

电子商务对内蒙古传统农产品流通模式的影响研究

田爱国

摘要：本文通过对内蒙古电子商务的发展现状，以及电子商务环境下对传统流通模式的影响，以电子商务、农产品流通等为参考，结合内蒙古自身的实际情况，对“电子商务对农产品传统流通模式的影响”进行分析，提出促进农产品高效流通的对策建议。

关键词：农产品 电子商务 农产品流通

一、农产品电子商务流通模式的发展现状

（一）内蒙古农产品传统流通模式现状

内蒙古横跨中国东北、华北、西北三大地区，相邻八个省区，是中国邻省最多的省级行政区之一。全区人均耕地面积 0.24 公顷，是全国人均耕地面积的 3 倍，居全国第一位。

据相关部门统计，自改革开放以来，内蒙古农副产品批发市场已覆盖全区，农产品流通模式也有了新的改善，而且每种模式都有自己的特点，比较典型的流通模式有五种。

1. “农户—市场”模式

“农户—市场”模式是常见的直接流通模式，主要是指产品销售过程中不经过任何其他环节就把农产品直接卖给消费者的流通模式。随着农业经济的发展，内蒙古农产品产量一直持续增长，其中粮食产量占国家粮食产量比重逐年增加，可见其农业发展潜力无限。然而，这种流通也具有一定的局限性，那就是要求农户与消费者

的距离不能太远，否则农产品运输也是一项大工程，而且由于面对的市场范围太小，所以根本无法掌握全面的市场信息。

2. “农户—经纪人”模式

“农户—经纪人”模式主要是指农户通过中间人介绍进入市场进行农产品销售。该模式是以中间人为中介，而且一般情况下，中间人与农户的关系也是非常松散的。我国农牧民的分布非常散乱，所以在农产品流通上具有绝对的弱势地位，极大程度上限制了农产品在市场上的高效流通。但是中间人的出现，使农产品流通得到专业化分工，起到了桥梁的作用。“农户+经纪人+市场”这种模式使农牧民的整体福利水平处于中等状态，对于农户本身来说，并不是最好的流通模式。由于我国的农户中介服务基础薄弱，农产品市场发展不完善，使得中间人无法充分掌握市场的信息，达不到对市场进行调控的目的。

3. “农户—批发商”模式

“农户—批发商”是指农户通过批发商进行农产品销售，批发商在农产品的产地进行跨区域

基金项目：本文系齐齐哈尔市 2016 年度哲学与社会科学规划项目（Q SX2016—33YB）、省教育厅科研专项项目（135109524）、齐齐哈尔市科技计划项目：“互联网+”视域下提高齐齐哈尔农产品流通效率的对策研究”阶段性成果。



采购。这个模式的特点是可以大批量地进行农产品流通，但是价格上可能要相对较低。很长一段时间里，大多数农户都是通过批发商把农产品销往中国各地的。内蒙古交通运输业不断进步，也给农业注入新的活力。这种流通模式能避免农产品面临买难的挑战，被大多数农户支持。但它实际上也有一定的弊端：农户和批发商作为农产品的流通主体，规模较小、数量太多、组织化程度偏低，这也是造成农产品流通复杂的根本因素。而且，农户与批发商之间关系不稳定，利益冲突激烈，批发商故意压低农产品价格，导致农户盈利太小。最终导致流通效率低的原因就是农产品流通环节太多，而且营销渠道参与者复杂，极大地损耗了流通成本。

4. “农户—龙头企业”模式

“农户—龙头企业”是指农户把农产品销售给企业的流通模式。这个模式还有两种形式：一是农户与企业之间按照市场的价格进行现货交易；二是农户与企业之间签订契约合同来进行农产品销售，实际上就是“契约型”农产品流通。

“农户—龙头企业”的流通模式是农业产业化的一种形式，农户和企业各自明确权利与义

务，通过合同或者其他方式进行约束和规范，按照风险和利润共担的根本条件组织生产、加工、流通的一种方式。随着农业产业化的进程，“订单农业”违约率曾达 80%，农户与企业对接的模式矛盾层出不穷，继而出现了契约的“不平等性”。

