

我国农产品电子商务发展现状·问题和对策研究

姜华 (河北工程大学, 河北邯郸056038)

摘要 对中国农产品电子商务应用现状进行了分析,在此基础上分析了中国农产品电子商务发展前景,以及农产品电子商务实施过程中所面临的问题及其对策。

关键词 农产品;电子商务;信息化

中图分类号 F304.3 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2006)19-5124-03

1 我国农产品发展现状

进入20世纪90年代以后,我国主要农产品如粮食、棉花、蔬菜、水果和一些养殖产品等相继出现了流通不畅、价格下跌的情况。从表面上看造成这种状况的原因是:我国农副产品结构不合理,产品同质性强,品质差,不能满足市场多样化的需要;农副产品流通环节过长,交易成本过高,利益被中间环节截留等。但是从根本上来讲,这种现象是由我国农村实行的家庭联产承包责任制所引起的,我国农业户营小生产与社会化大市场之间的矛盾已日渐突出。

在我国农业生产过程中采用一家一户的生产方式,农户生产规模狭小,单个农民捕捉、分析信息的能力差,对市场信息反映迟钝,农户的生产经营具有较大的盲目性和模仿性。《经济日报》调查结果表明,我国70%以上的农民对产品的出路和生产什么作物心里无数,许多农户在生产经营中仅凭直观和经验决策,或以“从众”意识进行决策,生产大起大落,往往导致社会资源的巨大浪费。如何将国内统一大市场乃至全球市场的有效需求信息及时准确地传递给农户,从而指导农户的经营生产活动,提高农产品的商品化率和社会整体的经济效益已成为我国农业进一步发展亟待解决的重大现实问题。

实践已经证明,这些问题的解决,仅仅依靠建立传统的农业社会化服务体系是远远不够的。我国目前现有的农村服务体系大多是依托行政区域建立的,这些农业服务组织以乡村集体经济、国家经济技术部门和专业协会为主,服务范围狭窄,技术手段落后,又不具规模,仅能为农户生产提供一些最基本的服务,并不能为农户提供产前、产中和产后的全方位服务。而且在一些地方集体经济已有名无实,实际上已无力承担起为农户提供服务的职能。社会化服务功能的滞后,使农户在生产经营的各个环节中难以获得必要的帮助而常常处于被动的地位。我国农业的发展,需要建立一种既能适应我国农业现阶段以户营生产经营方式的特点又能适应全球大市场信息传递和交换需要的现代农业市场服务体系。

2 农产品电子商务发展模式的提出

认识农业部门自身的内部结构是建立现代农业市场服务体系的前提。按照系统论的观点,整个农业部门可看作为一个巨大的系统,这一系统可用“农业产业链”来进行描述。“农业产业链”是指与农业初级产品生产密切相关的产业群,它包括为农业生产作准备的科研、农资等产业群即农前部门

和以农产品为原料的加工业、储存、运输、销售产业群即农后部门,而农产品的生产是产业链的核心或基础,包括种植农作物和饲养农畜、农禽产业群等即农中部门,这3个部门构成农业大系统的子系统。农业产业链上,链与链之间的连接或耦合形成了整个农业大市场体系。

仔细分析一下农业大市场体系中的每一个连接或耦合过程,我们可以发现,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。

现代信息技术的飞速发展与应用,尤其是电子商务技术的兴起使现代农业大市场的有效运作成为可能。按照WTO电子商务专题报告的定义,电子商务是指通过电信网络进行的生产、营销和流通活动,它不仅指基于Internet上的交易,而且指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动,包括通过网络实现从原材料查询、采购、产品展示、订购到出口、储运以及电子支付等一系列的贸易活动。电子商务技术的应用,将对传统的农副产品生产流通过程产生深刻的影响。

由于电子商务技术消除了传统商务活动中信息传递与交流的时空障碍,使供需双方直接在网上见面,减少了农产品流通环节,从而大大降低了农户进行广告宣传、信息搜寻、贸易洽谈等商务活动的成本费用。

电子商务依赖全国或国际互联网的交易网络,使企业冲破条块分割的市场格局,摆脱区域性市场的限制,运用电子商务技术,可以建立各种形式的“虚拟公司”。这种公司将分散开的千家万户农民组织起来进行规模生产和经营,或进行一种点对点的针对性生产。这种新型的企业组织形式既使各个农户自主经营的权利得到了最充分的保证,又由于承担了一定的信息功能似乎具有某种实体性。这种“虚拟公司”的形式可较好地适应我国农业现阶段生产方式的特点。

