
成都市双流区水果直销模式探讨

——基于“微笑曲线”理论^{*1}

许丽灵 杨卓 史宇微 詹超 李彦秋 苏开红

(四川农业大学 管理学院, 四川 成都 611130)

【摘要】: 以现场调查、深入访谈法获得的数据为依据, 研究发现成都市双流区水果流通存在流通效率低、销售困难、物流主体组织化程度低等问题。故提出构建基于“微笑曲线”理论的“农社对接”水果直销模式, 希望通过政府、农民专业合作社以及农民三方合力, 建立新型的水果流通模式, 改善双流区水果流通现状、创新流通模式、增加果农收入。

【关键词】: 水果流通; “微笑曲线”理论; “农社对接”; 直销模式

【中图分类号】: F713.3

【文献标识码】: A

2011 年农业部启动了“农社对接”试点工作, 引导合作社与城市社区开展对接。2012 年中央 1 号文件明确提出, 支持农民专业合作社在城市社区增加农产品直供直销网点, 形成稳定的农产品供求关系。农产品作为生活中最重要的生活资料, 其流通的效率与效益对整个社会商品流通状况有着一定的影响作用。徐丽艳等 (2010) 认为我国农产品流通模式存在的问题主要是流通链条冗长、农民缺少话语权及组织性差; 周毅等 (2009) 研究认为当前存在的主要问题是流通时间长、流通效率低、物流技术落后、基础设施简陋; 赵剑 (2010) 考察了四川以批发市场为核心的农产品流通模式, 发现存在组织化程度不高、交易方式落后、物流管理比较原始、包装储藏检疫比较薄弱等问题。国内学者们对农产品流通的理论和实践研究方面做了大量工作, 取得了一系列研究成果, 但这些研究多以整体农产品为研究对象, 在具体农产品, 如水果流通方面的研究较少, 并未依据农产品的特性而研究具体的流通模式。由此, 文章以双流区为例, 对其水果流通现状及问题进行分析, 并针对双流区水果流通模式的现状提出“农社对接”的直销模式, 为双流区的水果流通模式提供思考。

1 双流区水果产业现有流通模式及问题分析

1.1 双流区水果产业现有的流通模式

双流区地处四川西部, 位于成都平原东南边缘, 年平均温度 16.2℃, 年平均降雨量 921mm, 全年温和, 适合种植草莓、葡萄、枇杷等水果, 水果种植面积约为 2.56 万 hm^2 , 形成了以枇杷、冬草莓、梨、葡萄等为主的水果产业, 是名副其实的水果之乡。2015 年, 水果总产量达 22.7 万 t, 全区农民年人均可支配收入达到 20610 元。目前, 双流区已建成全球最大的优质枇杷基地、全国最大的冬草莓基地、西部最大的杨梅基地, “双流枇杷”、“双流冬草莓”成为国家地理标志保护产品。

¹ 收稿日期: 2017-04-24

作者简介: 许丽灵 (1996—), 女, 四川成都人, 本科在读。

双流区果农众多，主要以家庭为单位的家庭农场组织形式进行水果的种植经营，由于小生产和大市场之间的矛盾，水果在流通过程中呈现出由分散到集中，再由集中到分散的过程，由此形成了以水果批发市场为主导、在路边摆摊零售为辅的“农户-批发市场-零售商-消费者”流通模式，许多果农们仍然走着传统的“农批对接”之路，即果农将分散的水果产品集中起来统一运送到批发市场，完成从分散到集中的过程；然后从产地批发市场运送到销地批发市场，再批发给分布于各消费区域的传统集贸市场、商贩等，从而完成再由集中到分散的流通过程（见图1）。双流区目前存在多个规模小、效率低、成本高、资源浪费现象严重的水果批发市场。

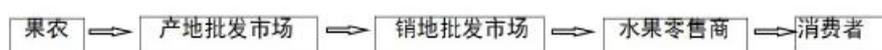


图1 双流区水果传统流通过程

1.2 双流区水果产业现有流通模式存在的问题

1.2.1 流通环节多，流通成本高，农户收益低。双流区传统的水果产品销售遵循着“农户-批发市场-零售商-消费者”这一模式，流通环节多，流通周期长。水果产品市场价格看似很高，但农户的出售价格却相对低廉，农民的收入也没有明显的提升，究其原因，很大一部分主要是因为中间流通环节多，通过层层加价，农户没有提高收入、消费者也未获得实惠。

