

“互联网+”背景下河北省农产品 电子商务模式发展对策

张金乐, 刘迺邈, 刘 齐, 王双进

(河北农业大学 经济贸易学院, 河北 保定 071001)

摘 要:“互联网+”农业旨在将互联网信息技术与农业发展相结合, 创新农业生产的发展模式。通过对“互联网+”背景下河北省农产品电子商务发展的环境进行分析, 指出河北省农产品现有的电子商务发展模式, 并且列举国内成功的农产品电子商务模式, 以期从中汲取成功的经验, 并提出“互联网+”时代发展河北省农产品电子商务模式的对策建议。

关键词:“互联网+”; 农产品电子商务; 电子商务模式

中图分类号:F 326 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-0009(2017)15-0192-06

李克强总理在两会上首次提出“制定‘互联网+’行动计划”。意味着互联网将成国家战略, 为各领域经济发展带来新的机遇和挑战。在山东潍坊召开的全国农商互联启动会和山东农商互联大会获悉, 截至2016年9月, 全国农产品电商交易额突破1 700亿元。据商务部数据得知, 目前我国农产品经销商中进行线上销售的达100万家, 预计2016年年交易额将超过2 200亿元, 在整个电商交易额的占比从4.6%增加到6.2%, 增长率达35%。

从政府的高度重视到电子商务的迅猛发展势头可以看出, “互联网+”已经成为各领域未来发展的主攻方向, 要想扩大农产品的销售市场, 提升农村居民的经济收益, 就应该在“互联网+”方面下功夫, 增加农产品营销与互联网络的融合, 引导我国农产品营销走上一条全新的道路。因此, 该研究对河北省农产品电子商务模式进行研究, 以拉

近产销之间的距离, 让产销充分对接, 使消费者和生产者能够面对面进行交易, 从而减少生产的盲目性, 扩大销售市场, 有效对抗市场风险。

1 “互联网+”背景下河北省发展农产品 电子商务的环境分析

1.1 农产品资源丰富

河北是农业资源大省, 全省共有耕地656.45万 hm^2 , 森林覆盖率31%, 水产养殖面积19.41万 hm^2 , 蔬菜、肉类、牛奶、禽蛋年总产量均居全国前列。2015年河北省农林牧渔业取得丰硕的成果(图1), 总产值为5 978.9亿元, 其中农业总产值为3 441.4亿元, 占比57.56%, 林业总产值为121.5亿元, 占比5.24%, 畜牧业总产值为1 904.1亿元, 占比31.85%, 渔业总产值为198.7亿元, 占比3.32%, 服务业总产值为313.2亿元, 占比2.03%。同时, 河北省农产品资源种类繁多且特色突出, 如赵州雪花梨、魏县鸭梨、河北顺平桃、巨鹿金银花和枸杞、富岗苹果、迁西板栗、卢龙露仁核桃、深州蜜桃、沧州金丝小枣、阜平赞皇大枣、宣化牛奶葡萄、昌黎苹果、蠡县麻山药、张北口蘑等, 得天独厚的农产品资源优势是河北省发展“互联网+农产品”的物质保障。

第一作者简介:张金乐(1991-), 女, 硕士研究生, 研究方向为区域经济学。E-mail:1124130539@qq.com

责任作者:王双进(1970-), 男, 博士, 教授, 硕士生导师, 现主要从事经济学教学与研究等工作。E-mail:1621552011@qq.com

收稿日期:2017-02-28

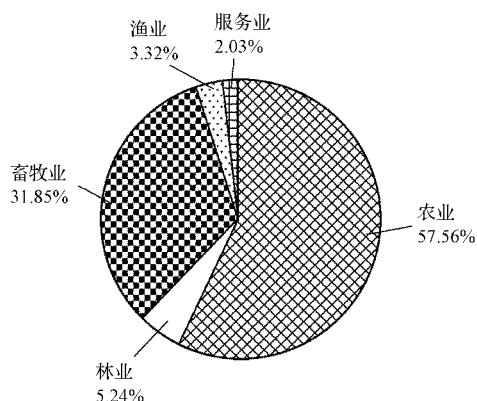


图 1 2015 年河北省农林牧渔业产值

Fig. 1 Output value of agriculture, forestry, animal husbandry and fishery in Hebei Province in 2015