5. “农户—超市”对接模式

“农超”模式是指挖掘超市自身的长处，对农产品进行加工和流通，同时给农户提供市场供求关系、物流和销售方面的信息。“农超”模式是传统农业走向现代化农业的必经之路。大多国家都是采用的“农超”模式，它加快了农产品现代化流通的进程。超市作为零售终端与农户进行交易，无中间繁杂的环节和手续，减少流通成本，提高了流通效率，保证了农产品的质量安全，提高了超市的市场竞争力。

（二）内蒙古农产品电子商务发展现状

为了借助电子商务大力发展农业，内蒙古自治区人民政府在 2001 年就印发了关于电子商务发展的“十五”规划，指出在大力推进全区农牧业信息化的基础上，使电子商务成为推动全区经济发展新增长点的发展目标。经过十几年的建设，内蒙古农牧业信息网站建设、维护、管理能力都大大加强。2013 年 3 月 3 日，内蒙古首家农畜产品电子商务平台——绿岭瀚漠电子商务平台（www.lvlinghanmo.com）上线，成为内蒙古农产品电子商务发展的重要表现。电子交易平台依托供销社在农牧区商品流通中的主渠道作用，将电子商务营销配送网络与实体销售网络结合，有效整合内蒙古自治区内专业合作社的产品资源，形成农畜产品的高效产销衔接。目前，供销社在呼和浩特市、包头市、乌兰察布市等地建起实体农超对接示范网点 20 多家，经销商品来自 12 个盟市 390 多个农牧民专业合作社和企业，包括有机杂粮、大米、山珍、肉类、奶制品、沙漠产品等八大系列土特产品，共计 20 个种类 5000 多种产品，市场带动效应逐步显现。

（三）内蒙古农产品电子商务存在的问题

长期以来，内蒙古的乡村教育并不是特别发达，这也造成了农牧民的文化意识相对较低，对信息技术更是一窍不通，再加上中国传统观念的影响，内蒙古的乡村电子商务发展还面临着严峻的挑战。首先，内蒙古的大部分农牧户缺乏基本的计算机网络操作能力和电子商务相关知识；其次，内蒙古的乡村电子商务网络基础设施相对薄弱，严重阻碍了农产品电子商务的快速成长；此外，内蒙古较偏远，物流运输行业相对全国来说，发展较缓慢，这也是影响内蒙古乡村农产品电子商务成长的重要原因。

二、电子商务与传统农产品流通模式对比的优劣势分析

（一）优势分析

1. 电子商务降低采购费用

以“农超模式”为例，在电子商务下，采购过程直接在网上进行，而卖家只需要接单发货就可以，买家只需要等货物到达就可以了。而且通过网购，可以接触到更广范围的供应商，选择渠道也会增多。所以和传统的流通模式相比，电子商务不光可以给买家提供多选择的渠道还可以节省采购成本。

2. 电子商务缩短供应链

电子商务把供应链缩短到供销双方直接进行交易，改变了传统的流通结构，不仅使农产品流通趋于专业化，还大大提高了社会效益。电子商务用互联网把供销双方紧密连接起来，方便农户及时准确地掌握产品销售信息和市场供求状况。

3. 电子商务加快流通速度

电子商务通过改善流通渠道，收缩了农作物供应链，大大地减少了库存，使农产品高效流通。电子商务模式让供销双方直接对接，缩短了中间环节，也直接降低了成本和时间精力。而且电子商务家喻户晓之后，物流产业便进入黄金时

代，也给流通带来了难得的机会。

4. 传统流通模式的电子化改造

很多应用传统流通的企业，也应用互联网信息技术，把企业进行了电子化改造，大大提高了选择与调配商品的效率。电子商务的发展给传统流通模式带来了严峻的挑战，同时也给广大农户带来了方便，让内蒙古农产品进行高效流通。通过内蒙古农牧业厅网数据表示，电子商务给农产品带来了明显的经济效益。

