

分类号 C93/62  
U D C 0004256

密级  
编号 10741



# 硕士学位论文

论文题目 甘肃省农产品流通关键制约因素识别及  
模式研究

研究生姓名: 李莉

指导教师姓名、职称: 杨春林 教授

学科、专业名称: 管理科学与工程

研究方向: 电子商务

提交日期: 2022年5月29日

# 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 李莉 签字日期： 2022年5月29日

导师签名： 杨惠琳 签字日期： 2022年5月29日

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 李莉 签字日期： 2022年5月29日

导师签名： 杨惠琳 签字日期： 2022年5月29日

# **Study on Identification and Model of Key Restrictive Factors of Agricultural Products Circulation in Gansu Province**

**Candidate : Li Li**

**Supervisor: Yang Chunlin**

## 摘 要

甘肃省由于独特的地形条件和气候类型，造就了丰富的农产品资源。农产品在人们的日常生活中不可替代，其流通环节也至关重要。农产品流通作为流通领域的关键环节，其效率的高低对于农产品行业发展起着重要的作用，也影响着农村地区经济水平发展速度。近年来，国家逐渐重视农产品流通产业的发展，国务院办公厅在 2021 年发布的文件中提到“加大快递企业、合作社以及社会资本等各界力量与农村市场合作，引进先进分拣、仓储、运输等技术和设备，降低农产品流通环节，减少产品流通损耗，实现交易利益最大化。”农产品流通产业的发展是提升农户经济收入以及带动农村地区产业高效发展的有效渠道，同时也是实现国家乡村振兴战略的重要途径，对于活跃农村经济发展及加快我国农业现代化建设具有重要意义。

鉴于此，研究主要围绕甘肃省农产品流通制约因素及模式展开研究，采用扎根理论方法深入探讨甘肃省农产品流通的制约因素。首先，经过文献资料查阅，梳理农产品流通领域相关研究，对于农产品流通现状及体系研究、多情境下农产品流通模式研究、模式选择及优化研究等方面进行文献综述。基于理论研究，设计访谈提纲。其次，采用深度访谈法和集体访谈法获取研究的原始资料，采用扎根理论进行编码，根据编码结果构建甘肃省农产品流通制约因素模型，并对模型指标进行深入分析。再次，选取公共紧急事件、自然灾害、跨境电商等情境研究甘肃省农产品流通模式存在的问题及应对措施，并对甘肃省主要流通模式进行深入分析，提出该模式下优化建议。最后，依据甘肃省农产品流通制约因素指标分析，提出甘肃省农产品流通产业发展对策。

相关政府机构和企业应从健全农产品标准化体系建设、完善农产品基础设施体系建设、引入仓储技术及规范化管理、提升农产品产业竞争力、压缩农产品流通成本、加强专业人才引进和培养、规范产销信息管理、落实政策扶持领域和对象等方面着手，加大资金投入力度并优化管理制度，从而促进甘肃省农产品流通产业高效、稳健发展。

**关键词：**农产品流通 制约因素 扎根理论 模式优化

## Abstract

Gansu province has rich agricultural resources because of its unique terrain conditions and climate types. Agricultural products are irreplaceable in People's Daily life, and their circulation links are also crucial. As a key link in the field of circulation, the efficiency of agricultural circulation plays an important role in the development of agricultural industry, and affects the speed of economic development in rural areas. In recent years, the state attaches great importance to the development of agricultural product circulation industry gradually, released in 2021 by The General Office of the State Council of the documents mentioned in the "to encourage the postal express delivery enterprises, supply and marketing cooperatives and other social capital in the field of agricultural products market to build precooling preservation, sorting at low temperature, cold storage, warehousing facilities, shorten the circulation time, reduce the product loss. In turn, the efficiency and benefits of agricultural distribution will be improved." The development of the circulation industry of agricultural products is an effective channel to enhance the economic income of farmers and drive the efficient development of agriculture in rural areas. It is also an important way to realize the national rural revitalization strategy, which is of great significance to the active rural economic development and the acceleration of China's agricultural modernization.

In view of this, the research mainly focuses on the restricting factors and modes of the circulation of agricultural products in Gansu Province, and uses the grounded theory method to deeply explore the restricting factors of the circulation of agricultural products in Gansu Province. First of all, through literature review, related research in the circulation of agricultural products was sorted out, and literature review was conducted

on the current situation and system research of the circulation of agricultural products, research on the circulation mode of agricultural products under multiple situations, mode selection and optimization. Design interview outline based on theoretical research. Secondly, the in-depth interview method and group interview method were used to obtain the original research data, and the grounded theory was used to encode. According to the coding results, the restricting factors model of agricultural products circulation in Gansu Province was constructed, and the model indicators were analyzed in depth. Thirdly, the paper selects public emergencies, natural disasters, cross-border e-commerce and other situations to study the existing problems and countermeasures in the circulation mode of agricultural products in Gansu Province, conducts in-depth analysis on the main circulation mode of Gansu Province, and puts forward optimization suggestions under this mode. Finally, according to the analysis of restricting factors of circulation of agricultural products in Gansu province, put forward countermeasures for the development of circulation industry of agricultural products in Gansu Province.

Relevant government agencies and enterprises should improve the agricultural standardization system construction, perfect the system of the agricultural infrastructure construction, the introduction of storage technology and standardized management, promote the competitiveness of the agricultural industry, compressed agricultural product circulation cost, strengthen the introduction and training of professional talents, standardization of production and marketing information management, the implementation of the policy support and the object aspects such as, Increase capital investment and optimize management system, so as to

promote the efficient and steady development of agricultural products circulation industry in Gansu Province.

**Keywords:** agricultural products circulation; restraint; grounded theory; mode optimization

# 目 录

<b>1 绪论</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究背景及意义 .....	1
1.2 国内外研究现状 .....	2
1.2.1 农产品流通现状及体系研究 .....	2
1.2.2 多情境下的农产品流通模式研究 .....	5
1.2.3 农产品流通模式选择及优化研究 .....	8
1.3 研究内容与研究框架 .....	10
1.3.1 研究内容 .....	10
1.3.2 研究框架 .....	11
1.4 研究方法与创新点 .....	13
1.5 本章小结 .....	14
<b>2 概念界定和理论基础</b> .....	<b>15</b>
2.1 相关概念界定 .....	15
2.1.1 农产品流通 .....	15
2.1.2 流通模式 .....	15
2.2 扎根理论简介 .....	15
2.3 流通费用理论 .....	18
2.4 交易成本理论 .....	18
2.5 本章小结 .....	18
<b>3 基于扎根理论的甘肃省农产品流通制约因素分析</b> .....	<b>20</b>
3.1 数据来源 .....	20
3.1.1 研究对象选取 .....	20
3.1.2 访谈设计 .....	20
3.1.3 数据获取 .....	21
3.2 编码与范畴提取 .....	22
3.2.1 开放式编码 .....	23



3.2.2 主轴编码 .....	28
3.2.3 选择性编码 .....	30
3.2.4 理论饱和度检验 .....	32
3.3 本章小结 .....	32
<b>4 甘肃省农产品流通制约因素模型构建与模式优化 .....</b>	<b>33</b>
4.1 制约因素模型构建与分析 .....	33
4.1.1 制约因素模型构建 .....	33
4.1.2 模型指标分析 .....	33
4.1.3 农产品流通制约因素分析 .....	43
4.2 多情境下甘肃省农产品流通模式研究 .....	49
4.2.1 公共紧急事件下甘肃省农产品流通模式 .....	49
4.2.2 自然灾害下甘肃省农产品流通模式 .....	50
4.2.3 跨境电商下甘肃省农产品流通模式 .....	52
4.3 甘肃省农产品流通模式优化研究 .....	53
4.3.1 甘肃省农产品主要流通模式 .....	53
4.3.2 甘肃省农产品流通模式优化 .....	55
4.4 本章小结 .....	56
<b>5 甘肃省农产品流通发展对策研究 .....</b>	<b>57</b>
5.1 健全农产品标准化体系建设 .....	57
5.2 完善农产品基础设施体系建设 .....	58
5.3 引入仓储技术及规范化管理 .....	58
5.4 提升农产品产业竞争力 .....	59
5.5 压缩农产品流通成本 .....	59
5.6 加强专业人才引进和培养 .....	60
5.7 规范产销信息管理 .....	61
5.8 落实政策扶持领域和对象 .....	61
5.9 本章小结 .....	62

---

<b>6 结论与展望 .....</b>	<b>63</b>
6.1 研究结论 .....	63
6.2 研究局限与展望 .....	63
<b>参考文献 .....</b>	<b>65</b>
<b>致谢 .....</b>	<b>71</b>
<b>攻读硕士学位期间已发表论文及待发表论文 .....</b>	<b>72</b>
<b>访谈记录 .....</b>	<b>73</b>

# 1 绪论

## 1.1 研究背景及意义

农产品是人们生活的必需品，在全球消费者生活中至关重要。而农产品从田间地头到消费者手中，也就是从生产层领域转移至消费层领域，这一过程称之为流通。农产品流通是实现农产品价值且农民获得经济利益的有效途径，事关广大民众的生活水平，更涉及亿万农户的生存根本，有助于农村地区农业再生产和扩大再生产，已经成为关乎国家经济和人民生活的重要研究问题。同时，农产品流通产业已经成为我国农村经济发展的重要支撑力量，有助于促进农村经济社会的发展。国务院在 2021 年 1 月关于《全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》中提到，“十三五”时期，一方面现代农业建设取得重大进展，另一方面乡村振兴实现良好开局；“十四五”时期，是乘势而上，开启全面建设社会主义现代化国家新征程。全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务依然在农村，重点难点在“三农”，要抓住农村问题的关键点，采取相应措施有针对性解决。其中，加快推进农业现代化，要致力于提升农产品供给保障力度，明确农户种植补贴标准，打造品牌化和标准化生产，要重点关注农产品走私势态，减少农产品流通环节损耗，标准化农村地区物流产业链体系，完善农产品流通基础设施体系。

国务院办公厅于 2021 年 8 月《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》中提到的，随着快递行业的不断发展，已逐渐渗透入农村地区各区域，对于促进农产品出城和消费品下乡具有重要作用，提升农户经济收入的同时也极大地满足了农户日常生活需求。其次，互联网时代的到来，也推动了一系列新型销售模式，借助于电商平台的发展，农业也由传统模式转向数字化农业，农产品销售渠道也趋于多样化。农产品流通在居民生活中扮演者重要角色，对人们的生活具有无可替代的作用。此外，农产品流通业已经成为我国农村经济发展最重要的产业之一，促进农产品流通产业的发展有助于加快农村、农业的发展速度及农村的经济建设。

学者基于多情境、视角、方法对农产品从田间到餐桌各环节进行研究，然而关于农产品流通方面的研究存在较多问题，由于地形地貌、种植规模、自然灾害、质量安全、流通成本等因素均影响农产品流通。但现有研究主要集中于宏观层面

研究农产品流通模式，较少关注区域农产品流通模式深入研究。甘肃省位于西北地区中心位置，是沟通西南、西北的交通枢纽，农产品资源丰富。相比全国其它省份，甘肃省现代物流产业发展处于初级阶段。因此，研究选取甘肃省农产品流通从业者为对象进行深度访谈，采用扎根理论构建农产品流通制约因素模型，并对公共紧急事件背景、自然灾害背景、跨境电商背景下甘肃省农产品流通模式深入分析，提出甘肃省农产品流通模式的优化形式及发展策略，旨在协助甘肃省农产品流通相关企业进行自我提升及为甘肃省农产品流通未来发展提供理论支撑。

基于扎根理论研究方法构建农产品流通制约影响因素模型，通过文献阅读和深度访谈获取资料，系统分析甘肃省农产品流通的关键制约因素及问题成因，丰富了农产品流通相关的理论研究，对于农产品流通领域学术研究具有一定的理论价值和意义。

基于甘肃省农产品流通关键制约因素及现有的农产品流通模式分析，提出甘肃省农产品流通模式的优化形式及具有可操作性的对策和建议，为进一步推动甘肃省农产品流通产业的发展和效益的提升提供了有价值的参考，对于甘肃省农产品流通业的发展具有实际的现实价值和意义。

## 1.2 国内外研究现状

农产品作为人们生活的必需品，具有不可替代的作用。农产品的流通也成为了人人关注的问题，农产品流通的效果严重影响了农户和消费者双方的利益，也严重制约了农产品本身价值和当地经济发展速度。农产品流通这一问题的解决有利于激发农户种植生产的积极性，带动农村地区经济发展，也有助于号召更多的青年人才驻守农村地区，获得自身利益的同时也帮助农村地区摆脱贫困，从而达到双赢。因此，农产品流通这一领域也成了学者们研究的热点话题。目前关于农产品流通的研究主要集中于农产品流通现状及体系研究，多情境下农产品流通模式研究，农产品流通模式选择及优化研究等三个方面，分别探讨各部分农产品流通发展现状、所处困境以及未来发展对策等方面。

### 1.2.1 农产品流通现状及体系研究

农产品流通即以农产品为对象，经过采购、运输、库存、销售等环节运送至消费者。传统农产品销售往往伴随着“产销”矛盾，而“互联网+农产品流通”

形式缓解了该矛盾。为促进农村地区产业网络化销售，国家颁布了诸多扶持性政策，地方政府也纷纷出台了相关的减免政策和奖励措施。农产品流通现状及体系研究主要集中于流通现状、制约因素、物流业转型及流通体系等四个方面。

### （1）农产品流通现状

我国农产品流通经历了以集贸市场为主的农业经济时代、批发市场和中介组织为主的工业经济时代以及网络平台和虚拟市场为主的信息经济时代等三次演变。现阶段我国农产品流通模式：以“农户、批发商、龙头企业、农民合作社、零售终端”等流通主体为主。农产品流通主要以线上线下融合发展的“互联网电商平台+实体企业”为主的双向交易模式。线下销售主要通过两种途径，一种是零售商作为中间商向制造商和消费者销售商品，另一种是直接销售商品，两种渠道之间的竞争强度和消费者的物流敏感性，均为影响企业利润的重要因素。

### （2）农产品流通制约因素

农产品流通过程中主要存在产品信息共享不足、流通环节多、标准化建设不足、品牌化意识缺乏、流通成本高等制约因素。朱华友等通过实地调研并基于不同流通模式存在的异同性，深入探究流通模式内部不足，结合当地实际情况提出改善措施。且有研究表明在运输过程中，中国每年大约损失数亿元农产品，因此要有力治理农产品配送尚存问题，确保按时、新鲜、质优的农产品到达客户餐桌。此外，农产品流通中不仅需要人力和运输工具两种因素，影响作用最大的是流通过程中信息共享化。

### （3）农产品物流业转型

物流服务在提高客户满意度、扩大市场销售和增加收入方面发挥着关键作用。近年来，物流行业逐渐由工业型企业转向服务型企业，由高附加值的企业转变为低附加值的企业，由弱主导力量的企业转变为强主导力量的企业，其为生产和销售企业提供完整的方案，推动国民经济发展。其次，物流行业作为基础服务部门，在国民经济中起着主导作用，对国民经济其它部门的带动作用日益增强。此外，随着经济的增长，消费者对物流的需求逐渐上升，进而导致社会对于物流供给有更严格的要求，这也会增加投资者对于物流产业的关注度。

#### (4) 农产品流通体系

伴随着互联网时代热潮，传统农产品销售已经无法满足农户和消费者需求，电商销售打破传统销售地域局限性及选择单一性，其多样性和高效性更好地满足当下消费者需求。随着生活水平的稳步提升，人们对于各类产品需求的增加日益明显，然而农产品作为人们生活中必不可少物品之一，其流通体系已成为研究的热点话题，主要涉及流通动力、流通渠道、流通主体与流通设施体系等环节与要素。

##### 1) 农产品流通动力

我国农产品终端流通创新的根本动力在于农产品生产型企业的推力，以及农产品销售型企业的拉力，消费刺激发展、发展引导生产。我国电子商务物流体系信息化的趋势在于物流与采购的集成，是商流、信息流、资金流和物流的有机统一。此外，电子商务业务开展可以在网络上完成，实现最终的交易却要依靠物流的支持。

##### 2) 农产品流通渠道

农产品流通渠道创新应关注于流通渠道关系、参与主体、流通组织、流通方式、法律政策等五个方面进行阐述弊端，并针对不足进行改善和创新。也有学者认为货运村作为农产品物流可持续发展途径，其农贸企业能够突破实施中国农贸一体化物流瓶颈，农民合作社、超市和连锁商店分别可作为国内物流和全球物流渠道。其中，在这两种渠道中全要素产出效率，对于农产品生产和消费方面都至关重要。学者认为采用 O2O 模式，即线上线下融合发展模式，销售农产品有助于降低流通过程中不确定因素及提高农户经济收入，且对于降低流通成本和农产品销价等方面起着关键作用。

##### 3) 农产品流通主体

消费者关注产品本身的同时也关注物流服务。由于消费者有经验消费者和潜在消费者之分，其网购意愿在某些方面受到不同因素影响。产品质量、物流服务质量、网络口碑、网站信息质量等因素对经验消费者有不同程度的显著影响。产品质量、网络口碑、物流服务质量等因素对潜在消费者有显著影响。我国农产品电商企业应考虑不同消费者群体的需求，制定不同的营销策略，增强多种类型消

费者的网上消费意愿。

#### 4) 农产品流通设施体系

关于农村地区产品信息服务平台建设问题,政府应高度重视,并建立专门监管机构对农业信息和资源进行统一管理。中国在“一带一路”沿线投资主要用于交易和电信基础设施、农村基础设施、能源和电力、农业发展、城市发展和物流等领域。一带一路背景下,创新全球贸易新路线和流通模式、创造新的供应链设计进而减少跨境物流摩擦以及创业发展阻碍。

可以看出,学者针对农产品流通现状、制约因素、物流业转型及流通体系等方面进行研究,但现有研究仍缺乏关于区域性农产品流通发展领域研究。不同地区由于其地理环境、文化习俗、基础设施及物流服务等方面各具特色,其农产品流通发展具有其独特的优势和区别。因此,研究区域农产品流通有利于深入了解该地区农产品流通发展现状,对该地区农产品流通业未来发展具有实际的引导价值。

### 1.2.2 多情境下的农产品流通模式研究

中国作为一个农业大国,农产品在人们生活中占据着极大的分量,其流通模式已经成为学者们关注的热点问题。研究主要集中于供应链、互联网、多视角、新冠疫情及第三、四方物流背景下对不同农产品流通模式、存在问题及解决途径进行了深入研究,并详细地阐述我国农产品流通模式面临的机遇和挑战。

#### (1) 基于供应链的农产品流通模式

供应链背景下农产品流通模式研究主要关注于农产品供应链流通现状,困境及创新模式构建等方面。学者研究传统农产品流通供应链模式,认为传统农产品流通供应链通常存在产业程度化低、需两端不平衡、信息化不对接等问题,严重制约供应链的高效、稳健运作,依托于智慧零售构建农产品流通供应链创新模式,详细阐述其具体实现路径。其次,有学者研究农产品流通供应链运作现状,认为流通供应链存在环节衔接不紧密、产业设施配套不完善、总体效能不明显等运作问题,并提出“新零售”时代下农产品流通供应链将发生实质性变化,具有流通环节同一、流通链条同一、流通效能合一等特征。此外,学者基于供应链视角研究我国鲜活农产品产销两端基本形态,分析以批发市场为核心的鲜活农产品流通

模式存在主体多、环节多、交易成本高、损耗比例重等问题及多种流通模式其特有的适用性、优势与不足。

### (2) 基于互联网的农产品流通模式

互联网渗入每个行业并与传统经济发生着碰撞，互联网与农产品结合，使得农业产业发展充满动力，激活了农产品流通领域发展的新活力。“互联网+农产品流通”实质上是利用互联网思维和技术重新调整现有流通各环节，解决农产品流通过程中现存的流通成本高、环节多、效率低等问题。结合我国国情，研究学者对互联网+农产品流通模式进行深入探究，提出 O2O+C2M 相结合的新模式<sup>[23]</sup>。也有学者根据交易主体不同，提出为我国农产品电商模式可分为 M2C、O2O、C2M 等模式。

同时，作为解决农产品供应链信息共享问题有效途径的物联网，对于农产品经营者高效率建立检验配送系统提供了很大便利，使其能够跟踪产品的流动，确保产品流通安全。物联网下农产品信息共享研究旨在解决农产品供应链中信息共享不足、效率低下、信息传递质量差的问题，可以对农产品的安全性和质量进行有效控制。此外，将物联网在生鲜农产品供应链中加以应用，使得供应商的利益随着传输时间增加和新鲜度减少而减少，而物联网技术支持严格控制运输时间和环境，创建一个高效的物流链，使供应商获得最优利润。大数据思维，作为一种新型的农产品流通模式，正通过推动商业决策的管理变革和农超对接，有力地提升了农产品在供应链流程过程的整体效率。

### (3) 基于多视角的农产品流通模式

基于农产品流通模式形成和演变采用多种方法并产生不同效果，不同学者研究农产品流通模式分别从经济或管理理论、主体、政策、技术等多维视角进行分析，详细介绍了其模式的多样性及动态性。有学者从农户角度出发，选择交易费用和农户福利两个实证角度研究农产品流通模式的选择。也有学者认为以顾客为导向的物流系统通常指组织在多大程度上关注客户、认识需求，并将满足顾客需求作为第一优先事项。随着管理供应链中三个客户的需求变得愈发重要，以“客户为中心”，是决定物流公司成果与否成功的关键意识。



#### (4) 基于新冠疫情的农产品流通模式

新冠疫情爆发严重影响着全国上下农产品流通正常运行。在新冠疫情下农产品流通存在物流配送需求增加、农产品线下营销遭受冲击、供应链响应速度慢、区域性应急保障体系不健全等问题以及智能化突起,无人物流盛起、直播带货热潮等机遇。一方面,因疫情影响使得部分消费者购物方式发生了很大的转变,更多人选用电商平台进行购物,直播带货这种直观式的营销模式带动了农村电商直播发展。另一方面,疫情突发对生鲜农产品供给和消费产生重大影响,学者选取供给、需求、安全、环境等四个风险视角,深入剖析新冠疫情对于农产品供应环节产生的深远影响,并针对疫情期间突出问题提出建议。

#### (5) 基于第三方物流的农产品流通模式

第三方物流模式与传统农产品流通模式在思想观念、管理体制、基础设施等方面进行了优化和改善。首先,第三方物流服务公司通过整合来自不同电子零售商或平台的订单,以经济有效的方式提供货运服务。同时,服务组合多样化是第三方物流供应商保持竞争力的关键战略之一,许多第三方物流公司将运输和仓储服务与定制产品相结合,提供一站式购物体验。

其次,第三方物流平台收集零散信息进行汇集,通过为顾客提供所需服务从而提高客户体验感。最后,随着需求的增长,对物流服务水平的要求更苛刻,自建物流的电商更倾向于与品牌公司合作,而拥有第三方物流的电商更愿意采用直接采购。第三方采购(3PP)是第三方物流供应商提供的一项新兴增值服务。

关于第三方物流构建,WLNg ChiLNLn等开发了一种混合多准则方法(FLHP和FVIKOR),确定可靠性和交货时间、客户反馈、物流成本、网络管理及服务质量是影响物流外包问题的最重要影响因素,并最终构建了符合可持续发展标准的优化的第三方物流企业集成模型。第三方物流的农产品流通模式往往采取最后一公里运输外包模式,是基于传统农产品流通模式基础上进行优化和改善。

#### (6) 基于第四方物流的农产品流通模式

第四方物流是指借助第三方物流进行资源有效整合,从而完善物流供应链。颜玮等在第四方物流背景下,阐述了我国农产品流通模式发展状况,并提出基于第四方物流模式视角,构建农产品物流运作模式。陈薇认为应结合我国国情,以

国际竞争大环境为背景，有效整合和集成供应链主体资源，能够构建较为完备的供应链物流体系。农业物流部门整合第四方物流服务提供商标志着旨在实现运输可持续性发展目标，即实现全卡车装载。第四方物流的出现使得物流行业从支撑者转变为主导者，从而起到引领商业发展的作用。相比第三方物流，第四方物流在整合功能、优化服务功能及网络优势功能等方面为顾客提供具有个性化、多样化、特色化的供应链解决方案。

构建第四方物流模式应从信息传递机制和物流效率机制两个方面入手，并从农村市场农产品流通体系、加快城乡区域商流一体化发展以及实现城乡区域物流一体化格局等方面进行优化。

可以看出，多情境下农产品流通模式研究主要集中于供应链、互联网、多视角、新冠疫情及第三、四方物流等背景，但现有研究缺乏跨境电商背景下农产品流通模式相关研究，且缺少不同情境下农产品流通模式对比性研究。针对多种情境深入分析区域农产品流通模式发展现状、制约因素及应对措施，将有助于缓解当下发展困境，提升地区农业经济发展速度。同时受疫情影响，消费者大规模地转战线上消费，刺激全国电商零售行业快速发展，同时也促进了农产品跨境电商的高效、稳健发展。伴随着农产品跨境电商商品线、产业链条、生态体系等方面逐渐标准和充实，未来农产品跨境电商进出口量未来必然会保持持续增长。跨境电商与农产品融合进行，有利于农产品流通高质量发展，因此，未来研究应关注于跨境电商背景下的农产品流通模式研究，使得丰富的理论研究成果为农产品跨境实践发展作出引导，这对跨境电商与农产品高效融合发展速度的加快有着重要意义。

### 1.2.3 农产品流通模式选择及优化研究

农产品流通模式选择指不同地区农产品根据当地特点通过合适的方式转移至消费者手中。农产品流通模式优化通常是社会发展及科技进步在原有流通模式上进行改善，使得农产品流通模式更加符合现下发展并提高生产者收益。农产品流通模式具有多样性，不同地区或者产品可能采用不同的流通模式。特别是疫情期间，多种流通模式为城市封闭地区及偏远农村地区居民食品供应方面起着关键作用。流通模式选择及优化研究主要集中于流通效率影响因素、模式选择及

路径优化等方面。

### (1) 流通效率影响因素

对于农产品本身，其腐烂性对运输网络的效率有着极为严格的要求。伴随着社会经济迅猛发展，客户的需求趋向多元化，那么消费者们会对物流配送服务方面的要求有所提高。物流配送环节中分销服务则成为客户体验不良的隐患，可能增加企业的隐性成本，进而导致客户流失。对于食品配送环节，物流也是影响短食品供应链性能的关键问题，在食品配送的所有阶段作出环境可持续性选择，优化供应链节点的位置，改善配送路线和重组供应链。供应链再造、物流创新、网络创建或者改进、服务者之间的合作和物流服务等都是短食品供应链(SFSCs)可持续发展的重要因素。

### (2) 流通模式选择

通过提升农产品组织化程度和农民合作组织实力、优化产品批发区域，实时调控产品价格等方面优化流通模式。其次，农产品流通体系变革深受国际贸易自由合作的影响，例如日本推行的“地产地消”、韩国倡导的“身土不二”等运动，结合本土特点来探索创新型农产品流通模式，实现农产品流通过程的有效缩短。

其次，多种电子商务模式在预防疫情传播和确保城市居民的食品供应方面发挥了实质性作用，市场主导下的全国性电子商务平台依托大城市完善的基础设施发挥作用，其物流体系易受疫情影响，以政府为主导的地方性农产品电商必须在中小城市得到补充。在受灾最严重的地区，特别是在封闭、孤立的社区，以本地电商模式为主，以社会关系为基础的非官方电商模式为辅。通过网上预订、集中采购和社区配送，可以有效降低交叉感染风险，有效满足食品需求。

