

农民专业合作社营销渠道模式研究

曹昕宇

(云南农业大学经济管理学院,云南 昆明 650201)

摘要:营销渠道是农产品流通与营销的生命线,多层次、多渠道顺畅流通农产品是农民专业合作社实现价值目标的重要途径。但是在众多关于农民专业合作社的发展问题中,营销渠道管理方面的问题尤为突出,这使得本研究针对农民专业合作社农产品营销渠道的研究具有重要的理论与实践意义。

关键词:农民专业合作社;农产品;营销渠道

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.16.303

农民专业合作社的建立可以为农户提供产前、产中和产后服务,提高农业产业化经营水平,拓宽销售渠道,降低交易成本。日前,我国合作社与市场的联结机制从总体上看呈现多元化的特征,但从单个合作社的视角来看,农民专业合作社普遍存在社会资源有限,与市场进行沟通的渠道较少且方式落后的问题,导致与市场的联系不够广泛和密切,与现代化的交易方式基本绝缘。随着我国经济和科技技术的快速发展,互联网技术被广泛运用于市场交易的方方面面,实体经济中的营销渠道管理的地位显著提高。因此,本文主要对农民专业合作社常用的七种营销渠道进行探讨,对于提升合作社的营销能力和发展质量具有现实意义。

1 以“农民专业合作社+专营店”为主的直销模式

“农民专业合作社+专营店”为主的直销模式是指合作社通过零售和专营店,直接向消费者销售农产品的模式,具有流通环节少,交易成本低的优点。农民专业合作社能够以高于批发价的价格售出农产品,消费者也能获得低于市场价格,物美价廉的农产品,但销售成本相对较高。“农民专业合作社+专营店”直销模式主要有两种方式。第一种为短期内的一次性交易,农民专业合作社直接向消费者销售农产品是一次性合约式的自由谈判式交易,单个交易量较小,交易时间短且方式简单,无固定的交易合同。在这种模式中,消费成本在交易费用中的占比较高。第二种为通过成立专营店实现合作社的产供销一体化,但这种模式的投资要求较高,对合作社的规模有一定的要求。

2 以“农民专业合作社+批发商/批发市场”为主的农批对接模式

农批对接模式主要是指合作社与批发商或批发市场的直接对接,我国日前的合作社发展仍处于初级阶段,与批发商或批发市场合作是最简单便捷的方式,因此农批对接模式是我国目前合作社对接市场时运用频率最高的模式。在交易过程中,批发市场在产销过程中起着重要的载体作用,批发商是主动到合作社的基地或仓库自行挑选农产品的商贩,其有着单次交易量较小,交易频次较高的特点。在农批对接模式中,农户通过加入合作社提高自身的竞争力,以组织化的形式进入市场,减小市场风险。农批对接模式在交易量较小,交易不确定性较高时,多半以口头约定为主。在交易量较大时,则签订明确的交易合同。无论是口头约定,还是交易合同,考虑到外部市场风险和农产品的价格波动较大,一般选择签订短期契约。

3 以“农民专业合作社+龙头企业”为主的农企对接模式农企对接

农企对接是指与涉农企业或服务企业合作,与其签订定向供货合同,农民专业合作社成为企业与分散农户之间的桥梁,合作社组织社员按质按量进行生产并销售给加工企业,增加农产品附加值,大大降低了农户单独销售农产品时的流通成本,促进农户增收。

4 以“农民专业合作社+超市”为主的农超对接模式农超对接

农超是指农民专业合作社将农户组织起来,指导生产和销售,

通过经纪人和批发商的渠道将农产品输送到超市供应商,由超市供应商将农产品供给超市,最终到消费者手上的模式,实现小农户和大市场的对接。同时,在这个过程中,农户获得了更多的流通成本;合作社能获得更多的利润和稳定的交易市场,以及政策和资金支持;超市得到稳定保质的货源,并有政府的鼓励和支持;消费者则获得了物美价廉的农产品;政府由此解决农产品的销售问题。

5 以省外销售和产品出口为主的农外对接模式

农外对接指在合作社生产经营规模足够大之后,其业务范围可能会扩展到省外,甚至是国外。相较于销往省外,销往国外对于农产品的检验标准更严,对于合作社的生产能力的要求也更高,其中,最重要的是合作社出口认证资格的获取。

6 以“农民专业合作社+社区/酒店/餐饮店/企事业单位食堂等”为主的农餐对接模式

农餐对接是指农民专业合作社与社区/餐饮店/企事业单位食堂等结成契约关系,由产地直供餐饮行业的创新流通方式,减少了农产品的流通环节,但面临的客户需求存在数量少,品种多的情况,同时,增加了运输成本。

7 以“农民专业合作社+第三方物流企业”为主的农物对接模式

农物对接指农民专业合作社通过第三方物流企业销售农产品,将农产品的采购、加工、包装、运输等有机结合,形成规模化、一体化和集约化的经营方式。一般情况,第三方物流企业只承担运输和仓储的作用。而物流园区更多的充当中介的作用,对农产品加工和包装后以园区的名义进行对外销售。

8 总结

总之,农民专业合作社可以通过以上七种渠道模式来进行合作经营,既整合了分散的农业生产资源,又使得小农户可以顺利进入市场。此外合作社与市场的对接方式也日趋成熟,将向着期货交易、拍卖交易、远程合约交易等方向发展。对于经营范围相似,规模较小的合作社,可以互相联合,成为规模化,集约化的产业联合体,提高农产品生产能力和农产品质量,拓宽业务范围。

参考文献

- [1]孔祥智,史冰清.当前农民专业合作社的运行机制、基本作用及影响因素分析[J].农村经济,2009(01):3-9.
- [2]潘劲.中国农民专业合作社:数据背后的解读[J].中国农村观察,2011(06):2-11+94.
- [3]黄修杰.基于农民专业合作社的农产品流通模式研究——以广东省为例[J].南方农业学报,2012,43(07):1071-1074.