

电子商务——果品流通的新方式

〔关键词〕 果品 流通 电子商务 〔中图分类号〕 F2

宋迎春

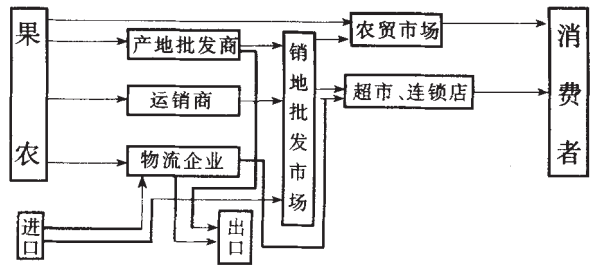
(西北农林科技大学经济管理学院 陕西杨凌 712100)

一、果品流通的主要特点及存在问题

1984年,我国改革果品流通体制,取消了果品的统购派购制度,开放了农贸市场,对果品实行市场放开、价格随行就市和多渠道流通。此后,农贸市场迅速发展,市场规模不断扩大;交易方式和市场功能多样化;不仅有零售、现货交易市场,而且有批发市场。同时,果品外贸市场也有了很大发展,形成国有、集体和民营多种经济成分从事果品经营,无数运销商活跃在城乡市场经销果品的格局,改善了果品供应状况。果品的主要流通形式如下图所示。

1. 果品流通的主要特点

(1) 集市贸易是果品交易的主要场所 果品流通如同千千万万果农运销经纪人的游击战,星罗棋布的地摊式农贸市场为主要销售方式,这一形式在很长一段时期一直是果品流通的中坚。近年迅速发展的超市、连锁店果品营销表明了果品今后流通的发展方向,但目前在中等以下城市还刚刚开始,在



大中城市也还未成为主要销售渠道。

(2) 农民个体是果品流通的主要力量 农产品流通体制改革后,国有和集体商业在果品流通中的地位不断下降,取而代之的是大批种植大户、个体运输户以及多种形式的经济联合组织,农民个体是其中的主要成份,已成为果品销售的主要力量。

(3) 商流与物流的统一 果品在批发市场和零售市场以及其它销售方式中,基本是现货交易,即时银货两讫。而在一些产业化组织中农户与企业之间存在产品购销契约,农产品购销关系比较固定,商品交换与货款结算之间还存在时间差。

支持跨组织工作流的真正问题不是系统的简单互联问题,而是设计新的概念和结构体系促进企业集成。理想的跨组织工作流管理系统应建立在统一工作流模型、以人为中心的紧耦合协作环境基础上^[1],这也是下一代工作流研究的热点。这种协作环境支持集成的跨组织管理,包括建立伙伴关系、组织之间的关系建模、基于此统一模型的组织工作流定义和分布式工作流执行和监督协调。作为一种信息集成技术,跨组织工作流系统是否能与跨组织的集成性相匹配则是衡量其能力的主要尺度。只有使所有的角色,即组织的内部用户、外部客户、顾客以及供应商等合作伙伴都通过一定的入口融入到跨组织流程的运作中,充分利用各种互通的信息,各尽所能、各得其所,跨组织工作流管理系统才能充分发挥一体化的集成效用,这也是电子商务的目标。

参考文献

[1] Peter Fingar, Ronald Aronica. The death of "e" and the birth of the real new economy[M]. Meghan-Kiffer Press, Tempa, Florida, USA, 2001
袁晓东,陈家骏,郑国梁. 基于角色分类的子类型关系[J]. 计算机研究与发展, 1997, 34(11): 822-827
Gregory Mentzas, Christos, Stylianos Kavadias. Modeling

business process with workflow systems: an evaluation of alternative approaches [J]. International Journal of Information Management, 2001, 21: 123-135
Keith Thomas Phalp, Peter Henderson, Robert John Walters, et al. RolEnact: role-based enactable models of business processes[J]. Information and Software Technology, 1998, 40: 123-133
Weill P, Vitale M. From Place to Space: Migrating to Atomic e-Business Models[M]. Harvard Business School Press, 2001
Yong-Chan Kim, "Partnering" Process interorganizational relations: Roles of communication technology in the process of building organizational partnerships [Q], Available at: <http://www.msu.edu/user/kimyong2/interorg.htm>
WILM. P VAN DER AALST. Process-oriented architectures for electronic commerce and interorganization workflow[J]. Information Systems, 1999, 24(8): 639-671
Robin Cover. The XML cover pages. Business process modeling language (BPMI), available at: <http://www.oasis-open.org/cover/bpm1.html>
Joshua Greenbaum. PeopleSoft and Enterprise collaboration: A people-centric approach to collaborative E-business. Available at: <http://www.peoplesoft.com/media/en/pdf/collaborationwp.816.pdf>

(责任编辑 肖庆山)

(4) 果品的运输和销售以自然形态为主 果品运销一般是保持其收获时的原有状态,清洗、分级、质检、包装和预加工等处理措施较少采用,即使有也只是为了方便运输、减少损耗进行的粗包装。