### (3) 流通过程优化

“互联网+农产品流通”渠道设计改变了传统农产品购买方式，将流通渠道互联网化管理。另一方面采用线上线下一体化流通渠道为主，以企业为核心，给高端客户实行定制化服务。车辆配送路线的合理性作为物流服务的最后一个环节，直接影响到客户满意度，因此，进行路径优化分析可以改善配送系统，得以降低农产品流通成本，获得客户对平台的认可和忠诚，提升企业的市场竞争地位。

其次，路径优化可以具体到两个层面：从地方层面来讲，政府可以利用电商

平台缓解传统购买模式与电商发达地区在线购买需求冲突所产生的压力。地方政府也应该重视非官方渠道的重要作用，它对全国性电子商务平台进行了补充。从国家层面来讲，贸易摩擦、一体化冷链服务和战略联盟等因素均阻碍了中韩两国冷链物流的扩张和发展，两国政府应建立合作兼容的信息平台或系统，建立统一的物流和技术标准，同时通过一些优惠政策鼓励韩国企业在中国投资冷链物流设施。物流连接与海关效率是影响海外直接采购的重要因素，监管机构和全球化是海外直接采购的重要驱动因素。

日本农产品流通，以批发市场为中心的市场内流通模式为主，以小团体组织和物流配送为辅的市场外流通模式。借鉴日本“地产地消”模式，结合我国现有实况，应从农产品流通体系、农产品流通载体及农产品交易服务平台等进行路径优化，明确建立完善法律法规，统一管控交易场所，标准化农产品信息管理中心。平台实时检测农产品供需状况，能够做到产销信息共享，便于农产品流通服务平台最大程度地服务流通主体、监管交易产品、调节交易价格等。

可以看出，现有研究主要集中在农产品流通效率影响因素、流通模式选择、流通过程优化等方面，但现有研究缺乏中西方国家农产品流通模式对比研究。中国农产品种植者人数、投入量、资源及市场空间等方面具有明显优势，但在流通环节相比西方国家存在较多问题，中国农产品流通普遍应用传统模式，导致无法尽快适应由生产技术和市场形势带来的变化。因此，深入国内外农产品流通模式之间异同点，有助于借鉴西方国家先进的技术及成熟的经验，结合我国目前实况，提出我国农产品流通模式未来发展的优化形式。

## 1.3 研究内容与研究框架

### 1.3.1 研究内容

研究通过文献阅读和实地调研对甘肃省农产品流通产业发展现状进行深入分析，构建农产品流通制约因素模型，结合现有的农产品流通模式提出甘肃省农产品流通模式优化形式及发展策略：

首先，基于现有文献，对国内外农产品流通相关研究进行深入梳理，研究主要集中于农产品流通现状及体系研究（流通现状、制约因素、物流业转型以及农产品流通体系），多情境下的农产品流通模式研究（供应链、互联网、多视角、

新冠疫情、第三方物流及第四方物流), 农产品流通模式选择及优化研究(流通效率影响因素、模式选择及路径优化)等方面, 通过对其深入分析并归纳分类, 并针对每部分进行论述评论, 明确现有研究的不足之处。

其次, 通过文献阅读和查阅资料, 设计关于农产品流通过程中制约因素的相关研究的访谈提纲。通过深入访谈法和集体访谈法对农产品流通从业者进行面谈或者线上访谈, 将受访者的所说内容文本化, 并将原始语句贴标签, 归纳分类形成概念和范畴, 并对形成的初始概念和范畴进行理论饱和性检验, 确保检验样本没有形成新的概念和范畴, 从而表明构建的理论模型达到理论饱和状态。采用扎根理论构建农产品流通制约因素模型, 并对制约因素进行详细分析。

最后, 基于多情境下甘肃省农产品流通模式研究, 分别选用三种较为典型的情境对甘肃省农产品流通模式进行论述, 结合甘肃省农产品流通的关键制约因素及现有的主要农产品流通模式, 针对甘肃省农产品流通行业目前发展困境提出应对策略及未来发展指导意见。

### 1.3.2 研究框架

关于农产品流通关键制约因素识别及模式研究内容主要分为六个方面展开, 如图 1.1 所示:

(1) 绪论。本章节主要论述了研究背景及意义, 国内外研究现状——农产品流通现状及体系研究、多情境下农产品流通模式研究、农产品流通模式选择及优化研究等三个方面, 研究内容与研究框架, 研究方法与创新点。

(2) 概念界定和理论基础。本章节从相关概念界定——农产品流通、流通模式, 扎根理论简介, 流通费用理论, 交易成本理论等方面进来理论介绍。

(3) 基于扎根理论的甘肃省农产品流通制约因素分析。本章节主要有数据来源——访谈对象选取、访谈设计、数据获取, 编码与范畴提取——开放式编码、主轴编码、选择性编码、理论饱和度检验等数据处理各环节。

(4) 甘肃省农产品流通制约因素模型构建与流通模式优化。本章节主要围绕制约因素模型构建与分析——制约因素模型构建、模型指标分析, 多情境下甘肃省农产品流通模式研究——公共紧急事件、自然灾害、跨境电商, 甘肃省农产品流通模式优化研究等方面展开。

(5) 甘肃省农产品流通发展对策研究。本章节主要从健全农产品标准化体系建设、完善农产品基础设施体系建设、引入仓储技术及规范化管理、提升农产品产业竞争力、压缩农产品流通成本、加强专业人才引进和培养、规范产销信息管理、落实政策扶持领域和对象等方面提出对策，促进甘肃省农产品流通产业未来高效发展。

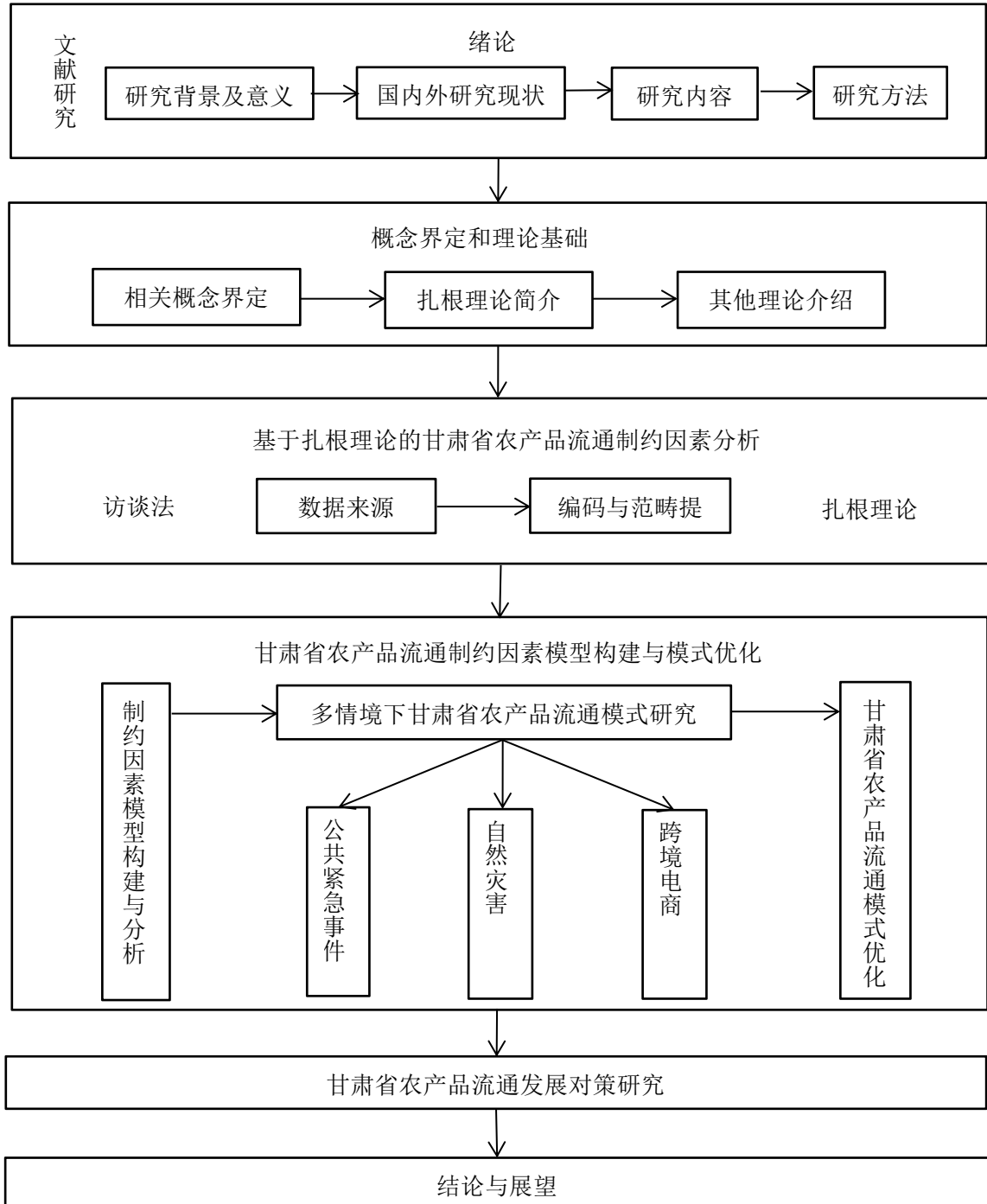


图 1.1 研究框架图

## 1.4 研究方法与创新点

### 1.4.1 研究方法

研究主要采用文献研究法，访谈法，扎根理论等方法，从理论和实践两个方面对甘肃省农产品流通发展现状进行深入研究。

(1) 文献研究法。基于现有国内外农产品流通模式文献梳理，研究集中于农产品流通模式现状、制约因素、创新发展及选择与优化，多情景下农产品流通模式及第三、四方物流模式，深入分析现有研究取得的成果及不足，对未来农产品流通模式研究提出有针对性建议。

(2) 访谈法。设计访谈提纲，针对从事甘肃省农产品流通从业者进行访谈，获得具有针对、全面且系统的访谈记录，作为后续研究的原始资料。

(3) 扎根理论。将深度访谈所获得的关于甘肃省农产品流通制约因素的原始资料，严格根据扎根理论的研究范式进行开放式编码、主轴编码、选择性编码、理论饱和度检验等流程，逐层归纳概念和提取范畴最终提炼出甘肃省农产品流通关键制约因素指标体系。

### 1.4.2 创新点

研究主要围绕甘肃省农产品流通发展现状、制约因素及未来发展对策等内容展开，采用扎根理论构建农产品流通关键制约因素模型，并有针对性提出未来发展模式对策及建议。

首先，研究采用扎根理论这种定量与定性相结合的研究方法，应用于甘肃省农产品流通关键制约因素识别研究当中，构建了农产品流通关键制约因素模型，丰富了农产品流通的理论研究，对于未来甘肃省农产品流通产业发展具有实际的指导意义。

其次，分别探究了多情境下农产品流通模式发展现状研究，结合扎根理论研究结果，提出了甘肃省农产品流通模式研究的优化形式，该形式有助于激发甘肃省农产品流通活力，改善该省农产品流通目前所处困境，对于本省经济发展具有一定的指导作用。此外，该领域研究对于发展区域农产品流通具有很大的现实指导价值，给予偏远地区农产品流通产业发展具有参考价值。

## 1.5 本章小结

基于农产品在人们生活中扮演着重要作用，而关于农产品流通相关研究存在着很多问题，严重影响了农民和消费者的利益，因此针对农产品流通这一主旨进行深入研究。通过阅读和整理现有关于农产品流通相关国内外研究现状，研究主要集中在农产品流通现状及体系，多情境下农产品流通模式，农产品流通模式选择及优化等相关方面，并对每个方面研究内容进行论述，概括其主要研究点及其研究不足之处；其次，概括研究主要内容，并设计研究框架；最后，详细介绍采用的研究方法，并从两个方面阐述研究的创新点。



## 2 概念界定和理论基础

### 2.1 相关概念界定

关于目前农产品流通问题相关的概念界定，学术界尚未达成一致意见。因此有必要结合现有研究对农产品流通，流通模式等相关概念进行重新界定，以便准确表述研究主体的范围。

#### 2.1.1 农产品流通

农产品流通有着广义和狭义之分。广义的农产品流通通常指农产品从生产地销往消费者手中的整个运输过程，包括生产、采购、运输、加工、包装、储存、销售等环节。而狭义的农产品流通则指农产品采购、运输、储存、销售等一系列环节。农产品流通关系着农产品的价值以及农户所获取的利益，对于农村地区经济发展起着重要推动作用。

#### 2.1.2 流通模式

农产品流通模式存在于农产品流通各环节，是各环节中各行为主体的组合形式。我国农产品流通模式具有多样化，主要流通模式分为四种，分别为农户+（收购小贩）+批发商+零售终端，农户+龙头企业+（批发商）+零售终端，农户+农民专业合作社+龙头企业+（批发商）+零售终端，农户（农业合作社）+零售终端（超市）等四种流通模式，各地区流通模式根据其地形地貌和经济发展状况演化出适合本地农产品流通和交易的模式。

### 2.2 扎根理论简介

扎根理论研究法是由来自哥伦比亚大学的格拉斯和施特劳斯两位学者提出。研究直接从原始资料中归纳概括出系统的理论，没有提前进行理论假设。扎根理论必须依赖于经验事实的支撑，从中提炼出新的概念和范畴。其次，扎根理论作为一种质性研究的方法，其系统的研究方法和严谨的研究流程可使农产品流通过程中存在的制约因素扎根实践、数据来源更真实可信，并抽象出具有实际参考价值的研究成果，因此选用扎根理论作为农产品流通研究的方法论。

扎根理论作为一个动态的研究方法，其研究过程需要时时调整。依据资料提升理论，从最初的原始资料进行归纳形成新的概念，深入分析概括形成范畴，由

下至上逐步形成理论模型，扎根理论研究的范式通常由以下四部分组成。

### （1）研究问题的产生

扎根理论研究的问题是随着研究的深入自然出现的，不同于其它研究方法最初设定研究问题，其不拘泥于特定限制内。研究者起初只是针对某一领域有不明确的认识，经过有目的性的抽样，经过观察研究特定情境，并对特定环境中每个主体进行深入交流，由此所要研究的问题逐渐显露出来，但随着研究进程的深入研究内容可能会随之有所变化。

### （2）数据收集

扎根理论研究中的抽样方法一般包含目的性抽样和理论性抽样两类。研究最初选择目的性抽样，根据研究结果进行下一步抽样对象的选择。在开展开放式编码之后通常采用理论性抽样，从访谈获取的原始资料中归纳、概括出新的概念和范畴。由于扎根理论一开始难以明确其初始样本和具体调研过程，其在整个研究中处于一个动态的过程。扎根理论研究过程中可采用观察、集体访谈、深度访谈和文本分析等方法。

### （3）数据处理

#### 1) 开放式编码。

开放式编码是对原始资料提取概念和范畴的过程。即对原始资料进行贴标签，在对所贴标签形成概念，最后将概念形成范畴的过程。受访者以开放、平静的心态，避免掺杂“个人的、偏见”情绪，将所有资料按照最原始的状态来呈现，将所收集的录音资料，以最真实的语言转换成文本，根据谈及的内容进行分割成一句、几句或者一段话，并将所有整理好的文本进行贴标签，用简洁的、真实的语言概括每句话、几句话或者一段话，并对所贴标签按照先后顺序给与序号。其次，将所贴标签上升为概念，将概念上升为范畴。在开放式编码中特别要注意录音转文本时，要依据受访者所说真实转换，不可对其抽象化概括也不可能对其重要内容简化。其次，对原始资料进行贴标签时，不能直接将原始资料直接过渡到抽象化程度较高的概念或者范畴。

#### 2) 主轴编码

主轴编码是基于开放式编码结果的基础上研究各范畴之间的内在联系，从而

直观显露出各部分之间的因果关系、时间关系、语义关系、情景关系、结构关系、功能关系、策略关系等。在主轴编码过程中，研究每次只针对一个范畴展开，分析范畴存在的具体关系。在进行关联性分析时，不仅要考虑各类别之间的联系，而且要考虑表达这些言语时受访者的意图和目的，结合当时访谈的语境以及受访者所处的社会文化背景加以考虑。

### 3) 选择性编码

选择性编码通常是基于开放式编码和主轴编码的结果之上进行深入分析各主范畴之间的关系，经过系统分析挖掘出核心范畴，并深入分析主范畴与核心范畴之间的典型关系，以建立理论模型架构。

### 4) 理论饱和度检验

理论饱和度检验通常选用访谈资料 1/3 的样本量对前面各层级编码结果进行理论饱和度检验，在检验过程中未出现新的概念和范畴，满足检验样本不再为上述编码概念和范畴提供新的、重要的信息为止的理论饱和检验原则，因此，可以确认上述构建的理论模型达到理论饱和状态。

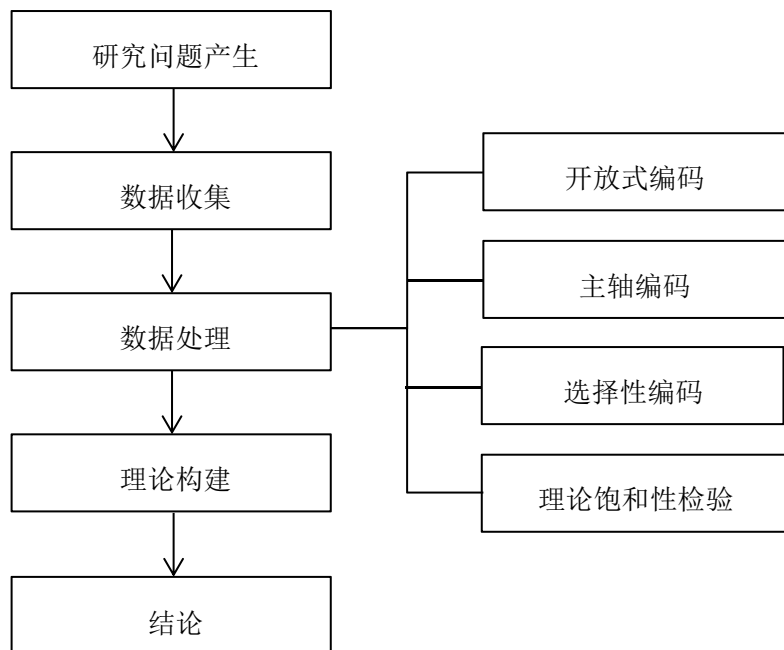


图 2.1 扎根理论研究过程图

#### (4) 理论构建

理论构建实质上是将概念和范畴的联系具体化的过程,根据三级编码结果和理论饱和度检验,将扎根理论研究结果形成的范畴和主范畴构建理论。理论构建的过程中,不仅需要实质性研究,也需要相关文献理论研究支撑,使得研究所构建的理论更加完善。扎根理论研究过程如图 2.1 所示。

### 2.3 流通费用理论

流通费用理论通常指在资本的循环和周转过程中,如果资本处于流通领域时,会发生一些与资本的循环和周转有关费用。马克思把这种在流通领域中,资本由货币转化为商品,再由商品转化为货币,在这一过程中产生的费用称为流通费用。流通费用产生通常是由于单纯流通产生的费用、物流人员保管产生的费用以及运输产生的费用等原因造成,这部分产生的费用不属于产品的生产使用价值,属于对社会财富的“损耗”。保管费用和运输费用属于生产性流通费用,这两部分流通费用是由于生产活动在流通领域的存在而发生费用,可以保存或者实现商品的使用价值,因而在一定程度上可以增加商品的价值。

### 2.4 交易成本理论

交易成本理论又称交易费用理论,是由诺贝尔经济学奖得主科斯于 1937 年提出,通常指就是在一定的社会关系中,人们自愿交往、彼此合作达成交易所支付的成本,主要观点为市场交易带来的交易成本往往会高于企业交易发生的成本,而交易过程中通常包含交易双方、讨价还价、签订合同、履行交易、交付货款等一系列活动产生的各种费用。交易成本和流通成本均属于非生产成本,有相同之处,也存在区别。甘肃省的农产品流通体系发展应从降低整体交易成本着手,整合价格机制与政府监管双重管措手段,进而全面提升农产品流通的整体流通效能。

### 2.5 本章小结

本章节主要针对农产品流通制约因素及模式研究相关主题涉及的理论概念进行分析,并探讨相关理论概念与流通之间的内在关联。首先,针对研究内容农产品流通和流通模式进行相关概念界定,明确研究主题范围和界限,并且后续研究都基于该概念界定下展开。其次,详细阐述扎根理论研究范式,从研究问题的

产生，数据收集，数据处理（开放式编码、主轴编码、选择性编码、理论饱和性检验）等方面应用指导。最后，分别介绍流通费用理论，交易成本理论等理论与流通之间的内在联系。

### 3 基于扎根理论的甘肃省农产品流通制约因素分析

流通行业作为新型销售平台发展的重要支撑点，是农产品进城及消费品下乡的关键交易渠道。一方面，甘肃省由于其地形地貌特殊，东西路线太长等自身缺陷严重制约了农产品的流通。另一方面，甘肃省农村地区基础设施建设不完善、人才匮乏及缺乏标准规范管理等因素，导致甘肃省优质农产品无法发挥其产品优势，缺乏产业竞争力，这严重影响了农户种植积极性、农户利益以及农村地区经济发展速度，也陷入了农村地区人力缺乏的恶性循环。

针对甘肃省农产品流通制约因素进行深入研究，有助于帮助农村地区改善农产品销售难、农民利益受损以及农村地区经济发展落后等一系列迫切需要解决问题，也积极响应国家乡村振兴战略。从发现农村地区发展困境，并经过实地调研以及深入研究，提出关于甘肃省农产品流通目前发展困境有针对性的解决办法以及未来有利于农产品流通发展的具有可指导性的对策和建议。本章节主要基于实地访谈调查，对访谈资料进行整理分类，进行三级编码，并深入分析各因素之间的相互作用，以及与农产品流通之间的内在关联。

#### 3.1 数据来源

##### 3.1.1 研究对象选取

研究主要针对农产品流通过程中关键制约因素进行调研，访谈对象主要是物流企业管理层及从业者，农户种植者，批发市场人员，中间商（收购者），包装和加工人员，运输司机，搬运者，仓库管理员，仓库技术员，销售员，售后人员，消费者等各环节参与主体。年龄在30岁-60岁，性别不限，这部分人群工作经验丰富或者思想活跃，拥有丰富的信息来源，能有效提供研究相关信息。在访谈开始，简单介绍调研内容，针对访谈题目进行说明，由访谈者完全自主根据实际工作中遇到的困难及挑战进行介绍，根据访谈者说明的制约和影响农产品流通过程中的因素，对访谈者提到的制约因素适当进行深入探讨，进而分析出较为全面的甘肃省农产品流通制约因素。

##### 3.1.2 访谈设计

根据目前农产品流通相关方面文献的分类和整理，归纳出当前甘肃省农产品

流通制约因素主要集中于农产品品类和质量、农产品流通基础设施体系、农产品物流产业链、仓储技术与管理、产品销售、农产品流通参与主体能力、农产品流通成本、产业政策等八个层面，并针对各方面因素罗列出其各子因素。虽然访谈是完全开放式，但对访谈加以控制可以有效提高访谈资料的质量和相关度。根据文献阅读归纳出农产品流通过程中制约因素，并设计出访谈提纲，如表 3.1 所示。

表 3.1 访谈提纲

访谈主题	访谈内容提纲
基本信息	性别，年龄，文化程度
关于甘肃省农产品流通过程中制约因素的认识	(1) 甘肃省农产品流通过程中哪些因素制约和影响农产品流通？ (2) 农产品品类和质量方面存在哪些制约因素？ (3) 农产品流通基础设施体系方面存在哪些制约因素？ (4) 农产品物流产业链方面存在哪些制约因素？ (5) 仓储技术与管理方面存在哪些制约因素？ (6) 产品销售方面存在哪些制约因素？ (7) 农产品流通参与主体能力方面存在哪些制约因素？ (8) 农产品流通成本方面存在哪些制约因素？ (9) 产业政策方面存在哪些制约因素？

### 3.1.3 数据获取

深度访谈法是指访谈者与受访者之间针对某一研究内容进行深入的交流，获取受访者针对某一事物的看法或遇到的问题等，通常访谈时间在 30 分钟到 1 小时，集体访谈法时间为 1.5-2 小时左右。访谈地点通常在受访者工作场所或者一个相对集中的地点进行。深度访谈作为定性研究中的常用方法，在社会学领域中有着重要的地位，通常都是无结构式、直接的、一对一进行的访谈。在访谈开始，介绍一下研究相关内容，直接简明向受访者说明访谈研究要点，使受访者在无约束、无界定、无影响的状态下自由言论，并结合自身经历深入介绍自己关于这一主题遇到的问题以及见解。集体访谈法是通过邀请若干个受访者，开设座谈会方

式针对某一主题进行深入交流，了解受访者的看法和意见，这种方法相比深度访谈法，工作效率更快、访谈质量更高，但该方法对调查员组织会议能力的要求较高，不适用于针对某些涉及隐私、保密、敏感性的主题研究。

研究内容主要为甘肃省农产品流通过程中存在的制约和影响因素，数据获取主要围绕该内容展开。数据获取的过程将尽可能遵循扎根理论研究方法使用规则开展。首先采用目的性抽样方法，通过对原始资料进行贴标签，形成概念和范畴。其次，进行理论饱和性检验。根据剩余的三分之一样本进行理论抽样。数据获取主要采用集体访谈、深度访谈、线上访谈等方式广泛地获取数据。数据资料来源如表 3.2 所示。

表 3.2 访谈对象基本信息

分类	人数	比例
性别	男	13 68%
	女	6 32%
年龄	30-39	5 26%
	40-49	8 42%
	50 及以上	6 32%
文化程度	高中及以下	7 36%
	大专或中专	6 32%
	本科及以上	6 32%

### 3.2 编码与范畴提取

基于上述访谈获取的原始资料，采用扎根理论方法依次进行开放式编码，主轴编码和选择性编码，通过原始资料提取原始语句，对原始语句贴标签，并分类归纳为概念，进而形成初始范畴。然后，通过不断的增加原始资料，进行相同的分类归纳等工作，最后构建甘肃省农产品流通制约因素模型。



### 3.2.1 开放式编码

开放式编码是将访谈资料文本化,提取原始语句,对其贴标签并分类归纳为概念和范畴的环节。首先,对原始资料逐字逐句进行贴标签,并将所贴标签进行分类归纳形成初始概念,去除与访谈内容无关语句或者较为中性态度语句,共获得 296 条原始语句,101 条初始概念。初始概念分别为产品规模较小(N1)、产品品质很关键(N2)、产品标准化程度低(N3)、产品质量不稳定(N4)、产品包装(N5)、质量安全保障(N6)、产品季节因素影响(N7)、产品时效性(N8)、三品一标认证(N9)、质量安全可追溯(N10)、市场设施规划不完善(N11)、服务性产业园区功能丧失(N12)、农村交通道路建设(N13)、偏僻地区交通(N14)、线路太长(N15)、地域环境条件(N16)、地理位置影响(N17)、地形地貌限制(N18)、物流站点稀缺(N19)、物流体系不完善(N20)、冷链运输车辆较少(N21)、流通效率(N22)、数字化技术缺乏(N23)、网络建设及推广(N24)、现下仓储方式(N25)、缺乏仓库和冷库(N26)、仓储设施及管理(N27)、仓储中心作用小(N28)、仓储设备缺乏(N29)、配套设施建设不佳(N30)、传统销售方式(N31)预售模式(N32)、网络营销(N33)、电商销售方式落后(N34)、产品宣传方式(N35)、产品品牌意识不足(N36)、本地销售(N37)、产品本土认可度较高(N38)、产品文化价值(N39)、营销策略(N40)、产品售后(N41)、缺乏高消费客户(N42)、稳定客源不足(N43)、本地优质产品外流(N44)、产品销售缺乏竞争力(N45)、稀缺产品易销售(N46)、产品类别限制销售范围(N47)、外购产品(N48)、多环节销售(N49)、直接对接销售(N50)、缺乏产品精加工收益(N51)、产品价值低(N52)、产品附加价值(N53)、货款回收方式(N54)、货款风险(N55)、自然环境因素影响(N56)、土地荒废(N57)、建设投入成本(N58)、开店投入成本(N59)、运输成本高(N60)、运输车辆成本(N61)、快递成本高(N62)、包装成本(N63)、损耗成本(N64)、流量成本(N65)、人工费(N66)、网络费用(N67)、融资成本(N68)、技术成本(N69)、种植成本(N70)、组织调配资源能力缺乏(N71)、文化程度限制(N72)、农民专业能力(N73)、农户流量意识不足(N74)、小农缺乏规模生产能力(N75)、农户消费观念意识差(N76)、销售员信息掌握不足(N77)、销售人员营销能力(N78)、零售商推广能力(N79)、

