

手机短信平台与推进我国农业信息化的探讨

迟秀全 (北京林业大学水工保持学院, 北京 100083)

摘要 论述了我国农业信息化发展现状、存在问题以及手机短信在农业信息化中的应用情况, 提出了为农民在互联网上搭建基于手机短信的C2B电子商务平台的构想。

关键词 手机短信; 电子商务

中图分类号 S126 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2006)18-4808-01

1 我国农业信息化发展现状

改革开放20多年来, 我国农业信息化事业取得了长足的进步。据调查, 到2001年, 全国地(市)级农业部门中就有105个建立了局域网, 134个建立了互联网站, 分别占总数的32%和40%; 全国县级农业部门中有315个建立了局域网, 460个建立了互联网站, 分别占总数的11%和16%。全国有260个地(市)设立了农业信息服务机构, 占总数的78%; 1210个县(市、区)设立了农业信息服务机构, 占总数的43%。近几年来, 全国省、地、县3级农业部门在信息网络建设方面的投资已达4.12亿元。但从总体上看, 我国农业信息化水平不高, 农业信息技术的研究和应用还只是刚刚起步, 农业电子商务活动几乎为空白, 农村人口在信息革命与网络革命中被边缘化, 从而形成了新世纪新型的知识贫困和信息贫困人口。由于经济社会发展的“马太效应”, 信息时代人们之间的数字鸿沟有日益加深的趋势。

2 我国农业信息化发展过程中存在的问题

2.1 农民综合素质较低 我国农民文化水平普遍较低。2002年, 我国农村总人口中小学与初中文化程度的占75.04%, 高中文化程度的占5.46%, 大专以上文化程度的仅为0.66%, 农村文盲率达到11.5%。目前, 还有大批文盲不断产生, 这对农村劳动力文化素质的整体提高十分不利。农民综合素质较低主要体现在文化水平低和科技素质低, 这直接影响农民的信息素质: 直接限制了农民对信息技术和网络知识的学习能力; 限制了农民理解和利用信息的能力, 导致信息运用水平低下。

2.2 农民信息意识淡薄 信息意识是指人们对信息做出的能动反映, 具体表现为对信息敏感, 遇到问题时知道并善于依靠信息进行判断、分析和决策。信息意识是人们搜集、分析、处理、利用信息的前提和基础。由于农村经济、文化、信息化程度落后的社会环境对农民信息意识的影响, 致使除沿海地区和农产品出口较多地区农民外, 大多数地区农民的信息意识淡薄。农民的信息意识呈现出一定封闭性, 主要表现为情报嗅觉迟钝, 对网络信息新生事物持怀疑和不信任态度, 认识不到信息的作用, 缺乏应用信息的积极性。

2.3 农业信息平台缺乏 信息供需实现必须依赖以现代信息技术和信息系统为依托的信息平台的建设和发展, 而我国农业信息平台的建设存在严重不足。主要体现在2个方面: 只有少数农民拥有上网设备, 绝大多数仍未进入信息的

供需渠道; 信息资源状况较差, 信息实用性不高。虽然建设了大量网站, 但有知名度的权威性网站不多, 且网站内容或是重复或是久不更新, 真正及时、有特色、实用性强的不多, 经营管理方式僵化, 专业性差, 提供的内容空泛, 在信息采集和处理技术方面缺乏深度。广大农民迫切需要准确的政策、市场、科技、农资、气象和产品等方面的信息。网络信息资源中除政府部门的农业信息网站较规范外, 其他网站由于各种原因, 信息发布具有一定的随意性, 降低了信息资源的质量和精确度。这既增加了农民获取信息资源的难度, 也使农民对网络信息的可靠性、权威性和利用价值产生质疑。

2.4 农业信息服务较差 农业信息网络的建设需要一批精通网络技术、熟悉农业经济运行规律的专业人才, 能为农产品经销商提供及时、准确的农产品信息, 对网络信息进行收集和整理、分析市场形势、回复网络客户的电子邮件、解答疑问等。而当前农业信息服务人员素质参差不齐, 技术人才不足, 培训工作滞后, 影响了信息服务质量。农业信息服务网络不健全, 向基层网络延伸才刚刚起步, 传统媒体与信息网络之间缺乏有效合作, 使得信息服务难以形成整体优势, 极大地制约了农业信息服务质量的提高。

