

Study on the Countermeasures to Perfect the Direct Selling Mode of Vegetables in Wuhan

Dong Liang, Xijiao Liu

Business School, Jiangnan University, Wuhan Hubei
Email: 935612962@qq.com

Received: May 20th, 2018; accepted: Jun. 5th, 2018; published: Jun. 12th, 2018

Abstract

This article analyzes the circulation channel of the direct selling pattern of vegetables in Wuhan. Through the research on the current situation and mode operation of vegetable direct marketing and the study of foreign vegetable circulation mode, it is found that there are some problems in the circulation process of vegetable direct marketing model in Wuhan, such as few professional bases, information blocking, high circulation cost and so on. In order to improve the pattern of direct selling of vegetables in Wuhan, we put forward some countermeasures and suggestions, such as perfecting the mechanism of direct selling of vegetables, perfecting the service channels of logistics of direct selling of vegetables, introducing advanced technology and increasing the support of government.

Keywords

Wuhan City Vegetable Direct Marketing, Network Distribution, Government Support

完善武汉蔬菜直销模式的对策研究

梁 东, 刘西姣

江汉大学商学院, 湖北 武汉
Email: 935612962@qq.com

收稿日期: 2018年5月20日; 录用日期: 2018年6月5日; 发布日期: 2018年6月12日

摘 要

近年来, 国家鼓励发展蔬菜直销模式。蔬菜直销模式的运用, 既能让蔬菜生产者和消费者获利, 又可以推动地方农业发展。但不难发现直销模式发展进度缓慢, 仍处于初级阶段。本文对武汉市蔬菜直销模式

流通渠道进行分析, 通过对其蔬菜直销发展现状和模式运作, 以及国外蔬菜流通模式的研究, 发现目前武汉市蔬菜直销模式的流通过程存在着专业基地少、信息阻塞、流通成本高等问题, 了解到直销模式运行需要政府的引导、先进技术和完善物流体系的支持以及专业基地的依托。为改善武汉市蔬菜直销模式, 我们提出了完善蔬菜直销机制、健全蔬菜直销物流服务渠道、引入先进技术、加大政府扶持力度等对策建议。鼓励发展蔬菜直销模式, 提高农民的收入, 推动武汉市农业发展。

关键词

武汉市蔬菜直销, 网络配送, 政府扶持

Copyright © 2018 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来, 随着直销模式的不断推广, 居民的经济实惠有了保障, 菜农的收入也增加了。为响应国家的号召, 武汉市市政府也一直把探索完善“菜篮子”价格调控、稳定物价总水平作为一项重要工作。市内设施蔬菜基地不断发展建设, 持续提高了蔬菜的综合生产能力, 经营水平也有不断提升。通过对武汉市蔬菜产业直销模式现状及运作模式的分析, 我们了解到武汉蔬菜直销仍处于初级阶段, 存在一些不足之处, 针对其存在的问题提出相应的措施或建议使蔬菜生产的经济效益增加, 这有助于推动蔬菜产业发展, 增加农民收入, 促进武汉市经济持续稳步发展。

2. 武汉市蔬菜直销发展现状

2.1. 直销模式下蔬菜生产发展区域化特色化

“十二五”以来, 武汉市新一轮“菜篮子”工程建设逐渐启动, 蔬菜基地在六个新城区重点建设, 目前, 汉江东西湖区-蔡甸区蔬菜生产线、蔡甸区以及江夏区蔬菜生产基地、江夏区和新洲区的蔬菜长廊、黄陂区和汉南区的蔬菜加工园等八个区域化蔬菜基地, 各具特色且初具规模, 发展势头趋好。

2.2. 直销模式下的蔬菜基地初具规模

随着直销模式的发展, 一些规模大的蔬菜产业基地起到了重大作用, 它们带动了农民生产, 增加了蔬菜的供应量, 从而提高了蔬菜生产者的收入。在这些企业蔬菜基地的带动下, 武汉蔬菜年产值达到 1.66 亿元, 供应水平有一定提高。直销模式的下, 因为蔬菜的高额需求, 菜农在蔬菜基地的依托下自身的利益得到了更高的保障, 收入增加了, 蔬菜供应也成为当地农民最大的收入来源。

