



作为一种新的经济形态，互联网经济为我国传统农产品流通方式注入了变革的力量。“互联网+农业”所产生的各种积极变化正在涌现——

电商下乡 流通升级

本报记者 乔金亮

电商下乡入村帮助当地农民解决农产品“卖难”的故事，正在各地不断上演。黑龙江省勃利县九龙村的农户崔景昌，最近就感受到了互联网带来的巨大变化。该村滞销土豆曾经多达50万斤，一直找不到买家。往年可以作为种子卖掉，但由于去年土豆价格较低，用种需求也减少很多。村民也想卖给淀粉厂，但附近淀粉厂停业，无人收购。眼看就要烂在地窖里，村民们非常着急。

此时，一家名为“一亩田”的农产品交易平台走进了崔景昌的视野。收到求助信息的“一亩田”工作人员王贵田来到该村，帮助村民下载“一亩田”APP并发布了滞销信息。几天后，哈尔滨的土豆采购商方老板来到该村，买下了全部滞销土豆，令村民喜出望外。

互联网可以有效降低流通成本、精准对接产销，不仅在城市催生了很多生鲜电商，而且为广大农村带来了流通方式的创新发展。黑龙江勃利、甘肃陇南、贵州铜仁等地，农产品电商异军突起，将

良好的生态环境通过电子商务转化为经济价值。不少互联网企业都把农村电商看做“蓝海”，阿里、京东从去年开始分别实施“千县万村”、“渠道下沉”战略，力求形成工业品下乡与农产品进城双向互动的流通格局。

我国农产品电商发展已经进入成长期，正在转向多元主体联合驱动，从长期徘徊于信息服务到实现在线交易。眼下，农产品生产、加工、流通等各类市场主体都看好网络销售。组织化、品牌化，推进农产品电商发展的作用凸显。在实体店经营的基础上，引进电子商务，线上线下相结合，网店与实体店比翼齐飞。

尽管各类农产品电商飞速发展，但数据显示，去年网络零售额占社会消费品零售总额的10.6%，而农产品电子商务经营额仅占农产品销售总额的3%左右，比前者低7个多百分点。可以说，互联网对于农业流通的作用还有待进一步挖掘。

业内人士认为，当前农产品标准化

不足、生鲜物流不配套以及信息不对称等均对互联网促进农产品流通构成障碍。一是农产品生产标准和质量标准缺乏统一。农产品的产品标准、包装标准、配送标准、验收标准、质量标准等制定得不够完善；二是一些农村地区偏远，物流的触角延伸不够。生鲜农产品物流业发展明显欠缺，保鲜技术、储存能力、配送力量参差不齐，尤其是冷链物流能力不够；三是由于信息不对称，购买方会存在一些顾虑。如有些农产品声称“有机”，但实际上不是“有机”，有些说是土鸡蛋，但实际不“土”，交易规则、安全追溯、索赔机制、纠纷解决与仲裁等建设仍不够。

农业部市场司司长张合成认为，互联网与农产品流通深度融合，要统筹好农业公益服务资源和农村社会化服务资源这两类资源，构建起政府、服务商、运营商三位一体的推进机制，实现信息精准到户、服务方便到村，探索建立政府修路、企业跑车、居民收货的可持续发展机制。

针对目前的薄弱环节，要加快优质农产品信任体系建设，出台支持农产品电商信任体系建设的法律法规。进一步加快标准体系建设，加强对现有农产品标准的应用、管控，对生产、加工、流通全程质量标准进行把关。鼓励物流、快递公司向偏远地区延伸业务，培育有利于农产品电商交易的生态圈。重点解决好生鲜农产品物流条件，对从事冷藏、冷链农产品运输的企业给予政策优惠。鼓励多建小型区域性生鲜农产品电商配送基地。

区域性、季节性的“卖难”最让社会关注，张合成认为，可以建立农产品应急销售电子商务平台。这一平台要在全国范围内进行信息采集和汇总，并共享国家农产品预警信息，同时将若干种类需紧急销售的农产品集合在一起，如某个时间点，四川的柑橘卖不出去、但草莓价格很好，江苏的草莓卖不出去、但柑橘畅销，就可以开展“易货”贸易，一般会有利润空间。