基层人员执行能力(N80)、管理层人才匮乏(N81)、线上下和区域价格差(N82)、产销价格差(N83)、产能过剩滞销(N84)、产业布局(N85)、企业发展形势(N86)、缺乏团购模式(N87)、伪劣产品销售(N88)、质量与外观矛盾(N89)、压缩收购价格(N90)、国家各项帮扶与补贴(N91)、农产品销售免税收(N92)、运输帮扶政策(N93)、电商发展扶持政策(N94)、保险扶持政策(N95)、缺乏资金支持(N96)、政府帮扶作用小(N97)、文化价值帮扶力度小(N98)、政策落实不到位(N99)、缺乏政府调集政策(N100)、搭建平台促销售(N101)等概念,如表 3.3 所示。

表 3.3 开放式编码示例

序号	原始语句	标签	概念	范畴
1	因为产品种类多,数量少,种植松散,无法建设批发市场,感觉产品比较多,但真正能拿出来卖的产品量很少。	产品产量较少 n163		
2	蔬菜类无法机械化种植,间苗、除草、采收必须人工进行,产量受到限制。	类别限制机械化生产 n229		
3	在生产环节中,提高机械化,减少人工成本,机械化程度太低,人工投入太大,利润较低。所以包括以后的集约化管理,这方面我们也正在努力。现在果园的水肥一体化,还有其他的工作环节中还是要提高机械化程度。	机械化程度太低 n272	产品规模较小 N1	
4	关于仓储方面,甘肃省农产品种植大多较分散,其产品分拣依赖于人工,如果进行规模化和集中化种植生产,引入机械化仓储技术,必然会提高产品的配送效率,节约人力劳动成本。	种植群体较为分散 n288		产品质量及安全 M1
5	甘肃地形限制,平原较少,进而限制其大规模批量生产,农产品不能引入机械化批量生产,导致很难有大型企业进入投资,不利于农产品产业发展。	机械化批量生产受限 n291		
6	市民买菜要外观好看的菜,好看的菜有农药,不健康,有虫眼的菜健康,但不好销售,逼着种植商对蔬菜打农药,消费者吃的很多菜都不安全。	产品质量没保障 n192		
7	品种好的话,品相也会好,好的蔬菜品种都是从国外进口的,国内品种口感、外观等方面没有国外好。	本地缺乏好品种 n193	产品品质很关键 N2	
8	品种有很大关系,红富士虽然价格不高,但是卖的还可以,口感较好。花牛好多都是老品种,老五星,红五星,品种都在更新,老品种卖不上价,它品种退化	产品品种退化 n238		

续表 3.3 开放式编码示例

以后是我们都在慢慢更新要淘汰老品种。

9	农产品的质量搞上去，这是第一，好的东西还是永远值好价，你农产品质量跟不上，这个东西还是值不上钱，所以是必须要提高农产品的品质，这是最关键的。	农产品质量最关键 n271	
10	反正这两年咱们的红富士有一种是纸袋的红富士，还有一种是光果、不套袋的那种，光果这种咱们这边这两年跟新疆阿克苏的品质都差不多，所以冰冰糖心红富士的这个品质可以，卖的还可以。	产品品质影响 n264	
11	定西马铃薯会进行集贸市场和网络销售进行团体销售，较少关注质量分级，省内标准化分级不完善。	较少关注质量分级及标准化分级 n08	
12	农产品标准化程度，中药材，当归，党参，例如产品进行加工切片，粗的细的，宽的窄的，什么样的产品都有，在流通过程中产品标准化很重要。	产品标准化较重要 n157	
13	前几年示范项目开始后，所以农产品都拿出来卖，但反复销售之后，发现没有一点竞争力，农产品也不标准，现在要打造示范县标准加工厂，使初级农产品加工为可食用的产品，进行二次加工。	标准化生产加工 n176	产品标准化程度低 N3
14	超市对于农产品要求特别高（外形，大小，品相，颜色等），中间商有时候送到超市，超市不满意产品就不接收，就退回了。	产品标准差被退回 n198	
15	有一个绿色基地，产品较好，没有好的销路，产品按照绿色进行种植。	产品种植标准不一 n191	
16	果子也是风水轮流转，这个月果子可能甘肃较好，过两个月可能新疆果子成熟了更好，新疆果子含糖量，果品、口感比甘肃更好。如果甘肃这个月果子放仓库出不去，可能下个月新疆果子成熟后，甘肃果子就卖不出去了。	产品质量时好时坏 n141	产品质量无保障 N4
17	农产品质量不稳定，消费者网上购买的产品质量不稳定，有时好，有时差。抓住供应链的源头，生产，保证产品质量。在大城市消费者更看重产品质量，价格其次，消费水平较高，产品质量好进而促进流通。	大城市消费者更关注产品质量 n103	
18	运输政策是否落实，影响农产品流通。	运输政策落实情况 n84	
19	绿色类农产品运输有绿色通道，其运输费用会减免，某地方如果对于绿通政策执行不彻底，上下高速路中延时较长，会对农产品流通造成影响。例如，绿色农产品本该直通高速，某地区却对其进行停车检查，延长其运输时间。	绿通政策落实情况 n78	运输帮扶政策 N85

续表 3.3 开放式编码示例

20	现在高速拉苹果的高速，只要你不超载的话，高速过路费免收。	免收高速过路费 n251	政策扶持 M33
21	现在我们这边大批量运输，国家的政策高速过路费取消了，司机的成本也下来了，人家的司机的成本减少了，相对到我们这边人家肯定还是运费减了。	降低司机运输成本 n267	
22	电子商务进农村，示范县，物流进农村，对流通产生积极影响。	国家电商示范项目 n99	
23	农村电子商务政策特别好，各大电商企业都抢占先机和资源，实行下来也产生了不错效果，还是有改善的。	农村电商政策支持 n108	电商扶持政策 N86
24	一店一品，一村一品，也在做，但目前甘肃上千万的电商并不多，大多为散户，政府管控力度加强，农户数量在下降，电商支持性政策快没有了。	电商支持性政策在减少 n116	
25	产业政策，不同环节政策会影响农产品流通。	产业政策产生影响 N91	
26	陇南是一个全民电商，鼓励所有小型个体都做电商，只要在电商平台达到一定销量，就可以获得一些本地政策支持、帮扶，有专门独立的电商部门。	陇南电商帮扶政策支持 N186	
27	受到自然灾害，农民首先要买保险。现在我们这边保险假如说每亩地 110 或者 120 块钱的保险，农户就出三十几块钱的保险，其他的国家都承担，你受到自然灾害的时候是保险公司按保额，按你受损的程度，保险公司给农户直接赔偿。这个在保险这一块国家支持的都比较大，一般农户都会参加。	国家保险扶持力度较大 N270	保险帮扶政策 N87

上述是对 296 条原始语句贴标签，进行归纳和聚类形成 101 个概念和 36 个范畴的完整过程。由于原始资料量太多，而论文篇幅有限，只完整呈现了农产品质量及安全标准（M1）和政策扶持（M33）这两个范畴形成过程，以作为概念和范畴形成示例，如表 3.3 所示。接下来将完整展示编码形成的 101 个概念和 37 个范畴，如表 3.4 所示。

表 3.4 开放式编码结果

范畴	概念
产品质量及安全 (M1)	产品规模较小 (N1), 产品品质很关键 (N2), 产品标准化程度低 (N3), 产品质量不稳定 (N4)
包装 (M2)	产品包装 (N5), 质量安全保障 (N6)
产品品类特性 (M3)	产品季节因素影响大 (N7), 产品时效性 (N8)
质量认证 (M4)	三品一标认证 (N9), 质量安全可追溯 (N10)
市场基础设施 (M5)	市场建设规划不完善 (N11), 服务性产业园区功能丧失 (N12)
交通基础设施 (M6)	农村交通道路设施 (N13), 偏僻地区交通 (N14), 线路太长 (N15), 地域环境条件 (N16), 地理位置影响 (N17), 地形地貌限制 (N18)
物流基础设施 (M7)	物流站点稀缺 (N19), 物流体系不完善 (N20), 冷链运输车辆较少 (N21), 流通效率 (N22)
通信基础设施 (M8)	数字化技术缺乏 (N23), 网络建设及推广 (N24)
仓储方式及规模 (M9)	现下仓储方式 (N25), 缺乏仓库或冷库 (N26)
仓储管理 (M10)	仓储设施及管理 (N27), 仓储中心作用小 (N28)
仓储配套设施 (M11)	仓储设备缺乏 (N29), 配套设施建设不佳 (N30)
销售方式 (M12)	传统销售方式 (N31), 预售模式 (N32), 网络营销 (N33), 电商销售方式落后 (N34)
产品宣传推广 (M13)	产品宣传方式 (N35), 产品品牌意识不足 (N36)
产品认可度 (M14)	本地销售 (N37), 产品本土认可度较高 (N38)
产品销售策略 (M15)	产品文化价值 (N39), 营销策略 (N40), 农产品售后 (N41)
客户群体 (M16)	缺乏高消费客户 (N42), 稳定客源不足 (N43)
产品销售竞争力 (M17)	本地优质农产品外流 (N44), 产品销售缺乏竞争力 (N45), 稀缺产品易销售 (N46), 产品类别限制销售范围 (N47), 外购产品 (N48)
销售环节 (M18)	多环节销售 (N49), 直接对接销售 (N50)
农产品效益 (M19)	缺乏产品精加工收益 (N51), 农产品价值低 (N52), 产品附加价值 (N53)
货款安全 (M20)	货款回收方式 (N54), 货款风险 (N55)
自然环境 (M21)	自然环境因素 (N56), 土地荒废 (N57)
投入成本 (M22)	建设投入成本 (N58), 开店投入成本 (N59)
运输成本 (M23)	运输成本高 (N60), 运输车辆成本 (N61), 快递成本高 (N62)
产品附加成本 (M24)	包装成本 (N63), 损耗成本 (N64)
人力及流量成本 (M25)	流量成本 (N65), 人工费 (N66)
其他成本 (M26)	网络费用 (N67), 融资成本 (N68), 技术成本 (N69), 种植成本 (N70)
生产者个人能力 (M27)	缺乏组织调配资源能力 (N71), 文化程度限制 (N72), 农民专业能力 (N73), 农户流量意识不足 (N74), 小农缺乏规模生产能力 (N75), 农户消费观念意识差 (N76)
销售者能力 (M28)	销售员信息掌握不足 (N77), 销售人员营销能力 (N78), 零售商推广能力 (N79)
基层和管理层人员 (M29)	基层人员执行能力 (N80), 管理层人才匮乏 (N81)

续表 3.4 开放式编码结果

产销信息不对接 (M30)	线上下和区域价格差 (N82), 产销价格差 (N83), 产能过剩滞销 (N84)
产业发展形式 (M31)	产业布局 (N85), 企业发展形势 (N86), 缺乏团购模式 (N87)
产品安全及利益管控 (M32)	伪劣产品销售 (N88), 质量与外观矛盾 (N89), 压缩收购价格 (N90)
国家帮扶补贴 (M33)	国家各项帮扶与补贴 (N91), 农产品销售免税收 (N92)
政策扶持 (M34)	运输帮扶政策 (N93), 电商发展扶持政策 (N94), 保险扶持政策 (N95)
扶持领域 (M35)	缺乏资金支持 (N96), 政府帮扶作用小 (N97), 文化价值帮扶力度小 (N98)
政策落实 (M36)	国家政策落实不到位 (N99), 缺乏政府调集政策 (N100)
政府搭建平台 (M37)	搭建平台促销售 (N101)

### 3.2.2 主轴编码

主轴编码是基于开放式编码形成的范畴, 进一步分析各范畴之间的内在联系, 并归类形成主范畴的过程。针对开放式编码最终形成的 37 个范畴, 更深层次对其归纳和聚类, 即主轴编码, 最终归类为 8 个主范畴, 分别为农产品品类和质量 (L1), 包括产品质量及安全 (M1)、包装 (M2)、农产品品类特性 (M3)、质量认证 (M4) 等 4 个范畴; 农产品流通基础设施体系 (L2), 包括市场基础设施 (M5)、交通基础设施 (M6)、物流基础设施 (M7)、通信基础设施 (M8) 等 4 个范畴; 仓储技术与管理 (L3), 包括仓储方式及规模 (M9)、仓储管理 (M10)、仓储配套设施 (M11) 等 3 个范畴; 产品销售 (L4), 包括销售方式 (M12)、产品宣传推广 (M13)、产品认可度 (M14)、产品销售策略 (M15)、客户群体 (M16)、产品销售竞争力 (M17)、销售环节 (M18)、农产品效益 (M19)、货款安全 (M20)、自然环境 (M21) 等 10 个范畴; 农产品流通成本 (L5), 包括投入成本 (M22)、运输成本 (M23)、产品附加成本 (M24)、人力及流量成本 (M25)、其他成本 (M26) 等 5 个范畴; 农产品流通参与主体能力 (L6), 包括生产者个人能力 (M27)、销售者能力 (M28)、基层和管理层人员 (M29) 等 3 个范畴; 信息不对称 (L7), 包括产销信息不对称 (M30)、产业发展形式 (M31)、产品安全及利益管控 (M32) 等 3 个范畴; 产业政策 (L8), 包括国家帮扶补贴 (M33)、政策扶持 (M34)、扶持领域 (M35)、政策落实 (M36)、政策搭建平台 (M37) 等 5 个范畴。如表 3.5 所示。

表 3.5 主轴编码结果

主范畴	范畴	范畴内涵
农产品品类和质 量 (L1)	产品质量及安全 (M1)	产品的规模、品质、质量以及标准化程度
	包装 (M2)	产品的包装, 保障质量安全的方式
	产品品类特性(M3)	产品受季节因素影响, 产品不同类别存放时间, 并影响外观及 口感
	质量认证 (M4)	农产品质量三品一标认证, 产品质量安全可追溯
农产品流通基础 设施体系 (L2)	市场基础设施(M5)	批发市场、产业园区等基础设施建设规划, 服务性产业园区具 备功能
	交通基础设施(M6)	农村道路建设状况, 偏僻地区交通通畅程度, 地形环境条件
	物流基础设施(M7)	物流体系建设完善程度, 冷链运输车辆使用量, 产品发货时效 性
	通信基础设施(M8)	数字化技术引进使用状况, 农村地区网络覆盖面
仓储技术及管理 (L3)	仓储方式及规模 (M9)	农产品仓储方式例如常温仓储、冷藏仓储, 建设仓库、冷库的 数量
	仓储管理 (M10)	仓储配套设施及管理, 地方设置仓储中心作用
	仓储配套设施 (M11)	设备建设使用量, 相关配套设施建设量、投入使用量
产品销售 (L4)	销售方式 (M12)	传统销售、新型销售、网络营销、预售模式、电商销售等各类 销售
	产品宣传推广 (M13)	产品宣传推广的方式、途径, 农户对于产品品牌化意识
	产品认可度 (M14)	产品倾向于本土化销售, 本土产品本地认可度
	产品销售策略 (M15)	产品附加文化价值, 产品营销手段, 产品售后问题保障
	客户群体 (M16)	高消费客户群体, 稳定且长期合作客户
	产品销售竞争力 (M17)	本地优质农产品外销, 产业竞争力, 稀缺农产品销售, 产品类 别限制销售区域, 产品销售包括外购产品
	销售环节 (M18)	多环节、多层人员参与销售, 农户与销售端对接
	农产品效益 (M19)	农产品本身价值区间, 产品粗加工收益, 产品附加价值
	货款安全 (M20)	货款结付方式, 货款回收期限及风险
流通成本 (L5)	自然环境 (M21)	自然环境因素, 土地使用率
	投入成本 (M22)	平台、仓库、设备建设投入费用, 店铺开设投入成本
	运输成本 (M23)	产品运输费用, 运输车辆损耗及使用费用, 快递运输成本
	产品附加成本 (M24)	产品包装费用, 产品存放或运输损耗成本
	人力及流量成本 (M25)	店铺流通及代言人流量费用, 人工劳动费用
	其他成本 (M26)	产品种植费用、网络使用费用、融资成本、智能化技术费用

续表 3.5 主轴编码结果

农产品流通参与主体能力 (L6)	生产者个人能力 (M27)	参与主体组织调配资源的能力, 农户的文化水平, 农户的种植销售能力, 农户的流量意识, 农户规模生产能力, 农户的消费观念意识
	销售者能力 (M28)	销售人员对市场信息不了解, 营销推广产品的能力
	基层和管理层人员 (M29)	基层各岗位从业者执行能力, 农村地区管理层人才匮乏
信息不对称 (L7)	产销信息不对称 (M30)	线上和线下销售价格区别, 产品采购价与销售价差异, 规模化种植导致产能过剩
	产业发展形式 (M31)	产业规模受限, 企业未来发展趋势, 未来销售发展模式
	产品安全及利益管控 (M32)	伪劣农产品的冒名销售, 产品质量安全与外观矛盾, 中间商压榨农户利益
产业政策 (L8)	国家帮扶补贴 (M33)	国家关于各项目的扶持与补贴, 关于农产品销售免税收
	政策扶持 (M34)	运输行业帮扶政策, 促进电商行业发展扶持政策, 缓解产品保险压力扶持
	扶持领域 (M35)	部分领域资金扶持力度, 政府带头帮扶作用, 开发产品文化价值政府帮扶力度
	政策落实 (M36)	国家颁布政策落实情况, 政府执行政策能力, 政府调集政策行为
	政府搭建平台 (M37)	政府搭建招商会助力农产品销售

### 3.2.3 选择性编码

选择性编码是基于开放式编码和主轴编码结果之上进一步分析各范畴之间的关系, 进而挖掘出核心范畴“流通”, 并建立起各范畴与核心范畴之间的内在联系。接下来围绕“农产品流通的制约因素”这一核心范畴, 探讨各范畴与核心范畴产生的内在关联, 即农产品品类和质量、农产品流通基础设施体系、仓储技术及管理、产品销售、流通成本、农产品流通参与主体能力、信息不对称及产业政策等 8 个主范畴与农产品流通制约因素这一核心范畴的内外部关系。如表 3.6 所示。



表 3.6 主范畴之间的典型关系

典型关系	关系结构	关系结构的内涵
农产品品类和质量 → 流通	因果关系	农产品品类和质量正向促进农产品流通，是农产品流通行业发展的外部基础性因素。
流通基础设施体系 → 流通	因果关系	基础设施体系是维护农产品流通正常运行的基本保障，是保证农产品交易以及运输效率的重要保障性因素。
仓储技术与管理 → 流通	因果关系	农产品流通离不开仓储，仓储是农产品安置的地方，仓储技术与管理是农产品流通的重要环节之一。
产品销售 → 流通	因果关系	农产品流通是为了进行产品销售，产品销售决定了流通行为的发生，更多地产品销售将促进更多的产品流通。
流通成本 → 流通	因果关系	流通成本是农产品流通过程中必然存在的因素，成本的高低将会负向或者正向影响产品流通。因此，流通成本负向影响流通的发生，是随着流通发生必会存在的内部因素。
流通参与主体能力 → 流通	因果关系	流通参与主体能力是农产品流通的主要内部制约因素，参与者能力将决定流通的效率及产品获取的利益。
信息不对称 → 流通	因果关系	信息不对称间接影响产品流通过程，产品信息不对称将会影响生产方和销售方的产销量以及利益等，进而间接影响农产品流通。
农产品品类和质量 → 产品销售	中介关系	产品质量决定消费者购买意愿，是产品销售最关键因素之一，进而可以促进产品流通。
	调节关系	产业政策的颁布及实施通过调节流通基础设施体系完善程度、产品销售（税收、销售扶持、资金补助等）、流通参与主体能力（人员培训、人才引进等）等三个方面，来影响农产品流通过程。

农产品品类和质量，流通基础设施体系，仓储条件及管理，产品销售，流通成本，流通参与主体能力，信息不对称等主范畴与流通这一核心范畴之间均存在因果关系；农产品品类和质量的好坏可以促进产品销售情况，进而影响流通，因此具有中介关系；产业政策可以调节和改善流通基础设施体系、产品销售以及流通参与主体能力，来影响产品流通行为的发生和流通效果，起到调节作用。各主范畴之间的典型关系和关系结构如表 3.6 所示。

### 3.2.4 理论饱和度检验

理论饱和性检验是采用扎根理论方法时，已经完成开放式编码、主轴编码、选择性编码等三级编码过程，增添新的样本量重复上述三级编码过程，以有无出现新的概念或者范畴为标准，来判定理论是否饱和。将编码后剩余的 1/3 访谈记录作为理论饱和度检验样本，检验结果中的概念和范畴均在已有范围内，满足理论饱和度检验原则，没有出现新的概念和范畴，即表明理论已经达到饱和状态。

## 3.3 本章小结

研究采用扎根理论研究甘肃省农产品流通制约因素。首先，根据研究主题选择合适的研究对象，从事农产品流通行业相关的人员；其次，通过文献阅读和资料查询，设计甘肃省农产品流通制约因素访谈提纲，从 8 个方面概述甘肃省农产品流通制约因素；再次，采用访谈法对农产品流通行业相关从业者以及与农产品流通相关领域研究的学者进行面谈，并将访谈内容文本化；然后，整理初始资料，获得 296 条原始语句，对其贴标签，进行开放式编码、主轴编码、选择性编码等三级编码，提炼出 101 个初始概念，37 个范畴，8 个主范畴，并论述范畴与主范畴之间关系。最后，将编码结果进行理论饱和性检验。

## 4 甘肃省农产品流通制约因素模型构建与模式优化

### 4.1 制约因素模型构建与分析

#### 4.1.1 制约因素模型构建

采用扎根理论方法研究甘肃省农产品流通制约因素，经过研究对象选取、访谈设计以及获取数据等前期准备工作，采用深度访谈法和集体访谈法对受访者进行开放式、无约束的自由访谈，进而获得的数据避免了受访者主观意识的影响以及研究者的刻意引导，使得获取的数据更具有客观性和真实性。在此基础上，对获取的原始资料进行开放式编码、主轴编码、选择性编码等三级编码过程，以及理论饱和性检验，发现甘肃省农产品流通的制约因素主要为农产品品类和质量（L1）、流通基础设施体系（L2）、仓储技术及管理（L3）、产品销售（L4）、流通成本（L5）、流通参与主体能力（L6）、信息不对称（L7）以及产业政策（L8）等八个方面，L1—L7 与流通均具有因果关系，L1 对 L4 具有中介作用，L8 分别对 L2、L4、L6 与流通之间的关系具有调节作用。甘肃省农产品流通制约因素模型如图 4.1 所示。

#### 4.1.2 模型指标分析

采用扎根理论研究方法编码得出 8 个主范畴，且每个主范畴与核心范畴之间有着不同的联系。不同制约因素对于流通的影响路径和程度不同，因此，接下来从主范畴入手，着重分析每个主范畴对于流通的制约和影响，深入梳理主范畴与核心范畴之间的联系，并利用已有文献或者受访者访谈资料来证明上部分阐述的范畴之间的关联，具体分析过程如下：

##### （1）农产品品类和质量

农产品品类和质量是农产品流通的源头，也是流通行为发生最基本的保障，农产品品类和质量优质可以正向促进农产品流通的发生，其产品的有无也决定了农产品流通是否会发生。农产品品类和质量由农产品质量及安全、包装、产品品类特性以及质量认证等四个方面因素，这些因素是产生流通行为的重要影响因素，是流通发生的最基本的外部影响因素。其次，农产品的品类和质量决定消费者购买意愿，是产品销售最关键因素之一，进而可以促进产品流通，因此农产品品类

和质量对产品销售具有中介关系。如“好的东西还是永远值好价，好销售，农产品质量跟不上，东西值不上钱，也不好卖，所以是必须要提高农产品的品质（n271）”。

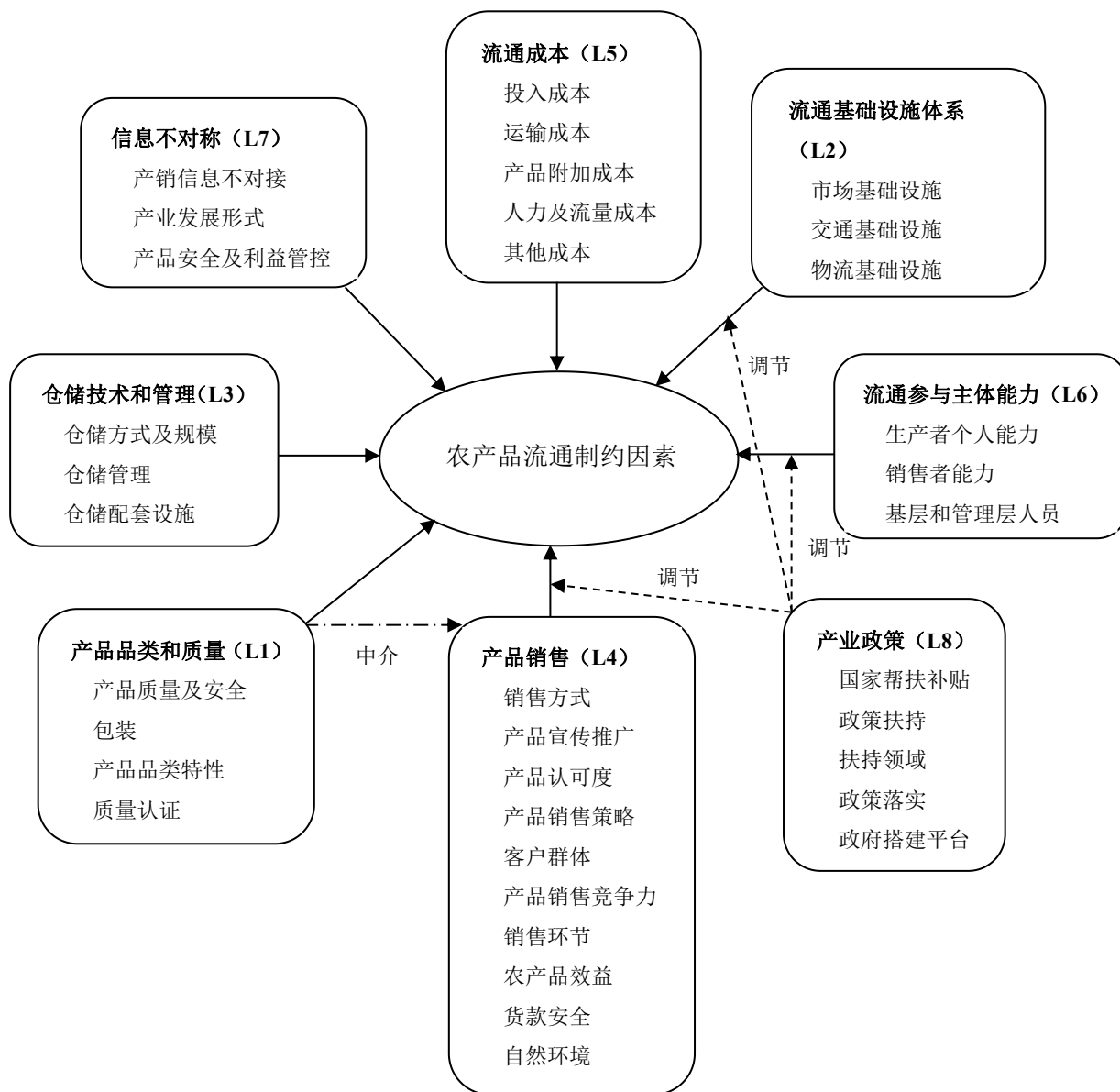


图 4.1 甘肃省农产品流通制约因素模型

产品质量及安全包括产品质量的标准化程度以及质量安全保障，是消费者购买农产品的重要依据，当消费者产生购买意愿并随之发生购买行为后，那么这一过程必然伴随的农产品的流通，农产品需要农户从田间地头进行种植，然后进行销售，直接对接买家或者中间商转售，无论哪种方式销售都需要农产品从田间地

