

2 热点透析 Hot Dialysis

三农“触网”多沟坎 亟须培育“智慧农民”

在与互联网的“碰撞”中,我国农业正在发生深刻变化。从信息到营销到服务,从生产模式到组织形态到制度变革,互联网正在改写我国“三农格局”。虽然互联网改造三农具有天然优势,然而三农问题并非“触网就灵”。新华社记者在山东、安徽、湖南、广东等地采访了解到,目前存在一些“沟沟坎坎”,如保鲜难,物流弱,人才少,技术缺等,而这些“沟坎”制约了电商农业的进一步发展。

互联网正在改写“三农格局”

刘和满,山东省蒙阴县野店镇毛坪村人,种植蜜桃几十年。以往,他在地头把桃卖给小贩,或是送到附近市场出售。今年,他改为上网销售并尝到了甜头:不仅不用担心小贩们压价,销路也广了许多,6亩蜜桃比往年多收了1万多元。

蒙阴县种植蜜桃约65万亩,果业收入占当地农民人均纯收入七成以上。蒙阴县供销社主任陈学省说,为推动当地蜜桃产业发展,蒙阴县明确提出大力发展电子商务,开设网店帮助农民销售蜜桃。

记者采访了解到,当前我国三农与互联网联系不断加深,农产品电子商务在全国方兴未艾,高速推进。一是网络平台急速扩张,数量庞大。据阿里巴巴研究院专家陈亮介绍,阿里平台上经营农产品的卖家2013年达到39.4万个,农产品零售额也从2010年的37亿元急速增长到2013年的400多亿元。二是涉及农产品范围越来越大,除了易储存易运输的干果等产品,生鲜农产品也越来越多。三是进入生产要素领域,如安徽出现的“土地宝”,直指农业生产基本要素—土地,探索农村土地制度改革。

农业部市场司信息化推进处处长杨娜说,目前,我国农产品电子商务已从政府主导、国家投入为主转为多元主体联合驱动,从单一的三农信息服务到实现农产品交易,进入快速壮大的“成长期”。

流程再造助农增效。

从“蒜你狠”“姜你军”到香蕉滞销、土豆白菜难卖……近几年,我国频繁发生的农产品价格暴涨暴跌事件,纷纷指向农业发展中的最大病根——小生产和大市场的信息不对称导致供需失衡。电商农业则能明显改善信息的对接程度。

来自农业部的一份调研报告认为,与传统流通方式相比,电商具有无可比拟的优势,尤其在信息对称方面。从销售环节来说,买卖双方能够在开放式的平台上“见面”。从产销链条来说,通过电商网络能够便捷有效地收集市场需求信息,并反馈到农民手中,促进农产品供需平衡。

物流成本过高是我国经济发展中备受关注的问题,在农产品物流中更为突出。广州惠鲜蔬果有限公司董事长杨妙英说,生鲜农产品运输对时间的要求很高,比如叶菜,采摘后极易变黄、腐烂,运输途中多耽搁一天损耗就多20%。按照传统物流模式,一种跨省销售的农产品从田间到餐桌一般要过手5到8次,每过手一次,就要运输装载一次,损耗一次,加价一次。

“通过网络销售,一般会缩减一半环节。如果是农民点对点直接向消费者销售,只需一次包装一次运输就能完成。互联网对农产品物流的流程再造能降低成本,实现农业增效。”杨妙英说。

“创客”风潮起 “山寨”工厂转型创新基地

1985年出生的任康原本是深圳一家大型民营科技公司的员工,随着可穿戴式智能设备的兴起,任康有了自己研发智能硬件的想法,离职创业的他 and 6人技术工程师团队研发出穿戴式智能手环GYENNO One,一体成型外形,加上无线充电和防水功能,就是他们产品的创新之处。

任康并不孤单,在中国与他有着相同志向的人越来越多,他们有一个共同的名字——“创客”。广义上“创客”起源于美国硅谷的“车库精神”,即敢于将想法在现实中立体化,在类似车库的地方将创意制作成产品,狭义上则指利用开源硬件或者平台,如Arduino和3D打印机,自己动手做出硬件原型的人。

从风靡中国的“验萌”到“新我Betwine”养成类手环,都是民间创意制作而成的现实产品,而随着上海新车间、北京创客空间、深圳柴火等创客空间的先后开设,中国的“创客”群体开始浮出水面,并与中国雄厚的制造业基础、正在蓬勃发展的科技创新大潮进行结合,得到迅速发展。

