我国约有115万个农业服务主体，但为农服务水平仍有待提高——

突破“一公里”瓶颈招数变新

本报记者 乔金亮

服务中心

我国农业生产服务的对象量大、面广，虽然拥有数量庞大的农业服务主体，但却普遍存在服务水平不高、优质服务供给不足的情况。随着农业集约化发展，农产品产前的“最后一公里”和产后的“最初一公里”障碍越发凸显，公益性服务机构和经营性服务组织的协调发展也变成为农服务的关键。农业服务业发展，还要应对众多挑战——

时下，无论是新型农民还是传统农户，不管是农民合作社还是家庭农场，从事农业生产都离不开农业服务。8月22日，农业部市场司司长唐珂表示，未来农业社会化服务市场规模将超过2万亿元。

当前我国拥有约115万个农业服务主体，但农业服务却存在“一公里”瓶颈。如果以农产品产出为中心看，往前的农技服务存在最后一公里问题，先进的农技难以赢到终点线上；往后的初加工服务存在最初一公里问题，产后损失率容易输在起跑线上……

“落地”农技服务最后一公里

“在穗期使用杀虫剂、杀菌剂、叶面肥等混配剂，是农业部小麦专家组推荐的小麦防病虫、增粒重的有效手段。但眼下农村都是老人在种田，即使知道能有效增产，又由谁来为农民提供服务？”今年“三夏”期间，在河南采访时，一位基层农业干部这样问记者。

河南农区的农技服务水平在全国已是很高，但依然有不少农户面临类似难题。河南息县彭店乡农民柳学友是全国种粮大户，他说：“乡镇里植保人才很缺，农民不会使用新型植保机，药物配比、机械喷撒等掌握得也不精准，农药残留容易超标。”为解决植保难题，柳学友组织起了自己的植保劳务队。

“一个电话就能来，价钱也不贵。我60岁的人了，一个人背着几十斤重的喷雾器太沉了，也喷不了多少。专业农化服务队给我们统一喷药，种田省心多了。”邻村农民徐丙瑞种了2亩小麦，他体会到了植保劳务队的好处。

据农业部门调查，各地基层公益性农技服务队伍普遍存在人员老化、素质偏低、结构不合理等问题，导致农技服务难以到达最后一公里。以河南省为例，县乡两级农技推广机构中，农技人员45岁以上的占到37%，而35岁以下人员仅占22%。而对于经营性服务机构，由于竞争压力大、市场空间小、盈利能力弱等问题，不少农机和植保服务队往往难以仅靠农机或植保服务维持运转。

中国社科院农村所副所长杜志雄曾多次赴各地调研，对农技服务的发展现状和挑战深有体会。他表示，要培育服务主体、整合服务资源，形成多元化的农技服务发展格局。可以把合作社办成主要为农业生产者提供生产服务的主体，通过政策激励引导各种服务向功能互补方向延伸。

随着农业规模化程度的提高，新型经营主体对关键环节的技术服务需求很大，同时自身也成为农技服务的天然平台。内蒙古乌拉特中旗水果玉米专业合作社理事长马瑞强说：“我们开发了APP，用户给玉米拍个照、发语音，上传系统。几分钟后，平台给你推送专家，专家会告诉你，是什么病，怎么治，用多少药。”通过简单的互联网应用，把传统的农技服务的痛点解决了。眼下，农民合作社拥抱互联网已成为农业服务的一种新形式。

“保鲜”储藏服务最初一公里

由于我国农产品最初一公里基础设施不完善，产地储藏、保鲜、烘干等初加工服务设施简陋，导致每年农产品产后损失超过3000亿元。其中，农户储粮造成粮食损失约2000万吨，产后损耗马铃薯约1600万吨，水果约1400万吨，蔬菜约1亿吨。以最突出的蔬菜为例，我国蔬菜的产后损失率为欧美发达国家的4至5倍。