延伸阅读

土地流转“尝鲜”O2O

本报记者 许红洲

“互联网+土地流转”，就是要把线上和线下有机融合，把互联网技术落实到土地流转方式、产品、服务等环节，让土地流转更便捷高效，让参与者特别是农民从中受益

“通过土流网，才3天时间我的土地就流转出去了，而且最后成交的价格还高于预期。”说到自己刚刚完成的一笔土地流转，辽宁省辽阳市白塔区的老王满脸笑容。

老王所说的“土流网”是目前我国最大的土地流转综合服务机构，通过线上线下业务的有机结合，目前网站土地总挂牌面积已达3.4亿亩，成交9000余万亩，在全国拥有80万认证会员和137家区域流转中心。

2009年，对于土流网创始人伍勇来说，是不平常的一年。当年中央一号文件提出，建立健全土地承包经营权流转市场，鼓励有条件的地方发展流转服务组织。当时还在上大学的伍勇从中嗅出了重大创业机遇。在咨询了国土等相关部門、游说同学组建了技术团队后，土流网在2009年6月25日第19个全国土地日正式上线服务。

“当时的想法比较简单，有点像房屋中介，就是通过互联网手段，建立一个土地流转网络平台，打破区域限制，帮助农村解决信息不对称的问题，把农民手中的土地租出去。”伍勇告诉记者。

伴随着我国工业化、信息化、城镇化和农业现代化进程的加快，土地流转和适度规模经营成为发展现代农业的必由之路，有利于优化土地资源配置和提高劳动生产率，有利于保障粮食安全和主要农产品供给，有利于促进农业技术推广应用和农业增效、农民增收。

土流网作为信息中介平台，一头连接想出租零散土地的农民，一头连接想要规模化经营的投资者和种养大户，要做的就是撮合交易，最大限度地促进土地流转的进程。

经过几年的摸索，伍勇发现在提供信息服务的背后，还有更多事情可以做、应该做。2012年开始，土流网尝试使用O2O模式，将土地服务从线上延伸至线下，发展土地服务产业链及拓展各地服务网点。线上网站平台发布土地供求信息，线下区域流转中心提供陪同勘察、价值评估、法律咨询、项目策划、抵押贷款等一系列相关服务。

由此，土流网培养和建立了一支土地经纪人队伍。他们把一批愿意从事土地流转业务的年轻人培训成经纪人，让他们在家乡收集邻里乡亲的土地流转信息上传到土流网。这样，就形成了一个遍布全国上千个县的土地经纪人网络，汇聚形成了数百万亩的土地流转信息。

谈到“互联网+”行动计划，伍勇非常振奋。“‘互联网+土地流转’，就是要把线上和线下有机融合，把互联网技术落实到土地流转方式、产品、服务等各个环节，让土地流转更便捷高效，让参与者特别是农民从中受益。”

沿着这一思路，土流网把技术做得更实在、更实用。比如，研发上线了两款APP。土流网手机客户端不仅能提供土地信息，还能对土地进行测量、估价；除此之外，搜索、查地价、地图、申请代理等功能也一应俱全。比如，自主研发了GPS测亩仪，利用智能手机GPS模块开发的手机应用，用户下载后只需围绕土地走一圈即可获取土地的实时面积、坡度、周长、海拔等基本数据。

经过近6年的收集整理，土流网的土地大数据中心积累了包括土地数据、用户数据、行业数据在内的三大部分海量信息。基于此，土流网目前正在加紧研发农业生产预测工具，利用物联网、云技术对影响农业生产的日照、肥力、土壤干湿程度等因素进行大数据分析，科学指导农民适时施肥、浇水等。此外，农民还可以通过大数据，掌握最新的农产品生产种植数据和未来趋势收益预测数据，结合自身及市场情况合理制定种植方案，有效降低生产投资过程中的风险。

采访札记

做个专心“新农人”

言又新

当前，在三农与互联网加速融合的进程中，一个新群体——“新农人”应运而生。拥有互联网思维、具有创新精神和能力，是新农人区别于传统农民、新型职业农民的最大不同。

在“互联网+”的大背景下，新农人在整个农业产业链的各个环节推动着三农触网，比如农资销售、土地流转、农业生产、农产品销售等等。他们为传统农业转型升级迈向现代化注入了新的能量，成为农村建设和农业发展的新推动者和引领者。