2.3. 直销模式下蔬菜电子商务平台快速发展

随着互联网的深入发展, 农村电商也不断踊跃出现, 农产品流通平台不断出现。例如, B2B 电子商务平台也被蔬菜企业运用到蔬菜的销售上, 在企业自身的蔬菜基地上围绕它根据客户需求进行农产品的种植与采摘、分拣和加工、仓储至配送的生产流程, 减少了蔬菜生产到销售的中间环节, 实现真正的科学有效的运用互联网和电子商务实现了“产销直达” [1]。

2.4. 武汉蔬菜直销模式研究

在以往销售模式下, 蔬菜从生产者到消费者手中, 往往需要经过这些环节: 菜农→收购商→批发市场→大小菜贩→消费者(见图 1)。其中每一个环节中间商都会收取相应的报酬, 就意味着消费者要为此多买很多份单。这些环节最终导致消费者无法吃到便宜菜、新鲜菜。普遍的现象是在菜农手里以较低价格收购的蔬菜, 卖到消费者手里价格却高出数倍乃至数十倍, “菜贱伤农”和“菜贵伤民”的不合理现象在一些地方交叉出现。

3. 武汉市现有的主要蔬菜直销模式

3.1. 社区直销市场

社区直销市场, 是蔬菜企业作为蔬菜的生产者和经营者, 直接进入城市社区对居民进行大规模蔬菜销售。这种模式需要与社区有良好的合作关系, 从而提前完成新鲜蔬菜的采摘工作, 及时的在社区中铺开一定的区域进行大规模售卖。周末社区直销市场让蔬菜企业接面向消费者进行销售, 跳过中间环节降低了蔬菜的价格也便于两者之间直接进行信息传递。周末社区直销市场作为一种有效途径让农民直接进城售菜, 对平衡供需关系起到了较大作用, 使城市蔬菜价格降低而且稳定, 对方便居民生活和促进农民增收具有重要意义。简而言之, 该模式的运作方式为, 蔬菜企业与社区沟通提前一天采摘好蔬菜, 然后迅速将蔬菜运输到联系好的社区, 雇佣的销售员在市场中进行一定规模的售卖[2]。该模式的特点是蔬菜价格不高于市场价格, 售卖规模较大, 企业可以直接根据需求送货, 送货速度快。但是销售品种较少, 以应季菜为主[3]。

3.2. 社区直销店模式

这种模式是蔬菜直营企业招募直销员, 直销员在社区固定位置进行长期销售。直销员直接向社区居民进行蔬菜销售。蔬菜公司向直销店供应蔬菜。这种模式下, 蔬菜公司会在社区建立服务站, 作为蔬菜配送中心向各个直销店送货。蔬菜公司可以直接与直销员进行信息交流, 根据直销员的反馈的消费信息来进行生产采摘。直销店主要销售大众蔬菜, 居民也可以在直销店通过直销员预订有机蔬菜和一些高档蔬菜, 满足差异化需求。该模式特点是蔬菜新鲜安全有保障且价格低于市价, 企业可以通过直销员获取信息调整生产结构, 但是企业营运成本较高需要支付直销店的租金、水电和物业费和长期直销员的工资[4]。

