

【耳听八方】

涉农电子商务助推农村经济社会转型

辽宁：

设施农业
 总规模已突破千万亩

辽宁省近年来大力发展设施农业并取得明显成效,目前全省设施农业总规模已突破千万亩。快速发展的设施农业不仅鼓起了农民的“钱袋子”,更丰富了百姓的“菜篮子”,如今,辽宁省已经成为东北地区重要的“菜篮子”和调剂南北蔬菜市场的优质设施蔬菜生产基地。进入冬季,本已是农闲季节,但辽宁省一些地区仍掀起了设施农业建设的高潮。在盘山县胡家镇看到,该镇15个村的设施农业建设项目正在全面展开,其中包括近万亩的棚菜基地建设、土地整理及修建道路、电路、水渠等基础设施项目,预计到11月底,全镇棚菜园区的设施农业建设项目将全面竣工。

湖南：

富硒农业渐成气候

日前,在长沙召开的湖南省富硒生物产业协会成立大会上获悉,湖南省富硒农业渐成气候,新田富硒蔬菜、桃源富硒油茶、慈利富硒稻米、新邵富硒猪肉成为响当当的新兴特色产业。目前,湖南省已建立富硒农产品种养示范基地63个,其中种植面积23万亩,富硒农产品涉及粮油、果蔬、鱼肉、禽蛋等20多类,富硒农产品及其加工产品畅销广州、上海、北京、香港等大城市,年产值超过30亿元。新邵县的新瑞生物科技有限公司,将无机硒矿物转化为有机硒,再将有机硒添加到饲料中喂养生猪,更是开辟了一条崭新的摆脱富硒土壤束缚的补硒产业之道。

海南：

农业保险
 基本完成全年计划

日前从海南省农业保险办公室获悉,今年全省农业保险开展顺利,目前基本完成全年计划。截至10月末,除奶牛保险外,全省农业保险共开展13个险种,保费收入32011.98万元,完成全年计划的99.83%,比去年同期增长19%;已决赔款36,848.65万元,比去年同期增长9.92倍;财政补贴了21354.56万元,比上年同期增长约16%。今年以来,作为海南农业保险工作的主管部门,省财政厅对农业保险工作采取了绩效考评、拨付工作经费、新设三农保险服务部等有力工作措施,取得了良好的工作成效。同时,受超强台风“威马逊”、台风“海鸥”的影响,农户投保积极性大大提高,香蕉保险、育肥猪保险、南繁制种水稻保险等投保量出现快速增长,例如香蕉承保了7.28万亩,超过了全年计划0.67万亩;育肥猪保险承保了53.43万头,超过全年计划15.71万头。

【封面人物观点】

专家简介

汪向东

中国社会科学院
 信息化研究中心主任

【核心提示】

涉农电商不仅仅是在农村空间范围和消费市场的扩展,更重要的是,打破了信息不对称,为农户参与市场提供了新的可能和实现手段;越来越多的草根农村网商足不出户就与远端的生意伙伴交易,形成订单,享受到另一种全新的交易自由;代表着信息时代中国农民新的市场观、资源观、价值观和发展观。

文字整理/王平

涉农电子商务爆发式增长的多重驱动力

长期以来,我国涉农电子商务整体发展水平和发展速度并不突出。据农业部的数据,至“十一五”末,我国涉农网站达31000多家,但大多生存状况不佳,政府、民间进行了多种方式的探索。近年,涉农电子商务终于有了突破!阿里研究院日前发布的《农村电子商务消费报告(2014)》显示,中国农村电商消费市场近年来持续扩大,预计全国农村网购市场规模2014年将达到1800亿元人民币。在农村电商总量不断壮大的同时,越来越多的地方不断涌现出各有特色的电子商务模式,我国涉农电子商务处于爆发式发展的临界点,人们有理由对其星火燎原的前景充满期待。我国农村电子商务在基本上有了实质性突破,已经开始进入一个新的发展阶段。从原来由政府主导、业务形态以信息服

务为主、主要强调农村电子商务经济作用的阶段,转向现在由多元主体联合推动、业务形态向在线交易拓展、电子商务推动农村经济社会全面转型的新的发展阶段。涉农电子商务主要有三种驱动力联合发挥了重要作用。一是国家政策。自2005年以来,国家确立并持续实施新农村建设战略,贯彻实行了“城市反哺农村”、城乡统筹发展的方针政策。在此背景下,国家各涉农部门进一步加大对农业农村的建设性投入,改善了全社会对农村的发展预期,越来越多的市场主体和社会机构也开始尝试或进一步加强了在农村市场拓展的战略部署,越来越多的资源被投入到农业农村中来,从而,涉农电子商务的发展获得了更多的支持,特别是开展涉农电子商务所需的信息基础

设施、交通物流条件等进一步得到改善。二是市场环境。近年,社会化、市场化的各类电子商务平台的发展日趋成熟,电子商务服务业有了长足的进步,明显改善了草根农民开展电子商务的条件,为农民从事电子商务提供了便利。三是用户拓展。我国的互联网和电子商务应用发展到了从城市向乡村自然拓展的阶段。通过要素在城乡间的流动,电子商务应用由城市向农村蔓延已成为必然趋势,农村中蕴藏的电子商务潜能也必然越来越多地被激发出来。农村网商中的成功者,为身边乡亲们利用网络脱贫致富,提供了看得见、学得会的示范,如同燎原的星火,正以点带面地吸引着更多农民投身到农村电子商务中来。

