-80.
- [5]杨银良.对我国中小型超市实施供应链管理思考[J].商业现代化,2006,(5):9-10.
- [6]黄祖辉,鲁柏祥,刘东英,吕佳.中国超市经营生鲜农产品和供应链管理的思考[J].商业经济与管理,2005,(1):9-13.
- [7]邓俊森,戴蓬军.供应链管理下鲜活农产品流通模式的探讨[J].农业经济,2006,(8).
- [8]胡定寰.农产品“二元结构”论--论超市发展对农业和食品安全的影响[J].中国禽业导刊,2005,(16):18-19.
- [9]方昕.生鲜经营及其发展趋势[J].商场现代化,1999,(12):28-30.