（二）劣势分析

1. 内蒙古农产品电子商务标准化程度低

目前内蒙古乃至全国都面临这个问题。内蒙古农产品种类多、数量大，而且由于农产品具有特殊的属性，不能像服装、鞋子等其他产品那样进行标准化生产与销售，且品质难以控制，也无法对产品的详情进行描述。所以毋庸置疑，农产品电子商务标准化问题也是亟待解决的。

2. 电商物流配送缺乏竞争力

内蒙古的物流系统主要存在两个问题：一是内蒙古的冷藏运输传递公司设施相对落后，一些鲜活农产品的保鲜状态难以保障；二是内蒙古和其他地区相比偏僻，运输路程偏长；三是农产品流通中配送的成本较高，农产品成本本来就比服装要高，再加上特殊的储存和运输，导致农牧民的利润越来越少。

3. 内蒙古农产品电商人才缺乏

虽然内蒙古的农户网民数量逐年增多，但是对电商的知识并不是特别了解，不管是加入一个农产品的网站还是自己去开一个网店，都需要招聘专门的电商人员去管理，这都需要一定成本。购买农产品的群体也有一部分是农户，他们同样也对电商知识不了解，不知如何去购买，这些消费群体依旧会选择传统的批发市场或者超市等流通模式。

三、发展内蒙古农产品电子商务的对策建议

（一）加强电子商务意识

内蒙古人口众多，但农村户口比城镇户口相对较多，农户的网络意识也相对较低。大多数农户对电商知识一无所知，想把这个工作做好却不知从何入手。而且现在电子商务发展迅猛，大多数诈骗行为都是利用电子商务平台进行的，由于大多数农户的电商意识差，所以不免会出现被“忽悠”或者被诈骗的案例。

（二）提高农产品生产和流通的现代化水平

农产品电子商务要求各类农业土特产网站以及网站上的农产品店铺把商品进行分类整理、规范包装，还要求产品具有自己的品牌标识，但是我区的农产品结构过剩，具有品牌标识的农产品太少，较多农产品都是内蒙古自产的农产品，并不具备自己的标识。农产品的种类繁多、属性特殊，在配送过程中要求严格，但是内蒙古在地势上处于劣势，一些鲜活农产品在电子商务流通下存在很大的问题。所以现在应



该提高流通水平的现代化，保证流通能与电子商务发展相适应。

（三）加强农产品电子商务专业人员培训

农产品电子商务是一个复杂的社会系统工程，涉及到信息基础机构建设、商业信用、网上支付、标准、物流配送、相关法律制定以及网站的制作和运营等相关知识。大多数农产品生产者对电子商务的专业知识并不是特别了解，要想发展农产品电子商务可能还要聘请专门的人才。建议应该把电商网络深入到内蒙古地区，向当地的农户传授电商知识，以便增加电商方面的人才。

（四）发挥政府的指导作用

电子商务下的农产品流通发展要受多种因素的影响，如网络信息设施、法律法规及市场经济等其他社会环境。与日本、美国相比，我国关于电子商务方面的法律法规具有滞后性。因此，我们要利用政府的宏观政策，制订促进农村电子商务更好更快发展的政策方针，尽快清除阻碍农产品电子商务发展的屏障。

（五）建设农产品流通平台

内蒙古农产品丰富，但又地处偏远，电子商务是农业发展的新契机。要加强农产品电子商务平台的建设，以便打破地域和空间的局限，这样不仅可以保障农产品的高效流通还可以让农户获取大量的世界各地的农产品市场信息。■

参考文献：

- [1] 薛建强. 中国农产品流通模式比较与选择研究[D]. 大连：东北财经大学博士学位论文，2014.
- [2] 王鹏，惠佩瑶. 中国农产品电子商务发展问题研究[J]. 现代商业，2014，（17）.
- [3] 王大山，唐朝，芦天罡. 打造农业的“阿里巴巴”——农业“一站通”平台[J]. 农业网络信息，2014，（4）.

（作者单位：齐齐哈尔大学）

责任编辑：代建明