从政府主导到多元推动

多年来,政府非常希望以信息化、电子商务造福“三农”,做了很多工作。从上世纪90年代推出“金农”工程以来,就非常重视推进涉农信息化建设,各个相关部委都花费了大量的人力、财力和物力,从三电合一、村通工程、电脑下乡、信息下乡到人员培训,主要的推进方式是自上而下。虽然取得了很大成绩,但这遇到的突出问题,是农民应用及应用的收效不理想。政府可以主导在农村铺网络、建平台,可以组织本地的卖家在上面销售,但没有办法用行政的力量和财政补贴让买家到上面来买,而且买了还想再来买。有卖无买,就很难形成交易,没有交易农民就无法从中增收。近年,随着以淘宝网为代表的市场化电子商务平台和电子商务服务业的迅速发展,越来越

多的农户和其他市场主体在此类社会第三方市场化网络平台上,依靠自己和社会的资源投入开展电子商务,从而形成一类新型的自下而上式的农村电子商务,靠的是市场需求牵引、农户自发和市场化平台。草根农民以电子商务创业找到了可以施展才能的用武之地,淘宝网上云集了海量的买家、卖家和商品,进入市场的门槛非常低,草根农民通过这个平台可以直接对接大市场。领头羊们的成功,很快引来周围乡亲们纷纷仿效,淘宝店像细胞裂变式地增长,淘宝村、淘宝镇也应运而生。从目前全国的情况看,自上而下与自下而上两类不同的涉农电子商务同时并存,虽有相互促进的作用,但最大的问题是各自为战,这种状态影响到涉农电子商务的发展状态,尚未通

过良好的机制,将各类主体的正能量整合起来。“上下结合”应该成为我国涉农电子商务带战略意义的重大选择。政府平台主动与市场化平台合作,本质上是政府平台主动贴近自己的目标用户和让服务更好地抵达服务对象,上下结合最好采用链接嵌入的方式,政府不宜直接做交易平台,但要努力将自己对电子商务交易的支撑服务,及时便捷地体现在现实的交易环节中。其中,特别是那些即时性强、用户关注度高、对是否成交影响大的支撑服务,如农产品质量安全监管、经营主体与商品认证、经营者诚信信息检索、公平交易信息查询等,更需优先嵌入到交易环节中。

快速发展需各类主体共同推进

涉农电商目前还面临一些问题,如农产品的非标性,冷链、资金、物流、人才的缺乏、信任难题等,这些现实的制约并非无解,有些是可以一边做起来一边去发展解决的,有些很难一蹴而就,需要一个过程。农产品与工业品不一样,个体差异很大,比如每一串葡萄都不一样,但这不等于不能做电商。全冷链成本很高,市场会有创新,比如不少网商用矿泉水瓶子装上冰水来降温保鲜。困难是创新的温床,现实中有很多好的探索,不着急,慢慢来,这里面潜力很大。有些农民自己做网店,闯出了路子。而政府、服务商助力,跳出电商来解决电商,路要更宽一些。比如,农业部正在开展信息进村入户的试点,通过这种方式把当地分散的买卖、服务需求聚合在一起,就能让没有经济性的事变成有经济性的事。通过这种方式为电商奠定基础,开始可能是非农产品电商,没关系,有了物流、服务等条件再发展农产品电商也行。除了加快农村各项基础设施如道路交通的建设外,要特别重视物流配送、商流组织“软”的方面,积极探索通过有效的商务模式、组织模式创新和信息化手段,克服农民需求分散性带来的困难;大力发展农村草根物流,要高度重视近

年我国城乡数字鸿沟有所拉大的现象,将农村信息化放在更迫切、更优先的地位。整合相关资源,有效推进涉农电子商务。鼓励更多的社会主体进入农村电子商务领域,探索和创新政府与市场主体间合力推进农村电子商务的体制机制。将政府平台的支撑服务与电子商务交易相融合。要将政府主导已建成的农村电子商务的体系,与广大农民脱贫致富的内需对接起来,与市场化平台企业开展业务合作、股权合作甚至兼并重组,以市场规律实现资源配置合理化;要纠正重农民科学文化素质较低难以从事电子商务的偏见,鼓励广大农民利用市场化平台开展电子商务经营;充分肯定和进一步发挥市场化电子商务平台的作用,鼓励和帮助他们进一步拓展农村市场,提升服务质量。加快强农、惠农、富农的电子商务政策体系,营造和改善涉农电子商务环境。政府应采取更加有效的措施进行政策宣传,让广大农民知晓、理解和利用好已有的政策;要将鼓励涉农电子商务,纳入扶持农民返乡创业、大学生自主创业、乡镇下岗职工再就业、农村信贷、小微企业、农村扶贫等政策中来,破除政策落实中的人为

障碍;要在涉农电子商务产业生态的发展、用地、融资、人才、信用体系建设等方面,继续探索新的扶持政策。现阶段,推动涉农电子商务的发展,一定要不拘一格,顺势而为。改进农村电子商务的绩效考核体系,激发农民电子商务能量。经验表明,农村经济社会转型真正成功的经验大多发源于草根,建议国家涉农主管部门切实加强基层农村电子商务调研,以及时发现、总结和推广基层创新经验。高度重视农村电子商务“领头羊”的示范作用,重点鼓励有上网经验的返乡大学生、务工人员和大村官等带头开展电子商务,鼓励引导各类电子商务专业人士到农村开展创业培训,鼓励成功的先行者现身说法,通过各种形式的宣传和农村“熟人社会”有利知识扩散的机制,广泛撒播电子商务的“神火”,促进涉农电子商务尽快星火燎原。

