



刘益星,姬孟丹.农产品产销对接模式与机制创新研究[J].黑龙江农业科学,2020(4):104-106.

农产品产销对接模式与机制创新研究

刘益星,姬孟丹

(河北经贸大学,河北 石家庄 050061)

摘要:农产品作为消费者必需商品,具有普遍性。如何做好农产品产销对接,保护农户利益和消费者权益,保持农业健康良好发展,是乡村振兴战略的重要抓手。本文对实施农产品产销对接的必要性和重要基础进行了分析,提出了农产品产销对接的创新模式,最后提出了具体措施:一是搭建对接平台,畅通产销对接渠道;二是发挥互联网科技技术,实现产销精准安全对接;三是培育农村电商新业态,促进产销精准对接;四是立足农业高质量发展,实施品牌培育提升行动;五是发挥农业合作社等组织的指导和服务作用,促进农民增收。

关键词:农产品;产销对接;创新;乡村振兴战略

我国是农业大国,农业资源丰富,但是经常出现“农产品滞销”“豆你玩”“蒜你狠”等特殊现象,作为农民,增产不增收;作为消费者,农产品价格比预期的高,这种现象的根源就在农产品产销对接过程中流通环节出了问题,大部分的费用产生在流通环节。做好农产品产销对接,是当前乡村振兴战略的迫切要求,也是实现农业产业化的重要抓手,提高农民实际收入,促进城乡一体化建设。本文通过提出农产品产销对接的创新模式,以期促进农业合作社等第三方组织作用的发挥,实现产销精准对接,优化物流配送系统,减少农产品流通环节和成本,降低农产品价格,使农户、消费者同时受益。

1 实施农产品产销对接的必要性

在乡村振兴战略背景下,农产品产销对接问题关系重大,从农民角度,可以使农民增收;从消费者角度,可以提高农产品的供给品质,降低农产品价格;从市场角度,可以促进农业产业化,优化市场结构,推动农业生产供给侧改革。当前农业生产过程中存在的一个亟待解决的问题,就是农产品种植生产过剩,农民增收不增收,经常出现某些地区某些农产品滞销,媒体在帮助农户卖产品。从长远看,这能从根本上解决产销矛盾,必须拿出一个行之有效的长效机制,这就是农产品产销对接模式和机制。农产品产销对接首先从指导农户

种植开始,避免农户盲目种植,出现谷贱伤农的现象;再者可以帮助农户进行农产品销售,实现市场按需精准对接,提高农民收入和满意度;三是可以优化市场结构,使种植者、中间商、销售商、消费者高效对接,保障好“菜篮子”这一重要工程,促进农业供给侧改革。四是加速乡村振兴战略的实现。可以促进农民增收、致富,助力精准扶贫,提高农业产业化水平。

2 农产品产销对接实施的基础和支撑

从世界农产品对接比较优秀的国家和地区来看,要做好农产品产销对接,要从物流体系、组织建设、对接机制和政策支持等方面打下坚实基础,才能全面支持农产品产销对接工作^[1]。

2.1 高效发达的物流体系

物流体系是农产品快速高效精准进行仓储、运输的根本保障,没有发达的物流体系,再好的产品也不能快速精准送达,也就失去了原有的竞争力。高效的物流配送体系可以提高农产品配送效率,实现产销精准对接,从田间到餐桌明显减少流通时间,还可以保证农产品的新鲜程度。

2.2 成熟的合作社或中介组织

农业合作社可以有效地帮助农民从种到收到销售,实现产业化、集约化、精准化经营,可以大大降低农民生产成本,提高销售收益。中介组织可以指导农户进行种植,避免盲目种植带来的产品滞销问题;还可以帮助农户进行市场指导,解决农民后顾之忧;帮助农户和收购方精准对接,简化销售环节,完善市场机制。

