



“农超对接”

FARMER-SUPERMARKET
DIRECT PURCHASE: A HOW-TO GUIDE

胡定寰 / 著

中国农业大学出版社

“农超对接”怎样做？(选登五十九)

这种采购系统本身就包含竞争的因素在内。竞争者有两类，即供货的合作社与合作社之间，超市的各个城市采购部门之间。如果商品供应的货源充足，同种商品同时有若干个农民专业合作社愿意供货，超市就会选择在性价比上更有竞争力的合作社。在货源不足和短缺的时候，在超市的各个城市采购部门也引起竞争。这时采购总部就会选择把商品提供给出价高的城市采购。由于在大部分情况下是供过于求，因此，主要还是在农民专业合作社之间竞争。

超市的这种竞价采购系统的优点是具有灵活性，随行就市，对于农民专业合作社和超市双方都公平。缺点是，农民专业合作社难以制定供货计划，或有计划地备货。对于超市来说，他们也面临需要的时候却找不到供货的商品。

因此，随着农超对接的发展，合作社与超市相互通过磨合而熟悉对方以后，有可能会逐渐地采用订单模式，订单采购有可能成为与竞价系统相辅相成的第二种采购模式。

【农超对接采购流程(一)】

合作社通过审核，同超市签订合同以后，就可以开始与超市交易。农超对接的交易流程包括：①报价；②订单确认；③备货与产地质量检查；④装货；⑤运输；⑥收货确认；⑦配送中心质量检查；⑧门店配送；⑨开具发票；⑩超市付款等几项。

报价

报价是农超对接交易的第一个步骤，也是重要的环节之一。在每周一，农民专业合作社需要向超市总部采购发送报价单。发送的工具以电子邮件为主，有些没有电脑设备的合作社，也可以通过手机短信的方式发送报价单。

报价单内容包括：①产品名称；②级别；③规格；④产地；⑤价格；⑥周最大供应数量；⑦产品描述。

“级别”是指农产品的等级，等级的划分是按照超市总部生鲜直采部门制定的“产品标准及质量控制要求”，简称 ID 卡。超市在采购前会对合作社进行培训，使他们熟悉标准。

“规格”是指产品个体的尺寸大小。譬如，苹果分成 65#、70#、75#、80#、85#、90# 等规格。这里的 80# 表示苹果的直径是 80 毫米以上。

“产地”是指产品生产的地方。同类农产品产地不同，品质、口感和价格均存在差异。

“价格”是指农民专业合作社同意出售给超市的农产品价格。需要明确的是：这里的价格是指“农产品的到货价格”，即农产品送到某个城市超市的物流配送中心价格。价格包括：①农产品产地的价格；②包装材料；③分级、包装和运输人工成本；④运费；⑤其他成本等。

“周最大供应数量”是指一周内合作社能够向超市供应各个产品的最大量。因为，有时超市对农产品需要相当大，超市必须掌握供应量，以免下单以后，合作社无法满足订单。同时，在合作社供货数量不足的情况下，超市总部采购员需要在各个城市之间进行协调，把产品提供给最需要的地区。

“产品描述”也很重要，即使同种类的生鲜农产品，不同地区、品种和季节差异相当大，所以必要时需要对这批产品的特征、特点进行描述。

（未完待续）

【农超对接的采购系统(二)】

但后一种情况也经常会发生：

有一次开会，遇上甘肃省静宁县的一家苹果合作社社长。他对我说：“胡教授，我同超市签订农超对接合作已经有两年了，我们很少能够把苹果卖给超市。”

我问道：“现在超市正需要苹果，你的一级 80# 的苹果送到北京多少钱？”

社长计算了一下对我说：“每千克 8.2 元。”我随即打电话问超市山东的协调员。这个协调员正在山东的一家合作社收苹果。协调员告诉我，山东合作社送到北京的一级 80# 苹果每千克是 7.4 元。

我对甘肃静宁的社长说，“超市没有采购你们合作社的苹果，是因为没有价格竞争优势。从配送费用上来说，甘肃要高于山东，地理位置相对不利。能否在其他方面压缩成本？”