1.2 政府政策的大力支持

“十二五”时期,河北省省委、省政府高度重视全省电子商务发展,先后出台了《关于进一步加快电子商务发展的实施意见》和《河北省电子商务发展 3 年推进计划(2014—2016 年)》等一系列政策文件,为进进一步加快河北省电子商务发展,又制定出台了《河北省“十三五”电子商务发展规划》,规划期为 2016—2020 年。通过市级各部门共同努力,各项工作取得了显著成效,大大增强了企业发展的活力。河北省各级政府对农业的密切关注和对农业信息化、农产品电子商务发展的政策支持成为农产品电子商务发展的外在推动力。

1.3 具有较大的发展空间

随着互联网技术的发展,目前网络已被人们普遍使用。在 2016 年 5 月发布的《2015 河北省互联网发展报告》中显示,截至 2015 年 12 月底,河北省网民规模达 3 731 万人,互联网普及率为 50.5%,超过全国平均水平。全年共计新增网民 128 万人。手机网民较 2014 年底增加 326 万人,达 3 321 万人,占河北省网民的比例由 2014 年底的 83.1% 提升至 89.0%。同时,伴随互联网给人们生活带来的便利,网民结构趋向稳定及优化。可见“互联网+”农产品的受众群体之广,发展空间巨大^[1]。

2 国内农产品电子商务模式成功案例及河北省现有的农产品电子商务模式

2.1 成功案例模式

2.1.1 斯慕昔

在互联网迅猛发展背景下,农产品电商要想战胜竞争对手,长期稳定的占领市场地位,就应该将落脚点放在给消费者提供更为便利的购物体验上,在最短的时间内让消费者可以不出门就吃到最新鲜、健康的食品。斯慕昔饮品就立足于这一落脚点发展电商模式,具体形式是:先通过线上销售会员卡,会员卡分为“月卡”“季卡”“年卡”等形式,每种卡具有各自不同程度的优惠,顾客可以根据个人需求购买。然后会员通过电话购买,几小时之内商家就会将饮品送到家。同时,斯慕昔与社区便利店进行合作,让各社区消费者能够更快、更便利的喝到绿色、健康的果汁。因此,受到很多消费者的青睐。

2.1.2 梅子淘源

梅子淘源模式的创新之处是以订单农业模式服务绿色食品消费者和坚持绿色种植的农人。具体形式如下:一是场景还原,商家根据用户需求寻找相对应的产品,然后亲自去到原产地,将产品生产的各个环节真实、透明的呈献给用户;二是落实检测,对于产品是否残留农药和重金属交由国家权威部门检测,让用户放心;三是创造口碑营销,从用户提交订单到产品销售发货之间最少 1 个月时间,让用户与生产者进行交流互动。

在运作模式上,梅子淘源采用的是预售模式,即消费者根据需求提前下单,一定时间以后(约 1 个月)将订单交给农户,农户采摘之后进行发货。此外,消费者品尝过产品以后可以将自己的感受反映给商家,商家再把这些信息反馈给农户,从根本上解决问题,优化产品。

2.1.3 黄飞红

“互联网+”视野下的农产品营销模式多种多样,企业要想有效规避产品功能的同质性和营销策略的趋同性,就要对市场进行精准的定位和划分,进而找到最符合自己发展的一部分,为自身企业赢得新商机。黄飞红麻辣花生一度成为网络最热卖休闲食品,而且一年内销售额高达 2 亿元。

它能够成为广大消费者的最爱,只是因为企业把最普通的农产品——花生变了一个新的吃法,迅速占领了市场地位。

2.2 河北省现有的农产品电子商务模式

2.2.1 综合性农产品的 B2B 模式

B2B(Business to Business)电子商务是指企业与企业之间的电子商务。河北省农产品种类繁多、特色突出,并且初具生产规模,但是大部分中小企业包括农业合作社、农产品加工企业等在内,在急需开发新市场的同时,面临缺乏自己建立电子商务系统的财力和技术实力,因此会选择综合

性农产品 B2B 电子商务模式。

通过河北省农产品电子交易中心,构筑起包括赵州雪花梨、巨鹿金银花和枸杞、富岗苹果、迁西板栗、卢龙露仁核桃、沧州金丝小枣、阜平赞皇大枣、宣化牛奶葡萄、蠡县麻山药,张北口蘑等特色农产品在内的综合性线上交易市场,把省内外各种农产品生产基地、农产品购销企业、农产品加工企业以及物流企业聚集在一起,为其提供包括市场营销解决方案、产品推广、在线交易、支付结算、贸易配对、物流配送等综合性服务,具体模式见图 2。

