

“物流成本”伪命题：“最后一公里”令价格翻番

旅游团购 低价“钓鱼”

■ 本报记者 陈玮英

菜贱伤农,菜贵伤民。农产品生产销售正在这样的怪圈中循环。

从农民种菜到消费者买菜,要经过多少环节?又是哪些环节将蔬菜价格推至高位?

记者调查发现,菜价不断上涨主要缘于“最后一公里”,而其他环节只是起到推波助澜的作用。解决菜价上涨必须采取标本兼治的办法,因为其中存在深刻的体制性、政策性原因。否则,很可能只是“头痛医头、脚痛医脚”,随时会出现价格反弹。

冗长的流通环节

流通成本增加是推动蔬菜价格高企的长期因素,中国蔬菜在流通环节的成本是世界平均水平的2至3倍。农产品流通成本高,首先在于农产品从田间地头到百姓餐桌流通环节的冗长。而专家表示,最关键的“增长点”在“最后一公里”。

8月初,装好车的小王又开始了北京之行,这次他又是超载上路。核定10吨的货车,小王每次都是装上15吨再上路,“现在批发农产品没有过去挣钱了,各项成本都在上升,如果不超载只能是亏损。”来自内蒙古的商人小王告诉《中国企业报》记者。

小王最近在做批发葵花籽的买卖,从内蒙古批发葵花籽到北京新发地。他说,他以每斤3.5元到3.7元左右价格从当地农民手中收上来,经过装袋费、包装费、运输费等费用后,每斤葵花籽的价格已经是4.05元左右了。“而离北京越近,这价格也涨得越高、越快。”

从内蒙古到北京,途经陕西、河北两省,共820公里左右。这一路过来,小王一共交了8次罚款,在内蒙古、陕西、河北分别交两次,每次200元,进北京后,一次交200元,另一次也是最后一次交500元。“交了罚款就可以走了,所以每次都得上路,否则本都回不来。”

据了解,在北京一些零售市场,葵花籽每斤被卖到了8元到10元。

从3.5元陡然增到8元多,其中的差价哪来的?小王告诉记者,一直以来大家都以为这钱是在运输过程中涨起来的,其实不然。小王给记者讲了他和合伙人批发蔬菜生意的例子。

五六月份的时候小王批发过蔬菜,每天把菜从菜农手里收上来,然后运到北京,批给北京的二级批发商。批发菜椒,一斤1.2元左右收上来,经过装袋、包装后运往北京。如果“把装袋费、包装费、运输费摊到菜上,一斤菜能合到两毛多钱”。也就是说,在到北京前,这些菜的成本已经达到了每斤1.5元左右。

当天傍晚,这批菜椒被运到北京大羊坊蔬菜批发市场。小王说,到了北京后,由他的合伙人以每斤1.5元左右的价格把菜椒批给北京的二级批发商。二级批发商再在每斤菜上加1角钱,以每斤1.6元左右的价格卖给零售菜贩。

据小王介绍,在各销售市场,菜椒的价格当时在每斤3元到3.5元左右。蔬菜从地头到菜市场,在经过经纪人、一级批发商、二级批发商、蔬菜



批发市场、超市收取的高额入场费转嫁为流通成本,即通常所说的“最后一公里”问题。欲破困境,一方面要鼓励农民成立专业经济合作组织,提高话语权;另一方面,要逐步将批发市场等终端的赢利属性转变为公益性。 本报记者 林瑞泉/摄

零售商四个环节后,价格增到3元多。

很显然,在最后一个环节,菜椒的价格几乎翻了一番。

“这其中较大的利润都被批发市场赚了。”中商流通生产力促进中心分析师马晓春告诉《中国企业报》记者。

中国社会科学院农村发展研究所博士韩杨在接受记者采访时表示,目前,我国农产品市场价格构成比较复杂,物流成本占到农产品成本一定比例,主要体现在三个方面:首先是,高地价造成的高房价,高房价导致的批发商承受的高额摊位费、租房费及其他生活成本转嫁到农产品的市场价格;其次是,高油价与远距离配送转嫁的高运输成本,高油价使得运输成本水涨船高,同时,由于目前我国大多数农产品物流都是远距离输送,距离的长短决定了运输成本的高低,距离越远配送成本越高;最后是,高额的超市终端入场费转嫁的流通成本,即通常所说的“最后一公里”是农产品运输的老问题,对农产品搞物流成本起到推波助澜的作用。最终结果导致两个终端市场的“极度不平衡”:消费者购买高价农产品,广大分散的小规模菜农只能出售低价农产品。

