

农产品物流中利益三方的资源共享模式

张庆英 陈志敏 陶玉旻

(武汉理工大学物流工程学院, 湖北武汉 430063)

摘要: 文章在分析我国农产品物流现状的基础上, 归纳农产品物流渠道的6种主要方式, 论述农产品物流中涉及的三方利益主体及其特点, 阐述公共物流服务平台在实现农产品物流资源共享中的作用, 提出农产品公共物流服务平台建设思路与推广建议, 旨在通过物流资源的整合与共享, 协调各方利益主体之间的关系, 使农产品物流市场高效、有序地运作起来。

关键词: 农产品物流; 资源共享; 公共物流服务平台

中图分类号: F323.2

文献标志码: A

DOI: 10.3772/j.issn.1674-1544.2012.04.011

Research on the Resources Sharing Patterns between Tripartite Parties in Farm Produce Logistics

Zhang Qingying, Chen Zhimin, Tao Yumin

(School of Logistics Engineering, Wuhan University of Technology, Wuhan, 430063)

Abstracts: Base on the analysis of current situation of farm produce logistics in China, six main channels of farm produce logistics are summarized, three beneficiaries and their characteristics are discussed, the functions and the construction of a public logistics service platform which is applied for resource sharing are expounded, and the popularizing suggestions are put forwarded. The research is aimed at integration and sharing of the resources of the logistics, coordinating of the interests of all parties, so as to get an efficient operation of the agricultural products market.

Keywords: Farm produce logistics, Resources sharing, Public logistics service platform

1 引言

总体来看, 中国农产品物流发展相对滞后, 在很大程度上削弱了中国农产品的市场竞争力。据相关资料统计, 我国水果蔬菜等农副产品在采摘、运输、储存等物流环节上的损失率达到26%~30%, 超过25%的农产品损耗在物流环节中, 而发达国家的果蔬损失率则被控制在6%以下^[1]。解决农产品物流中的资源共享问题, 调节农产品结构与市场需求的矛盾, 可以有效促进农产品的市场流通, 提高中国农产品的国际竞争力。

本文在分析农产品流通市场存在的问题、三方

利益主体的权益要求之后, 提出建设农产品公共物流服务平台, 以实现资源共享, 保障和提高利益主体的利润, 减少农产品资源的浪费, 确保食品安全等。

2 农产品物流与三方利益主体

农产品物流的一般定义是: 为了满足客户需求, 实现农产品价值而进行的农产品、服务及相关信息从产地到消费者之间的物理性经济活动。它包括一系列物质运动和相关技术信息组织与处理过程以及各个环节上的物流管理活动, 创造了农产品的的时间价值、空间价值和部分加工价值^[2]。

第一作者简介: 张庆英(1956—), 女, 武汉理工大学物流工程学院教授, 博士, 研究方向: 物流系统工程、物流信息化。

收稿日期: 2012年4月18日。

具体地讲，农产品物流是农产品在运输、储存、装卸搬运、包装、流通加工、配送和信息处理等环节的有机组合。它包括高效率、高效益的农产品物流及其信息流正向与反向流动和储存以及为之而进行的计划、实施与控制过程。

农产品通常采用表1所示的6种方式实现价值的转移。

农产品物流涉及农户、物流企业和消费者（销售商）3方面的利益主体，他们相互牵制，共同影响农产品市场的运行及效率。

（1）利益主体一：农户。从农户的角度来说，经常面对农产品信息不集中、信息传递面窄、信息质量低、物流信息不畅、信息无法“进村入户”等问题。由于市场信息传递慢、市场导向差，导致农产品盲目生产，出现了某些农产品供过于求，而某些农产品又供不应求；在农产品生产阶段，由于缺乏种养知识和强有力的人才培养体系，农产品的质量与安全得不到保障；缺乏统一规划，种养零散，难以形成集团化和规模化。在农产品的运输阶段，运送商数量多、规模小，难以形成规范化的运输流程，这些都极大地影响了农产品的保鲜及质量安全。