来源广泛甚至跨界而为，是新农人群体的又一特点，他们中有返乡创业的大学生和大学生村官，也有白领、科研技术人员等各界人士。他们带着创业梦想以及实现人生价值的愿望，加入到规模正在不断壮大的“互联网+农业”的创业大潮中。

土流网的创始人伍勇和他的团队是新农人，且是创业成功的新农人。但伍勇也坦言，创业不易，远比自己想象和别人看到的要艰难得多。因此，面对风头正劲的“互联网+农业”的创业大潮时，创业者要清醒地认识到舆论压力、资金缺口、经验缺乏等诸多注定会遇到的问题，同时在开拓创业局面的过程中，最为重要的是守住一颗“农心”。面对种种困难，只有那些始终坚守真心为农业、农村、农民服务的创业者，才能渡过难关迎接曙光；而那些只是想追赶热潮并非踏实作为的浮躁者，注定要被市场淘汰。

本版编辑 来洁

链接

《2014-2015中国农产品电子商务发展报告》指出，目前我国只有大约1%的涉农交易类电商能够实现盈利——

涉农电商 盈利不容乐观

本报记者 艾芳

日前，中国食品(农产品)电子商务高层研讨会发布了《2014-2015中国农产品电子商务发展报告》。中国食品(农产品)安全电子商务研究院院长、北京工商大学教授洪涛表示，虽然目前我国涉农交易类电商接近4000家，但因为受到市场无序竞争、物流成本高等影响，只有大约1%的电商能够实现盈利。研讨会由中国食品工业协会诚信联盟和中国食品(农产品)电子商务研究院共同主办，龙宝溯源商城等承办。

报告指出，2014年我国涉农类电商企业达到3.1万家，其中涉农交易类电商有4000家，形成了“两超、多强、小众”的市场格局，其中阿里、京东组成的“两超”占据了主要份额，而近年来一些新兴农产品电商也在获得注资后，形成了属于自己的特色发展模式。据统计，阿里平台农产品销售额从2010年的37亿元增长到2014年的超过800亿元，年均增速为112.15%。而淘宝网生鲜电商方面，2013年全国生鲜电商交易规模高达130亿元，同比增长221%，预计2014年达到260亿元。

对于我国农产品电商存在的问题，洪涛认为，电商网站建设同质化现象严重，导致了竞争无序、亏损经营，甚至建站与关站并存。报告统计，目前国内涉农交易类电商中只有1%能够盈利，7%有巨额亏损，88%略亏，4%持平。

农业部市场与经济信息司市场流通处处长张国说：“目前很多人对农产品电子商务的认识还不充分。如果每家农户都做电商，会造成第一天卖完货、第二天没货卖的情况，对资源也是一种浪费。”他建议，要集约化发展农产品电商，树立品牌意识，探索农产品电商赢利模式。

“不能以城市电子商务模式去考量农村电子商务模式，农村和城市的消费习惯与思维方式不同。”中国国际经济中心学术委员会副主任黄海认为，以北京的城中村超市为例，他们销售的产品与城市超市的品类有差距，但生意一样很好，目前发展农村电子商务应该突出个性化与差异化。

商务部电子商务司副巡视员聂林海认为，农村电子商务发展可借鉴金融市场的中远期交易及定制、配额生产，有效规避“小生产、大市场”的传统生产方式与现代电子商务的冲突。

物流作为农产品发展的“老大难”问题仍然存在。聂林海表示，我国一直存在物流成本高企的问题，其根本原因是信息不对称，目前约有物流企业70万家，相关配送车辆170万辆，但是公路上40%的货车处于空驶，物流行业发展过于分散，解决这个问题必须加快建设智慧物流。



“乡土山药”网上卖

近年来，随着互联网经济的迅速发展，“中国山药之乡”山东省邹平县长山镇农民开始尝试借力电商渠道销售本地特色农产品。他们通过自建销售网站和在淘宝、京东等电商平台进行销售，目前已经有20多个村共1000余户农民加入到电商队伍中来，每年网络销售达4000余吨，占全部山药年销售量的近一半，并呈逐年上升趋势。

