

“互联网+”时代湖南生鲜农产品 流通方式创新研究

肖文金¹

(湖南工商大学 工商管理学院, 湖南 长沙 410205)

【摘要】: 生鲜农产品是湖南居民生活的重要物资。流通环节是确保生鲜农产品质量的重要一环, 流通问题是影响生鲜农产品运营效率的重要因素。本文在分析“互联网+”时代生鲜农产品流通特征的基础上, 深入剖析湖南生鲜农产品的流通特点与问题, 提出了宏观上加强政府调控, 中观上培育社会中介组织, 微观上提升企业组织化程度的创新策略。

【关键词】: “互联网+”时代 疫情影响 生鲜农产品流通方式

【中图分类号】 F326.6 **【文献标识码】** A

1 相关理论回顾

我国生鲜农产品流通渠道经历多阶段演进后, 已经演变成以农贸市场、普通超市、大卖场和生鲜超市并存竞争为主的发展格局。关于生鲜农产品的流通方式, 我国现有研究中更多地聚焦于农产品流通模式的选择问题, 现有研究也较为完备。陈乐天(2015), 浦徐进(2017), 李美羽(2019)等探讨了生鲜农产品的流通模式。Srimanee 和 Routray(2012), 辛魁武(2014), 肖文金、张贵华(2015), 雷萍(2018), 靖菲(2019)等探讨了生鲜农产品的流通效率。而这些研究中, 主要的热点集中在“农村-超市”对接问题。

“互联网+”时代, 新兴技术的发展与生鲜农产品流通融合更加紧密, 如何创新流通模式逐渐成为国内外学者的研究热点。汪旭晖等(2016)认为电子商务能够破解生鲜农产品物流过程中的困局。石岩然等(2017)基于不同的典型案例, 对“互联网+”背景下我国鲜活农产品供应链进行考察研究, 发现“互联网+”下的流通模式更接近农超对接模式。赵敏(2018)认为传统生鲜农产品存在以连锁超市为主导的生产基地及联合采购型流通模式等四种主要的流通方式, 并结合“互联网+”时代背景提出生鲜农产品流通 C2C、B2B、B2C 等三种模式, 并给出了运行保障措施, 为促进我国生鲜农产品流通业发展提供参考借鉴。纪良纲和王佳湜(2020)结合我国生鲜农产品流通电商发展现状, 运用系统动力学理论和 Vensim 模型进行仿真模拟研究, 结果发现, 与 B2C 模式比较, O2O 模式下的生鲜电商利润更高, 总成本更低。

总体而言, 现有相关文献对生鲜农产品流通问题的研究主要集中于流通模式、流通效率及流通技术等方面。“互联网+”时代, 面向未来构建新的生鲜农产品流通模式显得十分必要而紧迫。近年来, 湖南经济社会各方面都取得了持续快速的发展。基于此, 本文在分析“互联网+”时代生鲜农产品流通特征的基础上, 深入剖析湖南生鲜农产品流通现状与问题, 提出“互联网+”

作者简介: 肖文金(1974-), 男, 湖南新邵人, 教师, 研究方向: 农产品营销与流通管理。

基金项目: 湖南省社科基金资助项目“新常态下湖南生鲜农产品渠道流通模式选择及策略研究”(15YBA230); 湖南省社会科学成果评审委员会课题“‘互联网+’时代湖南生鲜农产品流通方式创新研究”(XSP17YBZC104)

时代下湖南生鲜农产品流通方式创新的对策建议，以提升湖南生鲜农产品流通效率、提高抗风险能力。

2 “互联网+”时代生鲜农产品流通特征

2.1 新技术深度融合

“互联网+”时代，随着区块链、大数据、人工智能以及物联网等新兴技术的加快发展，生鲜农产品流通中不断融合发展这些新兴技术，充分实现供需两端之间的智能匹配，从而提升生鲜农产品的流通效率，最终实现生鲜农产品物流信息溯源，从产地到销地记录其物流信息，确保生鲜农产品流通过程的质量安全。