深圳华强北原本是“山寨”的代名词,从手机、平板到便携电脑,只要能想到的,这里连绵不绝的小柜台基本都可以实现,不仅可以在一小时内找齐所有的物料,而且可以比质比价,而如今,“山寨”企业在这里焕发新生,中国的创客可以在这里将自己原创的雏形产品转变为大量生产的产品。

“华强北的小柜台会送你免费的样品,还会告诉你拿着这些样品到什么地方可以实现你的工程版,哪个厂会接小订单。”深圳



充分挖掘产品价值。

借助互联网,还能挖掘农产品价值,弥补在市场环节上的弱项,有助于提升农业的核心竞争力。

广东省茂名市是全国最大的荔枝生产基地。2013年该市荔枝产量占到全国的一半。多年来,这里受困于荔枝保鲜困难、难以远销,果贱伤农不时发生。

茂名市农业局副局长叶颖邦说,从2013年开始,茂名市积极加强水果产业与网商、物流渠道合作,推动荔枝网络销售,开拓出高端销售路线,充分挖掘茂名荔枝的竞争力。今年5月到6月初,该市通过电商销售荔枝近10万单,成交均价25元/斤,远高于市场五六元一斤的售价。

安徽省农委副巡视员胡桂芳认为,三农“触网”带来思维创新,让现代农业发展紧跟移动互联网时代步伐,在更广阔的背景下将互联网嫁接进来,有助于吸收先进的技术和理念,变革管理制度,提升农业发展的核心竞争力。

三农“触网”多沟坎

然而三农问题并非“触网就灵”。新华社记者在山东、安徽、湖南、广东等地采访了解到,目前存在一些“沟沟坎坎”,如保鲜难,物流弱,人才少,技术缺等,而这些“沟坎”制约了电商农业的进一步发展。

保鲜难、物流弱,生鲜农产品销售遇瓶颈。

“生鲜农产品物流发展不足,如保鲜技术、储存能力、配送力量等存在差距,成为三农‘触网’过程中的突出难题。”浙江依联电子商务有限公司总经理章新光告诉记者,一些生鲜农产品从田间采摘到打包、物流配送至消费者手中,早已过了保鲜时限,部分“农民网商”难把优质产品送到客户手中。

农业部市场司信息化推进处处长杨娜说,一些农村地处偏远,电商拿到订单,备齐了土特产品,当地却找不到物流公司。只得组织车辆运到乡镇或县城所在地,导致三农电商成本增加,既不利于电商企业发展,也不利于偏远地区的土特产品与市场对接。

阿里研究中心《农产品电子商务白皮书(2012)》显示,宁夏、云南、湖南、新疆、安徽、山西、甘肃、贵州、黑龙江、青海等省份是物流问题反映较多的地区。

人才少、技术缺,农民网商存“内忧”。

记者采访发现,“触网”农民多是“自学成才”,少有“科班出身”,缺乏专业电子商务知识和经营管理技能已经成为制约“触网”农民发展的“内忧”之一。

山东省菏泽市单县郭村镇菜农谢光华,高中毕业在家种地,光靠在网上卖芦笋,一年就挣100多万元。白天操持地里芦笋,晚上在“淘宝大学”学习,加上打理网店、培训店员,这让他有些忙不过来。“现在最缺的就是懂网络、会技术的人才,我开3000元/月工资招人,想来的不会,会的不愿来。”谢光华说。

湖南中农传媒有限公司总经理宋沙告诉记者,发展电商农业,需要既精通电子商务技术,又掌握一定的食品安全知识,了解农产品特点和市场行情,并能在网商客服中及时解答客户问题,大多数企业往往顾此失彼,自发尝试电子商务均以失败告终。

安徽省绩溪县农委主任周道清说,目前绩溪县有电商农企40多家,电商人才的匮乏,制约了电商农业的进一步发展。

风险大、追溯难,“诚信门槛”待跨越。

多名受访者告诉记者,目前农产品质量可追溯体系尚未健全,风险容易放大,“一粒老鼠屎”更易坏了“一锅粥”。

广东省梅州市蕉岭县延源长寿食品实业有限公司副总经理徐剑辉告诉记者,目前电子商务渠道销售的农产品占到公司业务量的40%,但由于大部分农产品依赖“公司+农户”模式,通过订单向农户购买,一旦一个农户的产品出了问题,整个公司都有可能赔进去。

记者采访了解到,与传统销售方式相比,网上销售农产品一旦出现质量问题更容易被放大。“恶名”通过互联网瞬间传遍全国。

安徽省农委副巡视员胡桂芳认为,目前农产品生产的专业化和组织化程度低,交易规则、安全追溯、索赔机制、纠纷解决与仲裁等秩序与管理建设不足,难以确保网销农产品质量和消费者利益。

