



# 激活丰产又丰收的流通密码

## ——专家建言农产品流通体系建设

□□ 农民日报·中国农网记者 刘振远

2021年中国农民丰收节就要来了!在这普天同庆的日子里,“丰收”成为亿万农民朋友津津乐道的话题,也成为许多刷屏短视频与直播节目的主题。然而,从古至今,丰产却不丰收的悖论时常困扰着一些农民,也是目前许多国家和地区农业发展中的一个痛点。

近些年,我国借助互联网东风,加强城乡基础设施建设,不断完善农产品流通体系,有力推动了农产品产销对接与出村进城,为农民丰产丰收奠定了重要基础。但同时,我国农产品流通体系还有一些亟待补足的短板,农产品卖难问题依然没有得到根本解决,丰产却不丰收的风险也没有得到根本化解。那么,究竟如何进一步完善农产品流通体系,让优质农产品卖出好价钱,让农民丰产又丰收?

在日前举办的“农业现代化与乡村振兴”专场研讨会上,记者采访了国务院发展研究中心农村经济研究部部长叶兴庆、中国社会科学院农村发展研究所所长魏后凯、中国农业大学副校长林万龙、国家发改委产业经济与技术经济研究所研究员涂圣伟、商务部电子商务专家洪涛、中国蔬菜流通协会副会长沈杨及美团等电商企业代表,并邀请了一些来自生产一线的新农商代表,共同探讨这一话题。

### 顺应生产需求两端变化 推动农业产业链数字化

乡村振兴,产业振兴是关键。农产品流通体系的发展变化,既是乡村产业发展变化的重要组成部分,也是顺应农业生产端与需求端双向变化的结果。专家普遍认为,农业农村现代化离不开信息化,农产品流通体系既要积极顺应生产端与需求端的变化趋势,也要推动与生产端、需求端的共同发展,实现农业全产业链的转型升级。

在生产端,叶兴庆指出,乡村产业分为农业和非农产业两大板块。从农业来看,当前的发展已经进入一个新阶段,农业“小部门化”的趋势更加鲜明,导致“小部门化”的因素也更加多元。在温饱满足、全面小康实现以后,人们大部分基本食物需求已经得到满足,从需求侧不利于农业的增长。在这样的背景下,农业除了要守住粮食和其他一些重要农产品的稳产保供底线外,也要挖掘特色资源。今后,农业增长的部分很可能主要来自特色优势或优质农产品的生产。

魏后凯认为,农业生产的工业化与智能化是农业现代化的重要特点,农村产业发展一定要以工业化的理念、工业化的现代装备、工业化的营销技术来推进,还要充分运用信息技术来推进生产方式的转变。

在需求端,随着经济社会的发展和城乡居民收入的不增长,城乡居民的消费观念、消费方式、消费内容和消费结构都在不断变化与升级,这在食品和农产品需求中表现得尤为明显。一方面,2020年,我国城镇居民恩格尔系数为29.2%,农村居民恩格尔系数为32.7%,分别比1978年的57.5%和67.7%降低了28.3和35个百分点;另一方面,城乡居民对于绿色、有机和优质农产品的需求在增加,对于生鲜品质和农产品供给效率的要求在提高,食品和农产品消费也呈现个性化、精细化特征。

林万龙说,从理论上讲,规模经济大概有内部规模与外部规模两种实现形式。基于我国人地关系紧张的基本国情,未来农业的发展不能只注重内部规模,还要思考外部规模,就是把相对小规模的生产经营主体有机连接起来,实现规模效应。从这个角度看,农产品电商平台比如叮咚买菜、美团优选、多多买菜等,都提供了一个外部规模经济的连接方式,也就是通过数字化、信息化,把同类农产品生产者有机地连接在一起。现在,有些“电商+农户”“电商+合作社+农户”模式,实际上实现了外部规模。

以贵州为例,“八山一水一分田”的地貌特征造成了一些农户耕种规模较小、农业产量不高、产品质量参差不齐的现象。这些农户由于缺乏科学指导,又陷入了“产量低、售价低影响种植积极性,种植积极性不高又造成了产量低、售价低”的怪圈。

为跳出这一怪圈,贵州省修文县水果陶勇通过“政府+合作社+农户”机制,不但引入科学的种植技术,提升了猕猴桃的产量和品质,还将大小不同、品相各异的猕猴桃进行分拣、包装,提高了市场售价,带动了农户增收。

去年,陶勇接触到了美团优选这一电商模式。线上与线下碰触,让陶勇感受到一股新力量:“每个订单虽小,但需求量和价钱相对稳定,流通效率高。从物流到配送,电商企业的体系很专业、很完善。我们只要把东西种好,他们会帮助我们对接市场、制订销售计划。现在省心太多,最近不少农户跟我说打算扩大种植面积呢!”