3.3. 蔬菜超市直销模式

这种模式把传统的供应链优化为蔬菜企业→超市→消费者三级供应链, 略去了许多中间环节和在批

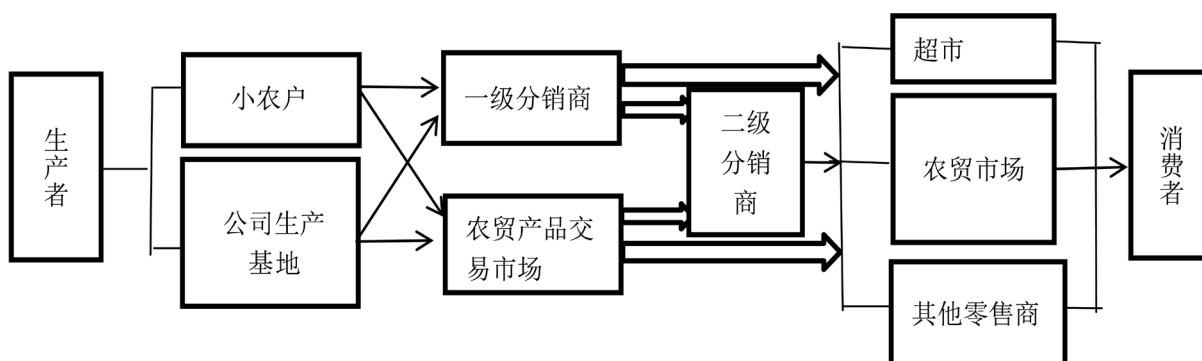


Figure 1. Traditional vegetable circulation chain

图 1. 传统蔬菜供应链

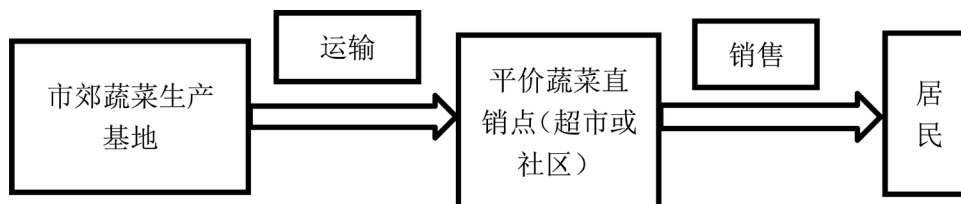


Figure 2. Wuhan vegetable direct marketing model

图 2. 武汉蔬菜直销模式

发市场的交易过程(见图 2)。蔬菜超市配直销模式就是蔬菜企业对蔬菜进行生产加工后, 与超市协商后, 直接向超市进行蔬菜供应, 然后通过超市销售给最终消费者[5]。企业在蔬菜基地里蔬菜采摘后, 进行清洗、分类、整理加工并且按一定规格进行包装, 最后再进行快速预冷后再予冷藏保存, 使蔬菜保鲜时间更持久。最后给超市配送发货。该模式的特点是蔬菜安全有较大保障, 蔬菜品种多含有机蔬菜和一些高档蔬菜, 企业可以直接根据需求送货, 送货速度快。

3.4. 电子平台订单模式

电子平台订单模式是运用互联网而开展的网络订菜、智能配送, 是由于互联网信息化的深入发展而产生的作为一种满足居民特殊要求的模式。是随着电商发展的产物, 类似淘宝购物的运营模式。居民通过在网上提交订单表明自己的需求来购买蔬菜, 企业通过互联网的信息中心获取客户需求, 进行配送。企业一般自建蔬菜基地, 蔬菜生产基地接收到订单后进行采摘、包装运输。社区一般配有配送网点作为物流中心, 蔬菜运输网点按照订单进行分装后发放给社区居民。该模式特点是蔬菜价格低于市场中同种价格。接受定制化服务, 蔬菜品种齐全, 有大量的有机蔬菜和高档蔬菜。但是需要企业信用较好, 居民认可网络订菜, 需要系统信息化建设和系统维护能力较强而且物流服务渠道有较好保证。