（2）利益主体二：物流企业。宏观上说，物流产业的发展涉及基础设施、产业政策、税收、报关、服务与运输标准等方面，这些问题的管理分属不同的政府职能部门，条块分割严重，制约了现代物流企业的发展；物流市场没有统一的法律规范标准和市场服务标准；物流基础设施的配套性、兼容性差，物流技术装备水平低。微观方面，大部分物流企业规模较小，企业间交流甚少，资金难以集中和周转，难以形成规模经济；管理不够科学，技术落后，物流服务信息化程度很低，经常出现空车返

回或难以达到满载率的现象，缺乏竞争力。

（3）利益主体三：销售商与消费者。对销售商与消费者而言，由于供给信息的不确定性和不可追溯性，导致大量假冒伪劣农产品流向市场，使消费者对农产品质量与安全失去了信任；同时销售商与消费者还必须承担农产品在生产和流通环节中的不必要损失，不利于农产品市场的有序运行。

3 农产品物流存在问题

3.1 农产品物流基础设施与技术落后

由于缺乏专业化的冷链设施设备，大多数农产品从采摘、储藏到出售的全过程均在常温和自然状态下进行，增加了农产品变质、污染以及损耗机率，食品质量安全得不到充分的保障^[3]。

3.2 农产品集贸市场和批发市场物流系统不健全

受区域经济发展水平以及城乡居民消费水平和消费观念的影响，农产品流通的主要渠道为集贸市场或批发市场。交易方式主要为面对面交易，市场价格波动性大，不利于实现农产品市场供需平衡。农产品批发市场基础设施较为简陋，缺乏保鲜设施，农产品损耗大。农产品市场尚缺乏完善的物流系统，尤其是电子商务、质量卫生标准和检测体系、市场信息服务、期货交易、农产品拍卖交易、绿色物流等。

3.3 农产品信息交流不畅

农产品市场信息化程度低，农民获取信息的成本高，信息相对滞后，使农户承担了较大的市场风险。与此同时，消费者难以获取农产品质量安全信息和流通信息。“卖难买难”成为了一种常见的现象^[4]。

3.4 市场交易法规建设薄弱，交易规范化程度低

目前，我国没有专门的物流法，物流活动遵循

表1 农产品物流渠道的主要方式

农产品流通渠道	实现方式及特点
农户-消费者	城镇郊区的农户将生鲜农产品直接拿到市场进行销售
农户或基地-运销大户-消费者	通过运销大户与批发商建立稳定的购销业务关系，实现批发商与消费者的连接
农户-客商	在农产品丰收时，大型连锁超市、农贸市场等批发商直接到农户处集中收购
农户-农产品市场-消费者	在农产品市场进行买卖双方的交易，但因信息不对称，中间商权利较大，容易使农户和消费者利益受损
农户或基地-加工企业-消费者	加工企业将从农户手中收购来的和自己基地的初级农产品进行加工后直接出口，或销售给内地的批发商
农户-农民合作社-龙头企业-物流中心-销售商-消费者	通过合作组织将农户组织起来，与龙头企业签订协议降低农产品的市场风险，实现了农产品的增值，降低了农产品的流通成本

的法律法规散见于不同的法律。物流主体之间多表现为竞争关系，缺乏相互信任，难以形成长期稳定的合作关系。市场交易法规建设薄弱，可操作性不强，导致农产品交易不规范且效率较低。

3.5 物流组织专业化、社会化和市场化程度低

农产品物流多为自营物流，较少采用第三方物流，农产品的运输需要支付高额的运输费，其中包括运输车辆空车返回的费用^[5]。

4 构建农产品公共物流服务平台

为了保障农产品物流中三方利益主体的利益与需求，构建一个公共物流服务平台，通过相关信息的发布来有效解决农产品物流中的资源共享问题。公共物流服务平台主要有以下4个方面的功能。