### 农产品仓储冷链需各方参与 “电商+冷链”成新动能

是什么让身在北方的人们第一时间吃上岭南的新鲜荔枝,却不用像唐代杨贵妃那样,守候着一骑红尘?答案之一就是冷链物流。不论是传统生鲜农产品供应链,还是以生鲜电商为主要代表的新型生鲜农产品供应链,冷链物流都在其中扮演着至关重要的角色。近几年,在生鲜电商蓬勃发展的带动下,冷链物流再次“热”了起来,不但因为它能让城乡居民吃上更加新鲜、美味的农产品,也因为其能通过品质和风味的留存,提高农产品价值,增加农民等农业生产经营主体的收入。

沈杨表示,线上线下一体化的零售配送新模式得到蓬勃发展,对于当前农产品流通体系建设起到极大促进作用。前置仓等模式也为我国现代农产品流通体系发展提供了更大的空间,物流管理、冷链布局必将在农产品质量控制、品牌建设等方面发挥更重要作用。

据了解,随着生鲜电商的迅速发展,如拼多多、京东、美团等各



▲图为贵州新农商陶勇在猕猴桃基地。  
资料图



►图为河北“90后”新农商魏少彬查看玉米长势。  
资料图



### 新业态助力县域商业体系建设 带动共同富裕

“线上+线下”“自提+配送”等成为近几年电子商务行业的热词。就农产品流通领域而言,从生产端看,越来越多的农业生产经营主体入驻电商平台,选择“线上+线下”的方式,推介销售农产品;从需求端看,社区电商的发展进一步缩短了农产品从田间到餐桌的时间,提高了农产品流通效率特别是农业生产经营主体与消费者细分市场的连接效率。

叶兴庆表示,农业到现在这样一个发展阶段以后,增量部分在鲜活特色农产品上,社区电商的出现跟消费需求的变化实际上耦合度很高。怎么样把两者有机、有效地结合起来,既符合乡村产业振兴大趋势,也符合互联网和信息技术对农产品流通这个传统产业的渗透和改造,应是今后一个时期各方面共同努力的方向。

然而,电商发展的不平衡性也引起了社会关注。许多专家指出,优质电商服务集中于大中城市,县域电商服务水平依然相对较低。未来,基于电子商务的企业供应链、物流配送链和商品服务链都要进一步向县域特别是农村下沉,这不仅有助于农产品上行,也有利于工业品下行。

从农产品出村进城方面看,县域农产品电商和社区电商的服务水平都有待于进一步提高。《中国电子商务报告2020》指出,在大多数的农村地区,没有形成完整的电商服务体系,农村电商服务业仍然滞后。

如何提升县域电商服务水平?洪涛认为,应从横向和纵向两个方面发力。“从横向看,要借用好现有的大的电商平台资源,引进包括新农人在内的现代化人才,培育本土化供应链企业;从纵向看,完善市县乡村电商服务体系,将电子商务转型升级为服务数字乡村和现代农业,比如,可以将县域电子商务服务中心转变为数字乡村建设供应链的‘数字控制塔’,为生产、流通、消费等进行数字赋能。”

“信息不对称是造成农产品卖难的一个重要因素,因此,要注重电商大数据的收集和整理,探索消费端向生产端的信息反馈路径,实现以市定产、定价、定品种。”沈杨表示,地方农业农村、林草等生产管理部门也要加强与商务等流通管理部门的信息沟通,从政策上破解信息不对称矛盾。

叶兴庆指出,新业态新模式不断下沉,为边远地区、脱贫地区产业的可持续发展提供了有力支撑。边远地区、脱贫地区交通和信息沟通条件在改善,但是跟其他地区相比,在区位和对市场信息的了解上还是处于不利地位。社区电商进入以后,可以助力品牌打造、流通链条的重构。要共同富裕,边远地区借助这样的“互联网+”新模式也是一个方向。

此外,不少专家关注到了农村电商发展中的一些乱象和潜在风险。涂圣伟指出,个别地方政府部门和平台企业竞相在农村布局设点却各自为政,存在一哄而上的现象,因此,要整合好已有电商平台资源,健全运营体系,实现“1+1>2”。还要注意物流配送下沉中的隐性壁垒,比如配送车问题。县级电商服务中心配送到村的距离一般较远,配送员用三轮车送货比较困难。考虑耗油低、防雨防盗等,不少配送员选用经济适用的面包车送货。由于不是标准配送车,配送员使用面包车送货以客货混装、非法改装等名义被处罚的现象比较普遍。

