

# 改造旧模式 创造新模式 “互联网+” 重塑大农业

□本报记者 任明杰



CFP图片 制表/任明杰

看起来很“土”的农业已经站在了时髦的“互联网+”的风口之上。3月17日,商务部新闻发言人沈丹阳在例行发布会上表示,目前商务部正会同相关部门研究制定关于加快发展农村电子商务的指导意见,重点是对农村传统流通网络信息化改造等提供政策扶持。

在“大众创业,万众创新”的氛围下,改造旧模式的同时,随着移动互联网时代的到来,“移动互联网+农业”正创造着农业触网的新模式。中国证券报记者梳理发现,众多上市公司已经开始在农资电商、农村互联网金融、农业信息化三大领域加大“互联网+农业”的布局。

## 政策东风劲吹

今年政府工作报告首次提到的“互联网+”火了。针对“互联网+”,各大部委正酝酿出台相关政策规划,而“互联网+农业”则率先抢到了这一政策红利。

沈丹阳指出,根据今年中央一号文件提出的“实施电子商务进农村”的要求,目前商务部正会同相关部门研究制定关于加快发展农村电子商务的指导意见,重点集中在对农村传统流通网络进行信息化改造,建设农业生产资料电子商务平台,发展农产品电子商务,以及拓展农村电子商务服务领域等四个方面。商务部今年将会投入比较大的力量推进农村电子商务的发展,主要是继续推进“电子商务进农村”。

去年以来,商务部已会同财政部在河北、河南、湖北

等8省56县开展了这项综合示范工作。一方面,推动阿里、京东、苏宁等大型电商和许多快递企业布局农村市场;另一方面,鼓励传统的供销、邮政等实体企业在农村积极尝试线上线下融合发展。目前,全国涉农的网站已经超过了3000个,有24个省市31个地县在阿里平台设立了“特设馆”,在淘宝网正常经营的注册地为乡镇和行政村的网店更是达到163万家,其中经营农产品的网店已经接近40万个。河北、浙江、江苏、山东等地出现了各种各样的淘宝村212家,农产品网络零售额达到1000多亿元,仅浙江省农村青年网上创业群体就达到100多万人。

“除了农业生产资料电子商务、农产品电子商务等

农村电子商务方面的内容,‘互联网+农业’实际上已经深入到从生产、加工到销售的农业产业链的各个环节。农业看起来离互联网最远,但农业作为最传统的产业也决定了‘互联网+农业’的潜力是巨大的。国内农业发展的现状和特点,也决定了‘互联网+农业’需要国家不断出台相关政策来不断推动。”中国人民大学农业专家毛学峰在接受中国证券报记者采访时表示。

“互联网+农业”符合农业现代化的长远发展方向。今年中央一号文件《关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见》指出,“创新农产品流通方式,支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设。开展电子商务进农村综合示范。”

## 三大发展方向

在“互联网+农业”深刻影响传统农业产业链各个环节的同时,众多上市公司纷纷加大“互联网+农业”的布局,其中,农资电商、农村互联网金融、农业信息化三大领域最受关注,将是未来一段时间“互联网+农业”发展的三个主要方向。

农资电商方面,农资龙头金正大等上市公司已率先实现布局。金正大董事长万连步接受中国证券报记者采访时表示,“农资电商是大势所趋,我们一直在努力。我们首先考虑的是将现有渠道升级,我们有十多万家二级经销商,要先按照电商的要求对这些二级经销商进行升级,提高效率,降低物流费用、财务费用及人员支出。在实现线上线下结合的基础上,农资电商要和种植大户、家庭农场、农业合作社、专业化的农业公司实现直接对接。”

农村互联网金融方面,大北农旗下的农信网便以公司旗下另一网站猪管网的数据为基础,向上下游伙伴提供小贷、P2P等金融服务;公司还于3月6日拿出了一份募资额高达22亿元的定增方案,拟投向农业互联网与金融生态圈建设项目。新希望则依靠产业链的数据优势与线上融合来发展P2P等业务,将不同渠道、不同风险偏好的资金与不同风险的养殖户对接,降低养殖户的整体融资成本。