(1) 农产品资源及流通信息的发布与共享。农产品资源及流通信息主要包括产品类别、市场走向、行业动态、相关扶持政策及法律条文、农产品国际、国内标准等；平台还可以实现路况信息和气象信息的发布与查询；运输车辆途信息的GPS系统查询；地理信息系统GIS的最新道路消息发布；航空、铁路、公路及多式联运等信息的查询；农产品物流园区及仓储设施信息查询。

(2) 交易服务功能。交易服务功能包括农产品的市场价格查询和相应物流服务的电子报价与询价功能；舱位、用箱、拖车和仓储等网上预订与交易功能；农产品物流业务的网上谈判、议价、合同签

订与管理功能；CA安全认证功能；电子支付与在线资金结算功能。

(3) 相关服务功能。所谓相关服务主要包括：国家政府卫生检疫部门对农产品安全卫生检疫；海关网上报关、网上通关及通关数据支持；网上出入境检验、网上报税交税、网上办理保险业务及其他相关的电子政务服务功能。

(4) 用户信息服务功能。用户信息服务功能主要包括ISP服务用户、CA证书认证申请、管理用户个性化设置服务、用户应用托管服务等。

从农户、物流企业和消费者(包括销售商)的角度出发，物流服务平台将政府监管部门、农户或供应商、物流企业、销售终端和客户联结起来(图1)，对农产品物流各个环节的交易信息和流通信息进行实时跟踪与发布，实施有效控制和全程管理，达到信息互通、资源共享的目的，实现从生产到最终消费环节的集成化与无缝衔接。

在图1中，空心箭头所示农产品的实物流是从农户或基地开始，经过物流企业、仓储(尤其是冷藏仓库)及流通加工企业、农贸市场、超市，到达最终消费者的餐桌。图中单箭头所示的信息流是在互联网的支持下，实现农户信息发布、物流信息发布、交易信息发布、市场信息发布以及消费者的反馈信息传递，同时还包括生产指导、法律法规的发布等。

公共物流服务平台还可以实现农副产品、农用

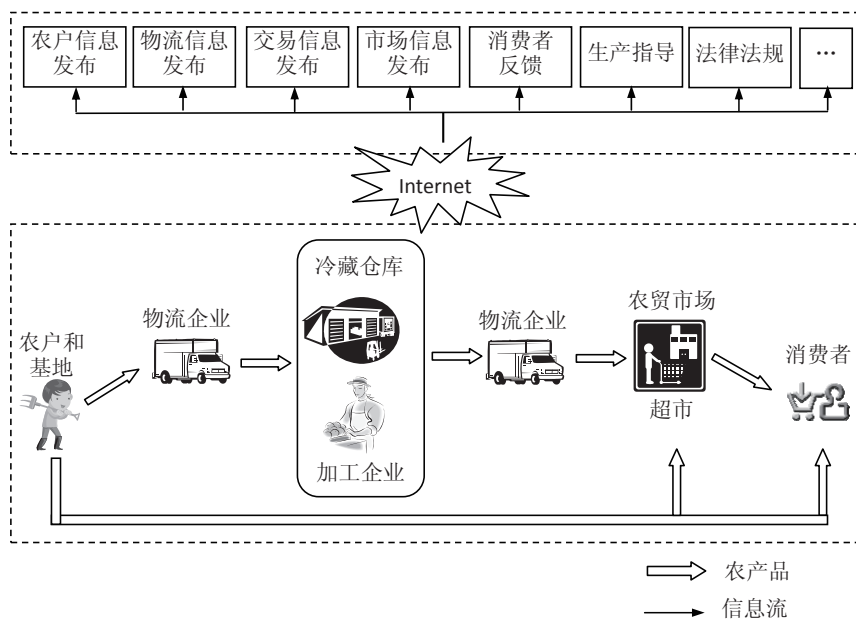


图2 农产品公共物流服务平台

物资、农用机械在线采购以及特色农产品导购，实现农副产品购销对接。针对物流及配送的需求，平台可以提供物流配送的在线采购，将物流企业的服务能力和服务内容发布出来，供农户、基地、超市等根据自身的业务需要进行选用。