对照我国农业发展所面临的基本问题,我们可以发现电子商务技术的运用,可为我国农业的发展提供一条有效的解决途径。

在电子商务应用的基础上,进一步提出农产品电子商务的发展模式,笔者认为未来中国农业的发展将是一种新型的农产品电子商务发展模式。这种新型农业模式以现代计算机网络信息技术为支撑,以国内或国际统一大市场的需求为目标,将整个农业部门作为一个大系统来看待,使农副产品从生产到最终消费全过程中的资源配置能够最优化,从而使农业部门总体和综合的效率与效益得到大大提高。

作者简介 姜华(1977-),男,河北邯郸人,硕士,讲师,从事电子商务和信息管理研究。

收稿日期 2006-06-21

3 农产品电子商务实施中的问题及对策

3.1 面临的问题

3.1.1 政府在农业信息化建设上主导作用发挥不够。从国外看,农业是受国家保护的弱质产业,政府在信息化建设上发挥主导作用,主要是制订规划和政策、加强立法、增加投资。但从国内情况看,国家在这几方面作用发挥不够。1996年农业部曾制定了《“九五”时期农村经济信息体系建设规划》,但这个规划侧重纸质信息,对信息网络互联及信息共享重视不够,有些内容已发生变化,急需对规划进行修改完善。在投资上,农业部在几年前就提出“金农工程”,但国家一直未予立项,2000年国家虽拿出2 000万元专项资金用于农业信息体系建设,但额度偏小,这在一定程度上影响了农业信息化建设。尽管农业部农业信息网已开始运行,且内容日益丰富,部分省级农业信息网络建设已开始起步,但地市级及县级则较为落后,多是单机作业,有的微机型号还很落后,特别是县级农口有的连工资发放都困难,更无暇顾及农业信息化建设。

3.1.2 农业信息化体系尚不健全和信息服务不完善。从总体上看,各省、市、县、镇都在建站、购机、入网,行政上的条块分割造成了网络发展的低水平重复建设,农业信息化体系统一化与规范化水平低。同时,农业信息的收集、发布的格局虽初步形成,但是,农业信息的加工、分析、利用及农业信息渠道的开通、农业信息市场的培育等发展缓慢,特别是农业信息服务市场、农产品设计(农业生物工程技术)市场、农业资金(筹集、调动、投入)市场、农产品加工市场、农产品存储和运输乃至包装市场等,尚未开发或形成,农业信息化体系尚不健全。农业信息服务不够全面、完善,缺乏针对性。目前的农业信息服务还局限于农业新品种和新技术的传播,而对农业市场供求信息传播不够;信息资源开发利用的深度不够,表面的、直接的信息比重小,而前瞻性、预测性信息比重大;一般性信息繁多、复杂,而权威性、可用性信息缺乏,特别是中长期市场分析与预测,结合本地情况开发利用的信息资源十分匮乏。农业信息服务的总量不足、结构失衡导致了农民生产上的新的盲目性。这应该引起信息机构的高度重视。另外,农业信息机构仍处于未改制或半转制的传统体制下。传统的工作模式不能满足新体制和迅速发展的农村经济工作的需要,其目标和利益与农户的生产和利益缺乏紧密联系,造成农业信息的利用效率提高不快。

3.1.3 农业信息发布的渠道不畅,信息接收方式落后、单向,信息滞后及农民的信息意识薄弱。农村基层主要是靠开会、办班、发资料、有线广播、有线电视等方式传播农业信息,显然跟不上市场变化的要求。同时,农民被动地、单向地接受农村基层干部和农业信息机构的信息传播,对信息资源的利用缺乏积极性和风险性,造成农业信息的传播效率不高。农业信息传播的落后性、被动性、单向性必然造成农业信息的滞后,极易导致农业生产的大起大落,导致农产品过剩或缺,引起价格波动,以致无法真正体现农产品的价值,影响农业结构调整的进程。长期以来农民的信息意识薄弱,小规模生产经营已使农民习惯了种什么、养什么全凭经验,同时,由于经济和文化基础的限制,他们没有条件及时、直接地从

网上获取信息,也没有能力对获取的信息进行分析筛选,更没有可能上网发布信息。因此,目前以服务农户为主的信息传播,因缺少连接信息网络与农户的有效载体,影响了农业信息应有作用的发挥,也使农业信息难以从网上走进广大农户的家庭。

3.1.4 农业信息网络人才缺乏。农业信息网络的建设需要一大批不仅精通网络技术,而且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、整理,分析市场形势,回复网络用户的电子邮件,解答疑问等。而由于对农业信息网络人才不够重视,投入经费少,加上培训机制的不完善,目前农业信息网络人才相当缺乏,使得农业信息专业库的建设、更新速度缓慢。