4. 武汉蔬菜直销存在的问题

4.1. 蔬菜直销模式机制不完善

目前武汉市直销模式仍处于初级阶段, 蔬菜直销模式机制不完善, 蔬菜直销模式有一定的局限性。对社区直销市场而言, 蔬菜品种不多而且质量也有待提高。社区直销市场需要居民需求规模大且需要与社区物业协调; 对社区直销店来说, 企业首先需要选取合适的店铺地址, 直销店应位于居民相对集中的街道或者小区且不应选在已有农贸市场或蔬菜摊贩相对集中的地方及周围, 其次是要雇佣长期直销员来经营直销店而且直销员要不时与企业进行信息交流。企业的运营成本过高, 需要政府扶持才能更好地持续发展下去。对蔬菜超市而言, 由于对蔬菜的质量安全性要求较高, 需要企业进行优质洁净蔬菜的生产而且在加工包装过程中卫生标准很高, 需要进行品牌建设, 企业营运成本高, 菜价贵。对电子平台订单模式而言, 该模式伴随着电子商务的发展而逐渐兴起的新模式, 接受群从小而且配送的目标客户主要是家庭, 订单销售量不高, 物流配送成本却很高, 网络配送物流体系的不健全, 导致该运作模式效率低、企业营运成本高而使菜价贵, 销量不高, 许多以电子平台为核心的企业亏损而停止经营, 直销模式发展缓慢。

4.2. 物流管理体系滞后不健全

直销模式发展靠的是现代信息技术和物流技术的关键支撑[6]。物流体系建设越完善, 蔬菜流通效率就越高, 蔬菜流通的损失率越低, 企业营运成本也越低。武汉市蔬菜直销物流服务渠道不健全, 社区直销点缺失, 社区网点建设不足, 网络配送物流体系不健全。蔬菜配送需要采摘、整理、洗净、包装、装

卸、搬运的流程, 物流体系的不健全导致蔬菜流通效率低、企业营运成本过高, 不少企业为维持经营而定高菜价。这对居民、尤其是低收入群体产生了较大影响。在新建城区内政府投资建设的网点滞后, 群众购菜不方便, 企业蔬菜配送的速度也变慢。因此, 政府需要引导企业建设蔬菜平价直销网点, 扶持健全物流体系, 这对减少蔬菜流通环节, 提高蔬菜流通效率, 降低企业营运成本, 稳定市场蔬菜价格有重大作用。

4.3. 先进技术缺失市场不开阔

传统蔬菜供应链中, 蔬菜储运中的损失很大, 蔬菜的新鲜程度和质量难以保障。小规模企业先进技术投入过低, 无法开发出低成本的蔬菜储运设备和设施。导致蔬菜损失率很高, 流通效率低, 成本变高。先进技术也缺失也导致电子平台的信息化建设程度不高, 蔬菜购销网站和订购软件缺失, 蔬菜销售渠道不多。电商企业系统维护能力不强, 市场不开阔。

4.4. 专业基地缺失, 供应不足

直销模式的发展需要蔬菜基地的依托。蔬菜专用基地不足, 导致蔬菜供应较少, 本地蔬菜价格贵。为谋取利益蔬菜中间商会从外地批发进蔬菜, 这不利于地方经济的发展。对政府而言扶持本地蔬菜生产, 建设蔬菜专业基地能增加蔬菜市场供应、稳定市场物价。从可持续发展眼光来看, 增加本地蔬菜基地建设, 既可以吸收社会闲散劳动力, 增加就业, 带动地方经济发展, 而且方便了运输, 既减少汽车尾气污染, 又能使当地群众吃上更新鲜的蔬菜。

4.5. 政府扶持不全面且力度不足

蔬菜直销模式降低了蔬菜价格, 保护了农民的利益, 其经营具有一定的公益性, 对于企业而言经营成本过大, 容易导致亏损, 所以很少企业愿意尝试, 只有政府很大程度的扶持才能够进一步推动蔬菜直销模式的发展。政府虽然制定了蔬菜直销政策, 但不够完善, 无法迅速推动直销模式的发展。政府对于推动直销模式发展影响力大, 政府不仅应对直销企业进行财政补贴, 也应该支持鼓励企业进行先进的蔬菜储存和运输技术的研发, 支持直销多渠道发展, 惠及直销模式流通的各个环节。但由于政府对直销企业的弥补不足无法让其正常经营获利, 直销模式难以发展。

