

浙江与西部地区特色农产品双向流通过程研究

石琼

(浙江商业职业技术学院 经济贸易学院, 浙江 杭州 310053)

【摘要】浙江与西部地区由于自然条件和消费习惯的差异,农产品生产和消费各具特色。在两个区域之间开展特色农产品双向流通具有优厚的资源条件和广阔的市场前景。本文从两个地区特色农产品流通现状视角比较两地的流通形式和特点,并针对两个地区开展特色农产品双向流通中存在的流通网络、合作平台、营销能力和服务模式等问题进行了分析,进而提出浙江与西部地区在特色农产品双向流通过程中深度合作的基本路径。

【关键词】浙江;西部地区;特色农产品;双向流通过程

【中图分类号】F724

【文献标识码】A

农产品生产由于受自然地理环境的限制和生产者生产习惯的影响,不同地区生产具有地域特色的农产品。随着社会开放的深化,地区之间的交流在深度和广度方面不断增强,消费习惯也在人员流动往来中被接受并改变。浙江与西部地区农产品生产和消费具有很强的互补性,从扩大农产品销售的现实角度看,两个地区之间开展特色农产品的双向流通存在优厚的资源条件和广阔的市场前景。

一、特色农产品:浙江与西部地区双向流通的现状分析

浙江“七山一水二分田”的自然地理环境,使浙江成为一个特色农业大省。茶叶、食用菌、柑橘、蜂产品、花卉苗木、瓜果蔬菜等产量在国内均居前列,各类经济作物的种植总面积近2000万亩。农产品销售主要分两条渠道,一是外贸出口销售,2009年全省农副产品出口贸易总额65.77亿美元;二是国内市场销售。调查显示,2009年全省48个省级农产品连锁经营试点企业,实现经营额54.5亿元,比2008年增长18%^①。从整个内销状况来看,浙江农产品销售市场主要集中在省内和以京、沪等大城市为代表的发达地区。虽然有些农产品,如茶叶、竹笋、蜂产品、竹炭制品等已经拓展到了东北、西部等其他市场,但是销售量所占比重不大,深度开发的潜力巨大。从内销状况看,浙江农产品流通主要采取如下几种销售形式:一是批发市场销售,产地和销地批发市场是农产品销售的主要形式,2008年度,全省577个农产品批发和农贸市场交易额达到1040亿元。二是连锁企业、展示展销、物流配送、电子商务等新型农产品流通业态的销售,仅供销社系统的销售额就达16.7亿元。三是农业龙头企业、农民专业合作社、农产品经纪人等营销主体销售,据统计,2008年度全省5883家龙头企业销售收入达1955亿元^②。

西部地区的土地面积、耕地面积、草地面积和水资源总量在全国占有很大优势,再加上丰富的光照作用,生产的农产品具有独特品质,形成了具有地域特色的产品资源。但受自然条件限制,农产品生产周期长,产量和品质具有明显的不稳定性和不确定性。同时,由于地域辽阔,制约了农产品流通的发展,影响农产品的商品化率。

纵观整个西部地区,农产品流通具有如下特点:一是完整的销售网络尚未形成。在西北的大部分地区和西南的边远地区,销

收稿日期:2011-01-12

基金项目:中国供销合作经济学会重点委托课题(2010中供经学字第9号)

作者简介:石琼(1961-),女,湖南益阳人,副教授,从事商贸经济研究。

① 2008年浙江省供销社年度统计资料(内部打印稿)。

售网点分散且相互之间信息交流不畅，配套的服务设施不足。二是产销合约化和组织化程度不高，分散的农户是市场销售的主体。三是缺乏大型的、规范化的农产品批发市场和专业批发市场，大多数农产品交易仍在“草皮街”之类的杂货市场进行^[1]。两地特色农产品的种类对照如下表：

表 1 浙江与西部地区特色农产品种类对照表

浙江地区	西部地区
茶叶 鲜笋及制品 竹炭制品 杭白菊 通心莲 板栗	青稞 牦牛 藏系家畜、家禽 藏药材 枸杞 啤酒花 甜菜 油菜 葡萄 哈密瓜 核桃 亚麻
甜玉米 藕粉 吊瓜子 猕猴桃 水蜜桃 芋艿 柑橘	肉苁蓉 番茄 马铃薯 红枣 双低油菜 冬虫夏草 沙棘 唐古特白刺 菊芋 紫花苜蓿
食用菌 文旦 蜜梨 蜂产品 山茶油 山核桃 香榧	牧草 中药材 牛奶等 葵花 茶叶 烤烟 柑橘 柠檬 榨菜 辣椒 莼菜 桑蚕 野生菌类
番薯制品 淡水及海水制品 中药材	蜂蜜 甘蔗 蚕豆 特色蔬菜 花卉 南亚热带水果