2.2 第三方平台参与

“互联网+”时代，发展农村电子商务，对推动农业转型发展、促进产业兴旺和农民增收致富，具有重大现实意义。生鲜农产品电商在国家相关战略发展的支持下，越来越多的第三方平台积极参与生鲜农产品流通，并为之提供专业化的流通服务，通过订单式的方式充分打通流通过程中的“最后一公里”，降低生鲜农产品的单位流通成本，提高生鲜农产品的流通效率。

2.3 吸引大量资本注入

“互联网+”时代，生鲜农产品流通领域存在巨大的发展潜力，吸引了大量的社会资本注入，比如每日优鲜计划在未来五年投入 100 亿元，扶持 100 个亿级合作规模供应商。在社会资本的驱动下，生鲜农产品流通企业不断强化内功，有利于助推生鲜农产品流通产业链升级发展，最终从低价值链水平向高价值链水平发展转变。

2.4 品牌专业化发展

技术升级、平台优势和资本注入等因素会吸引大量的专业流通人才加入，带动一批农产品品牌入驻，从而有效提高生鲜农产品流通的速度。由于专业化人才的操盘管理，一批具有地方特色的生鲜农产品品牌将会逐渐形成，而品牌化发展会促进整体流通效率的提升。生鲜农产品流通业与生鲜农产品品牌电商建立合作共赢的资源共享模式，借助品牌外溢效应提升农产品流通的服务水平。

3 湖南生鲜农产品的流通特点与问题

3.1 湖南生鲜农产品的流通特点

3.1.1 产量规模总体呈现增长态势。

近年来，湖南省按照中央部署要求，大力发展粮食生产，取得了显著成效，为国家粮食安全作出了突出贡献。近些年来，湖南省生鲜农产品的产量总体呈现增长态势。自 2011 年以来，湖南的生鲜农产品基本保持了一定速度的增长。除粮食占全国比重九年来略有下降之外，蔬菜、水果、肉类等其他大类这些年来占全国总比重也基本呈整体上升趋势。

3.1.2 品类与地域上集中度较高。

近年来，湖南省粮食等主要农产品稳定增长，但结构性问题日益凸显。从产品结构看，粮食、生猪独大，经济作物面积不到种植业总面积的 30%，草食动物、水产品不足，农产品结构不合理、适销不对路。品类结构上以蔬果为主。湖南的自然条件、

产业优势等方面都极其有利于发展蔬菜生产，已经形成了以蔬果为主的生鲜农产品结构。省内各市州生鲜农产品特色鲜明，相关产业发展水平较高，如永州的蔬菜、水果、肉类，常德的粮食、水产品，衡阳的肉类、粮食、邵阳的肉类、粮食，岳阳的水产品。

3.1.3 流通主体形成多元化发展格局。

随着经济社会的发展，湖南农产品市场流通主体已经形成了多元化发展格局，即由农民专业合作社、农产品加工企业、经纪人队伍、批发商等参与的市场交易主体。这些流通主体，特别是农村经纪人，他们长期在市场闯荡，见识广，信息灵通，熟悉市场规律，通过经纪人让农民懂得认识与适应市场，进而影响农民的思维模式。目前，全省 4 万余名农村经纪人活跃在田间地头，带领农民群众开拓市场，提高农产品市场占有率和附加值。

3.1.4 消费需求更加强劲。

这些年来，湖南经济社会取得持续快速发展，城乡居民收入明显提高，湖南恩格尔系数不断下降。统计数据显示，湖南城乡居民的食品支出中生鲜农产品消费支出占比很大，城乡居民生鲜农产品的消费总体支出一直呈现不断上升的态势，生鲜农产品对于湖南城乡居民生活变得日益重要。随着经济社会的发展，预计未来几年内湖南生鲜农产品的消费总量将会持续增长。基于人均消费量视角来看，城镇居民消费生鲜农产品普遍高于农村居民，湖南生鲜农产品的消费需求将会不断增加。

3.2 湖南生鲜农产品流通发展存在的主要问题

3.2.1 大多数生鲜农产品流通效率不高。

这些年来，湖南生鲜农产品流通渠道一直存在效率低、成本高的现实，因而一定程度上限制了湖南生鲜农产品流通渠道的健康发展。特别是“新冠肺炎”疫情暴发以来，各地政府均采取了严格的防控措施，加上消费者对疫情恐慌情绪叠加的影响，因而在生鲜农产品流通的过程中，要求企业的运输工作和保鲜条件更为苛刻。从历史来看，主要是仓储、物流、加工、购销、调运配送保障能力比较薄弱，存在部门分治、行业分割问题等，导致湖南生鲜农产品整体的流通效率不高。