## 创造新模式

“互联网+农业”不仅是在改造传统农业产业链各个环节,更是在创造很多农业新模式,特别是在移动互联网时代,在“大众创业,万众创新”的氛围下,“移动互联网+农业”正创造出很多创业机会。

在河北省保定市众合生态农场,农场投资人之一的崔贵良告诉中国证券报记者,农场从去年10月开始运营,养殖的是市场上的高端猪种藏香猪,目前存栏虽然只有200头,但借助手机微信等移动互联网的销售渠道,已经卖到了北京。

“随着人们收入水平的提高和对食品安全的日益关注,高端农业正日益普及。但是,与普通农产品相比,高端农产品本来已经价格不菲,如果还要走传统的流通渠道,那么经过众多的中间环节到终端,价格肯定已经高得让消费者消费不起。所以,为了保证产品的销售畅通,必须寻找新的销售渠道。我们发现,通过微信卖肉就能实现生产和消费的对接,比如我们的猪肉出厂价是60元/斤,消费者买到的也是60元/斤,没有任何中间费用。而且,这样还能提高双方的信任度,扩大口碑营销。”崔贵良表示。

还有在去年获得“全国移动互联网创新创业大赛总决赛银奖”的青年菜君,其以半成品生鲜电商为发展方向,用户可以通过线上预订、线下地铁口自提的方式来购买半成品生鲜。近日,青年菜君刚刚完成了最新一轮数百万美元融资,投资方为策源、平安创投以及真格基金。

类似众合生态农场、青年菜君这样的互联网农业项

“‘互联网+农业’是大势所趋,也是公司在发展过程中考虑的非常重要的一个问题。比如我们可以发挥产业规模大、联系带动农民多、市场影响力大的优势,迅速地推广公司的互联网金融业务。我们在天津注册了金融保理公司,还注册了基于互联网的一个金融类公司,希望通过互联网的方式推动我们养殖业和食品业的互联网式发展。在养殖方面,我们也通过互联网的方式,从一个重资产公司逐步转变成为一个轻资产公司。以前我们在饲料、养殖和加工的各个环节都是自己做的。今后,我们可以只抓主要的,饲料我们来做,养殖我们建示范厂,然后,我们建立一个技术服务专家队伍和金融服务担保队伍,动员一批农村和城市的中产阶级队伍来一起做。”新希望集团董事长刘永好在接受中国证券报记者专访时表示。

农业信息化的浪潮也从国外蔓延到了国内。去年10月23日,芭田股份使用自有资金4000万元受让王瑜持有的金禾天成20%股权,介入到农业大数据、农业物联网、农业移动互联网应用、种植业投入品平台、农业地理信息系统等领域,并探索提供以数据分析为基础的产品组合。新希望的福达计划,则是通过养殖场的数据分析提供针对性的服务方案。

目,成为眼下PE/VC投资的重点方向。投中研究院的最新报告指出,2015年是中国农业加速变革的一年,农业行业与(移动)互联网加速融合是大势所趋,农业企业的商业模式正发生变化。对于机构投资者来说,应多关注从事涉农互联网的创业者,例如农业大数据类、农业云服务类、种植服务类、生鲜电商类等。

“前段时间几个PE圈的朋友在一块儿吃饭,结果大家都在谈论农业投资的问题,而最时髦的投资就是移动互联网农业。实际上,这几年移动互联网在改造很多传统商业模式的同时也在改造传统农业。传统农业面对的一个棘手难题是中间环节太多,而移动互联网便是去中间环节的重要手段。”北京一位PE界人士告诉中国证券报记者。

在很多农业龙头企业里,企业内部创业也成为一个重要方向。刘永好便告诉中国证券报记者,“新希望集团将来可能会成立一个专门的新集团,我们将拿出相当一部分资金来鼓励我们内部的创业,特别是鼓励‘互联网+’式的创业项目。具体来讲,我们在集团内部将会动员和鼓励一些优秀的干部和员工,特别是年轻的干部和员工,来进行企业的内部创业。所谓内部创业就是结合集团产业发展,以及产品和需求,在把握集团现状的基础上,用一种互联网的新思维来做一些增量。事实上,我们公司的一些高管已经从原有的岗位上调整出来,并充实一些更年轻的员工,让他们走出来做互联网的应用,特别是移动互联网的应用。”