1.2.2 水果产品资源分散，水果销售问题突出。经过几年的发展，双流区水果产业已经初具规模，产能较好，品质优良。但随着产能的不断提升，周边市场水果需求量已经趋近饱和，产量与销量的矛盾日益突显；与此同时，以家庭为单位的农户种植经营分散，造成水果产品资源分散。同时，农户多是各自为战，水果商品化处理水平不高，没有形成统一、优良的销售规划，销售水准不高、销售渠道少、销售平台落后。因此，销售难的问题正困扰着双流地区的水果农户。

1.2.3 批发市场落后，物流主体专业化、组织化程度低。目前，双流区以批发市场为主导的流通模式，虽然能够解决水果小生产与需求大市场之间的矛盾，但是无法克服批发市场自身的缺点。大多数批发市场规模较小，存在着缺乏统一规划、选址和布局不合理、设施简陋落后等问题，不能为生鲜水果提供良好的流通和保鲜环境。与此同时，双流区水果产品的物流组织主要为农户自主分散经营，相互之间联系少、协作程度低，水果物流资源难以得到充分的挖掘和利用，在水果产品质量上满足不了市场的需求。

2 “微笑曲线”理论视角下水果直销模式构建

2.1 “农社对接”水果直销模式的理论基础

微笑曲线（Smile Curve）是1992年当时的宏基电脑董事长施振荣提出，分成左、中、右三段，左段为技术、专利，中段为组装、制造，右段为品牌、服务，而曲线代表的是附加价值。微笑曲线在中段位置的附加价值较低，而在左右两段位置的附加价值较高，如此整个曲线看起来像是个微笑符号。

根据“微笑曲线”理论分析，从事水果种植的果农处于U型线最底端，他们所从事的正是附加值最小的生产制造性工作，而处于U型线两段的水果品种研发、水果深加工、水果流通环节才具有更高附加价值。双流区水果种植户普遍种植规模不大，资金有限，无法进行资金投入较大、时间耗费较长的水果品种研发与水果深加工。想要实现果农的利益最大化，减少当前双流区水果流通领域的流通环节，把流通领域中的一部分附加值“归还”于果农是花费小、耗时短、行之有效的策略。由此提出以农民专业合作社为主导的“农社对接”水果直销流通模式，即建立农民专业合作社并在城市居民小区开设直销站点，将自产农产品集中起来直接销售给消费者的产销对接流通方式，其实质是继农超对接之后农产品供应链条再一次的优化创新，进一步减少流通中间环节，实现生产者和消费者直接见面，从而实现农民和消费者双方共赢。

2.2 “农社对接”水果直销模式的运行机制

一方面，消费者通过浏览合作社的网站，了解合作社辐射范围内的水果产品，并选购自己需要的水果，形成订单或者直接到社区直供站点选购水果。同时，合作社收集果农生产的水果进行统一包装处理，在消费者形成的订单通过合作社网站的统一处理后，由合作社运营的冷藏车从产地运送到社区直供站点，提供给消费者。整个流通过程，快捷高效，既保证了水果的新鲜、高品质，又减少流通环节，保障了果农的收入。

另一方面，通过政府主导建立公共信息平台，将当地水果的种类、价格等信息公布在当地政府官网、合作社平台和舆论媒体平台上，供消费者查阅咨询和受理售后服务，以提高水果品牌的知名度。同时，合作社根据公共信息平台显示的市场的销售情况和消费者的反馈信息，可以及时作出生产、销售及服务的调整，从而提高生产效率、增加收益和提升服务质量。具体的运作模式如图2所示。

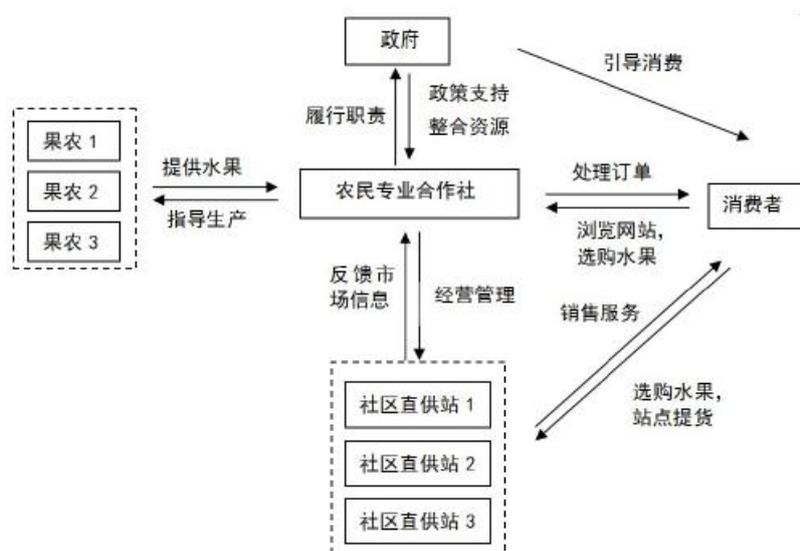


图2 “农社对接”水果直销模式

3 “农社对接”水果直销模式的优势分析

3.1 简化流通环节，降低流通成本

双流区传统的水果销售遵循着“农户-经销商-市场-消费者”这一模式，流通效率低、产品质量不能保证、农户收入少。与之相比，直供模式的建立，去除了中间不必要的流通环节，将水果从产地直接配送到消费者手中，在保证产品新鲜、优质的同时，降低流通成本，消费者能够以满意的价格获得蔬果，农民的收入也能有所提高。