3.2 对策研究

3.2.1 通过政府推动,整合现有信息基础设施资源,构建覆盖乡村的多级农业信息网络。农业信息是一种典型的公共产品,具有很强的外部性,难以通过市场来提供。同时,在网络经济时代,农村基础设施建设的概念已趋于宽泛化,不应再局限于传统意义上的水利、中低产田改造等,还应加上农业信息化项目。因此,应当把农业信息网络基础设施作为农村基础设施的有机组成部分,主要由各级政府来共同投资建设,由政府来提供农业信息这种公共产品,这也是新形势下改革财政支农方式的一种新尝试。各级政府能够用于农业信息化建设的资金明显不足,缺口较大,关键是要抓住以下5个环节:一是应针对当前农业和农村经济发展中信息不畅、产销脱节这一突出问题,面向基层和农民的实际需求,以提供农业信息服务作为近期农业信息化的中心任务;二是充分利用现有的信息基础设施资源,节约投资,突破资金不足的瓶颈制约,从根本上缓解农业信息化设施供给不足的矛盾;三是免费为农民提供信息服务,从根本上解决广大农民对农业信息服务的巨大需求与实际需求严重不足之间的矛盾;四是采取各级政府分级投资的方法,以新的投资机制和运作方式调动地方政府参与农业信息化建设的积极性和主动性;五是农业信息网络工程与“政府上网”工程同步建设,实现“两网合一”是一条切实可行的途径。

3.2.2 抓好农业信息资源的开发和利用,加强农业信息服务组织建设,构建农业信息中介传递机制。首先,要有选择性地开发利用农业信息资源。通过规范农业信息采集标准,以农业、农村和农民急需的市场供求信息、科技信息、经营管理知识为主要内容,加强各类农业信息数据库的建设,扩大信息采集覆盖面,提高信息的时效性、开放性和共享性。其次,应构建农业信息中介传递机制,加速农业信息进村入户到企业。乡镇农业信息服务站实际上是联结互联网和广大农民的一个最基本的纽带,农民有什么信息需求、需推销什么产品,都通过乡镇农业信息服务站在互联网上发布,因此,应以乡镇农业信息服务站为载体来构建农业信息中介传递机制。乡镇农业信息服务站的功能和运作方式可通过以下途径来进一步完善:以农业信息网站为主,以广播、电视、报纸以及宣传栏等为辅助手段,将精心筛选的有用信息发布给农民,力争把农业信息服务直接延伸到行政村和农户,切实解决信息传递到农民的“最后一公里”问题,有条件的地方还

可以通过有线电视网络、电话咨询等方式来发布农业信息。此外,乡镇农业信息服务站还应加强与专业农协、农技推广机构、农资供应企业、乡镇企业的横向信息交流,通过它们将生产经营信息及时传递给农民,引导农民的生产经营行为,使这些组织在行使自身职能的同时,也成为事实上的农业信息服务组织。

3.2.3 认真抓好农产品电子商务试点,着力提高农产品流通效率。目前,农产品电子商务总体上还处在“网上传信息,网下做交易”的初级阶段,开展农产品电子商务所需的配套条件和市场机制尚未形成,真正意义上的农产品电子商务尚未出现。农产品电子商务代表着全球农产品贸易的大趋势。为适应我国加入 WTO 后新的形势,顺应网络经济时代农产品贸易电子化的趋势,必须大力发展适合我国国情的农产品电子商务。通过发展农产品电子商务,促进农产品产供销网络化,提高农产品流通效率,是我国推进农业信息化的一个极其重要的目标。发展农产品电子商务的关键是要推进农产品电子认证的标准化,健全法规,完善信用制度,为推进农产品电子商务创造一个良好的外部环境。同时,应改革传统的物流方式,开展大范围限时送货业务,设专职人员通过电子邮件加强与消费者的网上沟通,实现农产品流通方式的根本性变革,从根本上提高我国农产品的市场竞争力。