## 电商巨头争抢农村电商市场

□本报记者 王荣

陕西省长武县政府日前与北京京东世纪贸易有限公司签订农村电子商务战略合作协议,双方将在多个方面合作,共同推进长武县农村电子商务发展。几乎同时,阿里巴巴“农村淘宝”建德服务中心举行启动仪式,为首批20个村级服务站授牌。

针对阿里、京东等电商巨头自2014年下半年以来联袂上演的“下乡刷墙”大戏,易观国际金融高级分析师马韬指出,在城镇网购的增长逐渐放缓后,各大电商渠道下沉抢占农村市场是必然选择,农村将成为电商新的增长动力。

### 京东与阿里争霸

春节期间,京东集团创始人兼CEO刘强东回到老家——宿迁市宿豫区,走访数个村的“京东服务中心”,为其“深耕农村市场,推广农村电商”的战略站台。

据了解,2015年,京东电商下乡的总目标是新开业500家县级服务中心,招募数万名乡村推广员。截至目前,京东已开业26家县级服务中心,招募了近2000名乡村推广员。

按照京东模式,县级服务中心是京东由线上向线下拓展的标志和大胆尝试,它是一个多业务承载模式,管理人员包括配送站长和乡村主管。由乡村主管对当地乡村推广员进行培训、管理,乡村推广员既是销售员、售后服务员、物流配送员,也是京东的信贷员。

京东人士表示,2015年,是农村电商的启蒙年,京东希望用“县级服务中心”模式来撬动新的市场。

阿里巴巴的行动同样颇为迅速。阿里现已启动“千县万村计划”农村战略,未来三至五年内将投资100亿元,建立1000个县级运营中心和110万个村级服务站。目前“村淘”已进驻全国8个省市,覆盖13个县、295个村。根据阿里的规划,重点发展的涉农电商业务,对农民消费者来说是“网货下乡”,对城市消费者来说是“农产品进城”。

### 进军农村金融

京东农村电商项目相关负责人透露,未来,京东将从金融贷款支持、数据引领支持、人才培养支持等多个方面,结合生活服务、旅游服务等功能,继续加大农村电商的探索力度。其中的一大重点是农村金融,按照规划,与京东农村电商一起,京东金融将通过为乡村推广员试点授信,正式进军农村金融市场。

2月13日,京东金融已为江苏宿迁市宿豫地区的部分乡村代理商开通了农村白条业务,用以缓解乡村推广员们在京东代购时的资金垫付压力。据悉,乡村代理商也是京东在农村市场的配送员,村民将享受他们提供的代购、售后、网购知识普及及服务,这种强关联在一定程度上降低了违约的风险。

而蚂蚁金服发布的数据则显示,过去一年,新增的农村余额宝用户超过2000万,增收7亿元。其中,东莞、温州、苏州、泉州、成都等地的农村尤为活跃,开户数居全国前五。“80后”和“90后”是绝对的主力用户,占据去年新增农村余额宝用户的75%。

分析师指出,电商与金融天然结合,一旦电商渠道下沉,伴随交易数据的积累,农村消费信贷将是农村金融的切入点。

## 多地推动农村电子商务发展

□本报记者 李香才

中国证券报记者梳理近期各地发布的产业政策文件发现,吉林、河北、湖南等多地提出加快发展农村电子商务,并且在农村电商人才培养、物流体系建设等方面进行相应布局。

### 多地加码农村电商

吉林省日前印发的《关于促进互联网经济发展的指导意见》提出,加强农业领域电子商务。加快完善淘宝特色·吉林馆和农资下乡等涉农电子商务平台建设,扩大吉林农产品和特色产品的网络销售。推动农资下乡电子商务建设,引导有条件的县、乡、村开展电子商务试点,在农村建设一批标准化村级信息服务站(电子商务网站),培训一批懂电子商务操作的村级信息员。推动通榆阿里巴巴千县万村试点县建设。

