

让真正有需求的人带着收获走

——第十三届全国种子信息交流与产品交易会侧记

日前,第十三届全国种子信息交流暨产品交易会(简称双交会)在河北廊坊召开。会议邀请了管理部门和权威专家,对改革完善品种试验审定制度、《种子法》修订等热点问题进行高端解析,对未来种业市场的走向进行分析,对新品种及适宜机收品种进行示范展示等。

“这个品种抗病性怎么样?后期田间管理要注意什么?”在种子双交会北京联创种业公司的展台前,来自河北省任丘市的经销商郝洪涛仔仔细细询问“联创808”的品种特性,“我今年要代理这个品种,来详细了解一下。”

日前,第十三届全国种子双交会在河北省廊坊市召开,天南海北的种业人再次齐聚一堂。2003年,第一届双交会在安徽省合肥市召开,会办了十几年,今年有什么新意吗?全国农业技术推广服务中心主任陈生斗说:“今年办会思路的转变主要是做实,加强交流和对接,让真正有需求的人来,带着收获走。”

●抓热点:既要讲明白 更要有交流

“王总,我是一家种企电商部的负责人,现在我正发愁一件事,目前各种农资电商很多,而且各有不同,如果您是我们公司老总,会怎样布局电商平台?”在中国种业电商大会的答疑解惑环节,台下一个小伙子站起来提问。

爱种网董事 CEO 王伟文回答:“我个人建议,公司的非主要品种各种渠道都可以尝试,而对于公司的主要品种,要分区域、分品种、分时间慎重推广,否则将会对传统销售渠道造成非常大的冲击。”

电商大会是本届种子双交会的活动之一。近年来,随着“互联网+”催生的生产消费格局和营销服务模式的重大变革,种企兼并重组做大做强迎来自来战略机遇期,电商和并购投融资已成为行业热词。紧扣当下热点,中国种业电商大会、种业并购投融资对接会也成为今年种子双交会的重头戏。

参加过两届种子双交会的江苏大华种业集团公司总经理江玉明,谈起参加今年双交会的感受时说:“今年讲座的内容更好也更实用,和我们企业的发展阶段紧密衔接。而且不是这次大会也很难得有这么多种企聚在一起,是一次很好的交流机会。”

全国农业技术推广服务中心种业信息技术处处长王玉玺说:“我们办会是为了让真正有需求的人能够有效对接,搭建行业交流的平台。”为了更好地满足业内人士交流的需求,除了形势政策分析、策略分析、操作经验分享等内容,这两个活动还设置了对接会环节,让与会者能够深度交流合作。

“他们的创意都非常好,有我需要的东西,回去我也准备着手尝试,先留个联系方式,看看有什么能合作的。”江苏省连云港市丰源种业总经理严硕勤这一行收获颇丰,“我们作为中小种企,



这次来就是想看看大企业都是怎么做的,我们怎么样及时跟上市场变化。”参加完电商大会后,他又和农医生 CEO 王兆勇商讨起了下一步的合作方向。

谈到参加双交会的打算,王兆勇说:“我这次来既是想把农医生推介出去,也是为了了解种子行业的状况,以及种企在农技服务方面的需求。”除了国内企业,本次双交会期间还将召开中国—阿根廷种业交流峰会,并在展区内设置了阿根廷展台,以促进中阿种业合作,推动中国种企“走出去”。

●展亮点:品种有特色 人气才能高

“我们的‘太玉339’等当家品种在河北、河南都卖得特别好,这次也吸引了不少新客户。”山西中农赛博种业有限公司总经理赵恒毅介绍,还没来得及说上两句,就被来展台前咨询的客户叫走了。在展馆内,赛博种业的展位位置不是最好的,也不算华丽,然而客户却一直络绎不绝,赵恒毅将原因归结为品种本身有特色。

今年双交会室内展区面积16000平方米,除了有来自山东、江苏、吉林、安徽、广东等地的种企带来了当家品种,还有种子包衣、种子加工机械设备等种子生产相关企业,也带来了不少新设备、新技术。

来自新疆的九圣禾股份有限公司是育繁推一体化企业,这次新疆、河南、辽宁、北京各公司都有代表参加。河南九圣禾新科种业有限公司副总经理孙志军说:“公司之前的业务主要在新疆,小麦销量在疆内是最大的,近几年开始拓展疆外业务,这次来主要是进行企业形象宣传。”