农业部农产品加工局局长宗锦耀说，据测算，如产地初加工设施服务到位，马铃薯可存放半年以上，苹果、胡萝卜等果蔬可存放5至6个月，果蔬产后损失率从15%以上降至6%以下。2012年起，农业部、财政部出台农产品产地贮藏加工补贴政策，旨在提升储藏、保险和烘干服务能力。政策实施4年多来，已推动农民减损、错季增收94亿元，并且设施的使用年限都在15年以上。

目前，各试点区域产后储藏服务在提速。陕西省眉县通过建设新型贮藏冷库，猕猴桃贮存期延长，产后损失率由10%降至3%；宁夏新建设的枸杞烘干房比传统晾晒方式晒干的枸杞质量明显提高；新疆南疆地区建设的1500座杏烘干房项目，带动了农民就业增收，转移农村富余劳动力近7万人次。

通过延长农产品储藏期，还有效解决了收获期集中上市、价低、卖难等问题，实现了农产品的错季销售和均衡供应。福建省建宁县莲子产业远近闻名，未建冷库前，由于田间设施简陋，贮存条件差，导致莲子易发生虫蛀和霉变，只能产后集中上市销售，价格很不理想。建宁县引导农民合作社统一建设莲子冷藏设施，有效稳定了莲子的售价。

尽管如此，目前实施补助政策的省区新建储藏、保鲜和烘干能力不足实际需求量的10%，远远不能满足需求，许多地方出现“一窖难求”“一库难求”的局面，农民要求提高产地贮藏、加工服务能力的呼声较高。各地希望配套服务跟上，破解因贮藏加工能力不足造成的巨大浪费。

▶四川达州市达川区福善镇清河村，农机“保姆”为当地农户免费检修收割机。 陈国岳摄

◀在山东阳谷县博济桥街道丰源育苗工厂内，农技人员正在向职业农民培训蔬菜种苗的嫁接技术。 陈清林摄

▶江西新余市渝水区下村镇金勾村演示人员操控无人植保机在进行飞防作业演示。 周 亮摄

“搭建”生产服务最佳一公里

传统观点认为，服务业要素与资源主要集聚在城市，资本的逐利行为注定了各种服务要素更愿意供给人口密度高、经济发达的城镇地区和工业领域，而不愿意走向人口密度低、缺乏规模经济和效率的传统农业。总体看，专业化服务提供商面对分散的农业服务需求，缺乏提供服务的积极性。

不过，优质农业服务供给不足的情况正在改变。近年来，中央财政安排基层农技推广体系改革与建设补助项目，目标是基本覆盖全国农业县。主要用于支持项目县深化基层农技推广体系改革，培育科技示范户，实施农技推广服务特岗计划，开展农技人员知识更新培训，建立健全县乡村农业科技试验示范网络，全面推进农业科技进村入户。目前，全国农业公益性服务机构达到15.2万个，经营性服务组织超过100万个，涵盖了农业生产的诸多环节。

发展现代农业，必须建设覆盖全程、综合配套、便捷高效的社会化服务体系。杜志雄认为，首先，改革完善有利于农业生产性服务业发展的体制与制度环境，提高农业生产服务的共享性。通过构建各类公共服务平台，如人才服务平台、信息服务平台、装备服务平台等，提高资源使用效率。其次，加强农业生产性服务业人才队伍建设。通过规划引导、政策扶持、资金投入等方式，加快农业生产性服务业人才培育。此外，加快农村地区金融业发展，增强对农业生产性服务业的金融支持。

“加快构建公益性服务与经营性服务相结合、专项服务与综合服务相协调的新型农业社会化服务体系。”全国农技推广服务中心主任陈生斗认为，要推进农业社会化服务体系，需要强化公益性服务机构建设，在完善服务内容、提高服务能力上下工夫，使公益性服务机构真正做到全覆盖、有保障；还要培育农业经营性服务组织，采取政府订购、定向委托、奖励补助、招投标等方式，引导经营性组织参与农业服务，大力开展农技推广、农机作业、统防统治、产品营销等各项生产性服务，满足不同经营主体对社会化服务的需求。

面对产业链条长、家装公司不可控因素多等“痛点”——

互联网家装平台投入由“轻”变“重”