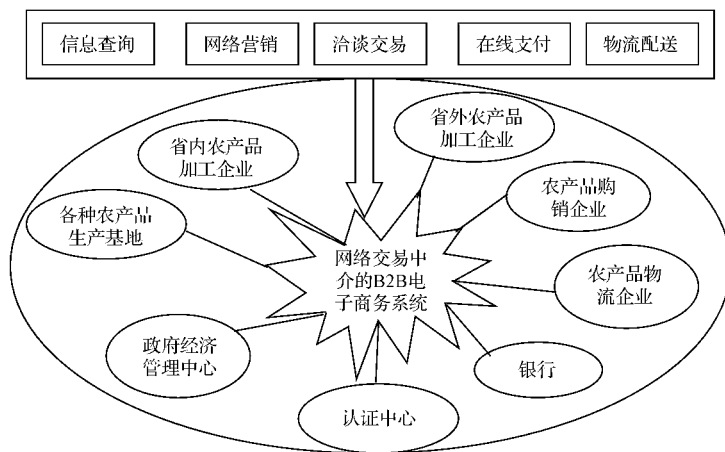


图 2 综合性农产品的 B2B 交易市场模式示例

Fig. 2 Example of B2B market model of comprehensive agricultural products

2.2.2 专业性农产品的 B2B 模式

专业性第三方电子市场模式是指在农产品买卖双方之间建立一个专业性交易平台(可以是一个部门的生产的农产品,也可以是单一品种的农产品),有平台向双方发布各种交易信息,双方以各种交易方式进行交易,比如河北蔬菜网。以河北省蔬菜电子市场交易为例(图 3),以生产基地为依托由农产品交易市场或中介组织建立电子商务平台,蔬菜生产者可以将自己的农产品信息发布到平台上,当地或外地的批发商通过平台寻找想购买的产品,买卖双方可以通过电话洽谈、网络交流等方式确定交易数量、价格等。然后由农产品交易中介对蔬菜的质量检验,合格后就可以按买卖双方约定条件交易。

2.2.3 线上线下相结合模式(O2O 模式)

O2O 模式(Online to Offline)即将线下商务的机会与互联网结合在了一起,让互联网成为线下交易的前台^[2]。河北省农产品电子商务交易中心与合作商进行合作,在阜平、宁晋、高阳等县设立服务站,各服务站通过电子商务平台与农药、种子、农产品机械、农产品收购商等 15 家机构进行合作,采取土地托管、农机租赁、农机培训、农业订单等多种形式,为农户提供产前、产中和产后服务。“红满楼”网上商城是石家庄市供销合作社建立一家网上蔬菜交易市场,通过与线下 125 家红满楼连锁超市进行合作,探索创新农产品电商经营模式,让居民在最短的时间内享受到最新鲜的产品。

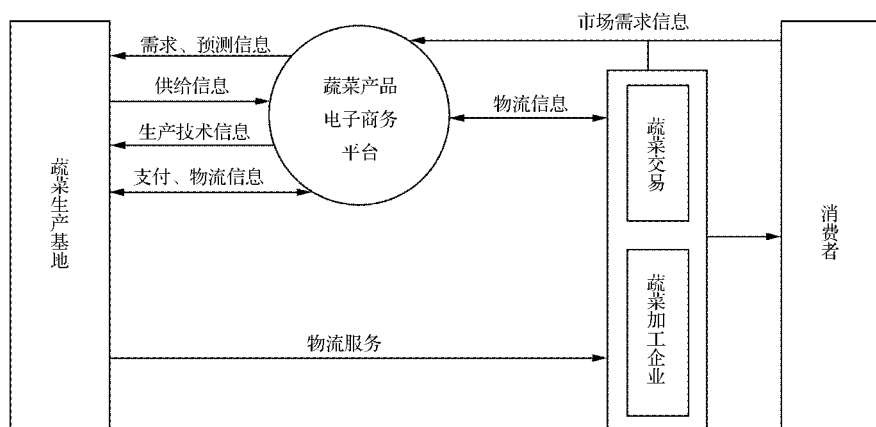


图 3 专业性农产品的 B2B 模式

Fig. 3 B2B model of specialized agricultural products

3 “互联网+”背景下河北省农产品电子商务模式存在的问题

3.1 物流基础设施建设投入不足

河北省农产品流通中存在运输设施、运输条件等基础设施方面建设不完善的问题,大多数仍以常温物流或自然物流为主。目前,冷链条技术在河北省鲜活农产品流通中还没有得到普及,只有少数农户使用含有冷藏设施的运输车,大多数仍以传统农用车为主,所以造成大量农产品在运输过程中水分流失甚至腐烂。此外,农户冷藏储存设施缺乏,其中以完备冷藏储运的方式尤为缺乏,即便有些零售商自建了一些冷库,但是远远不能满足农产品流通中的需要,这就大大提高了农产品的耗损率。一般如果具备完备的冷链技术,在整个流通过程中鲜活农产品产生在物流环节上的耗损率为 1%~3%,而河北省水果蔬菜等农副产品的耗损率在 25%~30%,大大增加了农户成本,减少了农户收入。

