

中国农业电子商务发展途径分析*

梁 云, 刘培刚

(安徽财经大学 商务学院, 安徽 蚌埠 233030)

摘要 在科技飞速发展、人类社会不断进步的今天, 如何发展农业电子商务成为目前国内外专家学者研究的重要课题。文章从构建高效农业信息体系和农产品电子商务体系两方面, 探讨了中国农业电子商务发展的途径, 并提出了适合我国国情的农业电子商务发展策略, 以便让古老的农业搭上电子商务这趟现代化的“快车”, 实现中国农业经济的快速发展。

关键词 农业; 电子商务; 途径

中图分类号: F724 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-3456(2009)05-0001-05

Analysis on Approaches to Develop Agriculture E-business in China

LIANG Yun, LIU Pei-gang

(Business Institute, Anhui University of Finance & Economics, Bengbu, Anhui, 233030)

Abstract How to develop E-business in agriculture has become an important topic of research for scholars both in China and in other countries in today's world when science and technology are developing very quickly and human society is in constant progress. This paper explores ways to develop agriculture E-business in China from two aspects: establishing an agricultural information system with high efficiency and setting up an E-business system of agricultural products. In addition, this paper suggests suitable strategies to develop agriculture E-business in China so as to modernize the ancient industry of agriculture and achieve a quick development in China's agricultural economy.

Key words agriculture; electronic-business; approaches

目前, 许多学者及电子商务服务商都从不同的侧面研究农业电子商务的发展。主要从两个层面展开, 一是基于国家层面, 研究农业信息化的发展战略。①从技术的角度整合政府各部门信息服务平台和第三方服务平台, 设计了一套系统化的、服务于我国不同地区、不同层次的现代化农业电子商务服务体系。主要解决如何整合不同层次的信息和如何面对不同的信息终端问题; ②分析了政府主导型农业信息服务体系与非政府农业信息服务体系的差异, 提出了建立政府主导型农业信息化体系的基本思

路; ③提出了农业科研部门应该逐步建立起宏观决策、科学研究、生产经营和市场经济服务的信息产业。要建立发展农业信息产业, 需要进一步调整信息结构, 搞好农业信息资源的开发和利用。二是基于地方层面, 分析和探讨了某一地区的农业信息化现状和发展策略。①从构建县级农业信息服务体系应遵循的基本原则出发, 提出了构建县级农业信息服务体系的步骤; ②根据我国村镇现有的信息设备条件, 针对不同用户, 提出了构建村镇农业个性化信息服务模式。除此外, 许多专家学者就农产品市场

收稿日期: 2009-08-07

* 中华全国供销总社项目“供销合作社发展农业电子商务服务三农研究”阶段性研究成果之一(GXZSKY0713)。

作者简介: 梁云(1981-), 女, 讲师, 硕士; 研究方向: 电子商务、信息资源。

电子商务体系、模式、标准等方面也进行了有益的探讨。

但是,由于缺乏宏观上的调控,造成了目前农业电子商务服务平台建设重复、实用性差等,直接影响到农业电子商务的发展。因此,采取怎样的方式来整合目前不合理的状态,促进农业电子商务的发展,就成为一个非常关键的问题。

一、中国农业电子商务的发展途径

按照系统论的观点,整个农业部门可看作是一个巨大的系统。这一系统可用“农业产业链”来进行描述,具体包括为农业生产作准备的科研、农资等农前部门和以农产品为原料的加工业、储存、运输、销

售等农后部门。农产品的生产包括种植业和养殖业属农中部门,是“农业产业链”的核心或基础。这三个部门即构成了农业大系统的子系统。而在该“农业产业链”上,链与链之间是通过信息这一纽带进行连接或偶合,从而形成整个农业大市场体系^[1]。针对这种结构分布,可以大致把中国农业电子商务的发展途径分为两种:一是农业信息化建设,重点是构建高效的农业信息体系;二是农产品的电子商务建设,即重点扶持一些大宗、优势品种的相关建设,取得成功经验后再推广。其中,构建农业信息体系是发展农业电子商务的基础。中国农业电子商务的发展途径可用图 1 表示。