从表 1 中可以看出，两地农产品各具特色。浙江具有规模优势的农产品主要有茶叶、食用菌、蔬菜、水果及制品、水产品养殖等；西部地区的则集中在禽畜及制品、中药材、南亚热带水果、特色蔬菜、花卉等方面，两地产品具有很强的互补性，双向流通的资源条件优厚^[2]。就现状而言，浙江农产品市场化程度虽然相对较高，但也存在远距离流通不畅的问题。西部地区农产品的市场化程度比较低，流通过程比较单一。浙江和西部地区通过探索特色农产品双向流通路径，可以实现互融合作、共赢发展的目标。

二、特色农产品：浙江与西部地区双向流通存在的问题

2008 年全球性金融危机以前，浙江特色农产品的市场开拓主要集中在国际市场和国内经济发达的一线城市，对西部的跨区域农产品营销重视不足。近两年，浙江加大了本地特色农产品拓展省外市场的力度，开始重视西部地区市场的开拓。但在与西部地区开展特色农产品双向流通过程中主要存在着以下四个方面的问题：

（一）尚未形成畅通高效的流通网络

农产品要货畅其流，首先要有畅通高效的流通网络。就浙江而言，近几年全省各地在农产品购销网络建设方面虽然加大了投入力度，但网络建设布局并不合理，市场缺失与重复建设现象并存，市场升级改造缓慢^[3]。政府在农产品流通网络建设规划上的作用没有发挥出来，这种现象浙江与西部地区同样存在。

（二）省际农产品流通合作平台缺失

浙江与西部地区从政府层面到社会各界，都非常重视推销本地的特色农产品。在市场营销方面，无论是财力的投入还是人力的投入其力度都非常大。各地政府经常组织农产品推介会、展销会、品尝会等销售活动，这些活动对特色农产品的宣传和销售确实产生了一定的作用，并取得了一些成效。但总体而言，省际之间的农产品流通尚处于自发的、随意的、零星分散的状态，还没有形成有组织的、长期的、整体的局面，其中一个重要原因就在于省际层面缺少特色农产品双向流通的合作平台，缺少合适的组织者。

（三）农产品龙头企业规模小，营销能力不强

农产品流通龙头企业整体数量少，规模不大，市场营销能力不强。农产品加工龙头企业规模小，加工层次低、深加工能力弱、产品附加值不高^[4]。总体而言，缺少实力强大的龙头企业，缺少名牌产品和区域品牌。如浙江省供销社的资料显示，长期

从事农产品经营，虽然拥有较为完整的网络体系，但是，国家驰名商标只有 25 个，省级著名商标也只有 106 个。

(四)农产品营销服务模式落后

大宗农产品和初级加工品的流通一般以传统的经营形式进行集散。农产品购销人员素质普遍不高，农产品营销服务模式落后。据统计，浙江省农产品销售自销占销售比重约 42%，订单销售只占 2.7%，农产品经纪人、专业协会、专业合作社等合作经济组织的建设和发展还处于初级阶段，力量薄弱。不能有效地将分散的农户集中起来，实现与大市场的对接。特别是西部地区农产品加工业落后，技术水平低，龙头企业实力不强，带领农民实现农业产业化经营的能力弱。农业基础设施建设投入不足，农产品批发市场功能不健全。

三、浙江与西部地区特色农产品双向流通的基本路径

浙江与西部地区通过特色农产品双向流通，浙江可以拓展国内市场，减少本地区农产品的外销依赖和风险；西部地区则可以充分利用浙江丰富的市场资源和相对先进的经营理念，提高本地区的农产品市场化程度，从而达到促进“三农”发展的目的。因此，构建特色农产品双向流通路径的总体思路为：围绕促进“三农”发展的目标，利用一切双向的流通资源，进一步加快建设适应浙江与西部地区特色农产品双向流通及消费变化趋势的现代农产品购销网络体系，重点建设省际之间的特色农产品交流合作平台，为浙江和西部地区特色农产品的双向流通，优势互补提供畅通的流通渠道。

(一)构建立体的特色农产品销售网络

所谓“立体”，就是围绕省级农产品网络龙头，从层次、类型、渠道等多个方面建立和完善农产品销售网络。

1. 农产品批发市场的升级改造和新建同步进行。从我国具体情况看，农产品批发市场长时间内仍然是全国各地农产品流通的主要路径。当前，浙江和西部地区的农产品批发市场都存在基础设施陈旧、功能单一、管理水平不高问题。农产品批发市场进行升级改造，对完善大宗农产品的流通网络，提升农产品市场体系功能具有积极意义。从浙江省农业产业布局、物流和区域市场发展的实际情况看，应该优先升级改造产地加工、预冷保鲜和冷链物流等综合性农产品批发市场。农产品批发市场的新建则可以分两步：一是浙江可以参与西部地区农产品批发市场的建设，疏通本省农产品进入西部地区的流通渠道。同时，浙江可以利用省内农产品生产经营的技术优势，在西部地区建立农产品基地，扩大本省农产品的生产空间，缩短农产品的流通距离。浙江省丽水市拥有全国最大的香菇、木耳菌种基地与技术优势，可以利用这种优势到西部地区建立食用菌生产基地，把香菇、木耳种到西部并在西部销售。二是在省内为西部地区建立和健全专门的农产品批发市场，对调整省内农产品供应的品种结构，满足浙江消费者对西部农产品的需求，为西部地区农产品拓展销售空间，开拓销售市场，从而提高西部地区农产品的商品化率。