3.2.2 传统流通模式比重较大。

统计数据显示，湖南省现有的生鲜农产品流通模式存在传统流通模式比重大的问题，主要以批发市场和农贸市场等传统流通模式为主，大多数的批发市场和农贸市场设施配套落后，品质不高，经营模式简单低效。传统的流通模式因为场景、体验、效率等方面存在不同程度的短板，这在一定程度上阻碍了企业商品和生活服务的有效供给，从而难以满足市场定制化的需求。

3.2.3 质量安全问题较为突出。

目前，湖南农产品冷链物流技术水平较低，冷冻冷藏运输流通设备的覆盖范围比较小，整体流通基础设施较为薄弱，生鲜农产品通过冷链流通的比例仍然不高，从而使得部分生鲜农产品在运输途中容易产生质量问题。一些湖南生鲜农产品企业由于没有很好地配备预冷、低温分拣加工、冷藏运输等冷链设施设备，产后预冷技术和低温环境下的分等分级、仓储、包装及加工等服务开展效果不够理想，多次集散缺乏购销凭证，溯源管理困难，从而导致安全隐患大大增加。

3.2.4 市场信息化管理水平较低。

总体而言，湖南生鲜农产品供应链的信息化管理水平偏低，存在供应链成员运用“互联网+”意识薄弱、农产品供应链与“互

联网+”融合不充分、有效应用“互联网+”技术水平不高、技术资金投入不足等诸多问题。这些问题导致湖南生鲜农产品市场信息化整体氛围欠佳，致使许多的高素质互联网专业人才投身农产品供应链行业的兴趣不强。因此，湖南生鲜农产品供应链市场信息化管理并没有取得良好的效果。

4 “互联网+”时代湖南生鲜农产品流通方式创新路径与对策

4.1 宏观上加强政府调控引导

4.1.1 搭建信息沟通预警系统，确保产品质量安全。

后疫情时代，应该建立良好的信息沟通机制，有效解决企业和居民之间的信息沟通问题，增强信息沟通的透明性、及时性和权威性。特别是在重大的突发疫情灾难中，政府需要统筹协调，构建有效有力的应急管理体系，充分发挥视频监控、质量安全追溯、大数据分析等智慧监管平台作用，推进互联网、物联网、大数据、数据定位技术、电子标签等新技术的普及运用与推广。加强对生鲜农产品品质的监督和不定期抽查，探索对严重违法失信企业开展联合惩戒，开展农产品企业信用的信息共享和应用，确保产品质量安全。

4.1.2 加强网络基础设施建设，推进市场改造升级。

加大对农产品流通网络基础设施的投入，重视关键流通节点的网络基础设施建设，尤其重视加强现代化冷藏储运和信息平台等基础设施的网络化建设。提高网络普及率，实现无线局域网对城市主要公共场所全覆盖。加快卫星定位、物联网、移动互联网等先进信息技术应用，推广使用冷藏箱等便利化、标准化冷链运输单元。完善停靠接卸冷链设施，鼓励商场超市等零售终端网点配备冷链设备，逐步实现冷链物流全过程的信息化、数据化、透明化、可视化，推动生鲜农产品领域信息共享和业务协同。

4.1.3 完善质量安全管理体系统，加速全产业链整合。

基于流通供应链视角，构建基于供应链的生鲜农产品质量安全监控及溯源平台，充分运用新兴技术，积极实施生鲜农产品供应链各环节的动态监管及跟踪，从而全面掌控生鲜农产品质量安全管理。有效应用“互联网+”技术，构建农产品质量安全体系。促进关键流通载体的信息技术运用与升级，助推生鲜农产品企业在交易结算、信息发布、食品安全检验检测以及溯源等方面实现电子化，从而建立健全产销链的标准化。