5. 美国直销模式借鉴

美国直销模式, 在模式运作上与国内直销模式原理相同, 都是通过减少中间流通环节, 从而降低了蔬菜价格。但是其受地域影响而导致蔬菜种植结构有较大不同。蔬菜产地大部分位于亚热带地区在美国南部和北部, 有大面积的农场。美国蔬菜农产品物流体系建设良好, 服务型性渠道组织齐全, 为了配合蔬菜的高效流通, 产生了如装卸公司、运输公司、加工和分类以及银行等等许多专门为蔬菜农产品交易的流通渠道组织。

该模式是蔬菜的生产者如农场, 把自己生产的各种蔬菜采摘整理后直接运至产地农批市场, 蔬菜在产地批发市场实现由分散到集中, 为配送中心中的各类运销组织提供所需的蔬菜。毫无疑问, 在蔬菜供应链中, 批发市场在蔬菜销售中作为流通领域里的一个重要环节, 处于十分重要的地位。而且批发市场地址位于美国大城市, 流通渠道较多。美国直销模式下, 蔬菜四分之三以上是从产地批发市场经过配送中心这个环节配送给零售商, 大约 20% 的蔬菜被各类运销组织收集从产地批发市场运至销地批发市场, 再批发给分布于各个州的市场小贩、大型超市与连锁零售商。由于美国信息化程度较高, 交通运输业十分发达, 蔬菜配送十分便捷。直销模式下蔬菜流通中间环节减少, 降低了成本, 蔬菜生产者和消费者的

利益得到了保障。美国还设有协会可以让蔬菜销售中间商进行信息交流。各类组织体系健全物流建设超前发展, 具有引领作用。

6. 做好武汉市蔬菜直销工作的建议

当前, 武汉市蔬菜直销点建设工作尚处于初步发展阶段, 政府的相关政策和保障措施还需要逐渐完善。为发展蔬菜直销模式这项利民利商的政策, 提出以下建议:

6.1. 改善直销模式, 加强物流建设

结合国外的直销模式(见图 3), 我们可得知影响蔬菜流通效率最主要的一步是从生产者到社区或是超市。从美国直销模式的供应链看来, 武汉直销模式发展缺失的主要是物流体系的建设以及相关的服务性渠道组织。现代技术是促进直销模式发展进步的巨大推动力, 互联网可以将蔬菜流通过程中的生产者, 中间商, 消费者连接起来。直销模式发展靠的是现代信息技术和物流技术的关键支撑。政府应鼓励企业引进先进技术在蔬菜储存和运输方面研发新设施, 降低成本。在执行目前蔬菜“绿色通道”等扶持政策的基础上, 扶持蔬菜大型配送企业[7]。

6.2. 政府加大重视, 扶持降低经营成本

合理进行城市规划, 建设基地增加供应。随着房地产价格的暴涨, 位于城市社区附近的原有农贸市场土地已经逐渐转变为商业地产, 政府应合理布局, 相对控制工业商业住用地的不断扩张。政府引导扶持企业在市区建设基地, 增加蔬菜供应, 这可以占据市场, 稳定市场价格。为增加蔬菜的就近种植面积也可以在城市周围留足一定比例的农业用地或者改良建筑物, 在建筑物屋顶进行蔬菜种植。从地方经济发展角度来看, 扶持本地蔬菜基地建设, 既可以吸收社会闲散劳动力, 增加就业, 带动地方经济发展, 而且减少了长途运输, 既减少汽车尾气污染, 又能使当地群众吃上更新鲜的蔬菜。社区配建蔬菜销售用房, 低租金出租给经营者, 对于政府投资建设的门面, 应免交或者少交租金; 对于非政府投资的门面, 政府可以给予一定的租金补贴; 新建住宅小区的规划时应划定蔬菜交易专区或门面, 免费或低租金向蔬菜直销店提供使用; 对于蔬菜直销车, 政府可根据实际情况对车辆购置适当补贴, 并在居民小区划出空地, 免费供其停靠使用。对蔬菜直销店提供水、电等价费扶持。允许运菜车辆进城, 不得限行。