河北省《电子商务发展三年推进计划(2014-2016年)》提出,支持农村电子商务应用。围绕新农村建设,结合农产品现代流通体系建设,引导农民利用商务部新农村商网和河北省智慧农村网站发布农产品信息,促进产销对接,拓展网上销售渠道,实现农产品网上交易;完善农村网络购物环境,推进农村电子商务基础设施建设,促进农产品进城和工业品下乡双向流通。

湖南省《现代服务业发展行动计划(2014-2017年)》提出,加强农村和农产品电子商务应用。加快推进湖南国家农村农业信息化示范综合信息服务平台建设,在县乡流通再造工程中进行O2O电子商务模式试点,加强农产品网上购销对接,融合涉农电商、农批市场等线下资源,重点发展龙讯村村通电子商务平台、网上供销社全国平台、惠农科技“惠农宝”。

### 物流体系建设成关键

农村发展电子商务需要在诸多领域发力,比如人才的培养、技术的进步以及物流体系的建设,为此多个地方都提出了针对性的措施。吉林提出,支持农产品包装设计、印刷等相关产业发展,为特色农产品网络营销提供配套服务;强化农产品溯源信息服务平台功能,推进农产品溯源信息系统建设,提高精细化管理和安全生产可追溯水平。天津提出,完善农业科技信息服务体系、农副产品流通体系和农村消费网络体系。

电子商务必须依靠发达的物流体系才能快速成长,物流因素成为制约农村地区发展电子商务的最大问题。业内人士认为,要激活农村地区的电商潜力,必须建设新的物流节点,逐步完善农村物流最后一公里,比如在农村建设物流服务站。吉林省已经提出,加快智慧物流体系建设,大力发展快递、仓储和物流规划咨询、物流信息系统、供应链管理智慧物流,培育领军企业。

业内人士认为,从长远来看,发展农村电商必须加强冷链物流建设。江苏是全国重要的农产品生产和消费大省,为加快发展农产品冷链物流,江苏省已提出《农产品冷链物流发展规划(2014-2020)》。2013年,江苏果蔬、肉类、水产品冷链流通率分别为8%、35%和40%。根据规划,江苏计划到2020年三类产品冷链流通率分别提高到20%、40%、55%以上。

## 重点上市公司

### 大北农 力推“三网一通”

大北农是一家从事饲料加工和农作物育种的农业企业,其中饲料加工占据公司九成以上的营业收入。2013年,公司提出移动互联网与智慧大北农战略,针对养殖户和经销商重点推出猪管网、智农网、农信网及智农通等“三网一通”新产品体系。公司还计划通过3年左右时间在客户比较集中的区域设立160家服务中心,积极拓展猪管网、进销财、企联网、种植网等智农云服务产品,承接智农商城等交易平台的O2O服务。2015年3月6日,公司公告称,拟向公司实际控制人邵根伙等10名特定对象发行股份募集资金,其中0.5亿元将投向农业互联网与金融生态圈项目。

### 新希望 致力养殖智能服务

新希望是国内最大的农牧企业之一,依靠产业链的数据优势发展P2P等农村互联网业务。2015年1月29日,公司向南方希望、北京首望共同出资设立慧农科技,抓住农村互联网金融服务发展契机,推动公司互联网金融平台建设。公司的福达计划立志打造智能服务体系,通过营销人员录入、技术人员确认的方式,目前福达一期已经覆盖3.9万客户,在掌握相关养殖场位置、栏舍状况、养殖状况、成本、营销服务情况等基础数据的基础上,为公司提供针对性的营销服务。公司即将开展福达二期,将为养殖户提供针对性的技术服务,提升养殖户的养殖效率,打造智能化营销服务体系。

### 金正大 推动渠道扁平化

金正大是农资龙头企业,控释肥、硝基肥、水溶肥等产品占比较高,产品结构良好,随着渠道深耕和品牌营销的深化,销售量可望延续较快增长。贵州、菏泽、广东等基地生产线将在2015年逐步投产,加上农化服务中心的建设,将为公司销售增长提供支持。在土地流转、农业信息化加速背景下,公司积极探索适应下游新形势的经营模式,线上构建互联网综合平台,线下建设农化服务中心,推动渠道适度扁平化,积极向复合型农资服务一体化企业转变。(任明杰)