网络销售具有季节稳定性，有效拉长了山药销售的时间链条，助推了销售价格提高，改变了以前只是通过经销商在秋冬季节销售且价格低的情况。目前，网络营销逐渐成为邹平农村农产品销售的新常态。

- ① 山东省邹平县长山镇一家山药开发公司工人在包装网络客户订购的山药片。
- ② 公司工人在核对发货单。
- ③ 公司工人在核对公司销售网站上山药货品信息。

本报记者 翟天雪 通讯员 董乃德摄影报道

农业园区试水“线下推广、线上订购”新模式

陕西阎良有个“青年果蔬公寓”

本报记者 张毅 通讯员 何汪维

参观“果蔬公寓”，讲解吊蔓甜瓜、樱桃番茄、茄子等科普知识，移栽西红柿苗互动体验……前不久，热闹非凡的“青年果蔬公寓”农耕旅行科普游园活动在“果蔬三号公寓”丰富园区又一次开始了。

陕西省西安市阎良区是远近闻名的瓜果之乡，设施农业更是走在发展前列。在“互联网+农业”的热潮下，阎良的3个“85后”青年聂战辉、万光荣、韩百虎利用网络创办了“青年果蔬公寓”，想通过自己的绿色创业实践诠释土地生命的梦想。

“青年果蔬公寓”是集农业园区宣传推广、农业休闲观光与科普活动策划、绿色农产品线上线下销售于一体的网络平台。”发起人韩百虎这样描述“青年果蔬公寓”的职能。

据韩百虎介绍，当初创办“青年果蔬公寓”，就是想通过“互联网+农业”这种新模式，在线上做好品牌传播，在线下把好产品质量，实现农业园区农产品电子商务“线下推广、线上订购”的协同发展。聂战辉是“青年果蔬六号公寓”阎良区雨哈家庭农场的负责人，也是“青年果

蔬公寓”的创办人之一。他认为，通过“青年果蔬公寓”微博微信等公众平台和入驻公寓的农业园区联合形象店，可以不断整合阎良现有的以农业为主体的文化、旅游、科技等休闲娱乐资源，创新设计市民喜闻乐见的休闲旅游方式和路线，架起家庭消费需求与园区农产品销售之间的通道。

虽然现在“青年果蔬公寓”只创办了不到3个月，但是微信公众号关注人数已达600多人，并吸引了陕西西咸现代农业园区、陕西丰源现代农业园区、西安秦宝现代农业园区等8家阎良地区规模较大、基础设施较好的新型农业经营主体入驻。

从创办至今短短几个月的时间，“青年果蔬公寓”通过策划组织互动农业、采摘体验、科普观光活动进行品牌推广，既取得了很好的宣传效果，也让园区获得了实实在在的利润。据了解，在“青年果蔬公寓”第四期“农耕旅行”之童趣微科普游园活动中，“青年果蔬三号公寓”丰富园区仅在活动的3个多小时，就卖

出了2500多元的农产品。

如今，“青年果蔬公寓”不仅吸引了越来越多的农业园区入驻，还吸引了“中飞旅游”、“蓝天会展”、“东尚假期”、“东方沸点教育”等多家阎良及周边企业前来做关于农业科普主题的活动策划。“我们的近期计划就是做阎良及周边‘农耕旅行’科普游园活动的地图和护照。”万光荣说。目前，“青年果蔬公寓”正在与“西安菜果园”、“周末果生态食品淘宝企业店”等电商平台洽谈合作，近期将会把自己果蔬公寓的农产品放在网上进行销售。

“青年果蔬公寓”独特的发展理念为阎良“互联网+农业”模式作出了表率，也将吸引更多年轻人通过互联网平台实现自己的乡土梦想。”据阎良区农林局干部王恒介绍，除了“青年果蔬公寓”外，该区还有包括“小农哥电商”、“F2F云智能电商”、“羊奶粉淘宝店”、“相枣淘宝店”等大批电商销售平台正在如雨后春笋般崛起，将为阎良农业发展注入新的动力和活力。