6.3. 政府部门合理布局, 逐步推进

蔬菜直销应遵循以下原则: 一是扶弱。食品支出在低收入人群生活支出所占比重较大, 历次蔬菜价格上涨, 首当其冲的是低收入人群。蔬菜直销店(点)应该建在房租比较便宜的地方。首先面向在经济适用

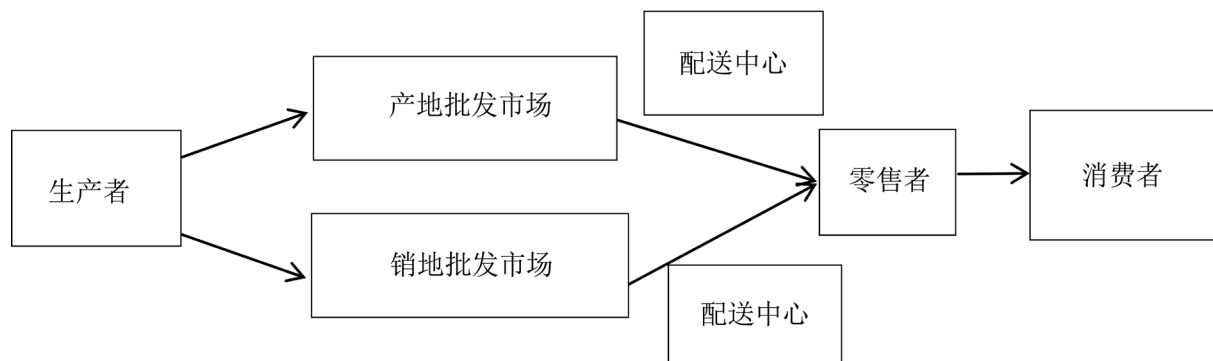


Figure 3. The US Direct Sales Mode Supply Chain
图 3. 美国直销模式供应链

房和廉租房小区居住的低收入群体销售。二是便民。在满足低收入群体购菜需要的基础上优先在暂无菜市场的居民小区布点, 尽量建在小区内或小区门口, 直销车应长期停靠在相对固定地点, 以方便群众买菜。三是稳妥。由于传统蔬菜销售模式仍占据主渠道位置, 扶持蔬菜直销店(点)建设, 暂时不能取消传统蔬菜销售模式, 必须稳妥、有序推进, 在新购菜点完善前, 要确保群众在原有地方仍能购菜。四是和谐。蔬菜直销店因其低价, 势必对传统农贸市场造成冲击。因此, 直销店不宜在已有农贸市场或蔬菜摊贩相对集中的地方及周围建点, 尽可能不影响传统蔬菜销售从业者生计, 避免产生社会矛盾。五是经济。要按经济规律办事。蔬菜直销店在门面、运输车、人工、冷库等方面投入较大, 成本相对较高, 如单店蔬菜销量低, 则分摊到每一斤蔬菜的成本较高, 价格优势很难体现, 最终导致蔬菜直销模式难以维持。据调查, 一般蔬菜直销店员工人均日销售量达到 500 斤以上才能盈利。建议在布点蔬菜直销店时, 结合居民分布和集中度合理设定每个直销店之间的间距, 确保每个蔬菜直销店一定销量。政府不可操之过急, 需要合理安排, 逐步推进直销模式发展[6]。