2. 建设特色农产品直销中心，完善特色农产品连锁经营网络体系。特色农产品是浙江省农产品走向省外，形成名优产品和竞争力的物质基础。首先，将省内具有发展前景或规模的名特优农产品展示展销中心培育成省级农产品连锁经营龙头，推进省、市、县三级特色农产品连锁经营网络建设与整合，然后在政府的支持下，向西部地区拓展。其次，可以充分利用供销社系统的网络资源，如将省内经营运行良好的浙江新田园农产品连锁配送公司、萧山万禾名特优农产品展示展销中心等企业培育成省级农产品连锁经营龙头。在省级农产品连锁经营龙头的带动下，开展省内外特色农产品的双向流通。在“十二五”期间，浙江应该重点发展农产品连锁直销中心，争取在连锁配送网络系统中，80%以上的区域内名特优农产品进入中心销售，并引进全国各地的名特优农产品，保证特色农产品的市场供应。

3. 构建农产品产、加、销一体化的销售网络。产、加、销一体化要以农业为依托，通过统一规划、集中扶持，建设高起点、高标准的特色农产品生产加工基地，如竹碳、食用菌、茶叶、蚕茧、柑橘等领域的生产加工。特色农产品深加工可以通过网络龙头企业参股、合作经营等多种形式展开，强化龙头企业对农产品基地建设的带动作用；对与农民建立了稳定产销关系的专业合

作社、农产品批发市场和生产流通企业应该重点发展。通过生产、流通领域龙头企业的带动，实现产、加、销系列服务功能。“十二五”期间，全省可以争取建成年销售收入千万元以上的加工型、外向型农业龙头企业 10 家，实现农副产品出口创汇 10 亿美元以上。

(二)发挥省际农产品流通协会作用，搭建特色农产品双向流通的合作平台

1. 通过农产品行业协会销售，提高农产品流通效率。农产品行业协会在加强行业自律，推动行业交流与合作，组织农产品营销中有着不可替代的作用。目前，浙江省农产品行业有茶叶、果品、食用菌、梨、葡萄等十多家协会。西部地区也建立了不少农产品行业协会。浙江与西部地区特色农产品双向流通中，要建立并充分利用省际协会之间的合作关系，发挥协会在组织农产品营销中的作用，可以定期或不定期举办综合性的或者单品种的农产品展示展销，既可以针对时令性农产品，也可以开展常年性农产品的销售活动。事实上，以单一农户为主生产的农产品通过农产品流通协会的销售，可以提高农产品流通效率，更好地维护农民的利益^[5]。在这方面，台湾、日本的农协在农产品销售中的经验值得借鉴。

2. 利用农产品经纪人协会的网络资源，搭建两地农产品有效流通的合作平台。浙江与西部地区的深度合作，可以利用省、市、县农产品流通(或农民经纪人)协会的网络资源，联合打造农产品产销合一的营销平台。通过合作平台，浙江可以整体区域农产品品牌和统一营销的方式在西部地区市场强力推出浙江特色农产品，西部地区则可以将西部的特色农产品快速销售到浙江市场。尤其要重视和借助“中”字头协会的引领和影响，实行跨省际商品营销。2007年11月成立的中国农产品流通经纪人协会，它主要由从事农产品流通的个人、企业、专业合作社、社团组织、科研院所、教育培训单位、供销合作社以及有关专家、学者等联合组成。协会成立以来，推动地方各级农产品经纪人协会的组建，构建专业门类齐全、遍布全国城乡的服务网络。目前协会拥有完整的机构体系，有22家省级农产品经纪人协会和3000多个市、县、乡级农产品经纪人协会，600万各级各类农产品经纪人。一方面，协会可以通过报纸、电台、网络等大众媒体，对农产品经纪人队伍进行多元化、立体化的宣传，有效提升和扩大经济人队伍的知名度和影响力。另一方面，协会先后与地方合作举办了多种形式的农产品展示展销活动，签订合作协议123项，合作金额达101.45亿元，成效显著。