3 搭建手机短信平台, 推进农业信息化

农民综合素质较低、信息意识淡薄、农业信息平台缺乏和农业信息服务较差严重阻碍了我国农业信息化进程。近几年国家加大了政策扶持力度, 但效果不明显。为了解决农村信息化建设的关键问题, 必须充分调动全社会的积极性, 利用市场机制运作信息资源, 探索信息市场化的路子, 使广大农民花很少的钱就可以进行有价值的信息互动, 投资商获得相应的回报, 实现农村信息产业的可持续发展。

3.1 解决农民获取信息难问题 随着我国农村市场化的发展, 农民急需政策、市场、科技、农资、气象和产品等方面信息, 而这些信息一般是从电视、纸媒、互联网等常规渠道获取。这些渠道获取信息的优点是信息量大, 但同时因信息太分散, 也需要花费大量的时间、精力和财力去选择。目前我国农村有4000多万手机用户, 并且每年以30%以上的速度增长。手机短信作为廉价、快捷的沟通方式, 已经成为人们进行信息交流的一种实时、有效的工具。聘请农业专家分门别类地精心选择、分析、加工信息资料, 编制成不同的短信, 通过短信平台发送到农民的手机, 满足农民的个性化需求。在短信平台上设立专家热线, 受理农民的科技信息咨询, 这样农民可以随时随地获取信息, 享受到快捷、准确、省钱的信息服务。中国移动在广东、浙江、四川、重庆、陕西、河

作者简介 迟秀全(1976-), 男, 山东青岛人, 在读硕士, 从事地图学与地理信息系统研究。

收稿日期 2006-06-06

(下转第4811页)

(上接第4808页)

南等省市进行了手机短信平台农讯通和农信通等系统的相关试点。以开通的农讯通项目为例,在广东江门一个市的体验用户就达到23万,定制用户达10万,信息发送总量超过30万条。中国移动在这个试点项目上的成功,充分显示了手机短信在我国农业信息化中应用的巨大价值和潜力。

3.2 消除“买难”和“卖难”现象 在我国农业生产建设中,虽然已经出现了许多集约经营的大型农场或农业企业,但是以家庭联产承包责任制为主体、以家庭为单位的农业经营仍然占有主体地位,并将长期存在下去。随着农村商品经济的发展,产品的销售市场不断扩大,市场对产品的要求越来越高。家庭经营无论在生产资料获取还是产品推销都遇到许多困难,“买难”和“卖难”现象普遍存在,信息的不对称给农民的收入带来较大的影响。涉农电子商务平台主要为贸易商搭建,不适合以家庭为单位的分散农业生产经营。在互联网上搭建基于手机短信的C2B(个人对商家)电子商务平台——买卖快线,农民买卖产品时发送固定格式的短信到买卖快线,买卖快线帮农民把买卖信息发布到网上,并给一部分潜在的商家转发短信。商家得到信息后可以跟农民联系并进行上门服务,农民坐在家就能轻松“买卖”。

为了确保信息的准确性,买卖快线每天晚上12:00删除所有信息,如果农民没有找到合适的商家,第二天可继续发短信。买卖快线扮演经济人的角色,促进农民和商家之间的交流。投资商按月收取服务费或从短信费获取提成。农村市场潜力很大,多数农民第一次通过买卖快线接触到互联网,投资商将可获得不菲的潜在收益。

4 结语

手机短信平台的搭建将推进我国农业信息化进程,为农民收入的增长、农业竞争力的提高和社会主义新农村的建设开辟一条崭新道路,帮助农民跨越数字鸿沟,加速农业现代化实现,推动农村经济结构调整。实现“数字中国”具有重要的战略意义,农业信息化的发展必将迎来更加美好的明天!

参考文献

- [1] 张丽,谭西贵. 浅谈我国农业信息化发展[J]. 安徽农业科学,2003,31(4):634-635.
- [2] 胡天石,傅铁信. 中国农产品电子商务发展分析[J]. 农业经济问题,2005(5):23-25.
- [3] 李源生,武敏,刘金花. 以供促求是当前我国加速农业信息化建设的正确选择[J]. 农业经济,2005(7):49-50.
- [4] 马伟强. 中国移动打破农业信息化“最后一公里”瓶颈[N]. 人民邮电报,2005-09-28.