此外,部分“触网”农民不同程度地存在诚信问题。有些农产品标注“有机”,实际没做到;有些所谓的“土鸡蛋”,其实并不“土”。还有生鲜产品重量“缩水”,粮食交易品种掺假等等,这些“诚信门槛”都有待跨越。

如何迈过沟坎

那么,为三农插上互联网“翅膀”,该做什么?业内人士认为,需要通过优化基础设施,培育“智慧农民”,建设网销农产品信任体系等措施,破除制约三农“触网”的“沟沟坎坎”,促进电商农业做大做强。

优化基础设施。

早在2010年,山东省蒙阴县宗路果品专业合作社理事长刘宗路就把蜜桃装进集装箱,卖到了迪拜;而今,他又把蜜桃销售“搬”到了网上。“网上销售农产品,必须有冷库等相关的物流、仓储设施,但近年来国家对用地指标控制严格,想建这些设施可能连审批关都过不了。”刘宗路说。

山东省蓬莱市是红富士苹果产地之一。曾在蓬莱市潮水镇崖下村担任“第一书记”的刘培亮,任职期间带领当地农民利用网店销售,帮助果农增收致富。刘培亮希望,在“农民网商”发展到一定规模的地区,有关部门开辟“网络绿色通道”,适当对农产品网购的运费予以补贴,并为电子商务企业仓库和运营设施建设等方面提供支持。

与传统农民不同,“触网”农民需要的资金量较大,仅靠自身积累难以满足需求。“触网”农民主要的“资产”是生鲜农产品、网店、网络美誉度等,在现行政策下难以进行抵押贷款,需要有关部门创新金融制度,尽快实行“农民网商”投融资服务试点并将成功做法推广,从而为“触网”农民提供资金支持。

培育“智慧农民”。

“对一般企业或‘农民网商’来说,‘触网’的成本还是比较高的。”浙江依联电子商务有限公司总经理章新光给记者算了一笔账,仅用于美工、运营、客服以及营销策划等人才的开支,一个月就需要7万多元。

章新光希望,有关部门能联合若干家企业,搭建电子商务公共服务中心,为“农民网商”提供市场化服务,以破解农民技能偏低、运营成本偏高的难题。

而在山东省临沂市蒙阴县蜂农王朋看来,农村电子商务公共服务中心更适合建在“农民网商”较为密集的“淘宝村”,需要政府部门引导市场营销、电子商务等技术性人才充实到“农民网商”群体中,提高“农民网商”的专业性。同时,还应鼓励具有电子商务知识的返乡大学生、返乡农民工、大学生村官等素质较高的群体成为“农民网商”,促进“农民网商”群体做大。

建设信任体系。

多位“触网”农民向记者反映,建设网销农产品信任体系,就要建立网销农产品质量安全追溯体系。

“如果农产品出了质量安全问题,对电商企业来说是不能承受的。”安徽四方电子商务产业园董事长方谋庆希望有关部门指导建立网销农产品质量安全追溯体系,做好农作物种植、管理、保鲜、运输等各环节工作,确保农产品质量安全。

农业部市场司信息化推进处处长杨娜认为,需要加强对现有农产品标准的应用、管控,对生产、加工、流通全程质量标准予以把关,充分对“三品一标”获证产品等进行整合与利用,并加快农产品电商信用平台建设,实现网上交易行为可追溯、可确认。

刘宗路、刘培亮等“触网”农民建议,建立“农民网商”诚信档案与红黑名单制度,对于网上销售的农产品质量安全进行严格监管,严厉查处销售假冒伪劣行为。

(潘林青 叶婧 于文静 姜刚 吴涛 周勉)

小米印度遭禁折射国产手机专利困局

印度德里高等法院近日裁定,小米侵犯了爱立信的专利,禁止小米在印度销售和进口手机,引发各界高度关注。如今,发展势头迅猛的国产手机在“集体出海”过程中,专利麻烦都将是一道绕不过去的坎。专家表示,我国手机厂商应眼光放长远,提前就重点专利在相关国家或地区做好专利部署,加大知识产权创新投入,同时应联合起来应对专利战。

小米自今年7月进军印度以来,短时间内已获得印度市场1.5%的市场份额,此次专利纠纷无疑将对其“走出去”计划产生不利影响。

实际上,我国手机厂商在海外遭遇专利困局绝非从小米开始。在更重视专利的欧美国家,华为、中兴这些出海较早的中国企业早就遇到了国际巨头的专利“狙击”。如今,在东南亚、印度等专利保护不算很好的国家,中国手机厂商也开始遭遇类似诉讼。