头运输到消费目的地，均会发生流通行为。那么产品质量越安全以及品质越好，将更有可能刺激消费者购买意愿，进而产生购买行为，从而有利于促进农产品的流通。如“农产品质量不稳定，消费者网上购买的产品质量不稳定，有时好，有时差。抓住供应链的源头生产，保证产品质量。在大城市消费者更看重产品质量，价格其次，消费水平较高，产品质量好进而促进流通（n103）”。

包装通常有两种用途，一种是对农产品进行简单包装以防止运输过程中碰撞损坏或者蚊虫叮咬；另一种是为了满足消费者高端需求，对农产品外观进行美化包装或者产品精加工升级，从而提升产品价值，获取更高利益。产品的包装会影响产品运输过程的损耗程度，其包装等级也会影响消费者需求程度，特别是在大城市，高档次产品包装更易受消费者喜爱，这些因素均间接影响农产品的流通。如“电商平台销售农产品多为简单包装，例如套袋，包装盒，部分大企业会有自己标准化的包装以及产品标签，但是大部分农产品包装大多是为了防止运输损坏（n159）”。目前，农村地区农产品包装普遍简陋，缺乏产品的高端包装，这导致农产品销售价值区间受限，也严重影响了农产品在大城市市场销售中无法形成产业竞争力，间接影响农产品的流通。

产品品类特性包括产品季节因素影响和产品时效性。农产品的生产种植受季节性因素影响，在不同月份，产品的外观和口感都会有所不同，这严重影响了农产品的销售，因此导致了产品销售旺季和淡季，损害了商家和农户的利益。此外产品时效性，包括产品采摘时机、产品存放时间、保鲜性等因素，均会直接影响产品质量以及间接影响农产品流通。如“农产品种植销售会因季节不同有所改变，其次，销售旺季时运输车辆的紧缺，农产品的价格，消费者的需求等方面都会对农产品流通影响较大，销售淡季时对于农产品流通制约因素相对较少（n92）”。农户和商家会因季节不同而销售不同农产品，影响了商家店铺流量，也严重损害单一农产品农户种植者的收益，对于农产品流通也受其特点的局限。

质量认证包括三品一标认证，质量安全可追溯两个方面。农产品进行三品一标认证，有利于规范化农产品质量安全，对于消费者的健康安全更有保障，消费者也可以放心购买绿色、有机、无污染的农产品。而农产品质量安全可追溯是在保障农产品安全的基础上，可以提供农产品从种植、生产、加工、运输、仓

储、销售等一系列信息，使得消费者对有意愿购买的产品更加放心，从而没有顾虑的进行消费，也间接促进了农产品流通。如“产品质量认证，具有三品一标质量认证，其产品质量较好，价格比较好，销路较广，流通效果会更好（n80）”。此外，产品质量认证，有利于产品销售的同时也可以获得更高的利益，更好保障农户与消费者双方共同的利益。

## （2）农产品流通基础设施体系

农产品流通基础设施体系是维护农产品流通正常运行的基本保障，是保证农产品交易以及运输效率的重要保障性因素。农产品流通基础设施体系由市场基础设施、交通基础设施、物流基础设施、仓储基础设施、互联网基础设施等五个方面因素构成。市场基础设施是农产品交易的重要场所；交通基础设施是保障农产品流通正常运行的重要载体；物流基础设施是农产品流通的硬件设施保障；仓储基础设施是农产品存放的重要场地，也是维持农产品流通的重要环节；互联网基础设施的完善程度是推进新型销售方式的重要因素，也间接促进农产品的流通。

市场基础设施主要分为两个方面，一种是国家或者政府为了促进产品交易，为卖家和买家提供的交易场所；另一种是国家或者政府为了调控和监管市场产品，而建立的服务性的产业园区。总之，建设和完善市场基础设施，是为了保障并促进产品交易，从而产生更多的产品流通。那么市场基础设施建设和应用的是否合理，将直接决定了农产品是否进行流通。如“没有正规市场，政府也会建设市场，但市场多建设在偏僻地区，距离田间地头太远，使用不上，建设在田间地头附近，土地性质不合适，不能建设市场，有些就在马路边，不好也不安全（n206）”。

交通基础设施在本研究中主要指农村地区道路建设。甘肃省地形狭长，地貌构成复杂，东西路线太长，部分农村地区位置偏僻，地形地貌不平整限制了农产品规模化生产种植，这些因素都严重制约了农产品的流通。相比其他地区产品销售，减缓了农产品流通的效率并增加了成本。如“同样的性价比的产品，同样价格的产品，就会由于地理环境的不一样，导致它销售的难度系数会非常大，对流通业会影响而且很大（n68）”。

物流基础设施通常指物流站点建设的完善程度、可供使用的运输车辆或者冷链车等物流相关配套设施。物流基础设施是农产品流通的最重要的影响和制约因

素，其建设完善程度将直接决定是否可以进行流通。物流站点缺乏将会影响农产品流通的效率和产品的外观质量，不利于农产品的流通。如果缺乏运输车辆或者冷链车，那么农村地区的产品将无法进行运输，也就直接导致无法进行产品流通。因此，物流基础设施的建设是农产品流通最关键的制约因素。如“再一个就是冷链车，配冷链车这一块也是每个县的话，像公共冷链车就很少，一个县也就是个四五辆，能达到冷链运输水平的常态化运行的几乎是很少，甘肃省快递里面提供冷链运输的企业为零（n52）”。

仓储基础设施通常包括普通仓库、冷藏仓库以及相应的仓储设备等设施。在甘肃省农村地区普遍采用普通仓库仓储方式，缺乏冷库，这也导致了农村地区农产品基本上都是现摘现卖。农户将农产品采摘之后，无论当时农产品价格高或者低，因为缺乏冷库仓储，农户只能选择出售。因此，仓储基础设施不健全也会影响农户利益，从而导致农村地区青年人才更加匮乏，间接影响农产品的流通。如“生鲜农产品，那么需要一些冷链运输，第一个乡村一级目前还没有冷链，每个县的冷链冷库的储备量，县城里面有几个，在乡一级和村一级冷库的量是极少的，而且这一块是大资本投入，就会影响生鲜农产品运输（n51）”。

互联网基础设施通常指网络的建设及覆盖范围、数字化技术的推广等方面。互联网在城市已经实现了全覆盖，在农村地区县城周边的村镇网络已经全覆盖。虽然互联网在农村已经普及，但使用互联网的人却有限，老年人基本上无法利用互联网来进行线上销售，依旧停留在传统的销售方式。落后的销售方式及销售理念也限制了农产品流通的范围及流通带来的收益。如“整个农村电商现在往数字化方向发展，而甘肃省农产品传统销售并不成熟，距离现代化发展较远，技术落后，通过技术手段促进农产品流通良性发展（n94）”。

### （3）仓储技术及管理

农产品流通离不开仓储，仓储是农产品安置的地方，仓储技术与管理是农产品流通的重要环节之一。农产品采摘、加工、仓储、运输、销售等各环节都离不开产品的仓储。仓储技术及管理主要由仓储方式及条件和仓储管理等两部分构成，是农产品流通的重要保障性因素。

仓储方式及条件主要指当前农产品经营商采用的仓储方式、仓储条件现状以

及农村地区缺乏冷库仓储等方面。目前,由于资金和成本限制,农村地区产品多采用常温储存,建设冷库并投入使用的冷库数量极少。农产品经营商缺乏冷库或者大型仓库,一方面农产品将不能长期储存,农产品价格不稳定时,经营商利益容易受损;如“根据消费者需求进行流通,有些产品耐储存,有些不耐储存,需要冷库冷藏来存储,如果存储条件不满足,就会对农产品造成损失,进而影响农产品流通(n76)”。另一方面没有大型冷库,那么农产品受季节因素影响,无法长期向卖家供货,容易丢失长期稳定客源。这些方面都会影响到农产品销售的客户对接,进而不利于农产品的流通。如“我们这边不能长期供货,一个是量比较少,你要可持续供货,人家要一个月或者是三个月或者是5个月,你要可持续供货,这样的话是你要有很大的库房,也要有很大的资本,天天给他供货,现在我们这里面这方面还实现不了(n254)”。

仓储管理主要指仓储设施及管理、智能化技术应用以及国家在地方建设仓储调控中心等方面。应用智能化仓储技术和采取良好的仓储管理方式可以减少仓储过程中农产品的损耗,从而减少农产品在生产、仓储、运输、销售等环节中的损失,缓解卖方在农产品流通过程中承受的风险,是农产品流通过程中需要考虑的重要因素。如“好的仓储设施及管理会减少农产品流通过程中的损耗,本身农产品其易损特质对于流通影响重大,如何降低损耗也是流通过程需要考虑的重要问题(n85)”。

#### (4) 产品销售

农产品流通的目的是为了进行产品销售,产品销售与否决定了流通行为的发生,产品销售量增加将有利于促进农产品的流通。因此,产品销售是农产品流通的决定性因素。产品销售由销售方式、产品宣传推广、产品认可度、产品销售策略、客户群体、产品销售竞争力、销售环节、农产品效益、货款安全以及环境因素等十个方面构成,产品宣传推广、产品认可度、产品销售策略等手段都是为了提高农产品的知名度,从而获得更多顾客对于农产品的支持,扩大销售范围和销量。

销售方式从大层面讲可以分为传统销售方式和新型销售方式等两个方面。传统销售方式主要为中间商下农村收购,转手销售给大型卖家的这种多环节流通方



式。新型销售方式主要有预售模式、电商销售、网络营销等借助互联网进行的销售。不同销售方式会带来不同的销售效果，也可以满足不同顾客购物需求方式。当然，不同的销售方式对于卖家的店铺规模、店家自身能力、店铺流量等方面都有着不同的标准，相对而言，预售模式对于卖家的产地规模、质量安全标准、卖家自身能力等方面有着更高的要求。而电商销售则对卖家自身能力要求更高，能够熟悉掌握电商销售策略，以及提升流量的方法。无论哪种销售方式，都可以促进农产品的流通。如“甘肃省存在较少的预售模式，预售的话就达到这两点就可以预售，一个是有极优质的产品，第二个在前期的推广和销售工作做得非常好，才能做到有提前预售，预售做的好肯定有助于产品的流通（n57）”。

产品宣传推广通常指对于产品宣传推广采用的方式以及卖家对于产品品牌化的意识。采用不同的产品宣传方式可能会达到不同的宣传效果，所以选择最为合适的宣传方式才能更好地达到宣传的预期效果。农村地区农户和城市小企业通常缺乏产品品牌化意识，只着眼于当下产品销售，缺乏长远发展意识，从而限制了农产品形成品牌化和知名度。产品品牌化和知名度的形成可以扩大产品的销售覆盖范围，有助于提高产品销售量，进而促进产品的流通。如“农产品质量、品牌声誉是否可以满足消费者需求，定西土豆质量声誉比较好，也会提高其销售量，促进其产品流通（n79）”。

产品认可度通常指对于产品具有认可度的顾客，忠诚度会更高，购买产品的几率更大。一般来说，本土生产的产品，本土居民认可度会更高。或者农产品具有唯一性时，顾客对于该产品也会产生较高的认可度。顾客对于农产品认可度越高，将越有利于产品的销售，也正向促进农产品的流通。如“好多南方地区知道高原夏菜比较好，人家直接到菜地进行订单式生产，本地人只管生产，销路人家负责，在当地按照普通价格进行收购，销往南方以高端价格销售。在北京、江浙沪、福建等地区有较高认可度，好多外地人来甘肃包土地，甘肃人进行种，销量很好（n143）”。

产品销售策略包括产品附加文化价值、产品营销策略、农产品售后保障等方面。产品附加当地文化气息有助于发挥产地优势，借助文化故事引发消费者共鸣，有利于产品的到更好的销售。无论是将产品与当地文化相结合，还是根据不同消

费层次制定高中低端的产品,为了刺激消费者消费意愿,满足不同消费层次需求,都是商家采取的不同手段的销售策略。如“产品附加当地文化优势较大,产品加上故事情怀,产地优势,有利于产品销售,高原地区产品加上文化修饰肯定更好销售(n172)”。此外,产品售后保障也是一种销售策略,良好的售后保障可以为消费者带来较好的产品体验感,也可以打消顾客购买前对于产品质量的疑虑,从而更好地促进产品销售,带动产品的流通。如“农产品的售后最多,退换货是最多的,因为农产品在运输过程中容易出现破碎、损坏、腐烂等形式,要是这方面做好更利于销售(n62)”。

客户是决定产品销售的重要群体,一般分为高中低端客户群体和长短期客户群体,不同层次的消费群体对于产品的销售有着不同的影响,也对农产品流通有着不同的影响。拥有长期稳定的客户,经营商可以按照正常经营量来囤积产品,不用顾虑客源问题。如“我们这边对接的其实没有这么大的客户,尤其是稳定的,今年他可能过来有的时候是收了就那么几万斤,可能几十万就收完就完了,这个就是没有长期的稳定的这样一个客户,囤积的风险比较大(n46)。”

销售环节、农产品效益、货款安全以及环境因素等都是产品销售中重要影响因素。多环节销售容易损害农户和商家的利益,特别是农户利益受到压迫,会打击农户种植的积极性,造成农村地区人员外流,间接影响农产品的流通。同时,农产品本身价值区间有限,销售价格相比工业品价格较低,农户和商家获取利润较低,也容易导致双方退出农产品行业,转而从事其他行业,也间接影响了农产品的流通。如“对于企业来选择的时候,因为物业品的附加值更高,我卖一个电子产品可能会挣很多,但是我卖农产品这么少,如果说我有足够的事情去做工业品的销售,我不会去做农产品销售(n60)”。

### (5) 流通成本

流通成本是农产品流通过程中必然存在的因素,成本的高低将会负向或者正向影响产品流通。因此,流通成本负向影响流通的发生,是随着流通发生必会存在的内部因素。流通成本由投入成本、运输成本、产品附加成本、人力及流量成本、其他成本等方面构成,各项成本在流通中起着关键的作用,成本越高,农产品流通的可能性越小。因此,对于卖家和买家来说,成本是流通过程前后必定产

生的因素，对流通的影响很大。

投入成本主要涉及平台、仓库或冷库的建设成本、运输车辆购置成本以及购买生产种植设备等初始成本；投入成本越高，越抑制从事农产品行业队伍的扩大，不利于农产品的销售及流通。如“淘宝开店有营业执照就可以，但是做好淘宝店想要做好需要花费挺多资金，天猫开店成本较高，年费等（n188）”。运输成本涉及运输车辆损耗费用、租车费用、油费、高速过路费、物流费用等各项费用；运输成本往往附加到产品价格当中，产品价格越高，越不利于产品销售，负向影响产品流通。如“农产品流通成本，运输成本，损耗成本是农产品流通最大的制约因素，损耗率越低，流通效率越高（n89）”。在本研究中，产品附加成本主要指产品包装成本以及产品损耗成本等费用。产品附加价值在无形当中会增加产品价格，往往会影响卖家的购买意愿，间接影响农产品的流通。如“由于治理污染等原因，纸箱价格上涨，像苹果、草莓、西红柿等产品价格无形上涨（n234），产品在运输过程中总会有损耗，损耗会加到产品售价里面，损耗较大，产品价格较高（n175）”。

人力及流量成本一般涉及雇佣劳动力费用以及流量费用等方面。随着经济的发展，人工费用上涨较多，导致产品成本较高，不利于产品的流通。如“人工方面，前几年人工费大概每天70元至80元，近两年涨到100元至120元，导致成本增加（n235）”。其次，开设店铺简单，但营造店铺流量却需要花费很多资金，这都间接影响农产品的流通。如“淘宝开店已经过了免费流量时代，开店成本较低，但流量成本高（n187）”。其他成本涉及网络使用费、融资成本、引进技术成本、种植成本等方面。这些方面产生的费用都在无形之中增加了产品的成本，不利于产品的销售，也影响产品的流通。

#### （6）农产品流通参与主体能力

农产品流通参与主体的能力是农产品流通的主要内部制约因素，参与者能力将决定流通的效率及产品获取利益的大小。农产品流通参与主体通常涉及生产者、运输者、仓储管理员、销售人员等从业者。相对而言，参与主体中对生产者的要求相对更多，组织调配资源能力更强、文化程度更高、专业能力更好的农户种植的农产品更受买家的喜爱，其产品更易销售。这主要是因为能力更强的农户所生

产的产品质量更安全，产品更标准，对于市场需求把控更好，那么其农产品更受欢迎，从而更有利于农产品的流通。如“有文化的农民在种植这些环节做的比较好，人家的价格会更高，我们像合作社优先收购他的苹果，这是肯定的，如果说你自己技术上面都不行，苹果品质包括好好多方面的，包括你的含糖量，包括色度，苹果的大小。这些都有影响，你做的好的话，人家客户给的价格也高，我们收购的话价格也给的高，收的话肯定是先收购（n265）。”此外，农村地区人才匮乏也严重影响了农产品的生产种植，特别是老年人自身能力限制，无法引进机械化手段和智能化技术进行大规模生产种植，导致农村地区产品的产量不足，也不利于农产品的销售，影响产品的流通。如“甘肃兰州留不住人才，农村地区人力更是匮乏（n95）”。

#### （7）信息不对称

信息不对称是农产品流通过程的外部制约因素，产品信息不对称将会影响生产方和销售方的产销量以及双方的利益，进而间接影响农产品流通。信息不对称由产销信息不对接、产业发展形式、产品安全及利益管控等三个方面组成。产销信息不对接以及利益管控不当通常会造成产地和销地价格差异较大，中间商压榨、剥削农户利益，对市场需求把控不当导致产能过剩、产品滞销，线上和线下以及不同区域产品销售价格有差异等局面。这些都会使农户利益受损，使得农产品行业从业者减少，不利于农产品的流通。如“产品销售大多通过中间商进行，中间商在田间地头进行收购（可能1块），消费给消费者（可能2块多或3块多），消费者购买时菜较贵，农户利益也受损（n195）”。产业发展形式决定了农产品未来流通状况，产业发展形式越好，将更好地促进产品的流通。如“目前很多大型企业已经紧抓生产环节，便于自身运输和销售，打通整个供应链，节约成本，良性循环（n104）”。

#### （8）产业政策

产业政策是农产品流通行业发展的主要外部推动因素，产业政策的颁布及实施通过调节流通基础设施体系的完善程度、产品销售（税收政策、销售扶持、资金补助等）、流通参与主体能力（人员培训、人才引进等）等三个方面，来影响农产品流通过程。从流通基础设施方面，国家政策对于农村地区建设大型仓库或

者冷库，完善农村地区道路建设，使得农村地区道路已基本实现畅通。如“国家有关于农产品相关的政策扶持，但具体落实情况在于各个县市执行情况，有的县市执行较好，建设仓储库，物流园，商务局建设的电商服务站（n167）”。从产品销售方面，国家对于农产品销售实行全额免税收，对于农产品运输高速费减免，快递费有补贴，来缓解农户的产品成本。其次，为了保护农户利益不受自然灾害影响，加大农产品保险补贴力度。如“我们销售农产品是没有税收的，免费的，通过申请扶持项目，物流顺丰申请特惠价，邮政价钱较便宜，政府扶持的特别好，要是销量达到一定数额(百万)，商务局或政府会给奖励资金(扶持资金)(n221)”。关于流通参与主体能力方面，对于人员培训和人才引入，国家颁发了一系列的政策，来帮助农村地区解决人员专业能力不足和人才匮乏等问题。如“国家有关于物流企业人才培养政策，但政策落实效果不太好，特别是小型企业很难响应这种政策，其本身维持运营已经困难。由于地理环境原因，大型企业关于农产品领域涉足不深（n10）”。

### 4.1.3 农产品流通制约因素分析

通过理论研究和实地访谈调研，发现甘肃省农产品流通行业在以往基础上已经取得很大进步，各地政府也积极响应国家乡村振兴战略号召，投身于农村地区基础设施建设和完善，为农产品销售搭建平台、资金扶持，动用社会各界力量进行结对帮扶、技术帮扶等策略，旨在解决农村地区农产品销售劣势问题，帮助寻找适合当地经济发展的致富之路，但在农产品流通方面仍然存在问题亟需解决。

#### (1) 产品质量安全没保障，生产标准化程度低

在农产品质量及安全方面，首先，由于地形地貌限制，甘肃省农产品种植规模普遍较小，且产品生产加工机械化程度低，导致产品产量较少，限制与大型企业长期合作，没有长期稳定的产品可供出售。其次，本地标准化体系管理不健全，致使农产品标准化程度低，更是缺乏产品质量分级和标准化分级，导致产品销售缺乏竞争力。最后，由于农产品其本身成熟及采摘时机、存放时间、产品保鲜度等因素影响，产品销售受季节性影响，产品的外观和口感都会受到这些因素的影响，从而影响消费者购买体验感，不利于顾客产生反复购买产品的意愿，影响农产品的流通。然而，政府部门也没有采取相应的改善措施，缺乏相对的策略来规

避风险。

农产品多数为简陋包装，只是为了防止运输途中碰撞或者蚊虫叮咬，小型企业只关注于眼前利益，缺乏分级包装意识。大型企业由于农产品行业价值区间有限也很少深入从事农产品行业，也较少关注产品包装这部分。对于产品质量认证，由于质量认证费用较高和办理手续较繁琐，少数合作社及小型企业只进行绿色食品认证，很少有企业进行三品一标认证，导致产品质量安全无保证，质量安全无法追溯，严重影响农产品的销售，制约农产品的流通。

### **(2) 基础设施体系不健全，流通制约困境待解决**

在流通基础设施体系方面，市场建设缺乏或者不合理，本土产业园区功能丧失等问题突出，政府在部分地区出资建设交易市场，但多建设在偏僻地区被闲置，最终这些交易市场变成了闲散场地，失去了建设的最初目的。总的来说，农村地区仍缺乏正规标准化的批发市场，导致农户大多选择路边或者街边摆摊，既不利于街道美观，也容易造成街道拥堵，以及农户自身安全存在隐患。此外，国家政策扶持建设的产业园、物流园、电商服务站等功能性园区由于某地区政府执行落实不到位，现有产业园区经营不善，导致很多园区处于观望状态或者闲置状态，没能很好的发挥其最初建设目的作用。

县镇地区交通基础设施建设已基本完善，偏僻地区乡村道路建设仍需进一步加强。其次，甘肃省由于其地形狭长，对于农产品的运输时间更长，效率更低，且其地貌构成复杂，这也导致其农产品运输较为困难，所耗费成本更高，制约农产品的流通。其次，甘肃地区物流体系不完善，特别是农村地区物流站点稀缺，冷库、冷链车由于成本较高，投入使用量很少，导致大规模农产品无法长期存放，不利于鼓励农户进行承包制规模化种植，制约甘肃省农村地区经济发展，影响农产品的流通。

### **(3) 仓储技术落后，管理不规范**

甘肃省农产品仓储大多选择常温方式仓储，缺乏专门的仓库或者大型仓库存储产品，特别是建设和使用特定温度存放产品的冷库更是稀缺，导致农户采摘产品后只能进行销售，利益容易受中间商压榨，这严重影响了农户交易的自由性和权益。关于仓储技术，多地区普遍采用最原始的仓储方式，缺乏先进智能技术的

应用,严重制约农产品分配的效率,也增加了农产品损耗。农村地区仓储基础设施建设落后,冷库及大型仓库建设和使用者很少,生产、仓储等相关配套设施及技术缺乏,这些都严重影响了农产品流通产业的发展,制约农产品的流通。到目前为止,农产品销售主要问题在于农产品上行,这不仅是甘肃省农产品销售存在的巨大问题,也是困扰其他地区的重大问题。

#### (4) 品牌化意识不足,产品销售缺乏竞争力

随着互联网时代的到来,产品销售方式逐渐多元化,相比传统销售方式销售渠道也呈现多样化。但农村地区由于农户自身能力限制,接受新事物能力较弱,智能手机及电脑等设备使用能力不足,这些缺乏硬件设施使用的能力严重限制其采用新型营销方式销售。其次,农户无法紧跟潮流及时代发展,自身思想和意识形态仍止步不前,对于目前消费者消费趋势把握不足。关于产品宣传方式,农村地区农户仍然依靠朋友圈转发、面谈等传统方式进行宣传。相比城市或靠近城区的农村,偏远地区农户缺乏产品品牌化意识,产品宣传方式及力度不足,导致产品销售范围受限以及产品价格较低,这限制了当地农户的产品收益,也制约农产品的流通。

甘肃省居民通常会抱怨,当地买不到优质农产品,大多数都是残次品。这一现象反映出甘肃省农产品外流现象严重,当地居民购买优质产品较为困难。针对本土农产品而言,本土居民对于产品有着更高的认可度,也更利于农产品的销售。因此,农产品大量外流,会影响本土居民的日常生活质量,且开发外地客户资源和运输费用的上涨,均会增加产品成本,不利于产品的销售和流通。其次,产品外流往往会增加产品流通的环节,产品流通环节越多,产品价格越高,农户利益越易受到压榨,消费者利益也易受损,不利于产品的流通。

由于农产品价值区间较低,且农村地区生产商只对农产品进行粗加工,流失农产品精加工收益,而农产品价值的提升主要在于精加工的获益,这就使得农村地区农户和合作社收益较低,产品的大部分获益都由中间商获得,严重影响当地经济的发展。其次,农村地区缺乏营销策略,部分甘肃省特色农产品其产品不可替代,但本地生产商缺乏营销策略,导致外省很多地区根本不了解产品,从而影响了产品的销售。甘肃省农产品外销时,产品销售缺乏竞争力,主要是因为本地

生产品单纯的只是销售产品，缺乏营销手段，产品缺乏文化故事，进而限制产品的价格，损害了生产品的利益，不利于更多青年人从事农产品行业，影响农产品的流通。

合作社农产品销售货款一般都是立即结付，但大型商家或者企业为了产品销售或者扩大客户群体，通常采用先销售，再付款，这种结付方式会存在货款回收延迟或者货款无法回收等风险，增加卖方的经营风险，也不利于农产品行业的发展。此外，农村地区人才流失，多数为老年人和留守儿童，导致大片土地荒废，外加自然灾害影响，使得农产品种植形式更加严峻。这些因素均制约农产品的流通。

