

金华农产品信息

第 90 期

金华农产品批发市场有限公司办公室编

2016 年 12 月 8 日

考察报告

为进一步了解和学习同行市场在信息化方面和市场管理方面的先进之处及工作经验，根据公司工作安排，11 月 30 日至 12 月 2 日，由公司分管领导带队，会同省城乡规划设计院相关人员对上海农产品中心批发市场、上海江桥批发市场、苏州南环桥农副产品批发市场等市场进行现场考察学习，现将考察情况汇报如下：

一、考察市场概况

上农批市场占地 225 亩，设 7 个交易区，蔬菜日交易 2000 吨以上，肉类供应占上海市 30%，水果交日交易 1200 吨，占上海市供应量 40%。2015 年市场总交易量 160 万吨、总交易额 130 亿元。江桥市场占地 150 亩，蔬菜日交易量 6000 吨，占上海市蔬菜供应量 70%以上，2015 年交易量和

交易额分别为 220 万吨和 70 亿元。南环桥市场占地 400 亩，2015 年市场总交易量 220 万吨、总交易额 221 亿元。

二、考察对象信息化建设内容

（一）上海农产品中心批发市场

上海农产品中心批发市场在信息化方面的主要建设内容为门口进出车辆电子化收费，系统登记来源信息，以计重收费为标准，不同品种制定不同的收费单价；肉类实现电子射频及电子计量技术，入场统一验货并贴注电子标签，实现商品交易标准化；蔬菜全面推行电子化结算；市场使用“深农”旗下统一的综合管理平台来管理市场内各项收费项目，并与“深农”实时数据互通，实现入场客商信息、入场车辆信息在“深农”旗下所有农批市场可以共享使用。

（二）上海江桥批发市场

上海江桥批发市场在信息化方面的主要内容为门口进出车辆电子化收费，系统登记来源信息，实行交易费收取制度，以前一日场内蔬菜价格为基准，收取进场商品货值的 4%作为交易费，并推行商品来源追溯卡，下游客商凭卡获取获取商品来源信息；自建综合收费管理系统，各种收费信息，商品检测信息全部经过系统。

（三）苏州南环桥农副产品批发市场

苏州南环桥农副产品批发市场在信息化方面的主要内容与江桥市场相仿，门口进出车辆实现电子收费，实行交

易费收取制，费率为货值 3%。今年 8 月逐步推行场内商户统一电子结算服务，全场覆盖无线 AP 网络，商户凭平板电脑和无线打印机即可与客户完成交易，现阶段不收取管理费，已覆盖市场 20%的商户，在一定程度上解决了商户欠账出的货款难以收回的难题，同时解决了市场销出商品的溯源登记问题，并使得市场获得了真实交易数据及一定数量的资金沉淀；自建综合收费管理系统，各种收费信息，商品检测信息全部经过系统。

三、考察过程中获得启示

（一）自主统一结算值得推行

苏州南环桥市场现阶段正在经营户中推行的“自主统一结算业务”模式值得我市场研究讨论。工作流程简述即销售方和采购方都需办理交易卡，可与手机号绑定，由经营户自主销售商品，但结算过程不支付现金，直接通过经营户的平板电脑进入电子支付，并通过无线打印机打印出票据。此业务的开展优势颇多，首先解决了现金支付过程中的易丢失、出现假币、故意抹零等问题，又解决了市场端到下游采购端之间的信息采集，完善了农产品溯源体系，更为重要的是在一定程度上解决了经营户所遇到的销售款被欠账这个重大难题，同时市场又获取了经营户真实的交易数据，并可取得一定数量的资金沉淀。

（二）经营理念发生变化

与多家市场进行深入交流后，发觉各家市场在农批行业竞争日益激烈的现状下，经营理念都发生了一定的变化，由原来低阶段的“如何服务好经营户”转变为更高层次的“如何经营好经营户”，不仅让经营户在市场里能够稳定经营，更重要的是如何带领经营户去开拓去竞争，依托市场强大的核心竞争力促使市场经营户牢牢地与市场“绑”在一起，如上农批提供的过境进口商品查检服务就是个例子，不仅服务于本市场经营户，未来更有可能成为区域性的进口水果过境中转基地。