2. 果品流通存在的主要问题

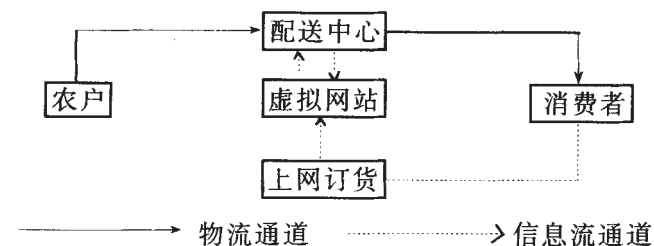
(1) 传统的销售市场不适合新形势的需要 加入 WTO 后,国外优质果品纷纷登陆,国内的果品增产丰收,果品的质量安全逐步成为第一卖点,传统的以果品运销经纪人的游击战和星罗棋布的地摊式农贸市场的销售方式受到严峻的挑战,因为传统的销售市场是一个不设防也难以设防的市场,难以在消费者心目中建立安全信誉。

(2) 农民在果品流通中处于弱势地位 缺乏组织、谈判地位弱是我国农民固有的不利之处,分散从事农业生产的农民处在果品流通的起点,为果品物流提供商品源,很少与购买方建立稳定的供销关系、签订购销契约。农民的自身素质总体偏低,获取和利用信息的能力较弱,所以农民既不可能充分掌握整个果品流通市场的信息,对当地市场的供求信息仅集中在过去和当前;又不可能充分识别和把握信息中所蕴藏的盈利机会并对价格的走势有明确的判断,往往只能被动地接受运销商提出的价格,以致果品流通中的风险大多数转嫁到农民身上。

(3) 消费者的购买成本较高 我国果品运输和销售一般是保持其收获时的原有状态,清洗、分级、质检、包装和预加工等处理措施较少采用。由于缺乏果品的分级、质检等工序,使消费者面对众多的果品,却不知哪里才能买得到自己想要的、安全的果品。购买者购买时需亲自验货方可成交,且事后也易发生纠纷,这就增大了消费者的购买成本。

二、果品流通的电子商务模式

为了让果农卖得开心,消费者买得放心,笔者设计了果品交易电子商务模式,以期能对上述问题的解决提供一些思路。其运作机制如下图所示。



1. 农户把农产品送到配送中心,配送中心负责对产品称重、验级并按预先公布的各等级价格付给农民应得的货款,并按农户应得金额的一定比例收取中介费(增值费和风险费)。

2. 配送中心将其储存的果品进行质检、分级、包装和预加工并将其果品的实物照片、种类、等级、

数量、价格等信息输送给网站。

3. 网站利用网络的即时在线和交互性的优点,把各种品种的产品实物照片、等级、功能和价格等信息在网上发布出去。

4. 消费者可以通过点击网站,观看产品的实物照片、产品等级、功能和价格介绍,同时还可以和工作人员进行交流、对产品知识进行咨询等。若消费者看中某种产品并决定购买,可在互联网上下订单,并通过计算机进行现金支付(包括货款、装卸费和运输费)。

5. 网站接到顾客的付款后,即把订单传输给配送中心。

6. 配送中心接到网站传来的定单,于每周的周一按订单统一进行配货、包装配送。

7. 消费者接到所购产品后,要对商品进行验收,于收到货物后的两周内,如验收产品质量部分或全部不合格(要经当地质检部门检测认定),应通知网站退回部分或全部货款,并办理不合格产品退货;如在两周内验收合格,或虽验收不合格,但没有向网站提交退回货款、装卸费和运输费的通知单,那么网站就以其同意予以付款处理。

8. 网站于顾客收到货物后第 16 天,将货款、装卸费和运输费通过银行转付给配送中心。

三、果品电子商务模式的优势分析

1. 可降低上市后农民的风险 果品易腐,很难储存起来待价而沽。传统市场上,农民的风险很大,首先表现为很难适应瞬息万变的动态市场,把握不好上市的时机,往往千里迢迢将产品送去却落个贱价处理。即使就近上市,也不一定能卖出好价钱,而通过配送中心的明码报价的统一收购制度可以给农民提供一种价格保护。

2. 为农民联合销售提供有效机制 西方国家为改善农民的市场地位,普遍对合作事业持扶持态度。因合作社规模有限,农户的市场能力仍无法与具有信息和规模优势的工商企业抗衡,难以从根本上改变农民的弱势市场地位;但在农产品的电子商务模式下,农民并不以单个农户或合作社出现,而是委托配送中心由其统一组织销售。通过这一中介,农民由传统市场上彼此独立的竞争者转化为具有共同利益的同盟者,可提供一种实现农户更高程度联合销售的社会机制,对改善农民的市场地位有利。

3. 交易争议少、效率高 传统市场上,由于没有统一的检验认定,商品质量缺乏可信度,买方需亲自验货方可成交,且事后也易发生纠纷,交易的执行和监督成本较高。而在该模式下,产品质量在配送中心经统一的检查认定,使消费者买得放心;