平台将物流作业、物流设备及邮政物流等标准发布出来，这样既可规范物流企业的服务行为，也可使物流服务的接受方（买方）有了评判物流服务水平的依据。

利用公共物流服务平台，可实现农产品的追溯溯源，及时找到问题产品的源头，最大限度地减少问题农产品对公众及社会的影响，真正实现对农产品质量的全面管理^[6-7]。

5 推行农产品公共物流服务平台的建议及对策

农产品公共物流服务平台的应用在我国尚属于初级阶段，以下对其如何推行及推广提出合理的建议及对策。

(1) 提高参与主体的素质，贯彻网络营销的理念，使公共物流服务平台的受众得以扩大。网上交易是一种全新的交易模式，与传统的面对面交易区别很大，特别是我国农产品物流平台的建设起步晚、水平低，交易主体对农产品网络营销存在些许误区和偏见，信心不足。要发展我国农产品物流平台，首先要提高交易主体参与农产品网络营销的意识和能力，从根本上提高参与主体的综合素质，提高对平台的认识和运用。

首先，需要政府强化对农产品物流平台的舆论宣传，使农户、物流企业、销售者和消费者真正理解网络营销的内涵，突出在当今信息化社会中大力发展农产品网络营销的重大意义，消除公众对农产品公共物流服务平台的神秘感和陌生感，积极引导广大群众改变过去“眼见为实”的传统购物方式和习惯，从心理上接受农产品公共物流服务平台这一现代化营销方式。其次，要重视发展农村基础教育，进行专项培训，加大电子商务和计算机网络知识的普及力度。多渠道为农民提供学习机会，通过提高农民的科学文化知识和现代农业的理念，为农业产业化、品牌化和标准化建设奠定文化基础。

(2) 加大农产品公共物流服务平台的建设力度。首先，农产品公共物流服务平台是开展网络营销的先决条件和物质基础，要实现各项功能，发展

农产品电子商务，就必须加大平台的建设力度，各级政府应提高对农产品公共物流服务平台的投资力度，成立专项小组，完善平台建设，做好网络平台的实时维护工作。其次，我国农村网络基础设施相对落后，农民为获取农产品信息需要承担较高的设备购置费和上网费。因此，政府应加大农村网络基础设施的财政投资力度，促进农村网络建设和网络质量的提高，可以实行上网费用优惠、乡村财政和农户集体统筹方式等措施鼓励农民配置发展农产品网络营销所必须的基本设备设施。

(3) 完善交易环境，促进使用者对公共物流服务平台的信心。农产品公共物流服务平台涉及多方面的使用者，而交流方式又是以网络为媒介，交易环境的好坏直接影响到使用者对平台的使用信心。完善农产品交易环境首先要培育健康良好的网络环境，加大对破坏网络安全行为的打击力度，立法执法，在消费者隐私保护、信息安全、知识产权保护、税收征管、交易监督等方面填补法律空白；要建立安全的在线支付体系，最高层次的农产品电子商务要求交易者采用电子资金支付方式。为此，一方面要完善在线支付系统，同时要加深农民对电子支付方式的认识，提高利用率；另一方面要积极深入网络技术和信息安全方面的研究，提高防范网络病毒和木马程序的能力，保障农产品网络营销的安全。

(4) 加快第三方物流企业的建设，提高农产品流通配送能力。为实现农产品公共物流服务平台的交易功能，需要现代化的物流配送体系。如何在农产品消费者下订单后快速安全地将农产品送到消费者手中，这是农产品网络营销发展必须解决的问题。针对农产品自身易腐、易烂特点，应加大第三方物流企业的建设，采纳GPS等现代信息管理技术，保证交易双方对运输过程的监控，提供物流的安全性和准确性，建立健全农产品批发市场与农产品流通中心，建立从农村到城市的集仓储、冷藏、加工、运输于一体的现代物流配送体系。