3.2.4 立足国情,有选择地在农业中推广应用农业信息技术。农业信息技术是农业生产、经营管理、战略决策过程中自然、经济和社会信息的收集、储存、传递、处理、分析和利用的技术。从长远看,在完善农业信息服务网络的同时,符合我国国情的农业信息技术如农业专家系统、农业数据库、农业管理信息系统等还需要大力发展,以彻底消除农业和农村经济发展中存在的“数字鸿沟”,使农村社会跟上信息化社会前进的步伐。当前,应用的重点是帮助农民利用信息技术改造传统农业生产经营过程,促进农业增效、农民增收。目前,我国在实践中应用比较成功的农业信息技术如“农业专家系统”,已开发出几十套,覆盖了农、林、牧、渔各业,其应用取得了显著的经济效益和社会效益,应当成为我国农业信息技术发展的一个重点。其他农业信息技术如农业数据库、农业管理信息系统、决策支持系统、模拟模型系统等,应根据我国农村经济发展情况,适时、有选择地加以推广应用。应特别注重农业信息技术应用的经济效益和社会效益,技术的先进性应服从于经济、社会的可行性。精确农业的发展应针对我国农村劳动力富余、户均耕地面积小、能源供应不足、农产品农药残留量高的现状,以保护环境、食品安全、节省能源、节约土地资源、降低农本为发展目标,促进农业的可持续发展。

4 发展前景

4.1 良好的宏观环境 国家对“三农”问题的重视,国家各部委对信息化和电子商务的重视和支持,国家发改委农产品批发市场信息化,农业部对农业信息化重视和积极扶持政策;经济全球化的外力推动。

4.2 互联网技术给我国的农产品流通注入了新的生机和活力 从传统模式下的农产品手对手交易到通过对各种资源的整合,利用先进、便捷的技术搭建农业信息应用平台,在网络上实施农产品的交易,对改善我国的农业价值链和提高农

业竞争力有着极大的促进作用。但农产品电子商务决不是传统流通方式的简单替代,它是对传统农业经济的革命性变革。第一,农产品从生产到最终走向市场,其不易标准化的特点制约着流通的速度,网上市场的建立对农产品标准化提出了亟待规范的要求,这势必引导农产品品牌的提升和核心竞争力的提高;第二,网上交易更加公开、公平、透明,农产品成交价格真实地反映了市场中的供求关系,以此引导各级主管政府和广大农户科学安排生产,以销订产;第三,网上交易平台的建立是原有的传统农产品交易市场的延伸,使交易主体多元化,也为商家提供了更为广阔的商机。

4.3 自我创新需求的驱动 产业发展的基础是生产,但市场和流通是决定产业发展的关键环节。农产品流通不畅已经成为阻碍农业和农村经济健康发展,影响农民增收乃至农村稳定的重要因素之一。农产品的卖难及农产品的结构性、季节性、区域性过剩,从流通环节看,主要存在2个问题:一是信息不灵,盲目跟风,市场信息的形成机制和信息传播手段落后使农户缺少市场信息的指导;二是农产品交易手段单一,交易市场管理不规范。现在传统的方式主要是一对一的现货交易,现代化的大宗农产品交易市场不普及,期货交易、远期合约交易形式更少。

5 结论

几年来国内外企业的不断实践和务实探索,在构建农产品电子商务平台和开展交易业务的过程中,切实地解决了农产品流通的一系列实际问题,为中国农产品电子商务的实施积累了一定的经验。一是引导企业重新整合资源和商务流程以改变传统的交易方式,形成高效产业链。目前,中国的农产品流通面临快速发展的国内外环境,企业面临的竞争将不再是简单的产品和服务的竞争,而是商务模式和产业链的竞争。因此,需要重新评价、继承原有的业务流程,整合产业链。二是利用电子商务使企业获得价值链的增值部分,从而体现其应有的现实价值。电子商务技术的应用对企业形成新的商务运作模式起到强有力的推动作用。它不仅是原有商务模式的电子化,从发展的角度看,新的模式应给企业带来全新的价值,包括观念的更新、管理的改进、信息的畅通、效率的提高、成本的降低、效益的增长、渠道的拓展、合作的协调、品牌的提升、标准的统一、服务的改善,直至企业综合竞争力的增强。这也是实施电子商务战略的目标所在。三是稳定心态,逐步形成赢利模式。不论是电子商务运营公司,还是传统农业企业开拓电子商务业务,既然是企业,就必须赢利,也只有赢利才能保证企业的生存和发展。

总之,中国电子商务的发展是一个渐进的过程,不可能全部替代传统业务方式,农产品电子商务的探索和发展也不例外。电子商务的真正价值体现在整合和优化供应链,提高服务的品质,降低营运成本的过程中。因此,电子商务运营企业有必要也必须采取分步发展的策略。

参考文献

- [1] 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):23-27.
- [2] 陈天宝.我国发展农产品电子商务的机遇和挑战[J].北京农业职业学院学报,2003(3):38-41.
- [3] 顾文,黄立平.农产品电子商务蓄势待发[J].电子商务,2005(4):69-71.