2.3 完善的对接体系

商务、农业相关部门可以出台农产品产销对

收稿日期:2019-12-10

基金项目:2019年度河北省社会发展研究课题(2019041203002)。

第一作者:刘益星(1982-),男,硕士,副研究员,从事农产品品牌管理研究。E-mail:13803369985@163.com。

接相关统一标准和方法,特别是针对互联网时代的电子商务平台,采取线上线下高效对接。各地可因地制宜,灵活建立相关对接机制。比如,充分利用当前京东、天猫、淘宝等成熟电商平台,开展农产品对接,实现从田间到餐桌的高效、安全、快捷。

2.4 品牌意识和理念

品牌可以扩大农产品的知名度和美誉度,可以提高农产品价值,产生溢价效应,也就是说同样品质的农产品有无品牌的差距会越来越大。农产品品牌建设,可以提高农产品的竞争力和市场占有率,增加农民收入,从而提升产销对接的效率。同时,还要注意保护农产品品牌,防止鱼龙混杂^[2]。比如,库尔勒香梨、五常大米、宁夏中宁枸杞等,在农产品市场非常畅销,农户种植收益比普通农产品高很多。

纵观世界农业发达国家和地区的成功实践,农产品产销对接普遍以集聚资源要素为基础向规模化、集约化方向发展,以产业融合为目标向社会化、组织化方向演进,以品牌培育为引领向专业化、市场化方向深入,完善市场体制,强化品牌意识、质量意识、健康意识,充分发挥合作社、行业协会等中间组织作用,确保农产品产销对接能够高效、精准。

3 农产品产销对接模式创新

3.1 “农户+商超”直接对接模式

这种模式采取商超直接对接农户,减少了流通环节,大大降低了物流成本,可以将收益更多让利给农户和消费者。但是,这种模式的缺点和不足就是涉及的产品量还不够大,区域受到一定限制。河北省北国超市实行“北国直采”模式,涉及农产品种类多样,既保证了品质,也降低了价格,还可以培育自有品牌。

3.2 “公司+合作社+基地+农户”模式

发展农产品相关种植加工龙头企业,由龙头企业带动当地农户发展,采取统一定价、统一收购、统一标准,提高农产品产销的效率。发挥合作社专业指导和桥梁纽带作用,指导农户开展种植,可以统一订购种子、化肥等原料,加大对农户的种植管理服务,使其形成种植基地,实现规模化效应。比如,河北省巨鹿县的金银花,已经形成了规模和品牌,具有组织化程度高、科技支撑力强、产业链条长、融合度高等优势。

3.3 “农户+电子商务平台”模式

依托“互联网+农业”,借力电商平台,聚焦当地特色农产品,抓品牌、谋营销、强培训,在互联网平台实现“卖全国、走向世界”,让农户足不出户实现农产品销售,与市场精准对接,促进农民增收致富。这种模式可以使农户在低成本情况下实现销售增收,扩大产品的影响力。比如,京东专门设置了特色农产品网上展馆,天猫地方特色农产品卖场等^[3]。

4 产销对接机制改进创新策略

4.1 搭建对接平台

通过组织各类农产品展销会、洽谈会、交流会等,为农户、中间商、消费者等组织提供贸易洽谈、商品展示、相互交流的机会,实现产销对接。农户提供特色农产品进行展示、推广,消费者提出新的消费需求和要求;中间商对接销售问题;合作社等组织可以获取新趋势、新动态指导农户种植。同时,地方政府有关部门还可以提供网上对接平台,使农户、消费者等足不出户,就可以实现精准、高效、便捷对接。发挥互联网传播信息快、信息存储量大等特点,更多展示农产品相关信息,使经销商、消费者比较容易找到适合自己的农产品。

4.2 发挥互联网科技技术

互联网科技已经成为当代科技的主流,可以推动农产品产销对接更加深入。利用互联网技术,一是可以实现农产品溯源体系建设,增加农产品安全性和品牌影响力,从田间种收到消费者餐桌,可以实现全程无缝隙监控,保证农产品的质量安全可靠^[4];二是增加农产品品牌效应。农产品可以贴上二维码,消费者可以通过手机扫描了解该农产品全部情况,还可以溯源到每个环节,使消费者吃的放心、用的安心,提高农产品销售效益。三是可以利用先进技术实现精准对接。传统对接模式大都是通过线下农产品交易市场、各类洽谈会,现在可以利用互联网在线上实现对接,这种对接更加高效、便捷,省去更多时间、更多环节、更多手续。