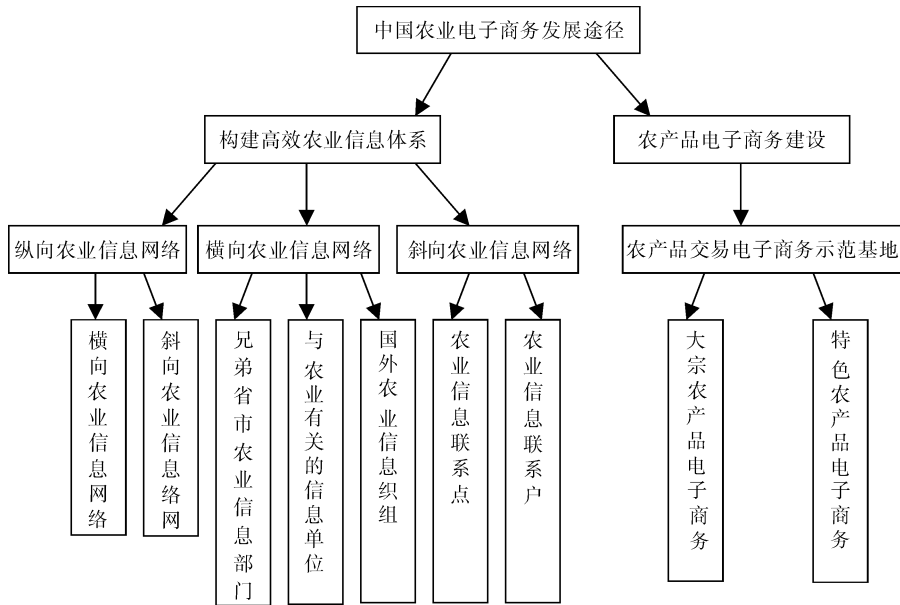


图 1 中国农业电子商务的发展途径

二、构建高效的农业信息体系

电子商务应用于农业,尤其在经济不发达地区,首先要解决信息的传递问题。仔细分析一下农业大市场体系中的每一个连接或偶合过程,我们发现,无论是农业技术的支持、农用物资的购买或农产品的定货、销售、运输、加工、广告促销及付款等等,无不是伴随着信息的流动,信息实际上是整个农业大市场体系的纽带。因此,发展农业电子商务首先就要运用现代信息技术手段建立起一个高效的农业信息体系。

1. 构建农业信息体系

根据我国当前农业的特点和今后的发展需要,我国的农业信息系统建设,应当建成纵向、横向和斜向三条信息网络,形成一个上下相通、左右相连、内外结合,纵横交错的网状结构。

(1)纵向农业信息网络。它是由中央、省(自治区、直辖市)、地(市、自治州)、县(市、自治县)、乡(镇)、村构成的农业信息网络,是农业信息网络的中枢。中央、省、地(市)、县的农业部门应设立农业信息的专门机构,如建立农业信息中心、农业信息服务站;乡建立四位一体(信息、技术、经营、培训)的农业

经济信息综合服务站;村建立包括信息、技术、农机、经营等服务内容的农业综合信息服务组(站),内设信息员,为民办组织。

(2)横向农业信息网络。这是为了能更好地为领导宏观决策提供依据而建立的。随着商品生产的发展,单纯一个农业部门很难完全搞清相关问题的实质,只有横向吸收多部门信息,才能从综合分析中抓住实质。横向农业信息网络包括与本单位有关的业务处室如种子、植保、土肥、推广、农机等部门的联络;与农业(局)有关的单位如粮食、水利、供销、商业、外贸、物价、气象、畜牧水产、农业科学研究等部门的联络,与兄弟省市农业信息部门、国外农业信息组织的联络,这种横向联络越广越好。

(3)斜向农业信息网络。它指农业信息部门直接联系的农业信息联系点和联系户,是为适应农村改革的新形势而建立的。党的十一届三中全会后,农村普遍推行了家庭联产承包责任制,原来以生产队为基础的三级所有制基本解体,给农业信息的上报下达带来很大困难,农业信息联系点、联系户的建设就是为适应这一变化的形势而建立的。实践证明,它既是从农村直接获得真实信息的重要方法之一,也是对纵向农业信息网络获取信息的补充和验证^[2]。

2. 构建农业信息体系的原则

(1)整体性原则。就国民经济信息系统而言,农业信息体系是子系统,是局部。把全国农业信息系统作为一个整体,省以下各级农业信息部门都是这个整体中的局部。就同一个农业信息系统而言,又分为纵向、横向、斜向等信息渠道,任何一个局部或渠道出现问题,都可能导致信道阻塞,影响到全局。因此,建立局部的农业信息体系,首先应当考虑到整个国民经济信息体系,下级农业信息体系要考虑到上级农业信息对应的关系,使之上下贯通,左右相联,协调发展^[2]。

(2)适应性原则。一是要适合于国家经济体制的发展。在社会主义农村市场条件下,领导指挥农业生产和农民发展商品生产都要考虑到社会性(满足社会需求)、市场性(缺什么种什么)、商品性(什么值钱种什么),农业信息体系的建设要有利于为领导提供决策信息服务,有利于为农民提供生产、科技、市场信息服务。二是要适合于当地经济发展。一般地讲,农村经济越发达的地方,农业结构调整变化