本报记者 刘 瑾

服务焦点

近日，不少网友吐槽通过互联网家装平台遭遇的“坑”。“签约时说得挺好，可每次去现场大小问题一堆，工期一拖再拖，还天天催着增加装修项目，真不知道跟以前的马路装修队有啥区别？”《经济日报》记者在采访中了解到，报价虚高、隐形增项多、质量没保障、售后服务低劣、用户体验糟糕……这些传统装修的“黑幕”仍存在于不少互联网家装平台。

“早年通过互联网平台做家装撮合生意时，我们给用户的体验依赖于好的装修公司和材料商，但对装修公司的控制力是有限的。”齐家网创始人邓华金出席亿欧公司主办的2016中国“互联网+”创业创新大会时，透露公司早年投诉率居高不下，公司对不好的装修公司也很无奈。“装修是一个行业离散度高、线下交付难、交付周期长的产品，高度依赖于人、依赖于本地化。因此，家装是个浑身有痛点的行业，互联网并非‘万能药’。”

土巴兔创始人王国彬也表示：“目前土巴兔平台每天有3万个登记请求订单，独立访问用户每天达400万，需要在同一时间把全国上万个工地管理好，这和传统装修公司一个月做几百上千个订单是截然不同的。”

2015年初起，互联网家装行业受到了资本前所未有的关注，每一个创业者都期待运用互联网思维和技术有所作为。但无论互联网家装也好，传统装修也罢，归根结底还是要落在工程质量上，为用户创造价值。互联网可以改善家装公司运营效率和获客方式，可以快速打造一个新的品牌，但不能替代装修中的每一道工序。“互联网+”对行业的冲击，主要是淘汰那些低质装修队，引导行业向更健康、专业的良性方向发展。面对家装产业链条长、家装公司不可控因素多等痛点，互联网家装企业在投入方面由“轻”变“重”的趋势越来越明显。

以轻模式起家的邓华金总结多年经验，意识到低频重决策行业一定要深入到行业里。为了更好地翻越互联网家装的“三座大山”——设计、施工和供应链，齐家网从2014年下半年开始转变战略。目前，齐家网已经不仅仅是为消费者和装修公司牵线的“红娘”，它在设计师生态、施工ERP以及供应链仓储方面都有巨大的投入。

而土巴兔在流量、地推和产业这三种能力的培养过程中，也不断在由“轻”变“重”。“我们已经从2009年的连接装修业主和装修公司的信息平台，到2014年转变为重度垂直的交易平台，不仅业主可以在装修满意后再付款，土巴兔还进入到装修的工地管理、工长管理、对施工标准和规则进行管理的环节。”王国彬说，近日土巴兔已经从装修的入口开始铺设互联网家装的生态圈，推出了土巴兔“云工长”模式，旨在为用户提供更透明、产业链更优化的服务体验。

数据显示，目前中国全部家居连锁企业的销售规模总和占整体市场规模的比例约为23%；而在美国，仅家得宝一家企业就占到整个市场28%的份额。由此可见，国内家装市场集中度偏低、行业分散。业内人士指出，互联网家装会在未来3至5年内占据50%的主流消费市场，目前行业将进入高速成长期。互联网家装极有可能会全面赶超传统家装，百亿元级的平台也将出现。

家居巨头入场或许更能显示出市场的吸引力。家居业上市公司红星美凯龙近日拟出资5亿元投向互联网家装平台。红星美凯龙总裁李斌表示，集团致力于打造中国最大的互联网家装平台，基于对行业的了解和供应链的整合能力，重新树立行业装修标准，培训基础工人，以设计和品质感真正解决用户的装修烦恼。

这对消费者来说是件好事。有“重心”的平台，才有望实现装修全程可控，解决家装痛点。在充分市场竞争环境下生长起来的互联网家装企业越来越多，才可能推动家装行业变革。

一席谈

网约车：安全舒适出行胜过补贴

秦海波

在网约车获得合法地位的三天后，滴滴出行宣布与Uber全球达成战略协议，相互持股，董事兼任，并收购Uber中国的全部资产。鉴于滴滴出行和Uber中国在网约车市场合计份额高，用户普遍关心合并后会不会造成市场垄断？