值得注意的是,如果爱立信针对小米的诉讼能够获胜,注定引来各大巨头的争相模仿,不仅小米会被国际巨头围攻,正在印度等国家和地区扩张的金立、Oppo、TCL等品牌也会被盯上,所有中国厂商都可能遭到打击。

中关村移动互联网产业联盟秘书长李苏京等专家表示,创新需要投入大量成本和精力,模仿苹果、三星等著名品牌普遍被我国手机厂商视为一条“捷径”。过度模仿不仅损害我国企业和产品的品牌形象,无疑也加大了陷入专利纠纷的风险。

艾媒咨询CEO张毅指出,一部中国制造的手机,从芯片、存储器、屏幕等硬件,到操作系统等软件,绝大部分都采用进口产品,产业链条上的所有关键环节都没掌握在自己手中,一旦世界巨头利用专利或其他手段在关键技术上限制我国企业,后果将不堪设想。

专家表示,专利已成为手机厂商参与海外竞争的有力武器,不仅能用来抵御竞争者的打击,还可以主动打击竞争者,我国手机厂商应眼光放长远,掌握并用好专利武器。

刘鹏等企业负责人说,华为、中兴是中国企业中“出海”的先行者,在专利方面都吃过大亏。他们痛定思痛,早已建立了自己的专利库,在海外大量申请各种基础专利、外围专利,构建自己的保护网。

“中国企业应为成功准备,而不是为失败准备。”李苏京等专家表示,中国企业应提前就重点专利在相关国家或地区做好专利部署,否则将严重影响企业的国际化进程。

重庆邮电大学教授彭大芹说,企业要高度重视专利问题,可选择与专利拥有者进行沟通和授权谈判,或通过收购等方式予以补强。

“目前来看,最好的办法就是抱团取暖。”张毅、李苏京建议,可成立专门处理专利问题的产业联盟,对内专利共享,交叉授权,小米等专利较少的企业可以给华为、中兴等专利大户适当经济补偿;对外则达成攻守同盟,共同应对专利战。

产业联盟成立后,如果再遇到外企起诉我国企业的问题,产业联盟就可以调查外企是否侵犯了联盟内任何一家企业的专利。假如这家企业也侵犯了联盟内其他企业的专利,产业联盟就可以与其谈交叉授权,从而化解危机。如果其拒绝谈判,产业联盟还能在国内发起对等诉讼,起诉这家外企侵权,要求禁售甚至罚款。

(赵宇飞)

▶▶▶[上接 P1]

河北省携手亿利资源集团重拳治雾霾

造绿增汇,环境新常态

在降损耗、提效率的同时,亿利资源还与河北省合作,对环首都区域全面实施绿化。张庆伟省长指出,河北的发展就是要落实中央的要求,大力度调整经济结构,大力度开展生态环境的建设和修复,坚决治理雾霾,为京津冀一体化发展创造良好的生态环境。

2014年,河北省大力实施“绿色河北攻坚工程”,全面提升城乡绿化水平。按照规划,河北省到2017年要完成造林绿化1680万亩,每年完成420万亩。

如何用技术和市场创新的“两只手”抓好生态环境改善?河北还是看准了亿利的沙漠生态经济模式。这家企业26年来用“生态+生意”的PPP商业模式,让库布其沙漠6000多平方公里沙漠变成了绿洲,变成了沃土,长出了绿色财富,积淀了一整套生态修复的核心技术和模式,成为生态环境产业的一匹黑马。目前亿利生态商业模式已经走出了沙漠,走进了新疆、河北、北京以及海外市场,取得了显著的商业生态价值和社会影响力。

此次战略合作,亿利资源将按照“种树+种电”的生态光伏模式,沿G6高速公路两侧到崇礼冬奥会场址,打造“京张冬奥生态与光伏迎宾走廊”,并在张家口、承德、保定、廊坊等4个环北京城市区域内实施500万亩造林绿洲工程,此项目建成后,每年可吸收二氧化碳1.22亿吨,吸收二氧化硫24万吨,可吸收粉尘3000万吨。有力的推动绿色河北攻坚工程、山水林田湖生态修复工程以及京津保平原生态过渡带建设工程等重大林业生态工程建设。

亿利资源集团董事长王文彪表示,“我们过去饱尝沙尘之苦,现在改善了不少。面对今天的雾霾之困,亿利资源希望把20多年积淀的生态环境修复技术、能力和经验全部拿出来投入到京津冀雾霾治理上,为‘APEC蓝’成为新常态竭尽全力。”(亿利资源集团)

(冯璐 毛思倩)