6.4. 多种直销形式, 因地制宜

建设蔬菜直销店的主要目的是让群众能方便地买到低价菜。因此, 蔬菜直销店建设不应局限于固定模式, 要因地制宜, 灵活采取符合居民小区需要的多种直销模式。政府和各个部门相互交流共同探讨, 也可征求群从的创意, 齐心协力开辟出有利于降低经营成本、方便群众买菜的销售渠道。可以采用固定门面、活动板房、直销车、超市设点等模式, 小城市还可以允许农民挑菜进城、摆摊设点; 在供应模式上, 可以采用本地蔬菜基地建店(点)直销、龙头批发企业建店(点)直销、本地蔬菜基地和批发企业、超市联合直销等模式; 电子商务平台作为新兴模式, 符合当代人对便捷的需求, 发展潜力巨大, 需要加大投入。在销售品种上, 不应局限于肉菜等品种, 还可以扩展到大米、油盐、禽蛋以及调料等副食品, 增加盈利点, 提升直销店整体利润水平。

6.5. 加强监管, 确保惠民

一是要严格审核。我们在鼓励开设直销店的同时, 也要对申请政府扶持的蔬菜直销店进行严格审核。对申报者的信用记录、是否拥有蔬菜生产基地、是否具备稳定进货渠道等进行综合审核评分, 分数高的优先扶持。原则上不扶持有价格违法行为记录、扶持难度较大的申报者。二是要统一签订合同。要求蔬菜直销店服从政府调度, 规定蔬菜基地的蔬菜必须优先、低价供应本地市场; 直销店销售的蔬菜必须按一定比例低于市场平均价格; 在自然灾害、菜价大幅上涨等特殊时期, 必须带头稳定市场价格等等。三是要规范门店设计。每家门店装潢共同的形象识别元素; 同时, 应统一价标, 实行明码标价、明码实价, 具备条件的蔬菜直销店应在醒目位置张贴或悬挂平价承诺书、与市场平均价格对比表、价格举报电话、企业服务电话、食品检测报告等内容, 方便群众监督。四是要加强日常管理。价格主管部门对蔬菜市场价格的监测要加强。以免遇到特殊情况如自然灾害、菜价大幅上涨无法解决。直销店对于稳定市场价格有一定作用。与蔬菜直销店的协调沟通工作要做好。要建立完善考核和退出机制, 对蔬菜直销店实行定期和动态考核, 及时淘汰高价卖菜、不服从政府调配的蔬菜直销店。

7. 结论

直销模式需要政府的支持、引入先进的技术和物流体系的完善, 也需要专业人员的支持, 大家集思广益。武汉直销模式处于初级阶段, 存在不善问题, 发展速度缓慢。为完善武汉市蔬菜销售模式, 我们提出了完善蔬菜直销机制、健全蔬菜直销物流服务渠道、引入先进技术、加大政府扶持力度等对策建议。鼓励发展蔬菜直销模式, 提高农民的收入, 推动武汉市农业发展。

基金项目

江汉大学湖北省重点学科-管理科学与工程 2017 年开放基金课题 ZDXK2017KF03。

参考文献

- [1] 刘建培, 程宏, 普加贤. 思茅区蔬菜直销体系建设现状及发展措施[J]. 科技经济导刊, 2018(2).
- [2] 古川. 社区蔬菜直销模式的形成与运作机制研究—以北京绿富隆合作社为例[J]. 农业经济问题, 2013(1): 98-104.
- [3] 伍琳. 吐鲁番蔬菜向乌鲁木齐市场直销模式分析[J]. 天津农业科学, 2017, 25(8): 63-66.
- [4] 何欢宇. 崇明特色蔬菜社区直销模式调查[J]. 上海蔬菜, 2017(2): 5-6, 84.
- [5] 蔡保忠, 吴师师, 戴巧玲. 长沙市新鲜蔬菜流通渠道及模式研究[J]. 湖南农业科学, 2015(4): 85-87.
- [6] 朱丹丹, 葛炬. 乌鲁木齐蔬菜直销点物流管理研究[J]. 当代经济, 2016(7): 54-55.
- [7] 乔立娟, 赵邦宏, 刘妍. 京津冀协同背景下的河北省蔬菜流通模式创新研究[J]. 湖北农业科学, 2016, 55(7): 1893-1896.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7311, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: mm@hanspub.org