(5) 提高农产品质量，加快制定并推行农产品标准体系。网络营销模式中农产品是通过无形的网络进行交易的，需求者对产品的品质缺乏直观的了解，最终导致交易成本的增加。为此，需要加强农业标准化体系的制定和推行以及农产品品牌的建设，通过农业标准的硬性约束和产品品牌的软性约束，使参与者肯定公共物流服务平台农产品的品

质。

首先,政府应加大对农产品标准化建设的投入,提高农业标准化的普及力度。做好农产品的质量监督,加快制定农产品种植、生产、包装、加工、品质等级等标准体系,把标准化生产和管理纳入农产品生产直至销售的整个过程。其次,推进农产品品牌建设,开发特色农产品。积极推行农产品标准体系,加强质量管理,注重农产品商标注册工作,建立农产品质量体系和质量认证体系;扩大广告宣传,提高品牌知名度,树立产品和品牌形象;培育一批实力较强的龙头企业,通过其辐射功能,带动周边农户,形成品牌农产品群体。

6 结语

农产品物流的建设涉及各种不同的利益主体,要想解决现阶段存在的各种问题,需要政府的支持,也依赖于农户、物流企业、消费者等各方的参与。各地政府应加大在信息系统开发和基础设施建设等方面的投入,建立农产品公共物流服务平台,将各种物流资源进行整合与实时发布,协调好各利

益主体之间的关系,解决农产品物流发展中的种种矛盾,使农产品物流市场高效、有序地运作起来。

参考文献

- [1] 刘长吉.我国农产品物流信息系统的构建初探[J].中国市场,2010(36):13-15.
- [2] 张修志,黄立平.基于信息门户的农产品物流信息平台研究[J].农机化研究,2007(5):5-7.
- [3] 方凯.农产品物流中存在的问题及对策——以云浮市南盛镇为例[J].当代经济,2008(10):68-69.
- [4] 刘珊慧,刘朝晖.农村物流信息平台建设[J].农业网络信息,2007(3):65-67.
- [5] 周欢,黄立平,詹锦川,等.构建新型农产品物流信息平台[J].江苏农村经济,2005(6):28-29.
- [6] Zhang Qingying, Fan Haiqin, Duan Kaiyong. The Researches on the Application of Data Warehouse in Food Supply Chain[C]. The 14th IEEM, Oct. 2007.
- [7] Zhang Qingying, Wu Yunan, Liu Junqi, et al. Cold Chain Logistics Management and TQM[C]. Proceedings of 2010 ITIE, 2007.

欢迎订阅 《系统管理学报》

《系统管理学报》是国内外公开发行的综合性学术期刊。1992年5月创刊,初为季刊,原刊名为《系统工程理论方法应用》,2006年更名为《系统管理学报》,并改为双月刊。16开,144页。

编辑部共有8名编委,分别负责金融工程、企业管理、运营管理、社会经济系统工程、运筹学与工业工程及管理信息系统等6个方面论文的审阅工作。

《系统管理学报》已入编CSCSI来源期刊,中国科技论文统计源核心期刊,中国科学引文数据库来源期刊,中国学术期刊(光盘版)全文数据库来源期刊,中国学术期刊综合评价数据库来源

期刊,国家自然科学基金委员会管理类A类重要期刊。

《系统管理学报》的办刊宗旨为介绍系统工程学科、管理科学与工程学科创新性研究成果,构建学术交流平台,推动学科建设与发展。

主要刊登内容:系统科学、系统工程与管理科学等学科在理论、方法上的最新研究成果,以及实际案例分析。择优刊登博士论文摘要。

读者对象:高等院校的教师、学生、国内外系统科学、系统工程与管理工程等领域的科研人员,以及各领域从事系统工程理论方法应用的工作者。

欢迎投稿! 欢迎订阅!

编辑部地址:上海市法华镇路535号1号楼214室 200052

电话/传真:021-52301082 电子邮箱:xtglxb@263.net