3.2 农产品流通信息服务薄弱

近几年,虽然河北省在不断提高农产品信息化服务,但是受经济水平发展约束,现有的网络信息系统不能满足农产品的流通,网络销售还没有形成正真的电子商务模式,只局限于网上洽谈,支付还是在网下。专业化的网站较少,现有的网站特色不鲜明,没有形成独特的竞争优势。例如,西安市建立的“西安礼品蔬菜网”(老菜农)就形成了

自己的独特优势。

同时,在“互联网+”时代背景下,河北省现有的农业网站信息没有实现共享,网站提供的信息数据和质量不具备准确性、及时性和有限性。如河北农业信息网每天都更新所属城市的市场信息,但农民真正需要的市场信息可能找不到,形成农户与市场信息不对称,导致大量农产品滞销。例如,2016 年 3 月石家庄马邱村 1 500 万 kg 梨滞销。

3.3 农产品电子商务人才缺乏

农产品电子商务需要高端复合型人才,要求具备更高的人才素质,它既要全面掌握互联网知识,又要精通农业生产,然而河北省没有高度重视对此类人才的培养。同时,农民是农产品交易过程中的主体之一,由于经济、文化水平有限,对农产品电子商务平台的了解和运用能力较差,不能够及时有效的获取农产品市场需求,农产品的生产缺乏一定的信息指引,因此容易引发农产品市场供求失衡、农产品滞销等后果。

4 “互联网+”背景下河北省农产品电子商务模式发展对策

“互联网+”背景下河北省应该结合自身特点吸取国内成功的模式经验,解决现有电子商务模式存在的问题,创新电子商务模式。通过以上成功地模式案例对河北省农产品电商模式的启示如下。发展农产品电子商务模式应该把重点放在

“提高农民收益、服务消费者”方面,任何模式的发展都是以消费者需求为基础;要加强农产品品牌建设,提高社会公众对产品的认知度;培养农产品电子商务人才等。

4.1 锁定目标市场,明确发展方向

在“互联网+”视野下的农产品营销过程中,应该对自身的发展方向进行明确,不能贪多图大。要锁定自己的目标市场进行针对性发展,这样才能在营销方面取得成功,否则就会因为定位失误、涉及面过广而影响农产品的销售。所以“互联网+”视野下的农产品营销模式虽然多种多样,但是均有一个共同之处,就是要对市场进行精准的定位和划分,进而找到最符合自己发展的一部分。并且要注意到“互联网+”虽然依托互联网发展起来,但是仍需要实体产业进行支持,如物流运输、生产加工等,所以除了要对网络销售平台进行打造外,还要搞好实体工作对网络交易进行支持,使得“互联网+”视野下的农产品营销模式可以长效的发展下去。

4.2 加大农产品流通基础设施建设

首先,政府要加大对河北省农产品流通基础设施建设的财政支持,完善农产品运输通道条件、运输工具和运输技术等基础设施。因为大多数农产品具有季节性强、含水量高、易腐烂的特点,只有具有完善的运输条件和完备的冷链条技术,才能保证农产品高效销售。其次,要加大建设具备完善冷藏技术的储存设施,降低农产品的耗损率,扩大销售市场。最后,加快配套信息网络体系建设。不仅要建立物流信息网络实现物流企业与客户资源共享,实现鲜活农产品物流各环节的实时更新和有效控制与管理,还要根据实际情况建立农产品有形网络,实现消费者有据可查,放心购买的目标,整体提高市场竞争力。

4.3 加快农产品流通信息服务体系建设

“互联网+”时代背景下,农产品经济网络化发展已经成为一种必然趋势。河北省农产品的发展应该顺应时代潮流,构建农产品综合服务信息平台,加强对信息服务体系的建设。同时,结合河北省农产品产业的实际情况,针对不同的信息需

求主体,建设不同的专业性网络平台。例如建设鲜果、蔬菜、食用菌等能够体现当地特色的专业性网站,为消费者提供最新的信息,实现信息共享,降低信息的不对称性。另外,农业部要充分利用技术优势和电视部门网络优势,及时向农民提高信息,提高信息入户率^[3]。