#### **(5) 地形地貌限制，流通成本较高**

平台、店铺、仓库及冷库等建设投入成本较高，需要大量资金支持，而农村地区农户和小规模生产商由于资金有限，且融资利息较高，农户销售产品利润较低不足以支付高额利息，这导致农户无法承担大额支出及日常运行费用，制约农户扩大种植生产规模这一行为，限制其产业的发展。其次，平台运行需要流量及劳动力，营造流量主要依靠于明星、网红等代言，高昂的费用农户无法承受，所以其店铺往往处于不冷不热状态，缺乏顾客关注。近些年，随着物价上涨，人工费增加，但雇佣劳动力产生的效益较差，严重影响产品的成本，制约产品的流通。

甘肃省地形狭长，地貌构成复杂，相比其它省份，运输费用较高，无形中增加了农产品的成本，并降低运输效率，不利于产品的销售。由于位置偏僻，距离较远，农产品运输车辆使用费用较高，车辆磨损费增加，都导致产品运输成本增加。部分商家会采用第三方物流方式进行产品销售，地域偏僻以及路线较长，导致物流费用较高，这些费用都附加到产品成本，间接影响产品销售和流通。

由于近年来环境污染治理等原因，塑料袋，纸箱等包装物品价格大幅上涨，而产品销售和运输过程中都需要进行包装，这一费用上涨无疑增加产品的成本，制约产品的销售。物价的上涨，带来的不仅是包装成本的增加，也导致了农产品种子、农药、化肥等必需品价格的上涨，进而使得农产品种植成本增加，影响产品的销售和流通。其次，由于产品运输路线较长，距离较远，运输效率降低，产品运输途中损耗加大，这一损耗最终也附加到产品成本，产品成本增加必然伴随



着销售价格上涨，限制了产品的外销，进而制约农产品的流通。

#### **(6) 农村地区人才匮乏，农户自身能力不足**

农产品行业普遍存在劳动力老龄化，青年人才流失等现象，导致从事农产品行业的从业人员自身能力有限，例如，缺乏组织调配资源能力，农户文化水平普遍较低，种植生产方面专业能力不足，这些因素都导致农村地区农产品产业规模普遍较小，生产者能力无力承担并限制其产业大规模生产。其次，农村地区农户思想陈旧、保守，特别是对于目前走电商销售以及数字化发展等新型销售渠道意识缺乏，农产品产业大多数处于小农生产模式，依旧停留在最原始的种植、生产、销售等模式，通常会致使农产品产量较小，尤其对于特色农产品，由于产品的独特性和唯一性，市场基本处于供不应求的状态，无法满足市场顾客需求，严重影响了农产品的销售，制约农产品的流通。

农产品行业相比工业品，农产品本身价值较低且利润区间较小，这导致大批次甘肃省本地青年人士不从事农产品行业，造成农产品流通行业人才匮乏，不利于农产品行业未来标准化发展。其次，农产品流通各环节岗位从业者能力有限，多数从事体力劳动底层岗位，只需做好本职工作，较少从事管理层次职位人才，限制农产品行业引进智能化技术和良好的管理体制。

#### **(7) 产销信息不对称，农户利益没保障**

目前，由于互联网时代的到来，多元化销售方式涌入市场，这有利于人们多样化的购物方式选择，便捷人们生活的同时提高了人们的生活质量。但新型销售方式的到来也必然产生弊端，通过网络和电商模式营销，由于线上产品销售增加了物流成本、打包费、宣传推广费用等成本，导致线上与线下产品价格不一致。不同区域由于交通路线的长短差异，距离较远的地区产品销售价格相对要高，价格的差异会给消费者带来较差的消费体验，不利于产品的销售和流通。其次，利用互联网进行营销可以扩大产品销售范围和产品销售量，但目前电商企业产业聚集度较弱，从事电商销售的企业和人员过于分散，不利于产业聚集标准化管理，不利于产品的流通。

在农产品流通环节较为严重和普遍的问题是产、存、销脱节，特别是农户和商家之间交易矛盾，商家或企业通常会以低于农户种植成本价进行收购，这严重

影响了农户的利益,通常会造农户与企业因为交易价格矛盾无法达成一致意见导致交易失败。农户生产种植农产品因为低于成本价格问题,销售不出,一直处于赔钱状态,收购商收购产品一直压低收购价格,损害农户的利益,最终导致生产商囤积的产品滞销,利益严重受损,最终转业,收购商持续压缩收购价,形成产、存、销严重脱节,不利于农产品行业持续、高效、稳健的发展,从而影响农产品的流通。

#### (8) 扶持领域不精准, 政策落实不到位

国家关于农产品行业开设了大量扶持资金补助,在物流产业链建设、农产品生产种植机械补助、冷链仓储库建设、农产品公司建设等方面均投入大量资金补助,帮助农户解决目前所处困境,并鼓励更多人才进军农产品行业发光发热,来助力农产品行业的快速发展。尽管国家大力地帮扶农产品行业的发展,但仍存在很多从业者及企业建设公司或冷库,目的为了套取国家补助,待国家补助到手后,公司经营不善,对于产业也没有起到作用,最终公司倒闭。利用国家帮扶农产品行业发展之心,套取国家补助,对于农产品行业的发展没有丝毫作用。因此,相关政府部门应严管国家补助申请流程,在实操过程中严控企业申请补助者个人信用,严格核实申请材料的真实性以及企业建设、后期经营状况,有效甄别真正需要资金扶持的企业,并制定一系列规章制度来规避骗取国家补助之人。

国家颁布了一系列关于农产品销售、产品运输、电商产业发展等方面政策,分别在农产品流通各方面颁布政策帮助解决困境,助力农产品行业更快发展。相关的政策对于农产品行业的发展起到了引导和推动作用,例如国家针对农产品销售减免税收,颁布绿通政策来提升农产品流通效率,对农产品电商销售较好的企业进行奖励,农产品快递费用补助等方面政策。政策出发点很好,但是各地区政府关于政策落实情况无法保障,多数农户和小型企业享受不到政策补助,特别是国家颁布了关于农村地区人才引进和培养政策,各地区关于人才政策落实不到位,政策效果较差,主要由于农村地区农产品小型企业本身运营已经困难,没有资金或者精力去自主响应国家号召,而政府部门也没有采取有效措施改善困境,只能依赖于农户或者企业自行解决,导致国家发布的政策真正执行力较差。国家政策颁布之后,应持续关注各地政府政策落实效果,尤其关注农村地区小型企业的切

实需求及困境，有效地发挥政府调控及监管作用。

## 4.2 多情境下甘肃省农产品流通模式研究

由于各地新冠疫情的反复突袭，加上甘肃省独特的地形条件和高寒气候，研究选取公共紧急事件、自然灾害以及跨境电商等三种情境对甘肃省农产品流通模式研究，主要针对情境下农产品流通现状、问题以及应对措施等方面展开深入分析。

### 4.2.1 公共紧急事件下甘肃省农产品流通模式

#### (1) 新冠疫情下甘肃省农产品流通现状及问题

由于甘肃省新冠疫情的爆发，反映出农产品流通过程中很多隐蔽的问题。首先，由于新冠病毒具有较强的传染性，相关政府部门发布全面实行封闭状态，采取居民居家自行隔离等措施，餐厅、超市、商场等实体商店被迫关门，其线下销售遭遇严重阻击，大多数农产品生产加工企业不得不推迟营销计划，部分商铺由线下销售转战线上营销，顾客为满足日常生活需求也将消费视线转向线上，居民逐渐依赖于网上购物，线上购物解决居民日常生活需求的同时也随之产生了很多难处，线上店铺订单量急剧增加，快递配送量大幅上升。其次，由于新冠疫情的爆发，快递业务量呈现爆单式增长，但疫情期间对于人员管控制度严格，这就导致大量快递货物积压，物流配送需求急增，急需快递人员向外配送。

农产品批发市场监管力度不足，市场管理手段落后，从业人员太过分散，市场规模化、集约化程度较弱，农产品产业链供求关系受到严重冲击，也凸显了甘肃省农产品供应链物流体系的很多问题。新冠疫情的发生增加了农产品的各种成本，包括运输成本、人工费用、物流费用、原材料成本等方面，也加剧了完善农产品流通产业链的迫切程度，规范且合理管理农产品批发市场，杜绝投机倒把交易行为危害市场安全，相关管理部门应严查严控农批市场交易违规行为。此外，此次新冠疫情的爆发也暴露出甘肃省农产品应急保障体系不健全。疫情的突然到来，产品应急通道不健全，制约农产品的流通，但市场农产品需求丝毫不减，市场中缺乏大量劳动力，农产品的采摘、运输、分配等环节都存在问题，部分企业受疫情影响经营不善倒闭，大量农产品因为存放时间较长，或者田间地头无人采摘，最终导致农产品腐烂，这一现象层出不穷，给农民带来巨大损失，加剧了农

产品行业从业者经营困难状况。

## (2) 新冠疫情下甘肃省农产品流通应对措施

新冠疫情期间，甘肃省相关政府部门针对疫情防控区域居民日常生活需求，启动中央厨房、企业餐饮配送等一系列供应保障措施，尽量做到防控隔离小区，防疫点与送餐企业实现“一对一”对接机制，重点满足疫情防控区域居民一切生活需求。在疫情防控期间，严格监督日常生活物品以及餐饮价格稳定，严禁商贩哄抬价格，保障物资供应充足。甘肃省交通运输行业靠实属地、部门、单位、个人四方责任，认真落实交通运输运营场所、运输工具和从业人员疫情防控各项措施，严格落实实体体温检测、健康码行程查验等措施，做好通过公路、自驾等方式从周边省份进入我省的人员排查，严格按照最新疫情防控指南要求，统筹做好运输服务保障和疫情防控工作。

在疫情期间，新型农产品营销方式突起，数字化农产品占据主导地位，无人机物流也应运而生，直播电商更是热火朝天，不少商家或企业都转战直播带货，并取得较好的效果。同时，由于甘肃省实行社区、学校等全封闭状态，像橙心优选、美团优选、京喜拼拼、多多买菜等生活型社群团购受到广大群众热捧，在疫情期间平台订单量暴增，甚至平台产品一上线就瞬间抢空，交易额大涨，平台也得到很好的宣传。而社区团购的出现正是迎合当代上班族生活节奏，为满足目前消费者需求形成，使得人们的生活更加便捷、方便。社区团购在疫情期间实现了无接触、配送时效快等，符合防疫标准的同时为社区居民解决生活困难。

## 4.2.2 自然灾害下甘肃省农产品流通模式

### (1) 自然灾害下甘肃省农产品流通现状及问题

农作物生长在自然界，极易遭受各种自然灾害，因为其所处地理位置不同，所遭受的自然灾害类别也有所不同。生活中常见的自然灾害包括霜冻、水涝灾害、干旱、风沙、冰雹、暴雪、海啸、生物灾害等极端天气和恶劣环境。其中洪涝灾害和旱灾是我国最严重的自然灾害，已经造成了巨大的经济损失，农业水旱灾害占农业自然灾害的多年平均占比一半以上。自然灾害给农业会带来巨大的伤害，其破坏和影响力也是不可估量的。2020年，甘肃省先后遭受了地震、风雹、雪灾、洪涝、干旱、泥石流等自然灾害，特别是入汛后，洪涝灾害及其次生灾害给

全省农牧业生产及群众生活造成较大影响。去年，各类自然灾害共造成农作物受灾 396.33 千公顷，直接经济损失约 337.32 亿元。自然灾害的发生通常会降低农作物产量，影响农产品的正常供应，使得市场中农产品价格波动较大，不利于市场农产品供应的安稳。其次，受灾严重地区，农产品价格往往会大幅度上涨，当农产品供求失衡状况下，自然灾害成了最有效提升价格的手段。但通常是一部分人的幸福建立在另一部分人的痛苦之上，自然灾害发生之时，农产品价格自然会上涨，受灾的农户颗粒无收，但没受灾的商户通常会高价销售农产品获得暴利。灾害发生之后第二年，人们往往只记住去年农产品的高价，纷纷进行无序扩张发展以及争相扩大规模，最后经常导致农产品滞销饱和，农户利益受损。

## （2）自然灾害下甘肃省农产品流通应对措施

政府部门统筹协调各方力量，加快抢修基础设施，统筹协调交通、水利、自然资源、电力、通信等部门积极参与抢修受损基础设施，保障支援人员顺利和快速进入灾区。发生灾情后，相关农业技术部门会根据农作物受灾情况进行灾后农作物抢救、灾后生产指导等一系列帮助措施，尽量减少自然灾害给农户带来的经济损失。相关灾情服务部门及时了解受灾程度，统计受灾农作物的面积、数量以及品种等，积极帮助农户开展灾后重建、耕地恢复。在灾情之后，相关农业技术部门派遣技术人员针对受灾地区农业生产技术和农村劳动力转移进行指导和培训，科学有效地开展灾毁耕地修复和农作物施肥。财政部门负责救灾资金的准备以及相关政策落实工作，紧急调拨救灾款物，保证受灾地区居民有饭吃，有衣穿，有住处，严格整治受灾期间哄抬物价人员。

政府部门不断完善农作物重大自然灾害突发事件防灾减灾组织，实行落实责任制来加强灾害防治工作。相关宣传部门应积极在农村地区宣传推广防灾意识，向农民普及相关防灾知识，做好抗灾思想准备。相关气候研究所也加强重大自然灾害发生存在的规律，能及时并准确预测灾害发生时间，尽量减少农户种植生产农作物的损失。同时，政府部门也应鼓励农户参与防灾减灾知识培训，大力推广农业防灾减灾技术。甘肃省地处西北地区，容易出现低温冻害等灾害预报，相关部门应重点关注并收到预报后，迅速组织农户采用喷洒抗寒剂、覆盖农作物以及熏烟等一系列有效的防范措施。

### 4.2.3 跨境电商下甘肃省农产品流通模式

#### (1) 甘肃省跨境电商农产品流通现状及问题

随着经济发展形式的转变以及国际贸易合作的密切,跨境电商已经成为了经济发展的重要组成部分,各省份跨境电商交易模式也逐渐完善,但甘肃省跨境电商仍处于萌芽阶段,其基础设施体系、交易规模、跨境电商人才等方面相对落后,而甘肃省由于独特的土壤条件及地形地貌、高原高寒气候条件,使其培育出大量质量口感极佳的农产品,其特色农产品更是广受市场中消费者的追捧。虽然甘肃省农产品资源丰富、品类繁多,但甘肃省农产品在跨境电商销售中遇到较多问题,主要集中于农产品标准化、跨境运输能力、运输费用、跨境支付体系、跨境农产品电商平台、报关通关资质及效率、跨境电商专业人才等方面,严重制约了跨境电商下甘肃省农产品的流通。

甘肃省农产品标准化程度低或者产品质量没保障等问题,通常影响农产品通关效率,并且可能因为质量标准问题通关检测不通过难以销售国外。此外,农产品质量认证在跨境电商销售中至关重要,如果农产品没有达到相关国家产品要求的质量标准,可能无法进行农产品跨境销售。关于跨境运输能力方面,甘肃省跨境电商物流基础设施体系建设不完善,跨境销售主要依托于海运和空运,兰州地区空运相对落后,甘肃省也有知名物流企业设立的分点,但经营状况一般,其跨境产品销售主要依靠于郑州、义乌、深圳等地区发货,兰州地区无法解决跨境电商卖家的物流需求,最关键的是兰州地区缺乏一个比较规范、完善的物流体系。

关于跨境农产品电商平台方面,甘肃省跨境电商农产品企业进行产品销售主要分为两种途径,一种是上平台,例如亚马逊、速卖通等;另一种是建立独立站,但目前独立站业务相对单一,展示产品种类较少,销售效果较差。本省跨境电商农产品企业太依赖于第三方销售平台,缺乏综合性服务平台,可以为跨境电商企业提供集物流、平台、人才等多方面于一体的多元化的服务与支持型平台。关于报关通关资质及效率方面,跨境电商农产品企业由于不了解具体报关通关手续和流程,通常导致农产品滞留海关,严重影响农产品销售的时效性,造成农产品损失增加。由于农产品必须进行报关和商检,跨境电商农产品企业可以依托于第三方服务公司,专业的人做专业的事,可以节省报关通关时间,减少产品的损耗。

关于跨境电商专业人才方面,甘肃省跨境电商企业从业者通常存在缺乏跨境电商相关专业知识、英语水平普遍较低、跨境电商平台操作技能不足、人员自身能力不足等问题,且甘肃省跨境电商人才极度匮乏,难以招聘到合适的人才以及专业融合性人才,同时缺乏第三方人才培训机构,这些问题都严重制约甘肃省跨境电商企业的发展,不利于本地农产品进行外贸交易。

## (2) 甘肃省跨境电商农产品流通应对措施

国家颁布一系列跨境电商相关支持性政策以及补贴福利,各地方政府均设立相应跨境电商交易财政资金,对相关跨境电商企业实行退税帮扶。甘肃省财政局投入大量资金推动综合试验区建设,天水跨境电商综合试验区已经成功获批,成为甘肃省继兰州市后的第二个跨境电商综合试验区,兰州跨境电子商务综合试验区跨境电商“六体系两平台”功能不断拓展,政策体系不断完善;鼓励社会各界力量参与建设跨境电商交易平台,以此扩大跨境电商农产品产业规模,甘肃省已建成大炭素电商平台、兰州新区商品进口批发中心、天水通全球购等大型跨境电商平台。甘肃省商务厅联合兰州跨境电子商务综合试验区合作,以加快推进“跨境电商、国际邮件、国际快件三合一分拨监管中心”项目建设,倾力打造“兰州高新区跨境电商产业孵化中心”。借助于阿里巴巴跨境电商服务点,来进一步开展跨境电商创业项目孵化,为青年人才提供就业培训指导服务,以此来不断推动本省跨境电商产业迅猛发展,提高跨境电商产业凝聚力。

## 4.3 甘肃省农产品流通模式优化研究

### 4.3.1 甘肃省农产品主要流通模式

#### (1) “农户+消费者”模式

农村地区少部分农户不愿受中间商价格压榨,往往采取自产自销方式,待农产品成熟采摘之后经常以路边摆摊或者批发市场自行销售等形式来避免二道贩子交易,从而最大化减少自己的利益受损,同时也便于逛街的行人和游客购买。然而,这种自产自销模式虽有利于农户的经济水平的提高,但路边随意摆摊容易造成街区拥堵,且影响市容市貌。目前甘肃省相关行政执法部门严禁农户随意路边摆摊,对于不按规定的商贩进行处罚,这一规定引发众多农户的不满,两者经常因为街边摆摊产生了极大地冲突,且造成了安全隐患。此外,该流通模式在自

然灾害情境下受到影响最大，甚至会给农户造成严重损失，如何解决自然灾害下该模式的农户的利益是至关重要的。

### (2) “农户+批发商+消费者”模式

这一形式是甘肃省传统的流通模式以及最主要的流通方式，主要是农户将采摘的农产品卖给周边收购的小商贩，小商贩再将统一收购的农产品以高于收购价格销售给批发商，批发商再直接销售给消费者或者批发商销售给零售商，再由零售商间接卖给消费者，每一环节的转手都会使得农产品价格上涨，且增加流通环节，降低流通效率，不利于农产品产业长期发展，未来该模式势必会逐渐衰弱。

### (3) “农户+合作社+消费者”模式

该模式下主要依靠于合作社连接农户和消费者，合作社通常进行少部分示范性种植，主要起到带头领导以及管理社员的作用，建设标准化示范园区，帮助社员和农户进行标准化种植和技术指导，农户和社员将成熟农产品采摘之后交到合作社，由合作社进行统一销售，既避免了个体农户农产品产量较少的弊端，也缓解了农户种植农产品销售的渠道问题，保护了农户的切身利益。但是目前甘肃省农产品专业合作社仍处于初级阶段，相关规章制度不完善，合作社社员种植农产品管理不规范，农产品质量没保障。

### (4) “农户+超市+消费者”模式

“农超对接”模式是近几年我国重点提倡的农产品流通发展方式，但这种模式并不是甘肃省偏远地区的主要流通模式，一般存在于城市或县城周边村落，凭借着近距离的优势，城周边的农村农户通常会直接对接超市进行农产品销售，减少流通的环节也降低了流通成本，保障了农户和消费者双方的收益。但城周边农户销往超市的农产品通常会因产品质量不合格而拒绝收购产品，或超市经常拖欠货款不利于农户直接销往超市，偏远地区则因距离较远，物流配送能力有限而较少采用此模式。

### (5) “农户+龙头企业+消费者”模式

该模式也可称为预售模式或者订单式生产，通常农户与龙头企业先签订买卖合同，农合根据企业要求的品类和数量进行农产品的生产种植，待农产品成熟采摘后由龙头企业负责销售，特别是甘肃省高原夏菜销售通常采用该模式。该模式



减少了农户生产之后难以销售的风险，也降低了流通环节，但农产品市场销售价格极其不稳定，一旦产品价格上涨，农户容易要求企业以市场价格收购，否则不履行合同来威胁企业，造成农户单方面合作失信，不利于未来长期的销售合作。此外，农户只能获取种植农产品方面较低的收入，进行二次加工较高的收益都由龙头企业获取，且外省企业的介入直接导致本地政府建设的农产品产业园区功能的丧失，失去了园区最初建设的意义。其次，该模式下存在较多跨境电商销售，龙头企业将收购的农产品销往海外，但运输时效、海关清关手续、国外产品政策等多方面因素均影响农产品的销售。

### 4.3.2 甘肃省农产品流通模式优化

关于“农户+消费者”模式优化，城市相关部门在农户路边摆摊不影响道路交通的情况下应有更大的包容性，且部门应切实想办法帮助农户在人流量多的街区摆摊消除障碍，建立农户产品销售的交易平台，合理分布和管理自产自销场所，防范物价虚高，真正让农耕者和消费者都得到实惠，最关键的是确保实现农户街上销售，但又不影响街区交通和市容市貌。此外，综合行政执法部门可以在各区域专设农产品自产自销点，由执法人员和城管志愿者共同进行规范化管理，便利周边居民日常生活需求，满足周边农户农产品销售需求的同时消除占道经营隐患。那么地方政府也应鼓励当地农户购买农产品灾害保险，国家也给予一定的保险金扶持，当自然灾害降临时可以较好地维护农户的权益。

关于“农户+合作社+消费者”模式优化，该模式在保证农户利益的基础上，也一定程度解决了农户销售产品的困境，是未来农村地区产品销售的重要渠道之一。相关政府部门应制定一系列完善的规章制度和法律体系，进一步加快及推动农民合作社的发展，规范化管理合作社供应的农产品标准以及合作信用体系。合作社也应有自己管理社员的统一标准，以及收购农产品的质量安全标准，严格执行政府相关规章制度，保证社员供应农产品的质量安全，同时也要保障农户的经济收入。

关于“农户+超市+消费者”模式优化，该模式实现了农户与消费者直接销售，减少了流通环节，提升了流通效率。相关综合管理部门应针对本省内农户与超市之间关于货款问题制定明确的标准，进而保障农户的利益。政府部门应积极

推广“农超对接”模式的发展，设立农产对接示范点，由政府作为农户和消费者之间的桥梁，将本省特色农产品销往一二线城市的各大超市，以产品独特优质吸引大城市各大超市主动与本地农户对接，促进农产品的销售和流通。对于外销的农产品，政府应制定相应的质量标准，以防止因质量不达标阻碍农产品的销售。

关于“农户+龙头企业+消费者”模式优化，该模式使得农户与大市场之间矛盾得到相应的解决，龙头企业凭借自身的知名度、设备、技术、销售渠道、信息资源等多方面优势可以快速地将收购的农产品外销出去，减少了农产品存放时间和流通环节。政府部门应针对农户与企业之间合作采取相关奖惩措施，对于不履行合同的农户进行相关处罚，屡次处罚不加以改正且情节严重者可采用拘役等手段。对于信誉良好的农户可进行适当的奖励，且有对外合作机会时优先进行帮扶。政府部门应鼓励农户由产品销售粗加工转向精加工，抓住产品带来的二次收益，或者号召当地大型农产品企业或者产业园区优先采购和推广本土特色农产品，紧抓农产品带来的二次加工收益，推动农村地区经济快速发展。对于跨境电商情境下进行农产品的流通，维持稳定且长久合作的客户至关重要。其次，对于农产品种类的选择对于国外销售也有着较大的影响，选择耐存放、不宜损坏的农产品更有利于产品的流通和销售。

#### 4.4 本章小结

基于上述编码结果，构建甘肃省农产品流通制约因素模型，并针对制约因素每个指标进行深入分析。根据文献资料的查阅和访谈调研，归纳出甘肃省农产品流通制约因素主要集中于质量安全和标准化程度，基础设施体系，仓储技术与管理，产业竞争力，流通成本，农村地区人才，产销信息以及政策等8个方面，并针对各制约因素详细阐述对于农产品流通造成的影响。其次，从公共紧急事件、自然灾害以及跨境电商等3个背景下论述了甘肃省农产品流通存在的问题以及应对措施。最后，基于目前甘肃省农产品流通采用的5种主要的模式进行了优势和劣势说明，并针对每种模式提出相应的优化对策，旨在解决甘肃省农产品流通产业制约困境，并为促进未来农产品产业高效和稳健发展提供理论支撑。

## 5 甘肃省农产品流通发展对策研究

随着互联网时代发展和产业数字化升级转型,甘肃省农产品流通产业发展制约因素日益突出。为了深入探究甘肃省农产品流通发展的制约因素,研究采用文献研究法、访谈法以及扎根理论等多种方法全方面分析甘肃省农产品流通产业发展问题,经过进一步研究之后发现制约因素主要集中于八个方面,接下来针对该制约因素深入分析其产生的问题及原因,并根据各项制约因素提出有针对性的发展对策,旨在为甘肃省农产品流通未来发展提供理论支撑和具有可指导性的实际参考价值。

### 5.1 健全农产品标准化体系建设

关于甘肃省农产品标准化体系建设,为打造标准、规范的农产品质量安全管理体系以及加强本土农产品产业销售竞争力,相关政府部门和企业应从以下几个方面着手。首先,政府部门加大鼓励企业产业规模化种植力度,引入农产品机械化生产种植技术,提升本土农产品每亩产量,打造示范县标准加工厂。根据国家食品安全生产标准,制定符合当地实际情况的农产品质量检测标准。按照当地农产品种植规模、生产加工方式,制和和完善适用且符合质量标准化的规章制度。积极响应国家倡导的“三品一标和名优推新”等产品营销方式,突出本土特色农产品品牌建设以及扩大当地文化韵味。相关农产品应积极完善农产品质量分级以及标准化分级,提高本土农产品标准化程度,增强本省农产品产业竞争力。

其次,企业应寻求和维护长期稳定合作客户,进行订单式生产种植,确保农产品采摘后及时销售,确保农产品质量和口感不影响消费者切身体验,保障生产者和消费者双方利益最大化。然后,农产品包装已经成为重大问题,中小型企业以及个体农户缺乏农产品包装意识,政府部门应高度关注农产品包装分级问题,制定完善和可行的产品包装分级标准,严格管控外销农产品的质量安全及包装等级,使得本省农产品形成良好的消费口碑以及较强的产品竞争力。最后,甘肃省农产品销售大多数缺乏三品一标认证,少部分合作社进行绿色食品认证,中小型农产品企业多数由于自身规模较小或者处于创业初期,通常不会花费资金进行三品一标认证。政府部门应起到扶持和管控的作用,设立政府监管质量标准,同时帮助小规模商户规范化生产种植,必要时设立专项扶持资金帮助商户质量认证,