市场研究机构易观的数据显示，今年第二季度中国专车市场滴滴出行占据了70%的份额，Uber中国占据了17%的份额，双方合并后市场份额已近90%。但是一方面，网约车的市场渗透率有限，在城市出行体系中还只是起到弥补出租车客运能力的作用，远远谈不上市场垄断。另一方面，此前各大网约车平台都以巨额补贴培育市场，用户和司机的黏性并不高，一旦合并后大幅减少补贴，用户和司机将跳至其他平台。此外，以首汽约车（北京）、大众出行（上海）为代表的地方网约车平台，近期也加快了市场拓展的步伐。短期之内，网约车市场的竞争仍将惨烈。

价格只是出行服务的一个方面，用户在选择出行服务时，会综合考虑安全、价格、服务、等待时间、打车成功率等多种因素。随时随地能够打到车并且提供安全舒适的服务，才是乘客最为关心的。2015年整个网约车市场烧掉了200多亿元，其中滴滴出行过去一年中每周要花7000万美元到8000万美元进行各种补贴，Uber中国烧了超过10亿美元。巨额的烧钱速度虽然快速催熟了网约车市场，却也成为沉重的负担。亏钱运营不是一个企业的正常状态，是不可持续的。

巨额补贴的目的，主要是降低用户使用门槛、培养用户使用习惯，只是一个阶段性的市场推广方式。在网约车逐渐被用户认可并接纳后，各大平台将探索可持续发展的盈利模式。技术研发、网络平台建设、大数据存储分析、智能化、无人驾驶等，将成为网约车平台下一步的创新重点，为用户提供更优质的服务体验。业内人士指出，个人信息、出行习惯、消费偏好、地理位置等数据资源在网约车平台一应俱全，这些数据融入社交、电商等交易模式，其衍生价值难以估量。比如滴滴出行，今年初已正式进军汽车电商，就是围绕汽车服务的一次试水。上周中国邮政成为滴滴出行的战略投资人，双方将立足各自优势领域，为用户提供稳定、可靠和丰富的移动出行服务。

从政策层面来说，不鼓励网约车与出租车直接竞争，网约车平台的初衷也不是为了替代出租车，而是互为补充、相互促进。相比网约车司机，传统出租车司机在道路熟悉程度、突发情况处理、服务质量和售后保障等方面有优势。网约车平台正试图把网约车的共享优势、管理模式以及应用成熟的技术经验，逐步融合到出租车体系中，通过网约车的流量入口为符合条件的出租车引流，同时用智能拼车算法进一步提高出租车的运营效率。

服务窗

专业人员数量平均增长42%

知识产权服务机构品牌培育初显效

本报讯 记者沈慧、实习生李永文报道：经过两年的培育，8月22日，49家知识产权服务机构成功入选第二批全国知识产权服务品牌机构，品牌培育效果取得明显成效。

国家知识产权局副局长甘绍宁介绍说，培育机构自查总结材料显示，培育前后专业人员数量平均增长42%，客户数量平均增长79%，服务合同金额平均增长60%，营业收入平均增长41%。各项重要指标的平均增长率均远高于全行业平均水平，取得了良好的经济社会效益。

大力发展知识产权服务业已经成为知识产权强国建设不可或缺的重要一环。甘绍宁表示，国家知识产权局开展知识产权服务品牌机构培育工作，旨在培育一批专业化、国际化的知识产权服务品牌机构，充分借鉴品牌机构的发展经验，为市场主体和创新主体的知识产权发展提供有效支撑和保障。

据了解，2012年以来，国家知识产权局先后遴选了三批共145家全国知识产权服务品牌培育机构，组织开展了培育工作。由中国知识产权研究会、中华全国专利代理人协会、中华商标协会、中国知识产权报社和《今日财富》杂志社5家单位作为第三方组织，对培育工作成效联合开展评鉴，对考察合格的机构授予“全国知识产权服务品牌机构”称号。

服光掠影

近日，山西省太原市高新区，工作人员为电动车充电。目前，租赁电动车成为山西省太原市不少市民的代步新选择。 曹 阳摄（新华社发）

本版编辑 李 景