快,农业信息意识强,农业生产比较发达,对信息的需求量大,要求农业信息系统网络健全,因而人员、投资应当相对增加。三是要适合于农业系统的发展。农业门类繁多,涉及面宽,都要求发展自己的系统,难免会出现队伍庞大、力量分散、工作上各行其是、互不配套等现象。不仅造成人浮于事,人、财、物的浪费,也不利于各项服务工作的发展。为了克服不足,必需视具体情况来构建。如在乡(镇)级应建立信息、技术、培训、经营“四位一体”的农业综合服务组织,这样信息人员可以兼职其他技术工作,其他技术人员也可兼职信息工作。

(3)普遍性原则。农业信息体系要与人、机相配套,人是农业信息体系的建设者,又是组成者,没有人,系统就是空架子。体系中的“人”的含义主要包括人员数量、人员素质、人员结构。

(4)与时俱进原则。要充分考虑到农业发展的新特点。在新的经济形势下,由于市场化、商品化逐步增强,领导和农民对信息的要求发生了变化,这就要求农业信息体系也要做相应的调整。

(5)规范化原则。农业信息体系要实现规范化。譬如,对各级农业信息部门人员数量、人员组成、人员结构、人员素质的要求,对系统内各组成要素(包括纵向、横向、斜向等信息渠道)的要求,都要有一定的规范^[2]。

三、农产品电子商务建设

电子商务是一项新生事物,由于技术发展速度很快,所以应先进行试点,以便根据新的形势和问题制定相应的政策、标准,在取得经验的基础上推广。具体在农业上的操作应在已有发展经验的基础上循序渐进、稳步发展。

在构建农业信息体系的基础上,各个地区根据本地的资源优势 and 农业发展的策略部署,可从农产品入手,优先发展一批电子商务示范基地。而所有的农产品要想一步到位全部实现电子商务是不可能的,必须根据不同类型、操作难易程度,逐步上网,分步实施。因此,目前各地应在已有的基础上,根据本地的资源优势 and 农业发展的策略部署,建设一批重点品种的示范工程,再由点到面地铺开。

1. 重点发展两类农产品电子商务

目前应重点发展大宗农产品和特色农产品的电

子商务。一方面,各地应根据本地优势,发展具有优势的大品种,可利用电子商务做大做强;而另一方面,对于独有的一些名优特色农产品也可以独辟蹊径,开展国际电子商务,打造国际知名品牌,以图向外发展。

2. 农产品电子商务模式

针对上面重点发展的两类农产品电子商务可采用的模式有:

(1)第一类大宗优势农产品商务模式。在商家和企业尚未建立自己的体系之前,主要是以提供信息中介服务来帮助农产品企业获得相关农产品信息,开展网上交易。这个阶段主要采用的是农产品信息中介、目录、虚拟社区等信息服务为主的模式。当农产品企业发展到和上下游供应商和经销商等中小型企业构成庞大的供应链和价值链体系的时候,大型农产品企业就开始采用价值链整合模式,以提高自身的竞争力。当农产品电子商务业务发展到高级层次时,可采用第三方交易市场模式。第三方交易市场模式通过有效的网上交易手段及和约交易,能够减少交易的波动幅度,所以是最适合大宗农产品电子交易的模式。

(2)第二类名优特色农产品商务模式。对名优特色农产品可采用品牌主导型模式,即通过对客户关系的集中管理,在电子商务平台上实现定向销售,以提高资金周转和物流效率。

3. 重点构建两类农产品电子商务基地

如上所述,可把这批农产品电子商务基地分为两大类:

第一类:大宗农产品电子商务。打造电子交易中心对于大宗农产品产区,尤其是有特色产品优势的区域就特别重要,因其优势产品规模大、低成本、低价格的区位优势,应该突出产区中心批发市场的建设。产区中心批发市场的发展,将对周围地区产生更强的辐射扩散效应,同时还可以大大提高整个区域的竞争力。

第二类:对于特色农产品的电子商务,重点是围绕其特色做文章。利用互联网宣传和推广特色农产品,扩大知名度;实现电子商务平台上的定向购销,打破时空界限,拓展国际商务关系,建立品牌,使名、特、稀、优农产品走出国门,走向国际市场。

四、农业电子商务发展战略措施

1. 构建高效的农业信息网络体系

(1)完善农业信息体系的软硬件设施。传递准确的产品信息是成功实施农业电子商务的前提,为此应加快农业信息体系建设,加强对农业信息资源的研究、开发和利用。硬件方面是建设好以公共电信网、广播电视网、有线电视网为主的省、市、县三级农业信息网络体系、农业科技信息资源数据库、农业信息监测与速报系统及农业专家系统。软件方面是要面向各级农业管理部门,针对农业生产的各个方面,建立农业宏观生产经营管理智能决策支持系统,以提高农业宏观管理的科学性和预见性。