（三）电商化趋势明显

考察的另一个感受是各家同行市场或多或少的都在进行电商化发展，定位清晰以本市场自建交易平台为主，通过手机端平台将上游产地、大型农产品基地，中游的本市场经营户，下游的采购客户串连在一起，作为中间环节向各方需求者提供服务，共同打造虚拟的网上农批市场，如“深农”开发的手机端农批市场虚拟平台“大白菜+”，将旗下各家农批市场的客户资源都汇报于此，购销双方完成可以平台达到采购意向。未来农批实体市场受电商化强烈冲击不可避免，唯有先行创新思路，提早步入电商化领域才能有效的占得经营先机。

四、考察建议

（一）尝试推行商户自主统一结算业务

近几年发生的多起因采购商拖欠货款一走了之的事件不仅侵害了经营户的经营利益，干扰了市场的正常经营秩序，更为严重的是损害了我市场在行业内的美誉度。我市场经营户对于欠账普遍存在矛盾心理，既怕货款欠出无法正常收回，又怕不让欠款自身店铺的竞争力降低。南环桥市场的经营户在经营过程中也遇到如此难题，解决办法是市场为主导，建立自主统一支付结算平台，经营户给予配合，逐区逐个推行。我市场也可效仿之，搭建专业支付平台，先期让经营户自主选择是否使用电子支付平台进行交易，后期成规模后再全面推行覆盖。此举可在一定程度上解决经营户难题，又可以让市场规避舆论风险。同时从长远考虑，让市场经营户习惯于市场提供的电子支付方式可以增加市场的核心竞争力，将其他支付方式抵挡在外，又可为今后在支付过程中向经营户收取交易服务费奠定基础。

（二）打造农批市场虚拟经营平台

在农产品行业电子商务发展愈演愈烈的如今，销售方和采购方很容易通过第三方平台串联在一起，越过农批市场达成合作意向，我市场现阶段粗放原始的现货对手交易方式在电商化的冲击下抵抗力极弱，从近一两年来与我市场谈合作的电商公司逐年增加就可说明觊觎此块领域的人越来越多。所以我市场应有紧迫感，打造市场自身的农批

市场虚拟经营平台，将市场与上游产地，市场与下游客商两者之间的分层关系通过平台串联起来，分别为不同的客户定制不同的服务内容，通过成熟稳定的平台运作，线上结合线下同步经营，把市场经营户这一宝贵资源牢固的紧握手中，避免流向其他平台。虚拟平台还有另一个优势是无形化，不受场所限制，完全可以现阶段开发投入运行，而后随着市场搬迁继续发挥作用。

（三）提升市场综合竞争实力

我市场多数经营户长期以来一直保持着“代卖”这种经营方式，在创业初期，“代卖”这种形式确实具备投入少、风险低、收益稳定等优势，但随着全国农批市场行业都在发生变革、急剧转型背景下，“代卖”方式就出现了无法做强做大的致命弱点，销售价格由货主给出，市场经营户几乎无浮动价格的控制权，涨跌价均需通过货主首肯，在信息迅达、灵活多变的交易过程中，此举显然是滞后的，也无法满足下游采购方的瞬时需求，且此方式制约了经营户做强做大的创新能力和积极性，与农批市场所追求的量大、新鲜、实惠的经营理念是相违背的，同时抵御风险能力极低，当电商平台成功打通产地与终端零售商之间的桥梁时，完全可以轻松的越过农批市场，架空市场经营户。所以说我市场的当务之急必须改“坐商”为“行商”，挤出空间尽可能引进有实力的经营大户，通过经营大户直销直发的强

大经营能力来把量大新鲜、价格实惠的农批理念带活，让市场牢固树立起区域内良好的口碑。同时以市场为核心，带领经营户积极对接产销基地，引入优质农产品，提高市场综合竞争实力。（信息化建设考察组）