(三)组建农产品营销公司，完善特色农产品供应链

目前农产品经营中，农产品进超市难和超市采购农产品难的问题同时存在。而国内农产品经营企业的规模总体偏小，大多缺乏长远的企业发展规划。品牌推广能力不强，针对特色农产品的市场推广尤其不力，在解决特色农产品进超市和超市采购的“两难”问题中不能发挥积极作用。以麦德龙超市为例，经营的农产品种类达五六百种之多，而多数特色农产品经营企业其经营的品种只有寥寥数个，无法满足超市农产品经营的品种要求。另外农产品进超市成本高，超市不仅提取一定比例的利润，还要收取各种费用，农产品卖不出去要被超市退回，即使卖出去了还得数月后才能结账。现实使农产品销售就只能走传统的市场销售之路。

组建农产品营销公司，完善特色农产品供应链是解决“两难”问题的重要路径。农产品营销公司就是以经营农产品的龙头企业为核心，把品牌蔬菜、品牌水果、品牌水产品等企业各自的拳头产品联接起来，实施强强联合，形成一个强大的供应链，发挥其巨大的辐射作用，以满足大型连锁超市尤其是跨国连锁超市对农产品经营的供货要求。从供销社系统看，各地组建以系统农产品经营网络为基础，以名特优农产品连锁经营为核心，涉及农业加工、生态农业基地、农产品配送、电子网络交易等多元化产业链，并逐步向发展前景广阔的乡村生态旅游等行业延伸的农产品营销公司具有现实意义。2009年国务院颁布的《关于加快供销社改革发展的若干意见》(国发[2009]40号)和2010年浙江省政府颁布的《关于加快推进供销社改革发展的若干意见》(浙政发[2010]46号)，为供销社成为发展农村现代流通网络的主导力量提供了政策支持。例如，重庆市供销社将投资14亿元组建农产品加工、销售的“航母”型农产品集团公司，经营包括农产品加工、农产品市场、农产品销售服务网络、冷链仓储、村级农产品集散地及小型冷库建设，使公司成为集产品营销、贸工农一体化的龙头企业。依托这种大型农产品营销公司，在两地的特色农产品双向流通中，可以缩短农产品的在途时间，保障农产品的鲜活度，为两地特色农产品进入当地超市

提供高品质货源，提高农产品流通效率。

(四)创新营销方式，拓展特色农产品双向流通的市场空间

创新营销方式可以从以下两方面努力：

1. 开发移动电子商务营销模式，充分发挥农产品电子交易平台的作用。移动电子商务营销模式可以克服农产品供求信息获取的时空限制及销售市场的局限，消除货款交易等原始模式的弊端。具体可以建立农产品高效立体信息网络平台，组建一个集手机短信、电话、网络三合一的综合信息平台，整合各种农产品供求信息资源，通过语音热线、农村信息机、互联网等多种方式，为特色农产品的经营大户、运销大户、经纪人、农产品加工企业提供多种信息服务。同时，还可以利用现有的农产品电子交易平台，开展农产品的网上实时展示和交易，通过完备信息网络，可以把浙江的特色农产品销往西部地区，也可以把西部地区的特色农产品销售浙江市场。

2. 利用西部地区对外贸易的区位优势 and 口岸优势，拓展双向流通的市场空间。西南地区的云南省作为中国面向东南亚开放的桥头堡，目前共有口岸 20 个，其中国家一类口岸 13 个，二类口岸 7 个。为促进其口岸建设的通关便利化，提速中国——东盟贸易区建成后贸易往来，按照编制的口岸“十二五”规划，未来几年云南省将不断优化口岸布局，适度提高口岸密度。以 2010 年为起点，该省口岸的改造升级工作将会进入一个新高潮。与此同时，还将计划建设 3-4 规范化的边民互市市场，从而彻底改变边境“草皮街”面貌。此外，在一些人流、物流量较大的传统通道，将试行地方投入为主、省政府适当补助的发展方式，建设简易联检通道。浙江农产品流通可以充分利用西部地区的这种区位和口岸优势，积极融入中国——东盟贸易区的贸易往来，这不失为提升浙江特色农产品外销能力的一条重要途径。

参考文献：

- [1] 李良波. 浙江农产品产业内贸易的实证研究 [J]. 商业时代, 2006, (25):106-107.
- [2] 张莉侠, 罗强. 我国三大都市圈农产品流通现状及对策探讨 [J]. 上海农业学报, 2008, (3):93-96.
- [3] 金赛美. 论现代农产品市场体系构建的现实要求 [J]. 中国市场, 2008, (32):60-61.
- [4] 戴桂林, 卜凡. 基于供求视角的生态农产品市场开拓策略分析 [J]. 山东经济, 2009, (3):49-54.
- [5] 徐振宇. 提升农产品流通效率促进经济增长方式转变 [J]. 北京工商大学学报, 2007, (6):6-9.