4.2 中观上培育社会中介组织

4.2.1 加快推进农超对接建设，主动适应体系重构。

积极探索推动生鲜农产品“农超对接”的有效途径和措施，既能有效帮助农户缓解销售难题，又能保证消费者“餐桌”的食品新鲜与安全。加快推进农超对接建设，实现农产品质量从农田到餐桌的全过程控制。建立健全连锁超市严格的监测体系与制度，加快连锁超市网络密集化建设，通过加大扶持力度，大力发展连锁超市建设。要主动适应生鲜农产品流通体系重构要求，培育壮大湖南各类新型生鲜农产品流通企业。

4.2.2 构筑电商资源整合平台，更好满足市场需求。

采用“互联网+物联网+冷链物流”的技术路线，通过有效的信息流引导商流和物流协同管理，推动电商平台的消费者信息实时共享，促进供应链成员之间的协同合作，达到生鲜农产品的批量生产与配送，实现电商平台持续性盈利。新冠肺炎疫情带

来冲击的同时，也给生鲜农产品电商带来了新的发展机遇，加快电商的数字化转型是发展的新趋势。

4.3 微观上提升企业组织化程度

4.3.1 洞察消费需求方式转变，主动适应环境变化。

新冠疫情的暴发，使得人们在防控措施方面催生了安全、私密的无人接触的消费行为模式。与此同时，消费需求呈现了从线下大量转移到线上的显著特征，形成居家隔离的“宅文化”、“懒人经济”等新现象。在此过程中，也培养了人们新的消费惯性，并致使消费者更注重家庭健康和生活品质。不可忽视的是，“私域流量”已经影响到企业与公众、顾客及社群等方面沟通的能力与效果。企业要升级自身的认知，增强自身对新技术的理解，真正认识到“私域流量”的影响力，确保企业自身能够紧跟市场变化的新步伐，努力让自己成为一家拥有数字化技术的公司。

4.3.2 开展农产品立体式营销，提高品牌保护力度。

随着移动互联网的快速发展，企业选择移动互联网平台进行营销已成大势所趋。面对移动互联网经济的迅猛发展及其带来的营销环境的转变，生鲜农产品企业的营销策略与方式需要创新和优化。强化生鲜农产品立体式营销，对于加快生鲜农产品的流通，提升生鲜农产品企业的积极性，保持生鲜农产品生产可持续发展，繁荣湖南生鲜农产品市场具有非常正面积极的作用。加快推进农业品牌创建，通过品牌将资源优势转化为产业优势和市场优势。通过在视频平台、新媒体平台、短视频平台、数字广告等多渠道投放，搭建多维投放矩阵，进行快速社会化营销，扩大品牌知名度与影响力。湖南生鲜农产品企业要积极实施品牌战略，建设名牌产品，推出有品牌、有质量、有故事、有标准的“四有”生鲜农产品。

4.3.3 创新农产品流通新模式，实现商业转型升级。

大力引入新兴技术，创建并利用云数据提高湖南生鲜农产品企业运营模式的时效性。随着市场需求的改变和技术进步，农产品流通模式发展将呈现扁平化、多元化、数字化的特征。大力创新业务模式，基于消费者数字化、交付方式改变和场景聚焦，增强消费者的体验感，主动适应消费者的购买行为变化。打造社区团购营销新模式，通过社交媒体、微信小程序等方式打造O2O、外卖及直播等营销模式，不断拓展营销新渠道。总之，湖南的生鲜农产品企业需要重塑业务模式、组织流程和品牌文化，使企业变得更敏捷、更柔性。通过向数字业务转移，提高数字化竞争力，最终实现商业转型升级。

参考文献:

[1]纪良纲,王佳淇.“互联网+”背景下生鲜农产品流通电商模式与提质增效研究[J].河北经贸大学学报,2020(01).

[2]李萍.区块链视角下我国生鲜农产品流通安全研究[J].商业经济研究,2020(10).

[3]田刚,吴英琳,李治文.线上线下企业共生演化与生鲜电商发展——易果生鲜生态系统的案例[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2019(07).

[4]黄福华,蒋雪林.生鲜农产品物流效率影响因素与提升模式研究[J].北京工商大学学报(社会科学版),2017(04).

[5]肖文金.风险社会视角下突发疫情对生鲜农产品流通的影响及对策[J].经济与管理评论,2020(04).