保障消费者所食农产品质量安全。

## 5.2 完善农产品基础设施体系建设

完善农产品基础设施体系，建设并合理使用农产品批发市场，充分发挥本土产业园区调控功能。部分地区缺乏农产品交易市场或者市场位置偏僻被闲置，因此，农产品批发市场及农贸市场建设位置要充分考虑农户交易场所区域和消费者消费偏好、习惯。国家政策扶持建设的产业园区、物流园、电商服务站等多项功能服务型园区，相关政府部门应根据各地区实际发展状况明确其功能定位，规范园区职责范围，充分发挥其最初建设目的，使其建设及使用发挥其最大化作用。其次，偏僻农村地区交通基础设施建设有待进一步完善，从而保障农产品流通效率以及农民出行便利。农村地区物流站点普及范围较小，乡镇一级基本设立物流站点，村一级物流站点欠缺，政府部门应大力提倡相关物流企业加大农村地区物流站点投入量，提高相关物流企业在农村地区投入快递点的补助或者扶持资金，激发企业在农村地区快递点建设的积极性。此外，加强农村贫困地区宽带网络建设。通过增加宽带网络服务点建设，进而提高农村宽带网络覆盖范围，解决农村网络存在网速慢，网络服务人员不足等问题。

甘肃省政府部门应加大农村地区冷库、冷链车建设以及投入使用量，提倡可规模化种植的农产品实行家庭承包化方式大批量生产，完善农产品生产种植配套设施，县域内增加公共冷链车投入量便于农户使用，政府部门加大农产品冷链运输监管力度，确保农产品质量安全达标。此外，政府部门应制定不同规模企业需要相应配套标准，根据完整的规章制度来强制性要求企业达到相应标准，使得农产品产业逐渐趋于规范化和标准化。政府部门也应设置相关项目的专项扶持资金，对于通过严格的手续、人员以及企业等方面审核的企业发放资金补助和政策减免，从而刺激农产品产业快速、高效地发展。

## 5.3 引入仓储技术及规范化管理

甘肃省应加大农村地区产品仓储建设量，各地区增加投入使用大型仓库存储产品，增加冷库建设及使用补助和制定优惠政策。其次，引进先进的智能化仓储管理技术，降低农产品仓储过程中因管理不当、储存时间或温度不适宜等方面产生的损耗，减少因农产品损耗而造成的成本。制定完善的仓库监管标准及人员管

理制度，从而使得产品仓库得到规范化管理。此外，相关部门应格外重视生产、仓储等相关配套设施的完善程度，以此规避制约农产品流通的各项因素。

## 5.4 提升农产品产业竞争力

提升农村地区中小型企业从业者以及农户专业能力、智能设备使用、数字化意识等多方面能力，紧跟并利用消费者消费趋势。创新农产品推广和宣传方式，鼓励农村贫困地区将当地文化、旅游、特色产品等优势融为一体，积极开发当地具有独特魅力的集旅游、文化、产品于一体的特色产业。同时，各地区应借助其种植优势和产品质量确定其特色产业和主打农产品，打造具有本土文化的独特品牌。其次，政府部门应鼓励本土优质农产品优先本土销售，满足本土消费者需求，且本土农产品凭借产品认可度会取得较好的销售效果，而农产品外流通常会增加产品的附加成本，不利于产品的销售和流通。产品外流通常会增加产品流通环节，导致农产品销售价格上涨，农户利益也往往会受到中间商压榨，相关企业应转变销售思维方式，开发并维持稳定客源，减少中间销售环节进行直接对接客户，更好地维护生产商和消费者双方的利益。

其次，由农产品粗加工转向精加工，提高农产品销售价值区间，从而使得农产品从业者获益增加，带动当地产业经济快速发展。农村地区产品销售应采取或者借鉴一线城市销售策略，结合本土特色文化故事，打造具有本土气息且独特的农产品，同时采用一系列促销手段以及拓展宣传推广渠道，使得农产品价值最大化，进而提高生产者和销售者的利润。针对产品销售货款，政府部门应制定完善且严格的信用管理规章。明确并透明化货款回收管理制度，严查拖欠货款不还或者拒绝付款等失信人员的责任，尽量规避农户难以回收货款的风险。此外，政府部门应加大农村地区土地种植补贴力度，提供专业人才进行技术帮扶和指导，鼓励农户积极从事农产品种植，具备相应能力的可进行规模化种植，避免土地闲置、浪费资源、人才流失等现象发生。

## 5.5 压缩农产品流通成本

随着互联网时代的到来，电商发展迅猛并逐渐渗入到农村，这一新型销售渠道的出现使得农产品的销售迎来了新的契机，也打破了传统销售模式的壁垒，通过电子商务销售渠道，开展“电商+扶贫”模式，解决我国农村经济贫困地区产

品滞销困扰，并且店铺成本、服务人员费用、日常管理费用等多方面成本有所下降。但农产品电商销售需要店铺具有一定的流量，单靠农民可能达到的效果受限，企业往往会花费重金邀请明星来带货，提高店铺的知名度，并借用明星效应来增加店铺和产品的流量，但邀请明星费用往往较高，中小型企业或者农户无力承担。政府部门应积极举办农产品销售公益活动，鼓励社会各界纷纷参与农产品电商销售活动中，以网络主播带货为主，明星和各级政府官员公益直播带货为辅，利用“名人效应”，扩大地方农产品的影响，为其代言，把贫困地区特色农产品推向全国各地，不仅减轻了目前农产品的劣势问题以及相关成本，更探寻出适合当地经济发展脱贫致富的电商之路。

甘肃省地形特点通常会产生较高的物流费用，政府部门应鼓励农产品生产商优先本土销售，一方面可以满足本地消费者对于优质农产品的需求，另一方面规避了甘肃省东西跨度较长，运输距离较短等多方面自身制约因素，本土销售可以降低农产品的流通成本，从而稳定农产品的价格更利于销售。关于农产品的包装问题，一般包装分为两种，一是为了防止农产品破损或者变质进行的实用性包装；二是为了通过精美的包装来提升农产品的档次进行的修饰性包装。针对修饰性包装可以依靠于溯源体系、售后保障、产品品质、贴心细节等多方面进行提升，选择与自己品牌调性相符合的材料和价格的包装，并不意味着选择贵的包装就是好的，可以适当降低修饰性包装的成本，优先选用环保型材质包装。

## 5.6 加强专业人才引进和培养

政府部门及企业应加大农产品从业者专业能力、电子设备使用、网络营销、数字化意识、市场趋势把控意识等多方面进行培训，提升农户以及中小型企业从业者全方面能力。由于各地农户受教育程度不同，各地政府可以根据农户学历、年龄以及工作经历等对农户分层次地开展培训，提高当地居民关于农产品种植、销售等方面的理论知识和基本操作技能。此外，各地政府应加大福利政策和扶持政策，鼓励和支持高校毕业生返乡工作、创业青年返乡创业、农户带头创业等创业群体积极开展农产品规模化生产和种植，培养职业农民，改善当下农产品行业从业者文化水平低、农户种植分散、体力劳动者居多等多方面困境，以带动效应来扩大农村地区农产品行业从业人数。

## 5.7 规范产销信息管理

商务部针对农产品产、存、销严重脱节，供应链断裂等多方面困境采取相应改善措施，同时联合农业农村、交通运输等多部门，一方面紧抓供应商及时供货，另一方面严抓产销对接，既要保障市民的“菜篮子”，也要照顾农民的“钱袋子”。相关政府部门应加强产销对接部署，动员各级部门协调做好市场应急保障和农产品销售，组织协会、企业建立农产品滞销的信息发布平台。政府部门定时召开农产品销售交流会，邀请社会各界人士、企业积极参与，通过交流会进行农产品集中订单采购、直播促销、开辟绿色通道等多项措施，解决农产品销售困难以及缺乏客源等问题。此外，加大农产品产业布局，建设农产品电商产业园区，使得农产品电商产业有良好的聚集性，便于农产品更好的销售和流通。

## 5.8 落实政策扶持领域和对象

各地政府应严格执行国家颁布政策，认真核查相关企业申请手续以及申请人以往个人信用，并长期监督扶持企业后期发展状况，避免相关企业套取国家补助且对于农产品产业发展没有丝毫帮助。其次，制定明确的奖惩规章制度，力争做到“一对一帮扶、多对一监管”，相关企业、农户、个人的扶持补助落实到位。政府部门应及时收集并汲取企业和农户有效的意见，来不断完善工作不足之处，并借助群众有针对性的建议，采用相关措施帮助其解决问题，使得国家相关政策和补助可以为农户带来切身的利益，发挥其最大价值。

政府部门应依据各地区农产品电商发展实况，结合农村电商发展总体规划设计，建立一个有助于提高农村电商发展的行政管理机构服务体系，根据各地区具体情况建设各级电商发展策划和管理机构人员。由各地区农村电商工作人员结合本地农产品发展情况制定具体的电商发展政策、扶持政策及工作推进进度等任务。对于农村建档立卡贫困户，该地区电商工作者应加大政策扶持和指导脱贫力度，保证农村电商发展各项优惠政策和扶持资金落实到位。积极调动农村居民参与电商销售农产品这一举措中，制定完善的电商市场销售环节中各项制度，从而构建一个良好的农产品电商网络销售氛围。

## 5.9 本章小结

基于甘肃省农产品流通制约因素，分别从健全农产品标准化体系建设、完善农产品基础设施体系建设、引入仓储技术及规范化管理、提升农产品产业竞争力、压缩农产品流通成本、加强专业人才引进和培养、规范产销信息管理、落实政策扶持领域和对象等 8 个方面提出具体的改进措施。



## 6 结论与展望

### 6.1 研究结论

文章主要围绕甘肃省农产品流通关键制约因素识别及模式研究,基于文献资料查阅和实地访谈,采用扎根理论研究,发现甘肃省农产品流通制约因素主要集中于农产品品类和质量(L1)、流通基础设施体系(L2)、仓储技术及管理(L3)、产品销售(L4)、流通成本(L5)、流通参与主体能力(L6)、信息不对称(L7)以及产业政策(L8)等多个方面,不同制约因素之间存在着不同的作用关系,L1—L7与流通之间均具有因果关系,L1对L4具有中介作用,L8分别对L2、L4、L6与流通之间的关系具有调节作用,据此建立甘肃省农产品流通制约因素模型。依据制约因素指标分析,从健全农产品标准化体系建设、完善农产品基础设施体系建设、引入仓储技术及规范化管理、提升农产品产业竞争力、压缩农产品流通成本、加强专业人才引进和培养、规范产销信息管理、落实政策扶持领域和对象等八个方面入手,提出具体的改善措施和未来持续发展对策,旨在为促进甘肃省农产品流通产业快速发展提供理论支撑和参考价值。

### 6.2 研究局限与展望

研究以甘肃省农产品流通制约因素识别为主体展开研究,构建了甘肃省农产品流通制约因素模型,对于甘肃省农产品流通产业目前发展困境提出解决对策,为甘肃省农产品流通行业未来发展提供理论支撑,并对产业实际的发展具有指导价值。

(1) 研究主要围绕甘肃省展开研究,关于农产品流通制约因素的研究具有区域限制,研究结果适用于解决甘肃省农产品流通产业发展困境,并对未来产业发展提供对策。由于甘肃省地理位置和地形地貌的独特性,该研究发展对策对于其他省份农产品流通行业发展适用度较小,研究结果适用范围受到局限。未来研究可以针对多省份农产品流通产业发展制约因素进行研究,使得研究结果具有更大的适用性,不受地理位置和区域限制,有利于整个国家农产品流通行业得到快速发展。

(2) 研究根据甘肃省独特的地理位置、高原高寒气候条件以及目前面对的

流行病毒等多因素，选取公共紧急事件、自然灾害、跨境电商等情境下研究甘肃省农产品流通模式，并阐述了甘肃省相关政府部门分别采取的应对措施。但研究情境有限，仅针对三种情境下甘肃省农产品流通模式进行深入研究，在此之外缺乏其他情境研究，未来研究可以基于多情境下研究甘肃省农产品流通模式，选取甘肃省常态化发展背景研究农产品流通模式，进而全方面深入分析甘肃省农产品流通发展模式，为相关政府部门明确农产品流通模式中问题，便于及时采取相应措施解决问题，促进本省农产品流通产业更好地发展。

## 参考文献

- [1]李京京,康星宇,杨硕.我国生鲜农产品流通发展模式选择[J].商业经济研究,2015(13):14-15.
- [2]刘刚.基于农民专业合作社的鲜活农产品流通模式创新研究[J].商业经济与管理,2013(8):5-10.
- [3]Ping He, Jiaying Wen, Shun Ye, et al. Logistics service sharing and competition in a dual-channel e-commerce supply chain[J]. Computers & Industrial Engineering, 2020, 149:1-14.
- [4]张宛儿,魏国辰.农产品流通的制约因素有哪些[J].人民论坛,2019(4):80-81.
- [5]朱华友,谢恩奇.区域农产品流通模式研究——基于浙江省金华市的实地调查[J].农业经济问题,2013,34(10):63-68.
- [6]Lu Liu, Hua Wang, Shaohua Xing. Optimization of distribution planning for agricultural products in logistics based on degree of maturity[J]. Computers and Electronics in Agriculture, 2019, 160:1-7.
- [7]罗秉鑫.电子商务环境下农产品流通模式创新——以湖北省武汉市“电子菜箱”为例[J].商业经济研究,2017(1):151-152.
- [8]Xuelian Qin, Zhixue Liu, Lin Tian. The optimal combination between selling mode and logistics service strategy in an e-commerce market[J]. European Journal of Operational Research, 2020, 289:639-651.
- [9]Yi Shaohua, Xie Jie. A study on the dynamic comparison of logistics industry's correlation effects in China. China Finance and Economic Review, 2017, 5(1):15-40.
- [10]Liu Bo, Long Ruyin, Zhu Chuangeng. Development of Regional Logistics Economy Based on FPGA and Embedded System[J]. Microprocessors and Microsystems, 2020:1-6.
- [11]肖文金,张贵华.经济新常态下农产品终端流通模式选择及其策略[J].财经论丛,2015(12):85-91.
- [12]Chen Xianglian, Lin Hua. Research on e-Commerce Logistics System Informationization in Chain[J]. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2013, 96:

838-843.

[13]赵晓飞,田野.我国农产品流通渠道模式创新研究[J].商业经济与管理,2009(2):16-22,91.

[14]Jiani Wu,Hans-Dietrich Haasis. The freight village as a pathway to sustainable agricultural products logistics in China[J]. Journal of Cleaner Production,2018,196: 1227-1238.

[15]汪旭晖,张其林.基于线上线下融合的农产品流通模式研究——农产品 O2O 框架及趋势[J].北京工商大学学报(社会科学版),2014,29(3):18-25.

[16] Niu B,Wang J,Lee C,et al. “Product + logistics” bundling sale and co-delivery in cross-border e-commerce[J]. Electronic Commerce Research,2019,19(4):915-941.

[17]Cang Ying mei,Wang Du chun. A comparative study on the online shopping willingness of fresh agricultural products between experienced consumers and potential consumers[J]. Sustainable Computing: Informatics and Systems,2020:1-24.

[18]唐和,汪莉霞.我国现代农产品物流模式、问题及创新机制[J].商业经济研究,2019(9):103-106.

[19]Hau L. Lee,Zuo-Jun (Max) Shen. Supply chain and logistics innovations with the Belt and Road Initiative[J]. Journal of Management Science and Engineering,2020,5 (2):77-86.

[20]霍丽君.农产品流通供应链创新模式构建及实现路径——基于智慧零售背景[J].商业经济研究,2021(24):154-157.

[21]尚延超.“新零售”时代农产品流通供应链运作优化探析[J].农业经济,2021(3):118-120.

[22]于海龙,武舜臣,张振.供应链视角下鲜活农产品流通模式比较——兼论环节多、链条长的流通难题[J].农村经济,2020(2):89-97.

[23]吴宇轩.互联网+背景下农产品流通新模式构建研究[D].首都经济贸易大学,2017.

[24]纪良纲,王佳溟.“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,2020,41(1):67-75.

- [25]Bo Yan,Chang Yan,Chenxu Ke,et al. Information sharing in supply chain of agricultural products based on the Internet of Things[J]. Industrial Management & Data Systems,2016,116(7):1397-1416.
- [26]Bo Yan,Xiao-hua Wu,Bing Ye,et al. Three-level supply chain coordination of fresh agricultural products in the Internet of Things[J]. Industrial Management & Data Systems,2017,117(9):1842-1865.
- [27]Dai Minghui,Liu Libo. Risk Assessment of Agricultural Supermarket Supply Chain in Big Data Environment[J]. Sustainable Computing: Informatics and Systems,2020,28:1-9.
- [28]隋博文.多重视角下的农产品流通模式研究:基于文献综述的考量[J].广西经济管理干部学院学报,2015,27(3):34-38.
- [29]郑鹏. 基于农户视角的农产品流通模式研究[D].华中农业大学,2012.
- [30]Vaggelis Giannikas,Duncan McFarlane,James Strachan. Towards the deployment of customer orientation: A case study in third-party logistics[J]. Computers in Industry,2019,104:75-87.
- [31]潘建伟,郭苗苗.新冠疫情对农产品流通的影响分析[J].商业经济研究,2020(11):155-157.
- [32]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,2020,36(4):25-33.
- [33]陈善晓,王卫华.基于第三方物流的农产品流通模式研究[J].浙江理工大学学报,2005(1):74-78.
- [34]Shuyun Ren,Tsan-Ming Choi,Ka-Man Lee,et al. Intelligent service capacity allocation for cross-border-E-commerce related third-party-forwarding logistics operations: A deep learning approach[J]. Transportation Research Part E,2020(134): 1-19.
- [35]Barker Jordan M.,Gibson Andrew R.,Hofer Adriana R.,et al. A competitive dynamics perspective on the diversification of third-party logistics providers' service portfolios[J]. Transportation Research Part E,2021,146:102-111.

- [36]胡天石,潘建伟.第三方物流信息平台促进农产品现代物流发展研究[J].中国流通经济,2010,24(7):24-27.
- [37]Man Xu,Wansheng Tang,Chi Zhou. Procurement strategies of E-retailers under different logistics distributions with quality- and service-dependent demand[J]. Electronic Commerce Research and Applications,2019,35:100853.
- [38] Yangyan Shi,Abraham Zhang,Tiru Arthanari,et al.Third-party purchase: An empirical study of third-party logistics providers in China[J]. International Journal of Production Economics,2016,171:189-200.
- [39]Wang ChiaNan,Nguyen NgocAiThy,Dang ThanhTuan,et al. A Compromised Decision-Making Approach to Third-Party Logistics Selection in Sustainable Supply Chain Using Fuzzy AHP and Fuzzy VIKOR Methods[J]. Mathematics,2021,9(8):886-913.
- [40]Vincent F. Yu,Winarno,Shih-Wei Lin,et al. Design of a two-echelon freight distributionsystem in an urban area considering third-party logistics and loading-unloading zones[J]. Applied Soft Computing Journal,2020,97:1-14.
- [41]颜玮,钟无涯.基于第四方物流视角的农产品物流发展探析[J].农业经济,2013(10):113-115.
- [42]陈薇,杨春河.基于第四方物流的农产品流通模式研究[J].农业经济,2008(9):87-88.
- [43]J.MehmannaF.Teutebergb.The fourth-party logistics service provider approach to support sustainable development goals in transportation – a case study of the German agricultural bulk logistics sector. Journal of Cleaner Production,2016,382-393.
- [44]侯振兴.区域农户农企采纳农产品电子商务的影响因素[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2018,18(1):66-74.
- [45]田歆,汪寿阳.第四方物流与物流模式演化研究[J].管理评论,2009,21(9):55-61.
- [46]黄桂媛,傅远佳.从“淘宝网”实施第四方物流看电商 C2C 盈利模式[J].人民论坛,2015(17):94-96.

- [47] 潘娅媚. 我国农产品流通第四方物流模式构建[J]. 商业经济研究, 2017(7):112-114.
- [48] Wang M., Wang Y., Liu W., et al. How to achieve a win-win scenario between cost and customer satisfaction for cold chain logistics[J]. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 2021, 566:1-18.
- [49] Claudia Paciarotti, Francesco Torregiani. The logistics of the short food supply chain: a literature review[J]. *Sustainable Production and Consumption*, 2021, 9(8):428-442.
- [50] 庞增荣, 马李丽. 我国生鲜农产品流通模式与流通效率优化研究[J]. 商业经济研究, 2017(15):121-123.
- [51] 李凤荣. “地产地消”型农产品流通模式的国际比较[J]. 世界农业, 2014(3):120-124, 199.
- [52] Guo H., Liu Y., Shi X., et al. The role of e-commerce in the urban food system under COVID-19: lessons from China. *China Agricultural Economic Review*, ahead-of-print(ahead-of-print), 2020, 146:1-20.
- [53] 侯振兴, 闫燕. 农产品电子商务研究述评与展望[J]. 南京理工大学学报(社会科学版), 2018, 31(4):77-84.
- [54] 李美羽, 王成敏. “互联网+”背景下鲜活农产品流通渠道模式优化研究[J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2019, 18(1):102-114.
- [55] Yachai Kunlatida, Kongboon Ratchayuda, Gheewala Shabbir H., et al. Carbon footprint adaptation on green supply chain and logistics of papaya in Yasothon Province using geographic information system[J]. *Journal of Cleaner Production*, 2021, 281:1-17.
- [56] Shuyun Wang. Developing value added service of cold chain logistics between China and Korea[J]. *Journal of Korea Trade*, 2018, 22(3):247-264.
- [57] Hyuksoo Cho, Jungsun Lee. Searching for Logistics and Regulatory Determinants Affecting Overseas Direct Purchase: An Empirical Cross-National Study[J]. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 2017, 33(1):11-18.

- [58]张梅.广西农产品流通体系构建中对日本农业物流运作模式的借鉴[J].世界农业,2013(3):128-131.
- [59]李静,盖志毅.日本农产品“地产地消”流通模式对中国农产品流通体系路径优化的启示[J].世界农业,2015(11):68-71.
- [60]侯振兴,李莉,杨春林.农产品电商创业者胜任力模型研究[J].河南工业大学学报(社会科学版),2021,37(02):32-37,110.
- [61]侯振兴.特色农产品消费者在线持续购买意愿研究[J].兰州财经大学学报,2021,37(4):10-21.
- [62]李莉,杨春林.甘肃省电商扶贫现状及对策研究[J].常州工学院学报,2021,34(4):70-74.



## 致 谢

时光荏苒，白驹过隙。转眼回望在母校三年的学习生活，感慨万千！三年时光，却是一辈子难以忘怀的宝贵经历，照亮我今后的人生路。在此，由衷地感谢在我求学途中帮助和关心我的老师、家人和朋友。

首先，衷心地感谢我的导师杨春林教授和指导老师侯振兴教授，您们不仅是我学业上的老师，更是我生活中的良师益友。感谢杨老师在生活中对我的关怀，您渊博的知识、宽以待人的崇高风范以及平易近人的人格魅力对我影响深远，也教会了我很多为人处世的道理。感谢侯老师在三年读研期间给予我学业上耐心的指导和生活中无微不至的关心，您严谨的治学态度、精益求精的工作作风以及诲人不倦的高尚师德是我今后学习和工作的榜样。从入学撰写的第一篇小论文直至毕业论文，从选题到定稿，每一步都在您的指导下完成，倾注了您大量的心血，也教会了我如何把握论文的写作方向，培养了我分析整理数据的能力以及文字撰写能力。当我科研任务停滞不前时，您能够及时的鞭策我，使我保持清醒的头脑砥砺前行。在生活中，侯老师以自身的经验分享来规避我少走弯路，淳淳的教诲使我受益终身。在此，谨向两位老师致以诚挚的敬意和祝福！

其次，感谢信息工程学院各位老师在日常学习中的悉心指导，感谢参与论文开题和预答辩的各位老师提出的宝贵意见。尤其是李焱老师，您讲授的管理学研究方法课程使我受益匪浅，对于我第一篇小论文的写作有莫大的帮助。同时感谢实验室的小伙伴们，感谢你们的陪伴、支持和帮助，在科研中相互交流经验，在生活中一起度过许多欢乐时光，愿你们学业有成，健康快乐！

再次，感谢我的三位温柔漂亮的室友，在生活和学习中给予我的关心及帮助，在我烦恼的时候，耐心地帮我分析问题。与你们一起度过的时光永远那么快乐、无忧，你们朝着自己的目标前进的步伐，也激励着我不断地前进，相信爱努力的女孩子都会收获属于自己的幸福。

最后，感谢我亲爱的家人们，感谢我的父母给予我健康的身体，对我读研期间精神和物质上的支持。感谢我的姐姐和弟弟对我学习和生活中的关心，对我找工作时无条件的支持。感谢你们无微不至的照顾和鼓励，让我可以没有后顾之忧的专心学习。希望未来可以不负初心，砥砺前行！

## 攻读硕士学位期间已发表论文及待发表论文

[1]李莉,杨春林.甘肃省电商扶贫现状及对策研究[J].常州工学院学报,2021,34(4):70-74.

[2]侯振兴,李莉,杨春林.农产品电商创业者胜任力模型研究[J].河南工业大学学报(社会科学版),2021,37(2):32-37,110.