### 衔接小农户与大市场 要培育更多懂农业懂电商的新农商

人才振兴是乡村振兴的基石。如果没有人才的支撑,乡村振兴只能是一句空话。

“为什么小农户难以直接跟大市场对接?就是因为小农户要去搜索市场信息,寻找营销渠道,定位细分市场,可能还要有一套物流系统,这样跟市场打交道的成本特别高,所以我们需要通过数字化、信息化的方式把这些农户连在一起。”林万龙说。

由于小农户面对大市场的一些天然劣势,在个别地方,“农产品生产出来却运不出去,运出去却卖不上好价钱”的现象时有发生。

传统冷链曾经差一点儿让河北邯郸“90后”返乡大学生魏少彬的农村创业热情降到冰点——好不容易种出来的水果玉米谁尝谁说好,就是因为冷链运输费用高,玉米保鲜难,险些成为走不出“深闺”的产品。他回忆说:“以前搞电商,也尝试过‘一件代发’模式,但快递费比玉米还贵,运输周期要3到4天,到消费者手里叶子都变白了,吃起来哪还有新鲜感?”

转变,源自与社区电商的接触。如今,他每天清早都要与农民一起摘玉米,然后直接送入美团优选大仓,再由冷链保鲜运输至城乡社区。“这样减少了许多中间环节,最大程度保证了水果玉米的鲜度和口感,我们的产品都卖到广东那边去了。”魏少彬高兴地说:“有了这个平台,我不定期研究消费数据,消费者喜好等市场信息得到及时、准确的反馈,我也能进行产品和包装的改良。现在,通过美团优选,我最多时一天能卖出1.5万穗玉米呢!”

既懂农业,又懂电商,作为新发展背景下成长起来的现代农业探索者,一大批类似魏少彬这样的“90后”新农商正在成长起来。据了解,社区电商新业态已出现数十万新农商,以美团优选为例,平台已出现十几万新农商。他们正成为衔接小农户和现代农业的重要一环。

林万龙表示,一切产业组织模式内在的推动力就是要降低生产者和消费者之间连接的交易成本。比如现在这些生鲜电商集中采购的模式,加上这些有一定规模性和集约经营能力的新农商,更有利于降低小农户跟消费者打交道的交易成本,促进农民增收。

怎么样进一步发挥好农户的作用?叶兴庆指出,有一部分农户要走专业化、规模化道路,对这部分农户我们要按照懂技术、善经营、会管理的方向来加强培育。

家电商平台也在发挥数字化下沉优势布局冷链物流。美团党委副书记、副总裁任奎介绍,美团优选在积极推动下沉市场冷链物流建设,在全国各省份建立中心仓,通过干线运输线路和同城运力网络连通农产品主产区,同时在消费需求集中的区域建立订单配送网格站,分区运营落实订单的配送工作,稳定商品供应、保障商品质量、提升消费体验;对仓储、物流运输等基础设施的投入还在持续,接下来重点仍在扩大仓储物流网络规模,加强对下沉县、乡镇的冷链物流体系建设。

然而,我国冷链物流建设依然存在一些不足。其中一个就是冷链布局的不合理。洪涛认为,现在许多地方政府部门、企业投资建设冷链物流,在“热”的背后,存在缺整合、缺体系、缺平衡等问题。比如,一些地方出现了冷库等冷链设施的闲置和浪费,另一些地方的冷链设施和服务却不够用。因此,政府部门和企业要认识到不是所有生鲜农产品都需要冷链,要基于对冷链的现在需求和未来需求

的正确研判,对冷链物流建设进行科学布局。

另一个问题是,不少地方的产地冷链物流设施尤其是田间预冷条件比较薄弱,不但影响了农产品的商品化处理水平,也容易在流通过程中造成农产品损耗。因此,产地冷链设施建设这一“冷链物流”最先一公里问题亟待进一步破解。

沈杨建议,应鼓励大型物流商贸企业在农产品优势产区特别是田间地头,建立农产品收集点,研发小批量移动分拣车辆,建设贴近产地的生鲜预冷中心,并针对众多农产品品类特点进行专属包装,在特色农产品丰收季节通过政府搭桥等方式推动销售。任奎也介绍了企业在冷链物流建设中的经验。他表示,一种有效的方式是在县域与合作商建设具有冷链功能的小仓库,并以此带动产地预加工小仓库建设;在各省份建设冷链功能中心仓,通过干线运输和同城运力来连接主产区,并在销地端建立定点配送网络站。