亟须探索新模式

国际投资大师罗杰斯曾说,在中国,最有投资价值的就是农产品,农业及农产品领域是国际资本投资中国的下一个热点。事实也的确如此。

那么,如何更好地优化蔬菜流通体系?同时更好地降低流通成本,现在来看农超对接已是普遍在尝试的做法。但也有专家提出不同看法。

或零售商、超市,然后由超市或农贸市场零售商零售给消费者。在整个流通链条中,还存在代销、代购、配送甚至三级批发商等环节。

与生产环节相比,流通环节专用性资产投入较少,随时可以通过退出的方式保持自身获得合理利润。李圣军认为,虽然每个环节都不一定获取垄断利润,但在众多环节层层加价下,蔬菜从田间地头流转到餐桌,尤其是流通中的“最后一公里”,涨价幅度可超过10倍。

据了解,为了保障鲜活农产品终端价格的稳定,提高农民销售鲜活农产品的价格,商务部、农业部在开展了农超对接试点的基础上,今年加大推动力度,提出争取“十二五”期间大中型城市生鲜农产品超市销量比重翻一番,达到30%。

那么在扩大农超对接规模的同时,能否实现降终端价、提销售价的目标呢?李圣军分析说,根据政策界

“中国现在的农产品流通形式是买全国、卖全国,这在其他国家基本上是难以想象的。”马晓春告诉记者,以日本和韩国为例,农协(或农会)组织生产、销售,对于农产品流通起点就降低了农产品收购成本,同时,在政府的支持下都已经建立了完善的农产品流通冷链体系,流通过程中的损耗极低,这就降低了折损费。他说,完备的物流体系也在其中起到关键作用,极大地降低了农产品的流通成本,避免了运输工具出现空跑现象。而最为突出的是,批发市场又是财政支持下公益性的市场,因此不存在加价行为。

马晓春认为,改善当前这种状况,至少需要做以下几方面的工作:鼓励农民成立专业经济合作组织,一方面提高农户产能,另一方面增加农户销售时的话语权;财政支持,做强做大国有大型农产品流通企业,建立农产品流通企业与农民合作组织产销机制;财政支持,逐步发挥批发市场的公益性功能。

商务部商贸服务司商务参赞王连庆此前表示,构建一个比较完善的城市配送体系非常重要,当然这是一项比较系统的工程,但其中很重要的就是需要规模化的经营。比如通过农超对接,或者建立标准化的菜市场,一些大的零售企业进入这个领域,从总体上改变了这种状态。

但是在韩杨看来,通常所说的“农超对接”也并不是太理想,不一定能够解决问题。韩杨说,农超对接是有条件的对接,“超市一般只会和一定规模的生产企业、农业合作社对接,不会和分散的、小规模农户直接对接,而规模生产企业、合作社受区域限制,远距离不好对接。”因此,“农超对接”需要农业生产实现规模化,

形成相对比较大的公司、企业或合作社与本区域内(即近距离),作为生产者与销售终端超市实现对接,减少物流成本。如果仅是目前分散的农户生产经营,可能反而会造成价格上涨。因此,单凭“农超对接”很难降低物流成本。

中国分散经营式的大农业生产模式,相对国外的农业生产规模不够规范、不够大,生产经营链条比较长,造成中间环节比较繁琐。韩杨说,但是从中国实际情况看,短时间内将这种小规模分散式的大农业生产集中起来不太可能,也不现实。因此,她建议加快农村土地流转,形成适度规模的种养殖;积极发展真正意义上的专业合作社;适度加强农产品批发市场的财政支持;完善农产品流通信息渠道;积极发展农产品“短链”供应模式。

“批发、集贸市场收取高额摊位费,重要原因是政府对于公益性流通基础设施的投入严重不足。”全国政协委员、G30理事长黄海说,目前我国大中城市的蔬菜供应,90%左右都要通过批发市场和集贸市场,这些市场收取的高额进场费、摊位费、交易费等,对菜价上涨有直接影响。