(2)成立部门间信息管理与协调小组,保证信息的权威性和一致性。目前中国发布农业信息的部门有多个,各部门之间缺乏统一性,导致同一问题发布的数据信息相差较大,信息用户决策时也感到比较困惑,从而在某种程度上削弱了信息的权威性。为保证信息的权威性、真实性和可信度,可以考虑成立一个部门间的协调小组,各部门在发布信息的内容上、详细程度上各有侧重,但国家一级的农业信息必须保持口径一致,以增强信息的权威性,从而为政府及相关信息用户决策提供较为准确、可信的信息,提高信息的有效性。

(3)加大农业信息体系建设投资,强化农业信息公共服务。中国的科研人员,一方面要花大量的时间搞科研,另一方面要积极去争取科研经费,以维持机构正常运转。而国外发达国家的农业部及其所属机构的工作人员都属于公务员编制,他们的工作经费都由财政支持。因此,他们不必花费大量的时间去争取科研经费。而要改变目前这种现状,政府需要加大财政支持,要把农业信息工作当作政府的一项公共服务职能,相关机构才能有更多的精力投入到实际工作中^[3]。

2. 农产品电子商务发展策略

(1)逐步实现农产品网上交易。针对目前我国电子商务发展所处的阶段,逐步实现农产品网上交易的目标是:采用多种交易形式,特别是加强前瞻性和个性化服务,逐步形成一个网上交易市场,使农民及农企利用互联网做生意得到普及。其中,可采取多种交易形式,例如拍卖。为了适应电子商务的需

要,我们可先易后难,在配送体系的建设尚不完善的前提下,对一些时效性很强的鲜活产品如新鲜蔬菜水果花卉等可先试行拍卖制,即世界各地的竞买者不需到拍卖现场直接参加竞买活动,而只是借助网上的虚拟平台就可以直接参与买卖,这样既降低竞买成本,又可以使参与竞买的人数不受拍卖场所的限制。

网上交易集市可从交易中介做起,开设网上农产品超市,结合电话、手机、传真、电子邮箱等多种方式,为产供销农户提供便利、高效、详尽、准确的信息服务。超市的交易平台可供不同区域的产购销商在网上进行交易,签订生产购销合同,同时充当交易双方的信用中介。并通过制作网页,开展网络营销宣传等手段促进农产品交易和信息流通。

(2)建立好品牌农产品电子商务平台。品牌农产品电子商务平台是建立在商务平台上的互联网节点,能够把不同的从事品牌农产品生产、加工和销售的企业聚集到一起开展商务活动。一个品牌农产品电子商务平台通常把品牌农产品的买卖双方汇聚到一个虚拟的中心市场上,此外被汇聚到这个平台上的还有金融机构、物流企业、产品检测检疫机构等组织和部门的人员。品牌农产品电子商务平台支持不同企业间的一切与交易和互动相关的活动,而且还使得企业之间在设计、开发、生产以及最终产品在供应链上的分销实现合作^[4]。由于品牌农产品已经具备一定的品牌影响力,电子商务平台作为一种媒介为品牌农产品的品牌表达与传播提供了一个更加广

阔的空间,同时电子商务平台也是品牌传播的有效渠道。

要建立品牌农产品电子商务平台,应不断完善信息组织结构,力求做到多样化,多层次表达信息。只有通过多层次、多样化的信息表现方式才能构建一个立体的产品品牌概念,用户才能从多个方面、多个角度去了解某种品牌农产品,这样更有利于品牌农产品在网络空间中开拓广阔的市场空间。

(3)建立安全的支付体系。最高层次的农产品电子商务要求交易者采用电子资金支付的方式。为此,一方面要完善在线支付系统,针对农村的金融状况,目前应重点加快农村信用合作社的业务创新,配合其它银行共同提供相对完善的电子银行业务。同时要提高农民对电子支付方式的认识,提高利用率;另一方面,要加强网络的安全性,增强交易主体对电子支付的信任度。

参 考 文 献

- [1] 宫正. 吉林省农业电子商务的发展及其策略分析[D]. 长春: 东北师范大学电子商务学院, 2006: 23-26.
- [2] 谭文藻, 李建玲. 农业信息系统工程[M]. 北京: 中国农业出版社, 1995: 143-151.
- [3] 许世卫, 李哲敏, 李干琼. 美国农业信息体系研究[J]. 世界农业, 2008(1): 44-54.
- [4] 陈小梅. 我国农产品电子商务发展研究[J]. 北方经贸, 2007(7): 62-64.

(责任编辑: 侯之学)