

“互联网+”搭起农民创新创业大舞台



从以往看不上电视,到村村通宽带网络。四通八达的高速网络的普及正逐步改变着中国农村。更快速的信息交互和便利的销售、支付渠道打通了城市与农村之间的数字鸿沟,“互联网+”为农民搭起创新创业的大舞台。

本版文字统筹 王平

【现象】

“互联网+”激发农民创业热情

日前,农业农村部农产品加工局局长宗锦耀在国务院政策例行吹风会上表示,2017年,我国农产品加工业产值达22万亿元,休闲农业、乡村旅游营业收入达到7400亿元,各种创意农业、分享农业、众筹农业、电子商务等新业态、新模式层出不穷,这些都是“互联网+”催生出来的。“互联网+”不仅可以成为传统农业发展的催化剂,更可为激发农民创新创业热情的“兴奋剂”。

“互联网是个好东西,不但可以使我们增收,还能帮我们开创美好新生活。”吉林省延边朝鲜族自治州和龙市南坪镇高岭村村民孙立霞说。高岭村地处偏远山区,空心化情况严重,年轻人都外出打工,村里只有留守老人,村民收入普遍偏低,贫困发生率较高。

“村里通了光纤宽带后,在扶贫

帮扶工作组和村干部推动下,高岭山里的黄牛肉、黑木耳、松茸、山野菜等土特产通过网络远销外地乃至国外,还成立了互联网民宿旅游公司。”孙立霞说,网络为村里开启了一道通往富裕的大门,不少年轻人也开始返乡创业,山沟沟里的高岭村又开始红火热闹起来了。

同样,对于北京重要水源地之一的密云,具有得天独厚的环境优势,农产品资源丰富,但受到交通不便、观念落后及销售渠道等因素制约,很长时间以来,当地优质农产品难以实现应有价值。

毕业于北京理工大学的孔博,一直在思考如何通过新渠道和新模式解决家乡农产品销路问题。2012年孔博回到家乡北京市密云区河南寨镇中庄村创办了农产品销售电商企业密农人家,通过互联网渠道进行农产品的推广和销售,实

现了“互联网+农业”的优质结合。

经过几年发展,目前密农人家已拥有职工50多人,吸引了26名大学生回乡创业。与当地50多家合作社签约种植生产,通过密农人家电商平台在天猫、淘宝、京东、微信等渠道全年稳定供应140余种农产品销售。

农业农村部市场与经济信息司司长唐珂表示,线上线下结合,有力带动农业转型升级发展,实际上就是把互联网技术与农业生产、经营、管理、服务深度融合,“互联网+”将带动传统农业转型升级、提质增效。其中,在农业部门推动下,构建农村双创平台,提供农业农村发展新动能,益农信息社就是带动、发动当地乡亲们创业创新的一个重要创新平台。

偶然机会,廖建能回广西壮族自治区玉林市博白县沙陂镇荣飘村



探亲时,看到村里的留守老人和妇女在家干农活,生活艰辛,收入甚微。他决定放弃原有工作回村,希望通过种植高附加值农作物带领留守村民共同致富。

去年3月,廖建能召集了20多个留守老人和妇女,开始采用有机肥种植芋苗,他想凭借传统手工芋苗这个方式助力村民提高生活水平。一年时间里,芋苗种植面积达到230多亩,可以说收获颇丰,但是,这巨大的产量该如何推销出去成了廖建能最大心病。

就在廖建能一筹莫展之时,国家信息进村入户工程在去年底落地博白县,荣飘村创业项目迎来转机。廖建能立即申请建立了一家村级益农信息社标准服务站。通过积极参加国家信息进村入户工程组织的多次电商专业技术培训,并学习品牌构建知识,廖建能将纯手工芋苗打造成标准的电商产品“客家味道”,在电商平台等渠道打开了销售局面,一举获得市场好评。

【链接】

互联网+农业的8大创业方向

一、互联网+农产品营销

农村产业是一个很长的链条,农村电商其实有几十个环节可以关注和参与,不需要一味地从众开店。可以借助类似“拼多多”这样的网络渠道,跟上电商的节奏,助力农产品销售,实现自己的创业梦。

二、互联网+农产品品牌

目前,由于我国农产品整体的品牌缺位,所以其品牌打造空间更大,所以,未来品牌农产品将有更广阔的市场空间。

三、互联网+农资

农资电商是大势所趋。相对于其他行业,农资行业进入电子商务领域至少晚了10年之久,但终归还是来了,并且一踏入便迎来了好时候。既然好时候到了,创业者就该把握好时机,主动出击。

四、互联网+农业服务

2018年农业服务行业将迎来爆发期,经过3-5年的探索与实践之后,农业服务的模式、业态等将会趋于成熟,并快速进入整合期。所以,农业服务切入农业创业,说不定成功的几率会更大。