河南秋乐种业有限公司带来了六七个品种,其中主推适宜机收的“宇玉30”。公司市场部经理徐利宾说:“我们在东北和黄淮海的销售网络已经成型,这次来参加双交会,主要是想展示新品种和企业形象,开发一下空白区域客户,也想看看其他企业的最新动态,了解行业信息。”

玉米是这次展会的主角,而其中适宜机收的品种人气最高。今年是吉林省种子企业第一次组团参展,在各家企业中,吉林种业有限责任公司的展位前十分热闹。“从2003年第一届双交会到现在,每届双交会我们都参加了。我们的品种最远卖到了贵州,这次还有不少老客户带了新客户过来。”公司副总经理张宏义说,“现在主推的品种是‘吉东705’,适合机收,直接收籽粒,不用掰棒子,一亩地能种6000株。”谈起自家的品种,张宏义满是自豪。

除了室内展览外,室外的种植展示还有200多个玉米苗头组合及新品种、60多个适宜机收粒的玉米品种、1600多个瓜果蔬菜品种。全国农业技术推广服务中心种业信息技术处副处长宁明宇说:“这块地和其他展示田不同的是,更侧重给行业内的人看。不仅有审定的品种,还有一些是未经区域试验的组合,从中不仅能看到目前市场上的主流品种,看到未来一两年即将出现的品种,还可能看到未来品种发展的趋势。”

●聚焦点:听重磅话题的最新声音

“我们将优化工作程序,加快品种审定速度。已通过一个省审定的品种,允许申请者在同一生态类型区相邻省自行开展生产试验,直接申请国家或相关省审定或引种。”就品种审定制度的改革完善,农业部种子管理局副局长马淑萍介绍道。

品种审定制度、《种子法》修订、品种审定绿色通道、种业业态变化……这些随便哪一个都可能影响行业整体发展的话题,在本次双交会上都能听到最新最权威的声音。

今年《种子法》修订草案面向社会征集意见,从网上提交的有8000多条意见,其中关系到品种审定的就有800多条。下一步,品种审定制度将何去何从?马淑萍说:“品种审定作为引导农作物品种选育、促进种业发展、保障用种安全发挥了重要作用,但随着新形势新问题的出现,也有一些不适应新要求的地方,这就要求我们进一步改进和完善。”在会上,她提出了包括突出品种特性安全、拓展试验渠道、加强试验过程管理等六方面完善措施。

“今后品种集中度下降趋势将继续延续。过去下降的深层次原因是品种同质化,而随着各种市场保护制度的出台,同质化现象可能有所减少,但下降趋势还将持续,不过下降的动力将由同质化转为差异化竞争,大企业、多品种将成为常态。”经过对种业企业和市场的总体情况分析,陈生斗得出上述结论。他在双交会上提供了种业企业生态、市场规模、市场集中度、品种集中度等方面的统计数据,对未来主要农作物种子市场规模变化趋势进行了预估。

“我们企业面临电商等新形势新问题的挑战,有时也很纠结迷茫,希望能看到一些政策、法规、趋势上的种业宏观发展情况,这次会上的不少数据和信息对我们未来的发展很有参考价值。”北京未名生物农业集团有限公司副总经理凌莉说。

“互联网+种业”怎么加? “要让农民觉得好”

近日,在河北廊坊举办的种子双交会上,五大种子电商聚首,共话“互联网+种业”如何更好地服务于农民;农民对种业电商不熟悉,那就升级用户体验;农民对商业模式接受程度慢,那就多给农民一些耐心;农民对种子的需求差异大,那就加强农技服务;农民选种信息不对称,那就让大数据告诉农民该种什么……

移动互联网“好种子+好服务”

中国农业面临吃饱和吃好饭两个问题,种子、农资、管理、观念、工具的不足造成不能吃饱饭,农业没有获得好效益;过量高度滥用造成吃不好饭。解决这些问题最主要的途径是农业技术服务,更新农民理念和技术水平。目前农技服务存在基层推广服务人员积极性不高、农民多、需求高、本地专家有限、下乡难、信息传播媒介欠缺等问题。农医生逐力解决的问题是农技服务,通过app点击“问”实现农民问题在线解答,通过附近农资店等辅助功能实现便民功能。移动互联网让产品、信息更加透明,大数据更加精准,这些更透明之后,农民更加自由和放心。单独是一个好种子或一个好服务都不能得到好收益,好种子加好服务才能让农民获得好收益。

赵文龙(农医生营销总监)