3.2 保障水果质量，解决销售难问题

产品安全是水果生产、销售的关键环节。直供模式通过建立完善的水果溯源制度及合理的责任体系，确保平台上销售的所有水果从生产到销售的各个环节环环相扣，一旦出现问题，可以迅速、准确的追溯源头，理清相关方面的责任，切实保障水果产品安全，维护消费者的合法权益。此外，通过直供模式的建立，可以更好地将滞销的水果整合到同一平台上，面向更多的消费者，拓宽销售渠道，从而获得更多的销售机会，更好地解决好销售困难的问题。

3.3 推动水果销售组织化、专业化

由于传统水果流通模式依赖于市场批发和散户贩卖对水果进行销售，存在着布局不合理、组织化程度低等问题。直供模式是由对市场和生产都有丰富经验的专业的合作社人员进行直供站点的选择以及直供人员的培训，辅之以严格的管理制度和人性化的服务体系，更好地保障生产、流通、销售以及服务的专业化，有效地打造有组织的水果销售体系，促进双流水果产业的发展。

3.4 为消费者提供优质的农产品购物体验

随着城市生活节奏的加快，越来越多的人不再有富余的时间和精力特意去菜市场 and 超市耐心选购蔬果产品，快节奏的都市生活要求能够与之适应的快捷的购物环境，直供模式通过合作社经营的专业网站和社区直供站点搭建了一个完善的水果购物平台，用户可以在任何时间浏览、选购丰富的水果产品，节约了去超市和菜市场的时间。如果对水果产品有不满意之处，可以到合作社网站平台投诉，将会有专人提供完善的售后服务，给消费者良好的购物体验。

4 “农社对接”直销模式的支撑体系

双流区水果的“农社对接”直销模式是果农联合成立农民专业合作社，由农民专业合作社承担水果运输来连接水果生产和销售环节的新型水果流通模式。为了实现双流区水果的“农社对接”直销模式，需要政府、农民专业合作社、果农等多方面的合作、支撑。

4.1 政府引导

政府应在水果流通模式的创新、水果物流的建立、水果的市场营销等方面积极引导农户。政府应给予农户成立农民专业合作社相应的法律、资金、技术等支持，为以农民专业合作社为主的“农社对接”水果直销流通模式的建立提供便利；同时，整合双流区水果资源，扶持优势企业、鼓励龙头企业，形成水果产业的区域竞争优势。

4.2 农民专业合作社主导

“农社对接”的水果直销流通模式中，农民专业合作社起到了极其重要的作用，是衔接农户和消费者的桥梁。一方面，合作社应具有实施水果的收集、储存、运输等一体化的能力，将达到标准的农产品先统一集中到配送中心，进行质检、分选、加工、包装、贮藏，再根据各直供站的消费需求信息，统一配送到各个直供站；另一方面，合作社应具备掌握和分析市场信息、及时根据市场做出生产和销售安排的能力。合作社，可从社会上雇佣专业的信息技术人员及农业科技人员到合作社任职上班，还可以选派当地具有生产种植经验的农民外出培训，学习经验。此外，合作社自建网站，网站上展示当地特有的生鲜水果，并依靠宣传和营销手段形成当地的自主品牌，提高生鲜水果的溢价能力。

4.3 农户积极参与

农户的积极参与是“农社对接”的水果直销流通模式必不可少的因素。农户个体联合成立合作社，通过合作社了解市场需求，组织统一生产。在水果的整个生长周期内，农户应按照合作社统一要求，做到从田间到市场的绿色生产，加强在生产过程中的质量管理，提高水果的品质。

参考文献:

-
- [1] 徐丽艳, 周林洁. 我国现有农产品流通渠道模式分析[J]. 商业研究, 2010 (8): 189-191.
- [2] 周毅, 吴碧波. 惠及“三农”的农产品流通模式研究[J]. 广西经济管理干部学院学报, 2009 (3): 37-43.
- [3] 赵剑. 以批发市场为中心的蔬菜物流发展模式研究——以四川彭州为例[J]. 农村经济, 2010 (7): 116-118.