黄海说,借鉴国际经验,不论是日本、韩国还是欧美发达国家,都把城市农产品批发市场作为公益性流通基础设施,全部或大部分由政府投资建设,然后通过招标或指定企事业单位,不以赢利为目的,低收费保本经营。而我国的批发市场、农贸市场,基本上由企业投资并经营,为了收回投资并获得利润,只能采取高收费的办法。如深圳农产品批发市场集团,还成了A股上市公司,更要把提高利润作为经营目的。政府要求短期降低收费完全可以,但长期执行企业难以承受。

记者手记

蔬菜流通体制患了“肠梗阻”

■ 本报记者 陈玮英

食品依然是推动CPI上升的主要动力。7月份食品价格继续上升,涨幅从6月份的14.4%上升到14.8%。食品价格上涨直接影响了居民尤其是城市低收入群体的日常生活,引起社会各界广泛关注。

热点之一是鲜活农产品终端价格的上涨原因,焦点集中在流通环节;另一个则是鲜活农产品终端价格上是否惠及了农民。

目前,我国大中城市的蔬菜供应,90%左右都要通过批发市场和集贸市场。中商流通生产力促进中心分析师李圣军说,在现实制度约束和蔬菜生产经营现状的影响下,我国蔬菜流通环节较多。从田间地头到餐桌,蔬菜流通链条包括产地收购商或代购点通过产地经纪人收购,由运输商运到销地或中转地后,在一级批发市场批发给二级批发商

于价格涉及利益的重新分配,目前的制度设计显然无法真正惠及消费者和农民,农超对接通过压缩流通成本而产生的潜在超额利润,大部分被超市获得,合作社或农民获得的份额有限,消费者更是难以获得收益。因此,实现“两头受益”的目标,还需进一步完善目前的制度设计。农超对接联结生产与消费,直接涉及农民的生产收入和城市居民的消费福利。鉴于城市低收入群体大多在集贸市场购买鲜活农产品,很少去超市购买,“农超对接”降低了10%—15%的流通成本,在实现“两头受益”的同时,在分配时应侧重向农民倾斜。为此,必须完善目前农超对接的制度设计方式,一方面,提高合作社的价格谈判能力,真正提高鲜活农产品的农民销售价格;另一方面,增强超市之间的竞争程度,迫使超市降低销售价格,让利于消费者。

旅游团购引发的纠纷日趋增多。我国目前还没有具体规范团购的相关法律法规,而且电子商务没有规范的管理办法和维权机制,这既使团购网站迅猛增长,也使消费者取证难度大、维权成本高。除了消费者在网购旅游时要相对的理性,政府也要尽可能在立法、监管这方面及时跟进。

■ 本报记者 万斯琴 实习生 江丞华

如果你的年龄是20岁到35岁的年轻群体,且你还没有团购过,那么一定有人说你“来自火星”。

近年来,随着团购行业如雨后春笋般异军突起,团购市场一派热火朝天。此时,正值暑假,这就给团购行业带来了“阳光”,且越来越多的游客会选择通过团购的方式来预订旅游服务,而与之相伴而生的各种陷阱也纷纷袭来。

有“猫儿腻”的低价

“团购”,即为团体消费,是作为一种认识或不认识的消费者通过网络联合起来,加大与商家的谈判能力,以求得最优价格的一种购物方式。

随着旅游旺季的来临,团购旅游也渐成热词,因团购引发的纠纷也呈上升趋势。

北京惠诚律师事务所律师张翔在接受《中国企业报》记者采访时表示,“在很多人对团购旅游服务的低价雀跃的时候,部分团购旅游项目也逐渐显现出它的本来面目,往往是一个低廉的圈套。”

某古洞生态旅游开发公司的夏日激爽双人游,原价1034元,现在团购仅售398元;周庄游,原价280元,现在限时秒杀仅售68元,欲购从速……8月15日,记者浏览多家团购网站发现,旅游团购项目“琳琅满目”,让人“眼花缭乱”,国内外旅游线路一应俱全,且应有尽有,它们共同的特点就是价钱低廉。