用互联网解决信息不对称问题

通过“互联网+种业”并非要实现颠覆,而是降低成本,提高效率。

目前农资企业到终端农户之间存在五大问题:厂商无法获得终端农户信息、农资供应普遍过剩、中间渠道臃肿低效且获取最大利润、系统农技服务不足、信贷保险难以有效推广。信息不对称和诚信体系缺乏是造成种子等农资行业当前的“痛点”,这正是互联网信息技术的用武之地,解决信息不对称,消灭信息孤岛,提高供需双方交流、产品生产、流通以及技术服务、金融服务等效率。

在种业领域,经销商能充当行业“防火墙”,物流和资金平台。因此,发展种业电商应搭建平台,让经销商“唱戏”,推动传统经销商转型,而不是直接跳过经销商。

王伟文(爱种网CEO)

传统农资企业融合“互联网+”

以简便机械化为主要标志的农业2.0时代已经过去,而以智能化、精准化、定制化为标志的农业3.0时代已经到来,互联网将成为中国农业发展,和中国经济增长的新“红利”。农资电商、农业互联网的发展,也有存在着很多问题,农业现代化生产缺乏科学管理手段,农业劳动者过于分散、物流不便,农业市场信息不畅通、信息闭塞,农民对互联网、电子商务的熟悉程度不高,农民对于品牌、商业模式的接受程度较慢等,这些因素让我国传统农业站无法快速转型。解决掉以上这些问题,也就找到了中国农业转型升级的钥匙。

田丰(云农场执行总裁)

三级互动降低生产成本

农村淘宝农资平台主要是通过厂商、县级农资服务中心、村掌柜的模式,让农民直接从厂商采购生产资料,降低生产成本。厂商主要包括农资生产商、村淘“品牌合伙人”和有意愿向“销售”“售后”分离转型的农资企业。县级农资服务中心负责综合提供各品类农资服务,不直接销售,但从县域整体销售额中获得厂商返点,从厂商授权,为村民提供售后服务、软性技能指导培训服务中获取收益。同时,大件农资的配送通过经销商完成,小型农资的配送由县级服务中心完成。村级服务站的“掌柜”以直接面向村民的宣传、营销和沟通为主,与其他村民形成强关联,掌握第一手大数据。

王廷哲(淘宝农资招商总经理)

[延伸]

品种审定制度改革六点考虑

建立以种性安全为重点的品种评价指标体系,满足市场对品种多元化需求。以满足农业生产和市场需求为导向,突出品种种性安全,科学合理分类建立适应产量、品质、抗逆、生育期、节水节肥、机械化作业、轻简栽培等不同要求的品种审定指标体系。

拓展试验渠道,扩大试验容量。扩大申请需求量大作物的试验容量。国家试验突出重点区域和作物类型,调减覆盖范围区、生态类型特别复杂、品种表现差异过大的试验区组和只涵盖一个省的试验区组。育繁推一体化种子企业要积极开展自有品种试验。充分利用社会资源开展品种试验,具备试验能力的企业联合体、科企联合体和科研单位联合体等,可自行开展品

种试验;对甜(糯、爆)玉米、糯稻、菜用大豆等特用品种简化试验程序,可由申请者自行开展品种试验,纳入国家级或省级品种试验统一管理。

完善试验方案,提升试验水平。公开申请审定品种进入试验的选择程序,以公平竞争的原则确定参试品种,公布申请情况及参试品种名称和单位。在试验方案制定过程中,充分听取品种审定申请者和专家意见。合理划分生态区域,优化试验点布局,科学设置试验组别和对照品种。

优化工作程序,加快审定速度。已通过一个省审定的品种,允许申请者在同一生态类型区相邻省自行开展生产试验,直接申请国家或相关省审定或引种。将区域试验与生产试验在空

间布局上逐步分开,综合性状突出的品种,第二年区域试验可与生产试验同步进行。

加强试验过程管理,保证数据真实。设立品种试验开放日,在作物生育关键时期,确定品种试验点,品种申请者可现场考察品种表现并监督试验质量。组织品种申请者代表参与区域试验和生产试验收获,收获数据由试验人员、试验点依托单位负责人和申请者代表签字确认后即时上报。

加强组织领导,强化责任追究。试验审定管理机构要建立品种试验审定管理人员一岗多人、一人多岗、定期交流制度,同一岗位最长不超过10年。

马淑萍(作者系农业部种子管理局副局长)