4.3 培育农村电商新业态

电子商务作为一种销售新业态,可以促进农产品精准对接。发展农村电子商务,使农民足不出户,就能把自己的产品销售出去,既节约了时间,又能节约成本,大大提高了销售效率。发展农村电子商务,还要解决农村物流最后一公里的问题

题,在农村按照地理分布和农户居住布局,增设更多的物流转运、仓储中心等,增加农村物流的覆盖面和效率。

4.4 立足农业高质量发展

政府有关部门、行业协会、农业合作组织在品牌建设、品牌管理等方面给予农户指导,利用地理标志、地方特色文化、旅游、民俗等,建立特色农产品品牌^[5]。品牌是实现农产品增值的重要手段,确保农民增产增收。在当前市场竞争激烈的情况下,农产品品牌建设是农民在市场竞争中站稳脚跟的重要手段,可以扩大销售量和市场影响力,就像一谈起苹果人们自然会想到阿克苏糖心苹果、烟台红富士苹果等,品牌溢价效应明显。

4.5 发挥农业合作社等组织的指导和服务作用

农业合作社作为专业组织,可以指导农户从种植、管理、收获、销售等全部环节,减少农民种植的盲目性,精准对接经销商,帮助农户进行销售,实现增产增收。一是指导农民种植。可以帮助农民种植什么农作物,使用化肥、农药也可以按照标

准统一采购、按要求使用,保证农作物质量。二是精准对接市场,帮助农户销售。可以采取订单式种植、销售,期初指导农户种植,统一管理,最后按照订单统一收购,切实保护农户利益。三是与行业协会对接,保护农户利益,实现高效产销对接。发挥行业协会专业型特点,加大对农户的专业指导,从而减少各类灾害造成的不良损失。

参考文献:

- [1] 李建平,王吉鹏,周振亚,等.农产品产销对接模式和机制创新研究[J].农业经济问题,2013(11):31-32.
- [2] 张桂贵.农业农村部携京东打造农产品产销对接中心[EB/OL].(2018-09-14).[http://country. people. com. cn/n1/2018/0914/c419842-30294141. html](http://country.people.com.cn/n1/2018/0914/c419842-30294141.html).
- [3] 江安平.农产品产销对接实务中的难点与对策研究[J].农业农村部管理干部学院学报,2019(6):37-38.
- [4] 魏翔.甘肃省农技联合会助力特色农产品产销对接[J].甘肃农业,2018(12):62.
- [5] 王佳,赵春燕.大数据背景下农产品产销对接路径优化研究[J].天津科技,2018(11):21-22.

Research on the Mode and Mechanism Innovation of Agricultural Products Production and Marketing

LIU Yi-xing,JI Meng-dan

(Hebei University of Economics and Business,Shijiazhuang 050061,China)

Abstract: As a necessary commodity for consumers, agricultural products are universal. How to do a good job in the production and marketing of agricultural products, protect the interests of farmers and consumers, and maintain the healthy and sound development of agriculture is an important starting point in the strategy of Rural Revitalization. This paper analyzed the necessity and important basis of the implementation of agricultural products production and marketing docking, put forward the innovative mode of agricultural products production and marketing docking, and finally puts forward specific measures: first, build a docking platform to unblock the production and marketing docking channels; second, give full play to Internet technology to achieve accurate and safe docking of production and marketing; third, cultivate new business forms of rural e-commerce to promote accurate docking of production and marketing; fourth, it is based on the high-quality development of agriculture to implement the action of brand cultivation and promotion; fifth, it is to give full play to the guidance and service role of agricultural cooperatives and other organizations to promote the increase of farmers' income.

Keywords: agriculture products; production and marketing docking; innovate; the rural revitalization strategy

欢迎关注本刊微信公众号