[3]农产品流通研究述评与展望.投稿中

[4]区域农产品流通制约因素研究.投稿中

## 访谈记录

基本信息	性别	年龄	学历
	男	55	本科
<p>甘肃省地理环境导致交通问题，线路太长，种植分散；组织较难，流通组织能力弱，资源调配能力差，农户自行销售，缺乏大型组织团体，农户不具备组织能力，所以销售价格较低，利益受损。</p> <p>农产品仓储，组织加工方面，农户一般地里生产什么卖什么，简单包装，水果套袋只是为了防虫进行销售；</p> <p>部分企业做冷库仓储（生鲜），由于政策支持，各地方冷库数量增加，但由于成本较高，使用冷库存储的较少；</p> <p>甘肃省农产品一般当季销售，旺季品种多，淡季种类很少；</p> <p>农产品商贸公司进行订单式生产，根据下的订单进行种植，但农户由于其种植量少，不具备该能力。</p> <p>企业一般自行建设冷库，并不是为了整合农产品销售，多数利用国家政策补助建设冷库，但因为成本太高，冷库仓储使用不足一半。</p> <p>定西马铃薯会进行集贸市场和网络销售进行团体销售，较少关注质量分级，省内标准化分级不完善；</p> <p>人力资源，物流行业小型企业（非规范性企业）多数员工从事体力劳动（发货、装车），较少从事管理职位；国家有关于物流企业人才培养政策，但政策落实效果不好，特别是小型企业很难响应这种政策，其本身维持运营已经困难，且大型企业关于农产品领域涉足不深（地理环境原因）；</p> <p>国家放开政策不做统购统销，甘肃省由于地理因素导致其农产品生产较分散，大部分中小型企业在做农产品商贸，组织力量较弱；</p> <p>企业在甘肃省布局的话，东西 1000 多公里跨线太长，投入成本较高，与农户利益相矛盾，如何分配利益；</p> <p>也有部分农产品通过互联网全国范围内销售，粮食和阳芋较多销往外省，大部分粮食供给本省，山区产量较低，阳芋、苹果较多销往外省，高品质特别是淀粉含量较多的土豆销往外省，这两者较多采用订单生产，预售；</p> <p>新鲜蔬菜由于其新鲜或保鲜问题销售区域可能在几十公里内，也存在部分采用冷库运输远范围进行销售。</p> <p>流通各环节成本影响较大，成本较多压给了农户，通过压缩采购价格。一方面农产品本身生产成本较高，另一方面由于农户不具备外销能力（组织销售能力），中间商压榨农户利益，农户被迫接受，部分大规模蔬菜种植基地或者禽畜养殖会进行农超对接，减少中间商环节，采购成本较低；</p> <p>直播带货对于个体自身能力要求较高，农户通过直播销售可能性不高，部分企业也进行直播培训，但农村地区较少做；</p> <p>由于甘肃省地势不平整，限制了大规模种植，但对于苹果树或者药材有进行大规模种植；</p> <p>大部分农产品公司初期生存原因是由于国家补贴，有两家公司，其中一家种植 1000 多亩地，目前还在亏损，前期投入较多（土地、设备、工人等），依赖国家补贴，拿着国家补贴，产业没有提高，当后期经营不善时就倒闭；</p> <p>依靠农民个人进行产业培育可能性不大，因其营销能力较弱，农产品流通还是需要大型</p>			

骨干企业带头进行长期投入，但农户可能存在担心企业压榨利益，排斥大规模种植，可以抓住特色农产品，优质优价，对于企业和农户利益有更大保障；

政府如何调节企业和农户之间的利益，抓住甘肃省特色农产品优质优价是一个解决方法。

基本信息	性别	年龄	学历
	女	51	硕士

冷链运输全过程监控力度不足，保鲜度不够，缺乏深度加工（目前都是粗加工）、缺乏品牌意识，品牌影响力不够，导致价钱较低

例如兰州百合，可以融入本地特色，加入文化寓意，百年好合，当做结婚伴手礼，婚宴摆件，百合只是简单包装作为食品适用；

农产品物流基础设施体系不健全，广告力度不够，像农村都是朋友帮忙通过朋友圈发布产品销售信息，农村农产品通常运费较高，而自身价格价低，只有在乡镇存在简单的快递收发点；

农产品采摘后需要农户送至镇上快递点，再由快递点发往目的地，整个成本较高，不利于农产品往外输送；

很少有大型收购服务点在农村收购集体出售，但陇西的中药材有大型的中药材交易市场，大部分农村地区都是传统的集贸市场，各自摆摊零售，也存在收购中间商，但是不是每天都来，几天来一次，因为每天都来的话农产品量不足；

理论上存在对农产品订单预售模式，实际上很少进行，

在农村进行收购时，农户处于弱势群体，中间商压榨农户利益，农户只能低价出售；

靠近城市周边的村庄会直接对接超市销售，但像临夏这种落后地区的农产品基本上都是自产自销或者在集市上零星卖掉；

农村地区农户多数文化程度不高，文化程度高的基本上都呆在城市工作，所以农村地区农户由于其能力限制很难开展电商销售，且推广措施很落后；

农产品流通主要限制是物流，多数农产品由于物流成本高和设施不健全，很难销往外地；

国家关于农产品物流政策方面规划很好，但落实不到位，近郊部分农村地区相对好一点，偏僻地区农村很落后；

定西马铃薯（口感、质量很好）很多销往外地，像肯德基炸薯条，但是并没有为定西以及当地农户带来很大的经济提升，因为其都是粗加工，没有精加工，产品价值没有深度挖掘，只是简单做成粉条或者薯条（半成品，回家可以炸）；

有些企业准备把浙江和甘肃土特产进行对调，甘肃农产品由于其简陋包装，无法送朋友，领导等；

农村道路建设不错，甘肃基础设施建设相比甘肃经济而言要超前，但其他配套设施欠缺，物流体系不完善；

农产品没有规模化生产，大多是小农生产，对于快递或者批发商来说不合算（收购量太少），如何解决矛盾？

国家可以出台人才引进政策，但现实中无法实现；

甘肃地势平原较少，无法进行土地流转，不利于大规模生产，且智能化技术规模种植，投入太多，现实中行不通；

关于农产品国家补贴，只是简单的补助（种植大棚），农业机械有补贴，但是仍然使用不起；

农产品挣不了钱，无法换新设备，无法提升效益，恶性循环；

企业会有一些冷链仓库和车辆，具有一定规模的企业才具备，但农村不具备，一般都是现摘现卖，没钱投入；

政府关于农产品流通这些问题，也会有特派员进入乡镇进行技术指导，帮助作用较少，

无法起到较大转变；

农村地区互联网已经普及，智能手机用的较多，电脑一般年轻人可以使用，老年人不行；

陇南电商宣传的很好，其靠近四川，有一家电商园区，自然条件较好，但农民并不是很富裕，对外宣传比实际发展的要好；

基本信息	性别	年龄	学历
	男	36	本科

甘肃省农产品本身农产品的附加值比较低。(定西的土豆它卖两块钱, 它的附加值也是在 50%, 贵州的车粒子他卖 80 块钱, 它的附加值能达到 50% 就能挣 40 块钱), 也就是说农产品本身的价格代表它的附加值比较低。

农产品的规模种植, 甘肃省规模种植农产品量最大的苹果带有平凉地区, 信阳地区, 陇南的李县地区, 还有天水地区, 这是苹果带, 它的种植产业是最大的一个, 剩下的其他市县的农产品面积和规模, 形不成真正的产业带。形不成产业带, 也就是形不成竞争优势, 这个是个农产品销售的一个农产品渠道的一个问题。

希望发展一些高附加值的产品, 比如说羊肉、牛肉、牧业类的产品, 牧业类的产品, 单品价格比较高, 附加值价格就比较高。

县乡村级的快递物流县, 乡村级的快递物流覆盖, 甘肃是极其落后的, 特别是快递物流到乡一级, 到村一级根本没有, 只能到乡一级, 那么乡一级和村一级这一块的打通是需要。

农产品的冷链运输, 是投资, 这些事是大资本投资, 企业和农户投资起来的, 是特别费劲的, 只有政府参与投资才能够把这一块做得更好, 还有其他方面的一些, 你比如说农产品的包装, 农产品的品牌, 还有农产品需要讲故事, 做宣传推广, 这些都是可以后续可以推进的。

前面讲的这三点是最核心的。

冷链物流的县乡村三级这一块, 县和市一级市和省一级, 这一块是没有任何问题的, 这一块是畅通的。村一级到乡一级这一块是一个没有被重视的环节, 没有一个重视。这一块是存在一个问题, 就是什么时候快递公司入村了, 到每一个村里面, 老百姓今天想发一个快递或者发农产去卖了几箱苹果, 去发骑个电动车到村委会, 那地方就能发出去, 这个时候就发达了, 你达不到这个水平, 还是要去乡上去发, 那么这个时效就相对来说相对比较低了。

生鲜农产品, 那么需要一些冷链运输, 第一个乡村一级目前还没有冷链, 每个县的冷链冷库的储备量, 县城里面有几个, 在乡一级和村一级冷库的量是极少的, 而且这一块是大资本投入。再一个就是冷链车, 配冷链车这一块也是每个县的话, 像公共冷链车就很少, 一个县也就是个四五辆, 能达到冷链运输水平的常态化运行的几乎是很少, 甘肃省快递里面提供冷链运输的企业为零。

目前农村地区均为大宗销售, 就是说还离不开原来的一级代理商、二级代理商、三级批发商这样的多环节的这样的一种模式, 是原来传统销售模式。

在农村现在还是以收购农产品的这一波人, 他是一个一波, 然后收完了以后交给总的一个县内的收购商, 收购商再分发到全国各地的这种批发零售市场, 然后批发零售市场再分发到小卖部这些二级分销商, 然后再到用户手里, 还是原来的这种传统模式。

存在极少企业, 省去中间环节自己对接那种去农村地区进行大型的收购。

这样的企业存在, 但是这样的企业, 由于农产品受季节影响, 也就是短期短季节内就要全部要一笑而空, 一家企业或者几家企业如果达不到完全能够 O2O 的这种销售, 那么无法去自行对接。

中间环节这些中间环节在目前农产品的销售里面还是存在的比重比较大。

现在甘肃省存在这种提前下订单, 然后进行对接。提前预售, 预售的话就达到这两点就可以预售, 一个是有极优质的产品, 第二个在前期的推广和销售工作做得非常好, 才能做到有提前预售, 那么提前预售的量在整个农产品里面的量很少, 比如说每个县里它有 50 万亩的苹果种植, 所产出来的数量每亩地差不多是 2000 斤苹果, 那么所采出来的它的整个预售

量都达不到 1%，预售量都达不到 1%。

目前仓储属于多元化的一种方式，多元化有这么三个方面，一个方面就是可放置的农产品，比如说晒干的，晾晒的过程中，产品这个时候仓储的量基本上是在县域内就能解决仓储。另外一种生鲜类的仓储，它是主要集中在各大。分销市场，比如说北京的新发地，上海的新发批，兰州的樟树台等等，就是在这些市场里面去进行仓储。

新的一种仓储，新业态式的仓储、社区团购，比如说美团优先等这些仓储，它是近一两年产生了这种社区团购以后才构建的新型仓储，这种仓储就是及时及发早上前一天晚上全部送到仓里面，那么 12 点就全部分发完了，下午的仓是空仓，然后只有晚上的时候是收货仓。

这三种方式是目前全国的仓储模式里面就是这三种。

我再重复一遍，一种就是县内自建仓，县内自建仓，每个县都有建了很多仓储，现在是自建仓储。第二个仓，就是各大城市的批发零售，市场里面的仓储。第三种仓，新业态下的社区团购仓，这个仓就是即配即送的。



基本信息	性别	年龄	学历
	男	45	博士

农产品相比工业品其产品特性具有很大差别，尤其是农产品流通过程中。

农产品本身特性导致流通严格，非标准化产品，具有易腐易损的特性，其流通过程中时效性尤其重要，需要在较短时间将产品运输到目的地。

由于农产品为非标产品，其包装形式对于流通具有重要影响，包装是否合适会影响农产品的质量，进而影响流通（可能是毁灭性的）。

对于农产品，产品流通时机非常重要，水果、蔬菜等产品如果采摘时已经达到成熟状态，对于流通会产生影响，如果产品不能及时到达目的地，会影响产品销售。

仓储及运输过程，根据消费者需求进行流通，有些产品耐储存，有些不耐储存，冷库冷藏来存储，如果存储条件不满足，就会对农产品造成损失，进而影响农产品流通。

流通过程，采用运输车辆不合适（冷藏车辆）也会对农产品产生影响。

绿色类农产品运输有绿色通道，其运输费用会减免，某地方如果对于绿通政策执行不彻底，上下高速路中延时较长，会对农产品流通造成影响。例如，绿色农产品本该直通高速，某地区却对其进行停车检查，延长其运输时间，或者发生其它事情导致其延迟。

农产品质量、品牌声誉是否满足消费者需求，定西土豆质量声誉比较好，也会提高其销售量，促进其产品流通。

产品质量认证，具有三品一标质量认证，其产品质量较好，价格比较好，销路较广，流通效果好。

甘肃省农产品流通，菜贩子到田间地头收购水果蔬菜，由他们运送到各级批发市场进行销售，销售取决于收储农产品的人员，运送到批发市场，在销售到商家及消费者手中。

订单销售、预售模式、社区团购，这种新业态、新模式肯定会对农产品流通产生一定影响，农产品电子商务的信息发展使得农产品流通的效率和效果远超出之前的模式。

运输，运输时效性、运输工具、运输政策是否落实，运输工具是否满足农产品需求。

仓储技术与管理，好的仓储设施及管理会减少农产品流通过程中的损耗，本身农产品其易损特质对于流通影响重大，如何降低损耗也是流通过程需要考虑的重要问题。

参与主体，对于流通影响并不重要，只要其各环节员工做好其本职工作，对流通影响并不大，其依靠流通各环节挣钱养家糊口，都愿意做好本职工作。

产品销售，良好的销售环节、销售模式会促进农产品销售，新兴的社区团购模式引进互联网的思维和模式来实现蔬菜水果的销售，其短时，快速，促进农产品流通。

产品销售与文化相结合，通过讲故事引发人们的共鸣，进而产生对其消费倾向，可以作为一种营销手段。

不同省份因其本身独特性，均存在不同的制约因素，具有差异性。

农产品流通成本，运输成本，损耗成本是农产品流通最大的制约因素，损耗率越低，流通效率越高。

农产品流通分类别，对于绿色易损农产品在县域内进行流通，高质量农产品会通过便捷方式进行运输，相对不易损的农产品会销往外省（范围更广），比如土豆、洋葱、西瓜。

产业政策，不同环节政策会影响农产品流通。

季节性因素，农产品种植会因季节不同有所改变，其次，销售旺季时运输车辆的紧缺，农产品的价格，消费者的需求等方面都会对农产品流通影响较大，销售淡季时对于农产品流通制约因素相对较少。

基本信息	性别	年龄	学历
	女	50	硕士

农产品流通涉及到农丰，阻碍更大。农村地区道路县镇没有问题，但村级道路部分仍存在问题，不是很通畅。

先天基础不足，道路硬件设施，整个农村电商现在往数字化方向发展，而甘肃省农产品传统销售并不成熟，距离现代化发展较远，技术落后，通过技术手段促进农产品流通良性发展。

人才，甘肃兰州留不住人才，农村地区更是匮乏，相比其它省份更加突出。生产基础较差，仍处于原始生产方式。流通也处于供应链中。

电商销售需要大量产品，农产品可能存在供不应求，小规模生产无法满足现有发展模式，新疆地区农产品发展较好，地广，产量大，甘肃还处于小农生产模式。

小农户无法达到自行规模销售，需要专业企业进行运作。

电子商务进农村，示范县，物流进农村，对流通产生积极影响。

仓储技术与管理，现代化物流基地在发展，但甘肃省步伐跟不上，落后，先进的技术可以进行外购，但资金限制了引进技术。资金在农产品发展中具有重要作用。人才引进、设备购买、技术外包等都离不开资金的支持，但甘肃没有资金支持。本省人才不能满足现代化发展。

抓住流通中核心问题，逐步解决。明白哪一项是我们可以做到的，并且会推进农产品流通的发展。地形地貌影响农产品流通，但近几年发展已经有所改善，到县级基本没有问题。

产品销售，主要是农产品上行，下行基本上没有什么问题（平台已经解决），上行不仅是甘肃省的困扰，也是其它地区的问题。生产等配套设施落后，产量不足。应增加亩产量。

农产品质量不稳定，消费者网上购买的产品质量不稳定，有时好，有时差。抓住供应链的源头，生产，保证产品质量。在大城市消费者更看重产品质量，价格其次，消费水平较高，产品质量好进而促进流通。

目前很多大型企业已经紧抓生产环节，便于自身运输和销售，打通整个供应链，节约成本，良性循环。

由于自身地势限制，大规模生产较少。

流通各环节参与主体，如果整个过程规划较好，各岗位人员各司其职，做好服务工作，会有一定的影响，但前提是大方向规划要做好，员工去执行。

流通成本，有很大影响。（流通也受到物流大概概念的影响，我们甘肃物流的发展也影响流通的发展，）

产业政策，电商进农村，农村示范县，国家政策很好，两会政策，国家1号藜麦都提到，国家提高补贴，农村电子商务政策特别好，各大电商企业都抢占先机和资源，实行下来也产生了好的结果，改善很大。特别是扶贫对于农村有很大作用，对物流影响也很大。

部分农村地区建设较好，如果医疗、教育等方面建设完善，比城市居住环境更好。要想富，先修路。

大环境好的话，甘肃以及其他地方都会变化。

基本信息	性别	年龄	学历
	男	40	高中
<p>物流因素，甘肃地区偏远，从兰州发快递到全国各地大概3天时间，但是偏远地区需要4天至5天时间，电商店铺排名规则一样，物流时长，快递发货、运输到签收都有时长考核，对宝贝排名都有影响。</p> <p>农产品标准化程度，中药材，当归，党参，例如产品进行加工切片，粗的细的，宽的窄的，什么样的产品都有，在流通过程中产品标准化很重要。</p> <p>产品标准化，大多数农产品都没有生产许可证，在流通方面是很大的问题，一些企业达到一定规模之后，政府规定其去认证三品一标，大部分企业由于其自身规模较小或者刚创业企业，也就不会花费资金去认证，最多弄个商标。</p> <p>电商平台销售农产品多为简单包装，例如套袋，包装盒，像部分大企业会有自己标准化的包装，产品标签，像农产品大多是为了防止运输损坏。</p> <p>农村地区交通基本不存在问题，早上发货，下午基本上就可以到县城，第二天就可以到兰州市，农产品物流，2018年电子商务进农村示范项目，大多数县市都有该项目，但现在项目形同虚设，没有发挥太大作用，对于产品下行有效，买的农产品快递可以送到家门口，但对于产品上行没有太大作用。</p> <p>农村地区小规模种植，销售主要依靠小商贩的存在，渭源地区部分农产品存在批发市场，例如中药材，但是甘南地区没有批发市场，因为产品种类多，数量少，种植松散，无法建设批发市场，感觉产品比较多，但真正能拿出来卖的产品量很少。</p> <p>农村地区乡镇80%的道路已经通了，乡镇网络50%-60%的覆盖率，县城周边的村镇电信宽带都有。</p> <p>农村地区农产品外销主要依靠商贩，商贩去乡里收购拿去卖给批发商或者外地人，农村地区农产品基本上都是这种模式流通。</p> <p>仓储，国家虽然在农村地区建设农产品仓储中心，但基本上是企业运作，对于小农户种植仓储没有起到关键作用。</p> <p>国家有关于农产品相关的政策扶持，但具体落实情况在于各个县市执行情况，有的县市执行较好，建设仓储库，物流园，商务局建设的电商服务站，但80%-90%电商服务站都处于观摩状态，因为他们没有盈利下去的能力，原因，自身原因和成本高都有，要建设电商服务站要在村里或者镇上有房子或街面，房租是一部分，收入优势另一部分，风险很大，很多人都是产品卖不动，没有盈利，自然就做不下去。</p> <p>农产品外销主要依靠快递，货运。</p> <p>冷链车和冷链库建设了一批，但对于农产品流通没有起到一定作用，对于部分蔬菜类比较重要，但是实际做蔬菜的生产商有没有做这些冷链项目，他们自身做这些事情。</p> <p>真正做这类产品的人都是自己做的冷库之类的，冷库项目投入较大，达到一定规模时自行建设，合作社没有发挥太大作用。</p> <p>销售环节，信息不对称，市场上与生产本地价格不一，目前甘肃地区农产品较多走扶贫销售，自行销售在市场上没有竞争力。</p> <p>产品附加当地文化优势较大，产品加上故事情怀，产地优势，有利于产品销售，高原地区产品加上文化修饰肯定更好销售。</p> <p>产品附加文化气息，价格定位较高时，要区分消费对象，对于进行扶贫的企业来说，对于产品价格没那么看重，但对于个体消费者而言，产品价格很重要。</p> <p>各流体环节参与者对于流通有很大影响。例如销售员在市场上卖，由于自身能力不行，</p>			

当归四十多元一斤，由于自身对于市场产品信息不足，导致产品低价出售，仓储也有影响。

流通成本，要看是什么产品，肯定会有影响，产品在运输过程中总会有损耗，损耗会加到产品售价里面，损耗较大，产品价格较高，自然的市场规律。

国家政策，从乡村振兴的提出，农产品标准化将是未来五年重点关注点，前几年，示范项目开始后，所以农产品都拿出来卖，但反复销售之后，发现没有一点竞争力，农产品也不标准，现在要打造示范县标准加工厂，使初级农产品加工为可食用的产品，进行二次加工。

农产品税收有优惠，好像一个月不达到 40 万的销售免税费。

物流也有相关政策，去年物流一袋补贴四块，今年一袋补贴三块，大客户运输量较大时可以打折。

像山野菜，牛肉干，杂粮等这样产品不存在质量好的产品外流，本地买不到好产品。

从销售数据来看，本土产品本土消费较高，省内认可度较高，四川，藏族也较多，越靠近沿海地区越少。

产品销售本地销售价格较低，由于物流成本、打包费等，电商外销价格较高，例如产品成本 20 元，本地卖 30 多元，电商平台上会高于 30 多元。

同类型的产品由于地区不一样，导致产品价格不同，例如甘肃地区偏远，产品价格相比西安较高，但是在消费者心中有时候会认可某地区产品，心理作用，感觉这个好，多花点钱也愿意购买，产品文化背景，环境，产品附加值。

我们这里没有预售模式，以前想过，但由于规模限制，生产效果达不到。

电商已经有很大突破，目前很多企业转型做深加工，工厂，直播，短视频。农户直播带货较少，主要企业直播带货，但企业直播带货做的也不太好，有几个大店，主要做扶贫带货。

陇南是一个全民电商，鼓励所有小型个体都做电商，只要在电商平台达到一定销量，就可以获得一些本地政策支持、帮扶，有专门独立的电商部门

有好几个天猫店，淘宝开店已经过了免费流量时代，开店成本较低，但流量成本高。

淘宝开店有营业执照就可以，但是做好淘宝店想要做好需要花费挺多资金，天猫开店成本较高，年费等。

基本信息	性别	年龄	学历
	男	45	专科

主要种植白兰瓜，蔬菜，甘味品牌，销量稳定，价钱稳定。

农产品宣传不到位，对产品不了解，主要依靠兰州人给全国各地亲戚朋友进行宣传进行下单销售。

有一个绿色基地，产品较好，没有好的销路，产品按照绿色进行种植。

市民买菜要外观好看的菜，好看的菜有农药，不健康，有虫眼的菜健康，但不好销售，逼着种植商对蔬菜打农药，消费者吃的很多菜都不安全。

品种好的话，品相也会好，好的蔬菜品种都是从国外进口的，国内品种口感、外观等方面没有国外好。

蔬菜类快递到外省有专业的包装箱，兰州市会有装箱、塑料袋、市场的菜就是大包装，塑料筐，一筐 100 斤左右，整筐批发。

产品销售大多通过中间商进行，中间商在田间地头进行收购（可能 1 块），消费给消费者（可能 2 块多或 3 块多），消费者购买时菜较贵。

商超对接做得也不好，超市付款方式，付款时间，也有商户直接对接超市，但因为超市经常欠款，拖欠，甚至还有款项要不回来，超市做得不好的倒闭了，人走了，钱就没了。

中间商针对这些事情也很头疼，因为其卖给超市价钱高一点，所以可以有获益，但也承担着超市拖欠货款或者倒闭风险，或者低价收回货款（给予优惠）。

超市对于农产品要求特别高（外形，大小，品相，颜色等），中间商有时候送到超市，超市不满意产品就不接收，就退回了。

产品质量安全，三品一标都认证了（合作社），社员们质量认证不能保证，中间商要什么样的菜，社员们就种植什么样的，安全度不合格。

合作社安全有保障，产品可以追溯，质量安全有保证。

网上销售，有公众号迈绿达，一定保证产品质量安全，外观不好看也没事，最重要的是安全健康。

合作社自己的基地（100 多亩）自己进行种植，产品供不上的时候，也会收购社员的产品进行销售，但质量会保证，自己检测。

社员们产品质量没有统一标准管理，都是根据市场需求进行种植，为了满足消费者对产品外观的要求，很多会打药，更好销售，比较矛盾。

政府也有标准，合作社比政府产品标准更高，要树立品牌，获得消费者信任，自己亲人家属也都会吃，要保证产品质量安全。

农村田间地头道路已经通畅。

没有正规市场，政府也会建设市场，但市场多建设在偏僻地区，距离田间地头太远，使用不上，建设在田间地头附近，土地性质不合适，不能建设市场，有些就在马路边，不好也不安全。

一方面通过快递方式网上销售，另一方面依靠传统商贩收购进行销售。蔬菜特别多，大多数是中间商收购销售到兰州、西宁等地方。

基本上不做仓储，现摘现卖，当天摘了当天就拉走了，冬天不生产，主要夏天生产。叶子菜不好存放，一存放就会有黑点子。

菜基本上有多少菜，去市场上都基本卖完了，叶子菜、油麦菜、茄子等销往兰州供不应求，很多地方蔬菜还需要从外面购买来销售，本地蔬菜还不够卖。

榆中、红谷等地区蔬菜菜类单调、面积大，因此会销往其它地区，所以要有仓储。我们

这里蔬菜当天采摘当天发货，当天晚上采摘第二天早上发货。距离兰州市较近，20多公里。

榆中、红谷地区仓储自己建和政府扶持建设大型冷藏库，基本上政府投资。自己建完冷库，政府给补助。

榆中、红谷等地区供销社都有冷库，地头间菜便宜，通过发往南方地区价格较高，所以利润可观。

网络基本上全覆盖，我们基地距离基站较远，拉移动专线，费用较高，一年2万元网费。

农户没有自己进行蔬菜电商销售，白兰瓜有进行电商销售，通过抖音、朋友圈线上销售。

线上销售依靠快递第三方，邮政、顺丰等，顺丰服务质量高，价格较高，自己不管运输。

白兰瓜线上销售，外地价格较高，但在外省一线城市销量不错，真正白兰瓜目前只有石川种植白兰瓜，没有其它地区竞争，每年5月20日到6月20日销售，都不够卖。

白兰瓜较少预售模式，大多是自销。

蔬菜类，外面发不过去，就只在本市进行销售。

蔬菜类，外省也有客户进行咨询，但因价格较高，物流费用高，价钱不接受，没有达成协议。

我们销售农产品是没有税收的，免费的，通过申请扶持项目，物流顺丰申请特惠价，邮政价钱较便宜，政府扶持的特别好，要是销量达到一定数额（几百万），商务局或政府会给奖励资金（扶持资金）。

没人种地，种地的都是老年人（六七十岁）。

融资成本较高，化肥，农药，种子等价格都高。

种地要是去掉中间商环节会更好，吃菜的人感觉菜贵，种地的人卖菜便宜，整个农村地区荒废的土地越来越多，年轻人都出去打工，种植农产品收益不稳定，价格有时高有时低，也受自然环境影响。

可以扩大种植规模，但人工问题，自己给自己干可以，雇佣别人就是按照时间计算，效益不行。

玉米、麦子等可以机械化种植，蔬菜类无法机械化种植，间苗、除草、采收必须人工进行，耗费人力。

美团等社区团购也是不挣钱，他们可以做销售，但没有基地，我们有基地，但销售不行，也没有默契，产品质量好，价格高，人家不要，社区团购菜价不高，但质量不好，质量安全也没法保障。两者较矛盾。

农村地区人消费水平较低，观念不行，只图便宜好看，往往吃的 unhealthy。

基本信息	性别	年龄	学历
	男	51	高中

永靖县相对大城市较偏僻；

运输成本较高，发快递成本相比省内其它地方费用高，原因主要是一方面农产品不集中，农产品货量少，再是发快递的公司，中通，圆通等可能由于地理位置，快递费高。

包装方面，由于治理污染等原因，纸箱价格上涨，像苹果、草莓、西红柿等产品价格无形上涨。

人工方面，前几年人工费大概每天 70 元至 80 元，近两年涨到 100 元至 120 元，导致成本增加；

物流高速路交通基本没问题，但我们这里发快递没有大城市有优势，大城市周边乡村距离较近，像我们大订单往外拉的时候吊车价格会上涨，因为我们距离城市较远，像大型吊车，半挂车等成本相比陕西要高多了。

冰糖心苹果质量可以得到外面人认可，但我们这的农产品价格相比陕西要低，量少是一个原因，再一个是品牌化不够，人家说白水或者静宁的苹果市场上收购价月 4 元，我们这里可能就约 3 元，一是地理位置原因，另一个品牌化不足。

品种有很大关系，红富士虽然价格不高，但是卖的还可以，口感较好。花牛好多都是老品种，老五星，红五星，品种都在更新，老品种卖不上价，它品种退化以后是我们都在慢慢更新要淘汰老品种。

销售主要渠道，还是通过跟大产区对接，陕西的一些果商跟他们对接完了以后，直接到咱们这边合作社这边过来收购，收购以后还是拉到他们那边储存，我们这边没有那种大型的冷库、冷链，还有冷藏车。这些基础设施其实不完善，一些小型的冷库就能放个几十万斤，放的不多。