4.4 加强农产品网络品牌建设

河北省面对区域外的品牌特色产品的挑战,创建自己的农产品品牌,有利于提升消费者对其农产品的认知程度,提高市场竞争力。农产品流通组织特别是一些企业应该结合河北省区域特色进行网络品牌建设,并制订严格的产品标准,向消费者提供绿色、安全的特色产品。企业要经常与各终端连锁店和目标消费者进行沟通,慢慢稳固并提高企业在消费者心中的位置,最终实现企业名牌战略,从而带动当地农民和农村经纪人的发展。同时,要注重运用网络信息平台,因为通过网络能够更及时的传递信息,更好的向客户展示商品形象,有利于产品品牌声誉的建立。

4.5 加强电子商务人才队伍建设

一是开展农产品电商人才培养。政府可以在县城或乡镇建设专门针对电商培训的培训中心,定期邀请一些专业人员或有经验的人给农户进行培训,同时电商培训的课程设置要接地气。二是在县区农业技术学校增设电子商务专业,提高专业师资水平,同时要注意教学的实践性和可操作性,引导和培养农村电子商务人才^[4]。三是建立人才激励机制,吸引高端人才,为河北省农产品电子商务持续、发展提供保障。

参考文献

- [1] 任丽娟.“互联网+”时代河南省农产品电子商务发展模式创新研究[J]. 农业经济, 2016(9):128-130.
- [2] 张党利, 李安周, 李海平. 农产品电子商务模式创新[J]. 湖北农业科学, 2011, 50(14):26-27.
- [3] 李满玲.“互联网+”环境下的农产品 O2O 电商模式现状分析[J]. 才智, 2015(27):3.
- [4] 关海玲, 陈建成, 钱一武. 电子商务环境下农产品交易模式及发展研究[J]. 中国流通经济, 2010, 24(1):45-47.

doi:10.11937/bfyy.20165085

辽宁省绥中县苹果缺钙症发生与对策

李 强, 安 然

(辽宁省绥中县果蚕局, 辽宁 绥中 125200)

摘 要: 苹果袋培普遍采取果实套袋措施, 但套袋后的苹果果实缺钙症的发生机率明显升高。缺钙症的表现因苹果品种不同而有异, 主要有苦痘病、痘斑病、水心病、果肉绵变及采前落果等。导致苹果缺钙症的原因有多种, 应依果园和品种的具体情况, 采取相应防控措施。叶面喷施钙肥给树体补钙, 是预防缺钙症发生最为普遍采取的措施。

关键词: 苹果; 套袋; 缺钙症; 补钙

中图分类号: S 661.1 **文献标识码:** B **文章编号:** 1001-0009(2017)15-0197-03

目前, 果实套袋已成为苹果栽培中的主要措施, 几乎所有品种都采取套袋措施。其作用主要有 2 个方面: 一是使果面光洁, 着色艳丽; 二是防止病虫害危害。但套袋后的苹果果实缺钙症的发生机率明显升高。其发生特点是: 普遍发生, 局部严

重, 不同年份有别; 症状多种表现, 因品种而异。导致苹果缺钙症的直接原因有多种, 可依果园和品种的具体情况, 采取相应防控措施。

1 苹果缺钙症发生情况

2014 年秋季苹果采收期, 就全县主要苹果产区的 10 余个乡镇的 280 个果园(户)针对缺钙症的发生进行了全面调查。结果表明几乎所有苹果园都有程度不同的缺钙症表现, 有的园块(户)发

第一作者简介: 李强(1986-), 男, 辽宁绥中人, 本科, 农艺师, 现主要从事果树技术推广等工作。E-mail: 153708833@qq.com.

收稿日期: 2017-02-08

Countermeasures for Development of E-commerce Model of Agricultural Products in Hebei Province Under Background of 'Internet+'

ZHANG Jinle, LIU Yili, LIU Qi, WANG Shuangjin

(College of Economics and Trade, Hebei Agricultural University, Baoding, Hebei 071001)

Abstract: 'Internet+' agriculture aims to combine international information technology with agricultural development, and innovate the development mode of agricultural production. Based on the analysis of the environment of e-commerce development of agricultural products in Hebei Province under the context of 'Internet+', which pointed out the e-commerce development model in existence of agricultural products in Hebei Province, and listed the successful e-commerce models of agricultural products in China, forward to draw any successful experiences, and also the paper propounded a few countermeasures and suggestions on the development of e-commerce model of agricultural products in Hebei Province.

Keywords: 'internet+'; agricultural e-commerce; e-commerce model