据南昌一家从事旅游团购的旅行社工作人员透露,在5天内,一个旅游服务产品在门市部最多只能接到不到20名的游客报名,但放在网上经过团购,最有显著成效的是其中一天就能够吸收近百名游客。

时下,随着网络的便利,很多人都选择了网上团购旅游,以便省事、省力、省钱,殊不知,这逐步掉入一些人设定的圈套。近来,媒体对于团购旅游陷阱的报道也屡见不鲜。

一名网友在网上发帖述说了他的经历。他说,“前些日子参加网上团购去北京十渡,结果去了,上当了。自费景点耽误了4个多小时,免费景点就安排了1个多小时,时间根本就不够玩的,坐车往返将近10个小时。去的一个景点,什么都要花钱,就连坐着都有座位费。”

最后,这名网友在吸取此次经验后,留言发出一句感叹,“大家记住了,千万别再报网上那些廉价的团购了,绝对是垃圾!”

事实上,旅游产业作为第三产业中现代服务业的代表,近些年发展迅猛。国家旅游局公布的最新统计数据,2011年上半年全国旅游总收入突破1万亿元,同比增长18%,远远超出年初预估的11%的增长速率。

由此可见,旅游市场确实是火爆,这也就不难理解,一些不法团体利用团购旅游价格低廉的方式向广大消费者设置圈套。

尽快出台法规加强监管

团购已成流行。在8月初,国内知名第三方电子商务研究机构中国电子商务研究中心发布了《2011年(上)中国电子商务市场数据监测报告》。报告显示,2010年底,中国网络团购企业的数量约为2612家,而截止到2011年6月底,已经上升到5320家,4月以后,团购企业以平均每日10家的速度快速增长。

数据还显示,2011年上半年,团购行业每月日均覆盖用户数量为:1月1800万;2月2320万;3月2890万;4月3248万;5月4500万;6月5220万。

在团购快速崛起的今天,选择这些折扣廉价的旅游团购服务产品的同时,怎样才能避免掉入陷阱?

近日,针对层出不穷的旅游团购,国家旅游局特向广大消费者提出警示:运营旅游业务应取得行政许可执照,消费者不要轻信旅游产品广告,须警惕“零负团费”。

业内专家也提示,团购旅游时请擦亮双眼,不要因贪图廉价而失去旅游的乐趣。

与此同时,有专家支招,网站现在提供的所谓销售的产品总是以低价或者实惠来吸引眼球,消费者要避免陷阱,除了找有品牌的、有影响的大的团购网站外,还可以直接找一些知名旅行社。

张翔表示,“旅游服务,尤其是短线旅游本身就比较难以形成回头客,所以我对这种团购形式的存在意义表示质疑。消费者避免陷阱最根本的办法还是站在商家的角度考虑一下这种让利的行为是否存在意义。例如,实际往返一个旅游城市的交通费都比团购网上的价格高出几倍,这时,你就要去琢磨和比较了,不是为了贪图低廉,而是要理性地去消费。”

记者在采访时发现,部分旅游省市关于网络团购的法律维权事件呈上升趋势。

长沙市司法局12348法律维权专线连日来就接到多个因团购旅游引发的纠纷投诉,为此,该专线近日发布法律警示称,市民外出旅游时一定要主动要求签订旅游合同,索要发票,以便解决纠纷时有据可依。

事实上,除了消费者在网购旅游时要相对的理性,政府也要尽可能在立法、监管这方面及时跟进。

广西旅游质量监督所张福平所长表示,到目前为止,旅游局从未审批、推荐任何旅游团购。只有国家旅游局近日发布过“2011旅游服务警示第5号”,提醒广大游客在购买旅游团购时,切勿因小失大。张福平指出,旅游团购这种新兴消费方式,还没有哪个部门被授予负责对其审批、监管的职能。

12348专线律师师丹认为,我国目前还没有具体规范团购的相关法律法规,而且电子商务没有规范的管理办法和维权机制,这既使团购网站迅猛增长,也使消费者取证难度大、维权成本高。她建议,应尽快出台相关的法律法规,为消费者维权提供坚强的后盾;同时执法部门也要加强监管,严厉打击利用团购坑蒙消费者的行为。