五、互联网+农业生产

互联网+时代下,一切都变得有可能。利用互联网,进行农业生产,既能省时省力,还能轻资产创业。不过具体做起来也就不是这么简单了。需要多方考察,当然也要有一定的资金。

六、互联网+农业保险

现在,农村金融和农业保险成为发展重点,我国第十三个五年计划的目标是农业保险参保农户覆盖率提升至95%以上,这意味着到2020年,我国农业保险将全面普及。互联网保险由于标准化程度高,无需物理网点,可采取移动互联网方式,因此在农业保险领域大有施展拳脚的空间。

七、互联网+农村金融

当前消费金融领域的各大场景相继成为“红海”,各资本市场和新进者都在寻找新的市场空间和发展契机。互联网下乡,尤其是通过互联网技术革新金融供需的农村金融,成为互联网创业的蓝海。

八、互联网+农业媒体

随着科学技术的发展,以手机、微博、微信、互联网等新媒体推广形式在消费者圈子里流传开来,它突破了传统的农业科技推广方式,摒弃了以往菜场买菜,电话沟通的形式,自媒体的运用是农业人的福音,未来的农业商机尽在于此。(摘编自《农业行业观察》)

【展望】

互联网+农村的未来空间

在未来,把互联网+农村仅仅理解为农村电商或农产品电商是不够的,而应该涉及生产、生活各个方面,放在经济、社会、生态、文化等维度来观察,以农村电商为先导,逐步向产业链倒推,再从生产向生活领域延伸,逐渐与智慧城乡并轨。具体应该在六个方面着力。

农民生产的便利化。比如农村淘宝的三大业务之一是“生态服务中心”,农民可以在村上交话费,取包裹,医院挂号,网上买票等。邮政的邮乐网也提出了“五不出村”的服务口号,基本内容差不多,但听着更接地气。各大电商下乡的内容中,农村便民服务方面都有涉及。

【建议】

一道一道迈过互联网+农村的槛

某种程度上讲,互联网+农村要成功,就是乡土气息要再重一些,与农村贴得更紧一些。要懂农村,然后要深入了解农村,最后一道一道迈过互联网+农村的槛。

做农村互联网首先要懂农村

从根本上说,农村是与城市相对的另一文明形态,二者分属于两个世界。目前,互联网+农村出现了“互联网”的盲目自信,导致与农村现实脱节。建议从事农村电商的人应该从读《乡土中国》这本书开始。书中所讲对农村电商至少有四点需要注意:第一,熟人社会。第二,风险平衡。第三,内部信任。第四,眼见为实。

需要互联网界真正去农村调研

农村消费的在线化。一方面通过电商改变农村市场供给不足的现状。每年“3·15”前后披露的农村假冒伪劣产品触目惊心,一个重要原因就是供给不足,只有原来的线下一条线,渠道单一,商品流通主体太少,有了电商就可以改变农村市场的供给现状。另一方面,释放农村新的消费潜力,供给和需求是伴生的,有需求才会产生供给,但新供给又催生新需求,电商的新供给带来了农民消费潜力的新释放。

农村创业的网络化。年轻人返回农村创业,核心在两句话:职业要体面,收入要可观;收入可观而职业不体面也不行。养猪种菜可能收入比城里打工还高,但年轻

人觉得不体面,所以不愿意干。但互联网创业很体面,当然现在收入还不是很可观,大多数从业者月收入2000元左右,但也觉得可以回去了,在城里待着不容易。而且,现在互联网创业非常便捷,一根网线,一个账号,一台电脑,随时就能开张,可以说门槛低,风险小,很灵活,年轻人很喜欢。

农业生产的智能化。开始是农业信息化的应用普及,跟着是农业物联网的推广,物联网之后是农业在线化的全面推进,农业大数据开始形成,与电商要求的标准化、质量可追溯及消费数据倒推生产转型逐渐衔接起来,完成农业基于互联网的现代化改造。

农产品销售的数字化。农产

苦革命,需要一系列综合措施的推进。推动互联网+农村,首先是理念输入。就是怎么样让当地的干部群众接受互联网这种理念。如果不能在理念上突破,没有认识或认识不清晰,那做起来肯定也无力。其次是深度融合。搞电商,不是为电商而电商,电商也不可能成为独立的产业,更多的是推动现有产业的在线化,即成为转型升级的新动力。但现在融合上却出了一些问题,就电商说电商,忽视了现有产业

的基础,怎么推也推不动。第三是培养人才。事业是靠人干出来的。但好多农村电商陷入没有人的尴尬境地,现在应该分领导层面、干部层面和从业层面,分别开展有针对性的培训,实施人才的跟踪培养。总之,互联网+农村,要以懂农村为前提,真正把互联网和农村融合起来。形象地讲,互联网这个阳春白雪与农村这个下里巴人要幸福地结合在一起,就必须表现出“家和万事兴”的状态来,而不是同床异梦,否则只能是失败。

(本文综合新华社、《农业行业观察》等相关报道整理而成)