外来生物入侵性传播方式、灾害及其防治研究进展

〔关键词〕 生物入侵 海洋灾害 〔中图分类号〕 Q X

白希尧 依成武 张芝涛 沈欣军 侯蓓蓓

(大连海事大学环境工程研究所 大连 116026)

一、有害生物入侵性方式及灾害

外来有害生物入侵性传播已被世界环保基金(GEF) 认定为海洋面临的四大威胁之一^[1]。船舶排放压载水是造成地理性隔离水体间有害生物传播的最主要途径^[2-3]。每年全球船舶携带的压载水大约有100亿吨,一艘载重10万吨货轮携带的压载水量达到5~6万吨,平均每立方米压载水有浮游动植物1.1亿个^[2,3],每天全球在压载水中携带的生物就有3000~4000种^[4],在一个压载水舱中就有存活腰鞭毛虫胞囊3亿个,舱底的沉积物中有22500个/cm³浮游植物孢子,到目前为止被确认约有500种生物物种是由船舶压载水入侵传播的,它们以不同方式生活在压载水中。一旦入侵到新的适宜生存

区域中就能发生不可控制的“雪崩式”大量繁殖,疯狂地掠夺本地生物食物。有害寄生虫和病原体大面积迅猛传播,甚至引发本地物种灭绝。由于科技进步和货物运输经济效益的驱使,船舶航行速度加快,进而加剧了有害的外来生物物种的存活与传播,对港口水域的生态平衡和居民健康造成严重影响。

20世纪70年代北美水母(comb jelly) 侵入黑海,嗜食浮游生物、鱼卵及鱼苗,给凤尾鱼和鲱鱼养殖业带来了灭顶之灾。1990年,一种美国生物 *mne miopsis* 侵入黑海,吞噬了大量浮游生物,使得黑海鱼苗几乎枯竭。目前有450种物种入侵地中海,其中半数以上是通过压载水入侵传播的。1997年,澳洲检疫局(AQIS) 估计超过172种水生物侵入澳大利亚水域,大部分是通过压载水传播的,仅腰鞭毛藻 *dinoflagellata* 就造成8000万美元的损失,同时又

即使产品质量有问题,消费者也可以很容易地通过正常渠道办理退货。

4. 可降低买卖双方的搜寻与谈判费用 电子商务较之传统的商务模式最大的特点是可以疏通信息的传输,既可大大提高信息传输的速度,又可拓宽信息的传输范围,便于买卖双方联系,从而减少了买卖双方的搜寻费用。同时,配送中心对产品进行统一的质检、分级,采取明码标价,这可以大大减少买卖双方的谈判费用。

四、果品电子商务模式存在和发展的前提——确定合理的中介费

配送中心从农户那里收取的中介费多少是直接关系到果品电子商务模式能否存在和发展的关键问题。假定农户直接进入市场的交易成本为 TC_d ,而由配送中心替代农户的分散交易后,交易成本变为 TC_m ,则由于配送中心的介入所带来的市场交易成本节约额应为 $\Delta TC = TC_d - TC_m$,配送中心在节约外部交易费用的同时,会产生“组织内部的交易费用”,即配送中心为实现交易所必需的管理费用。假设配送中心的管理费用为 OC ,农户直接交易的组织管理费用可忽略不计,那么,由于配送中心替代农户的分散交易而增加的经济效益为 $R = TC_d - TC_m - OC$ 。若 $R > 0$,表明配送中心替代农户的分散

入市在经济上是合理的。配送中心从农户那里收取的中介费用 C 表示,显然 $TC_m + OC < C < R$ 。

若 $C \geq R$,表明农户从配送中心得不到收益,那么农户作为利益主体,就不会选择与配送中心交易,而是自己分散入市。这样配送中心就失去了存在的基础,也有违这种模式建立的初衷,若 $C \leq TC_m + OC$,表明配送中心在交易服务中未得到合理的收益,作为利润追求者就会失去建立和发展的动力。所以 $TC_m + OC < C < R$ 是这种流通模式存在和发展的充分条件。在 R 既定时,农户与配送中心的利益分配关系是互竞关系,所以,如何确定中介费的高低,也即如何处理两者之间的利益分配关系,就成为这种模式能否存在和发展的关键问题。如果配送中心在保证自身利益的同时,也能让农户更多地分享这种流通模式的好处,那么果品流通的电子商务模式才真正具有了应有的潜力和生命力。

参考文献

- [1] 郑诗田. B2C 电子商务物流问题研究[J]. 商业研究, 2001(3): 111-115
- 濮霖 李泽华. 关于发展我国鲜活农产品拍卖市场的思考[J]. 农业经济问题, 2001(7): 53-56
- 濮霖 程言清, 黄祖辉. 农产品流通现状、问题及发展趋势[J]. 价格理论与实践, 2001(6): 30-32
- 濮霖 唐孝飞, 刘卫果. 物流网络组织的中介作用[J]. 我国物流与采购, 2001(19): 20-21

(责任编辑 王宏章)