如果说东西放在咱们这里面，发往全国各地或者对接大超市的物流成本比较大，所以我们找陕西或者是那边的客户过来，在咱们这边把苹果收购好以后，拉到他们的那里要中转一下，从他们那边发往他们对接的客户。

我们自己对接的话，企业，还有一些客户也对接了，但是这个量不太大，人家企业里面能用个就是几万斤这样的。

还有一些比如说有些在宁夏州的一些电商，比如说发货，他整个从采摘到结束，他就也发超不过 10 来万斤，所以说咱们这边电商还是说实话还是比较落后，你说你用电商把所有的这些苹果快递是不可能的。

电商的量只能说是占个大概是 1/5 或者是 1/4 这个样子的，还得通过像这些客商还是这样卖出去的，不然的话你苹果像咱们这边大型的储藏冷库这种没有的话，是必须在每年基本上在年前要把销售完。

假如说过完年放的时间，你卖不出去的话是过完年风险也大，而且是苹果水果储存设备不到位的话，像农户的好多在家里面放着了，你放到年后苹果慢慢的它的品质变得就不怎么好了，有些苹果是发面，像我们的冰糖心的话是他放到年后糖心也不见了，所以对整体的品质有很大的影响，所以说我们还是尽量在年前把这些苹果都卖出去这个样子。

要建特别大型的冷库，国家现在补贴是有，但是这个成本太大了，一般的像合作社根本就没办法承担什么费用，国家比如说我补贴，比如说 40 万 50 万 20 万这样有补贴，但是人家补贴都是限额的，你做的大型冷库资金很大，几百万，像农民的合作社，像是稍微还是时间长一点，你如果说时间短的话，没有一定的资金的话，假如说你用银行贷款的话，银行的利息可能是到时候卖的这些苹果利润，都给银行贷款了，那就根本不划算。

建的时候是成本肯定是高，咱们这边就是你储藏苹果的话，就是你要往最起码往这个冷库的，从有一个好处的就是在苹果，假如说今年苹果行情不行，就年前最近两个月这个行情，在苹果上面，假如说疫情各方面原因，或者是贸易各方面卖不出去，你储藏在咱这个冷库里面，等到一定的时候价格上涨上去了，你跑卖再卖，这是肯定是很好，这是一个利润点。

但是你这个东西时间长了，一个是对苹果的损耗也苹果还是有损耗的，你放 10 万斤苹果，每天要还是有一定的损耗也大。

现在这几年包括一些收苹果的果商，他们从苹果的这些果上，有真正他们对接的一些超市，还有一些在市场里面有稳定客户的这些，他可以囤积，可以做，他就等着价格上涨上去了再卖，但是我们这边对接的其实没有那么大的客户，尤其是稳定的，今年他可能过来有的时候是收了就那么几万斤，可能几十万就收完就完了，这个就是没有长期的稳定的这样一个客户。

然后从苹果目前来说风险还是比较大，在什么时候能储存，可能是有 4 家或者 3 家这种相对稳定的这种客户群体的话，苹果可以长期储存以后是可以长期卖。

像我们去年的话，我们往山东石化那边东营那边供货的话是我们这边全权负责，把货包装好以后，找车再把货送过去。运费我们都要算到里面。

现在高速拉苹果的高速，只要你不超载的话，高速过路费都免收。

从我们这边拉两天就到那边了，没有是什么损耗，原因这个东西基本是现装的，现装从他们直接下货这个上面没有啥损耗。

像一些超市对接的还是比较少。咱们这边的苹果没有这个品牌化，所以是像兰州那些大型产地，基本是静宁那一片的苹果的主产区，他们经常供货。

我们这边是为啥不能供，一个是量比较少，你要可持续供货，人家要一个月或者是三个月或者是 5 个月，你要可持续供货，这样的话是你要有很大的库房，也要有很大的资本。天天给他供货，现在我们这里面这方面还实现不了。

三品咱们这边还是认证的，每年拿出去检测，省上也检测就是达到绿色食品的标准，绿色就可以。

销售一般是苹果拉走就付款。不存在延期退收收款的。不能延期，延期的话是风险还是比较大，尤其是咱们面对的是果农，人家农民手里面没钱，主要指望那几个苹果，你再把他的苹果钱欠给两个月或者三个月，有些人的话必须要等着用这些苹果钱要过年过春节，所以不能欠，所以我们这边是现钱，不能欠账。

说这样的话就是保证了咱们合作社的一定的上面的收益，再一个保证了农民的收入，像欠账有的时候人家你可能欠了几十万，像合作社有一定的资金的话可以给农民垫付。

我们合作社只是少部分示范性的种植，主要还是依靠收购农户的种植的产品。我们建标准园也建了，反正主要是也起一个带头的作用。

附加文化价值销售会更好些，这方面也想出来了，但是做不到。讲本地文化的这些底蕴来包装这个产品，这样是最好的，也能提高产品的附加值，但是这个实行很困难，像假如说按现在流行的你请个网红，你请个网红，你要把这些东西的农产品卖一下，你光网红的人家的出场费都请不动，得不偿失。

所以是如果说这方面有专项的这种扶持或者是这种资金，比如说抖音方面，网红能带动一下的话还是还好，在你通过手机各方面宣传也是个好事情，但是这方面我感觉咱们这边还赶不上，尤其像我做这个产品的话，你这上面其实还没有更大的资金，有资金的话是还可以尝试一下，没这个资金也不敢尝试，原因这些东西人家网红假如说出场费 10 万，你可能是卖不了 10 万块钱，所以有可能还有可能负的情况，就担心有可能会发生这种情况，所以也



不敢做。

高档次的今年也想过，一个是高档次的，假如说那种非常高档的那种成本也比较高，一个就在大概 40 块钱，假如说我做上个 5000 或者 3000，你必须要把这些东西要推出去，假如说你 12 个装的苹果，礼盒装好了，市场上有些展销的，今年我那边白水的我都见过，他们那一箱要卖 100 或者是 120，这样的价格，而且这个客户群体，像本地的话，你那一箱子 12 个苹果卖 120，相当于一个苹果的价值就是 10 块钱，这个客户群体在咱们本地肯定是找不到的，这些要找一般在大城市找大城市，或者是大型的公司有高档需求的时候，假如我把绿色食品然后就弄成一个高大上的东西，这是一个客户群体的问题。

现在假如说我是有想法，假如说就是高规格，做的特别漂亮的，但是做出来只能说是偶然在展销会上，给人展示一下，本地我感觉是没市场，只能说是没有进入大市场的话，这些东西是像我们这边比较偏僻的这些方面，做的我感觉是没有太大的意义。

反正这两年咱们的红富士有一种是纸袋的红富士，还有一种是光果、不套袋的那种，光果这种咱们这边这两年跟新疆阿克苏的品质都差不多，所以冰糖心红富士的这个品质卖的还是可以的。

有文化的农民在种植这些环节做的比较好，人家的价格会更高，我们像合作社优先收购他的苹果，这是肯定的，如果说你自己技术上面都不行，苹果品质包括好好多方面的，包括你的含糖量，包括色度，苹果的大小。这些都有影响，你做的好的话，人家客户给的价格也高，我们收购的话价格也高，收的话肯定是先收购。

销售的成本影响大，咱们这边也是一个贫困地区，像静宁人家道路交通很方便，下来一个车拉到一个地方，假如说是 5000 块钱就到人家目的地了，我们这边你叫一个车上来，可能是在 8000 块钱，运费较高。

现在我们这边大批量运输，国家的政策只能说是人家高速过路费取消了，人家司机的成本也下来了，这个是一个好事情，人家的司机的成本减少了，相对到我们这边人家肯定还是运费减了。

国家出台的电商方面，我们这边是在慢慢的发展，电商这方面国家还是支持力度比较大，像我们这边合作社拿着咱们的苹果，这个东西西部协作，苹果的展销会，品牌化还是不行，帮助我们苹果卖出去的，我们参加各种大型的这种苹果的展销会，我们参加这些展销会都是免费的，人家吃住行都报销。说白了，为了把我们农产品卖出去，卖个好价钱。展销费就是给我们搭建一个平台，我们也就是积极的去参加。

农产品销售税收，像苹果农产品，人家税收都是免费的，一毛钱的税都不收，你就卖几百万也不上税。

受到自然灾害，农民首先要买保险。现在我们这边保险假如说每亩地 110 或者 120 块钱的保险，农户就出三四十块钱的保险，其他的国家都承担，你受到自然灾害的时候是保险公司按保额，按你受损的程度，保险公司给农户直接赔偿。这个在保险这一块国家支持的都比较大，一般农户都会参加。

农产品的质量搞上去，这是第一，好的东西还是永远值好价，你农产品质量跟不上，这个东西还是值不上钱，所以是必须要提高农产品的品质，这是最关键的。

还有一个农产品的环节，往往在生产环节中，提高机械化，减少人工成本，现在机械化程度太低了，都是人工的话人工投入的劳动成本太大了，所以人工投入太大，相对利润较低。所以还是包括以后的集约化管理，这方面我们也正在努力。现在果园的水肥一体化，还有施肥，还有其他的工作环节中还是要提高机械化程度。

兰州科技创新园座谈会资料整理（5人）	时间 2021年9月17日
<p>农产品为大宗销售，供应量受到很多因素影响，例如，气候，自然灾害。</p> <p>平台要开发，前期需要投入很多资金，但有流量之后收益很大。疫情也促使各个国家产业链的完善。</p> <p>农产品销售我们大部分只是获得了种养殖收益，像深加工等增值价值都没获取，如果能在初级农产品深加工的基础上，把产品增值部分留在本地，那么农产品销售获益将大大增加，也可以是一条乡村振兴的出路。</p> <p>甘肃优势，中药材优势，也是一些国企所需要的。</p> <p>甘肃省并不叫农产品电商，而是扶贫电商做得比较好，至少农产品电商没上道，基本上是个体户。</p> <p>一店一品，一村一品，也在做，但目前甘肃上千万的电商并不多，大多为散户，政府管控力度加强，农户数量在下降，电商支持性政策快没有了。</p> <p>农产品电商产业聚集性不好，作为农产品流通新模式，在农产品流通过程中应该发挥其聚集效应，而不是分散效应，从事人员过于分散。</p> <p>农村地区农户意识不足，部分大型企业只能做农产品种植和供应，规模化升级和机械化升级可以做，却无法构建软性空间，不敢触碰流量，看不到、看不起、看不懂。</p> <p>陇南电商虽然做得好，但大多数还是个体的，在手机端（朋友圈）进行销售，由于开店成本较高，很少开淘宝店或者天猫超市，没开店说明产品没走品牌化销售，品牌还是产品销售的标配。</p> <p>扶贫，有时候企业召集贫困户进行电商培训，但效果不行。</p> <p>微信销售都只能是暂时的，例如微商。</p> <p>农产品流通过程中产品品牌化非常重要，必须要走品牌化道路。</p> <p>农村地区，最阻碍的一点是电商和数字化意识不存在，聊的时候什么都能说，但是聊到电商和数字化一无所知，电商是数字化的第一台阶，只有做好电商才能在供应链整个过程数字化，才能集中性解决问题。</p> <p>国家打压过社区团购，但其满足当下居民消费现状，国家挡不住其发展势头。</p> <p>产品销售，当地销售较好，当地产品，当地需求较大。</p> <p>产品销售要根据当地消费者需求，结合实际情况，适当调整进行销售。</p> <p>社区团购最重要的是用户的需求，社区团购平台的出现迎合了目前人们的需求，方便、快捷。</p> <p>农产品品类和质量，大家都是被动接受产品，今年苹果在甘肃严重产能过剩，体现在大户、收购商或者仓库量多，销售者无法购买或者购买残次品，大产能到实际消费者之间存在哪些阻碍？</p> <p>质量较好的产品去哪里了？主要是流通问题，固定销售渠道，主要是亏损了，过去两三年，苹果不丰收，但是产能一直在增加，老板一直在扩种，越赔越多。别人可以储存，他没库就无法储存。进行储存的生产商卖不出去，采购商一直压低价格，以低于生产和储存成本价进行收购，导致生产商不销售，产、存、销严重脱节。</p> <p>甘肃部分质量较好的农产品本地太少，大部分都流到外地，外地可以买到。</p> <p>国有企业扶贫收购较多农产品（苹果），第一批采购价格较高，存在仓库没销售出去。</p> <p>假的花牛苹果出现在田间地头销售3块多，但真正的花牛苹果还没到采摘时间，导致好的花牛苹果成熟后销不出去。</p> <p>苹果为什么产能过剩，就是因为现在现代化生产、规模化生产，导致现在苹果遍地都是，</p>	

以前一亩地栽 40 棵苹果，现在一亩地种 200 多棵，苹果产量大幅增加，产品进行细分（大小、颜色）。

农产品仓储设施、分拣设施等都是满足市场需求。

最大问题是采购商不下单，甘肃省果业销售会出大问题。

目前企业采购苹果时，不要品相、要小果子、价钱要低（低于成本价），导致生产商扔了都不进行销售，苹果大批量，只有 8 毛以内的有人进行收购。

对于这一问题，政府积极开招商会，号召企业进行采购，但客商由于前两年亏损，不敢贸然下单，对市场评估不确定。

对于这一问题，没有财政补贴，可以先进行销售，晚点给钱（先卖，卖完再付钱）。

运输成本高，相比陕西还是有差距的，比陕西物流成本高，比南方成本更高，甘肃通过电商进行销售时，相比其它地区价格要高。

果子也是风水轮流转，这个月果子可能甘肃较好，过两个月可能新疆果子成熟了更好，新疆果子含糖量，果品、口感比甘肃更好。如果甘肃这个月果子放仓库出不去，可能下个月新疆果子成熟后，甘肃果子就卖不出去了。

社群电商发展，谁也挡不住，发展与乡村振兴结合起来，今天所做的是自己的事情，实体与甘肃特色产品结合时，就是甘肃的事情，国家的事情。

高原夏菜现在情况比较好，不用大家操心，好多南方地区知道这个菜比较好，人家直接到菜地进行订单式生产，本地人只管生产，销路人家负责，在当地按照普通价格进行收购，销往南方以高端价格销售。在北京、江浙沪、福建等地区有较高认可度，好多外地人来甘肃包土地，甘肃人进行种，销量很好。

由于外省人的介入，政府建设的高原夏菜产业园反而失去其最初的功能，和定位，成为了一个无关痛痒的点，未来其作用已经不清楚了。

甘肃农产品现在不是大问题，关键的是企业电商问题。

甘肃扶贫电商做得很好，尤其是陇南电商，陇南政府领导做得非常好，架势铺的非常好，进成都、进四川等；但现在问题是放在小散户身上。

甘肃农村电商企业应用度太低，企业电商销售额在 5%-10%之间。

团队不健全，甚至是产业龙头企业，国家总理参观过的企业，电商团队可能就两三个人，交易额可能就在 5%左右，金额在总销售中无足轻重。

在南方企业，如果一个企业电商销售额达不到 60%，就无法开展数字化，如果要开展数字化，存在很多问题。企业可能经营并不是很好，很多企业电商销售阶段产生的盈利、机遇之后导致数字化方向发展，但很多企业达不到这一步，数字化对企业来讲无法依存。

甘肃目前发展最大的问题最重要的是企业电商，政府要有调集政策，关注这一点，解决区域核心问题在于企业，政府要把企业问题解决掉，那么社会问题、税收问题、就业问题等很多问题都会解决。

特色农产品，比如兰州百合，羊肚菌，临夏蘑菇，鹿角菜等，现在是可以推动、号召的东西，要走社群营销，特色产品较高端，需要承载量和面，把特色农产品的好处推广出去，让消费者知道它们的好处。

农产品应先解决本地需求，其次再是销往外地，本地区知名度和认可度相对较高，外省一般都是走销量，而本地未必比外地销量差，应把兰州作为节点考虑，而不是距离谁近就销往哪里，为了降低物流成本，就销往较近地区，一定把县级和市级好的产品优先考虑本省地区，应该把产品首先销往兰州。

县级和市级产品销售首先考虑兰州，线上线下融合发展。首先兰州地区人口相比其它地

区人口较多，对品牌认知度和认可度很高，销售需求量就大。

特色农产品品牌认可度较高，本地认可度较高，像临夏产品销往兰州，兰州本身有临夏人居住，由于乡情多方因素，产品稍微贵点，临夏的产品也会受到本地人的欢迎，吃的是家乡的味道，或者赋予产品乡村复兴的意义。

甘肃特色农产品使用社群营销工具，社群营销为大风口，可先收购一部分农产品，把产品先放到平台设置专门窗口进行销售，靠乡情进行内推，加入一点利益关系，动用全国各地在外甘肃人进行内部宣传本省农产品。

物流研讨室访谈资料整理（6人）	时间 2021 年 12 月 27 日
<p>物流配送时间对于农产品流通至关重要，客户对于农产品的满意度也非常重要。</p> <p>蔬菜类新鲜度对于农产品影响较大，产品的时效性很重要。</p> <p>甘肃属于内陆地区，不沿海，运输方式有所局限，通常陆运到沿海城市再进行海运，比较麻烦，而且运输时间较长，费用较高。甘肃省机场航线密度较小，物流价格较高，降低物流价格对于农产品的流通非常重要。</p> <p>甘肃农产品电商发展落后，物流体系不完整，仓储、包装等流通环节的协调性很差，公路、铁路、航空等运输方式各有各的体系，效率较低，运输周期较长。</p> <p>甘肃的农产品，比如土豆，对于农产品流通的话，物流价格很重要，选择合适的方式来维护卖家和买家的利益也很重要。</p> <p>农产品销售渠道，本地产品销往外省的认可度比较重要。如果三品一标等质量安全没保障，可能会影响其产品销售。特别是沿海地区对于产品质量要求较高，因此，保障产品安全至关重要。</p> <p>发掘甘肃省特色农产品的潜力，有助于促进本省农产品的知名度，提高产品销量。</p> <p>土豆，宽粉等这些农产品如果想得到外省消费者认可，首先包装要比较标准或者精美，产品质量标准要达标。对于年轻的顾客来说，比较看重的产品的外观，只有外观较好，才会有想吃的欲望，外观看着就不好，可能也就没有想吃的欲望。</p> <p>本省农产品销售需要形成完整的产业链，树立自己的品牌，形成自己的特色，扩大产品的知名度，有助于产品的销售。</p> <p>包装和外观对于产品的销售都很重要，种子可能农户更关注这点，普通的消费者可能不会考虑到这方面，口感方面通常影响顾客进行二次消费。</p> <p>甘肃本地农产品企业应抓住深加工方面收益，引入南方地区精细化作业，延伸产业链，重点关注一下产品的包装，提升其自身销售价格以及产品附加价值。</p> <p>批发市场对于中间商很重要，做好基础设施对于农产品的销售至关重要，完善的基础设施可以降低物流费用，提高流通时效，有利于农产品的销售。</p> <p>甘肃政府没有足够资金专门打造某种产品的知名度，但政府可以通过完善其基础设施建设，进而带动整个产业链的发展，打通农村地区道路，让农村产品走出去，使外面消费者了解甘肃省的农产品，随着产品销量的提升，慢慢地就形成了自己的品牌吗，逐渐会吸引更多的投资商进入甘肃，那么本省农产品行业也会获取更多收益。</p> <p>中间商在目前农产品流通环节中起着重要的作用，从农户处收购农产品，再销售到消费者手中，那么甘肃省农产品的推广宣传依赖于中间商。</p> <p>关于仓储方面，甘肃省农产品种植大多较分散，其产品分拣依赖于人工，如果进行规模化和集中化种植生产，引入机械化仓储技术，必然会提高产品的配送效率，节约人力劳动成本。</p> <p>农产品的宣传很缺乏，没有有效的宣传方式，对于特殊产品，例如百合，要抓住关键信息营养成分高进行有效宣传，不同产品要结合产品特性采取不同的宣传方式，达到比较好的宣传效果。</p> <p>缺乏讲故事的情怀，政府财政投入力度不足，甘肃省地方政府财政收支不平衡，没有资金和精力较多关注于增加产品的附加价值，更多需要农户自己行动，而农户由于自身能力有限，很难自行构建产品故事，这也导致甘肃省本地农产品知名度不高。</p> <p>甘肃地形限制，平原较少，进而限制其大规模批量生产，农产品不能引入机械化批量生产，导致很难有大型企业进入投资，不利于农产品产业发展。</p>	

甘肃省冷链存在相向恶化的局面，冷库中采用的技术落后，增加农产品的损耗，影响农产品的销售，因为冷库较高的使用成本，会导致更多的人不再使用冷库。

甘肃省应该引进人才，来改善其发展现状。

中间商负责收购多家农户的产品，将小批量农产品汇聚到一起，最后将产品销售到外地，是最终跟消费者接触的人，对消费者购买农产品的意愿影响最大，如何打开销售渠道，如何把农产品卖出好价钱，这些都与中间商的能力有着密切的联系，能力越高，越有利于农产品的销售。

甘肃的农产品通常只在本省内有较高的认可度，外省的消费者对其了解不多，甘肃省优质的农产品可以借助于有名的企业进行合作，来打响其知名度，比如甘肃的土豆供给肯德基和麦当劳的原料，这种方式可以很好的促进消费者对其产品的认可度。

甘肃省地形较长，物流运输费用较高，相比其它省份，流通成本较高。仓储技术，我只了解的有一种方式两种方式，一种方式就是我们平时使用的这种仓储存储货物的这种仓储，仅仅是存储货物。第二种仓储就比如说像京东邮仓，那么这个仓它其实涵盖了一些互联网和物联网技术，那么它的货物是在虽然在仓库内，但是它在线上，那么在这个里面的技术就是说它其实是一个物联网技术，每各产品它的编码都在线上，而且这个产品接下来会分发到哪个地方是一种服务器的形态，也就是这些货物它是在仓储里面的服务器里面的服务器，里面的每个数据一样，这个我不是很了解，我只是了解这两方面，一方面就是我们平常的使用的这种仓储从基础从出货，另外一种就相当于京东邮仓这样的，涵盖了物联网使用了物联网技术的这样一种操作。

销售这一块，销售农产品这个行业本身它是一个低收入行业，如果说我有足够的事情去做工业品的销售，我不会去做农产品销售，对于企业来选择的时候，因为工业品的附加值更高，我卖一个电子产品可能会挣很多，但是我卖农产品这么少，这个行业本身的属性导致了他从业者比较比较低端，从业者比较低端。

第二个就是销售农产品，受季节性的影响，那么我做猕猴桃，我好不容易把我店铺炒得很火，我的店铺的流量很火，但是我只能卖5个月，5个月以后就没有猕猴桃，无货可卖，甚至我如果说拿到别的猕猴桃，那也是价格很高的，我都会伤害我的用户，就是说受农产品的季节因素的影响。

第三个就是农产品的保鲜的问题，农产品保鲜的问题，农产品的售后是最多的，退换货是最多的，量是最大的，比衣服鞋帽量是最大的，因为农产品在运输过程中以破碎、以损坏、以腐蚀、以腐烂这样的一种形式，所以说农产品的售后最难搞的。如果说在这一块要下功夫，那么就要从多方面设置需要很多解决方案，包装方面的方案，农产品的种植本身方面的方案，包括运输方面的方案，很多的方案结合到一起，才能把这些琐碎的问题解决。

农产品本身是有天花板的，你的附加值不可能把一个百合用精美的包装去放到拍卖行去买，它的附加值得到一定程度，它有一个区间，一斤百合30~120，甚至最高价，一斤百合到180，这就是它的高附加值，就是它的区间在那，但是作为工业品，它就有前期你比如说手机首发肯定是价格最高的，通过第一龙、第二龙、第三龙，你看他的手机价格基本上是1/2，他已经挣得很多了，好，我再卖到第三轮的时候，我就第二个型号就出来了，他有迭代产品，农产品没有迭代产品，农产品只是农产品本身，所以说农产品的附加值是它的本身属性所决定的，不以消费者和商家的意愿来决定的，这个是改变不了的。

第一，希望有一些职业的农民产生。它既能种植出农产品，还能筛选出来精致的农产品推给消费者。一是种植农产品，第二个能够生产出来精致的农产品，第三个给农产品赋予更高的附加值。比如说讲故事，比如说附能与其他附加值，然后让农产品变得更好。所以说

就是职业农民能做到的，而现有的这些农民，就是我们现在的这些老百姓农民，他们只能做大田农业，搞不到竞争环境竞争能力。

第二个环节人员，城市里面的跟农产品有关的这些从业人员，这些从业人员基本上属于批发商，比如说茄子，那么他就一直在做茄子，他一辈子就可能在做茄子。它只是在细分了某一个板块，那么这个时候这些人员的如果说还继续从业，就会导致这个行业一直保持这种状态，就是我希望是这一层的人是消失的，这一层是人的消失的，如果说把中间这个环节这些人去消失，通过资本的方式也好，通过互联网的方式也好，通过社区团购的这种方式也好，能让中间的这些人消失，那么这个时候农产品的溢价自然而然会高，这些人是阻碍流通环节的。

第三个消费农产品的主要是一个普通农家，第二个就是酒店菜市场这一块，第三个比如说我们中央厨房类似于这样的，这一块销售我们可以假设为一个虚拟的食堂，就是叫它食堂，那么食堂这个时候我们可以把农产品的整个包装销售提前做成一种半成品式的，做成中央厨房半成品式的，然后再配送到家庭社区，包括酒店产业，这个环节就产生了一个新兴的行业，新兴的机构节省了很大的很大的成本，这是全面调整的。

成本这个影响很大，你比如说在四川这个凉山州的土豆，它的农产品的运输就会翻山越岭，如果凉山州的土豆卖到北京和定西的土豆卖到北京，它的成本可以说是翻了几倍，就是说地域环境不一样，导致它的成本价格会非常之高，没办法。同样的性价比的产品，同样价格的产品就会由于地理环境的不一样，导致它销售的难度系数会非常大，会影响它的影响而且很大。

农产品的包装成本，包装的成本是消费者导致了用精美包装还是消费者会导致用简易包装的问题，精美包装自来成本就高。那么一个苹果光套小袋，它的成本就很低，再没有了，应该就这两块。

政策很好，都没有落实。我们国家制定政策的都是天才，但是落实政策都是农民，我指的不是贬低农民这个行业，最终还是到农民自己去解决，农民自己去解决这些政策，政策最后由天才制定出来，最后分发到农民手里，农民自己去解决这些政策，自己去执行这些政策，真正的执行力非常差。

我觉得有两个建议，一个建议就是加大农产品的产业布局，把第一产业的农产品全部砍掉，第二个让城里的孩子都回村里面。浦江县为什么电子商务做的那么好？因为浦江现在猕猴桃卖的好，孩子去城里面打工一年能挣多少钱，能挣 20 万，不一定能存下钱，但是回到村里面去种植猕猴桃，三亩地就可以卖到 20 万，甚至他们家不止三亩地，有可能有 10 亩地 20 亩地。

那么城里的孩子都回到村里面去当职业农民。浦江县为什么农产品做得好？就是因为他们把之前的绿星猕猴桃都砍了，变成了红星猕猴桃，所以说我这两点经验就是第一要改变产业布局，定西市就不应该去种洋芋，洋芋没有前途，你还是一个贫困县，你再继续种养育，一直就穷下去，为什么要发展工业？武威绝对以后，工业这一块是高附加值的产业改变产业，大胆的去改变产业。

第二个让城里的孩子全回乡里面去做这些事情。我有切身体会，同样是卖农产品的，卖冬虫夏草的相比卖土豆，那是卖冬虫夏草的连销售额一个月几十万，上百万都是农产品，所以改变产业是很重要的。