

消费倒逼生产,引领种业转型升级

金化亮

(漳州市英格尔农业科技有限公司,福建漳州 363000)

摘要:农业是社稷之本,种业是农业之基。尽管我国种业迎来了良好的发展机遇,但信息孤岛、信息不对称和中间商强势让传统种业发展遭遇瓶颈,“互联网+”带动传统种业上下游整合,打造种业全产业链,本文以悦农庄绿色农业产业链集成技术服务平台模型为例,阐述农事、农资、农技、农商农业大协作模型,引导消费倒逼生产,从而农业产业化升级倒逼品种升级换代,引领传统种业转型升级。

关键词:农业产业链;种业;“互联网+”

随着社会的发展和科技的进步,特别是近几年国家对种业的整合扶持政策陆续出台,现代种业迎来了发展黄金时期。但是与国外种业相比,还存在较大的差距,具体表现在5个方面:商品化程度低、行业集中度低、研发投入少、加工技术落后、销售渠道散乱^[1]。这些问题存在已久,依靠传统种业自身是无法从根本上解决,因此,种业亟需一种新模式、新路径来实现其转型升级。互联网和种业本没有必然的联系,如果从农业全产业链出发,考虑产业链条的每一个节点,互联网和种业的关系就好比“珍珠项链”和“珍珠”。“互联网+”时代的到来,是种业黄金期的一个契机,融入“互联网+”理念,是传统种业向现代种业发展的一个重要方向。

1 孤军奋战,传统种业遭遇发展瓶颈

农业产业链条长,涉及产前准备到最终消费的

28个环节(图1)。种业在整个农业系统中的地位高,高到“一粒种子可以改变一个世界”,而在整个农业生产过程中,位置又渺小,小到仅仅是农用物资中的一个节点。目前越来越多的种子企业开始与粮油企业、农资生产商、电商平台、大型商超、农产品物流企业,甚至地方政府合作打造“从田间到餐桌”的完整产业链,但由于涉及环节多、资金投入成本高、协同效率低,真正实现全产业链成功转型的企业不是很多。大多数种业企业,回归本位,仍然还是停留在传统种业经营模式。由于种业企业缺少与系统外部的连接,一不小心陷入孤岛:源头育种容易“跑偏”,生产者不爱种,种出来的农产品,消费者也不爱吃!

“如果农产品销路不打通,没有实现优质优价,没有让消费者来买单,再优质的作物品种,也难以让生产者有效接受!”

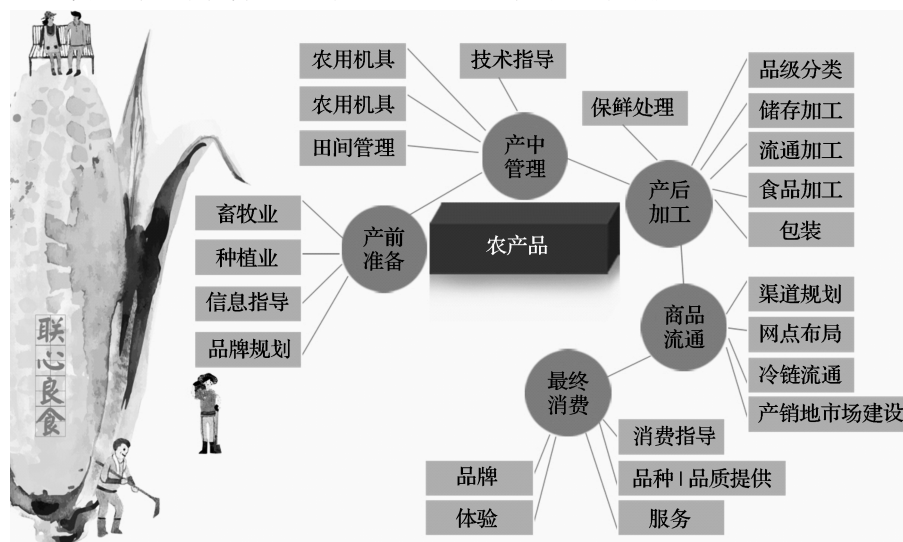


图1 农业产业链所涉及的环节

1.1 生产者和消费者诉求不一致 消费者多年来受“物美价廉”传统消费观念的影响,认为只要是外观漂亮、价格优惠的农产品就是好产品。所谓物美,就是看上去漂亮,吸引眼球,表现在农产品上就是个头大、外表艳丽、无虫眼、无疤痕、新鲜(上市早)。为了不断迎合消费者需求,生产者只好使用催熟剂、染色剂、膨大剂、漂白剂……,同时选择生长周期短、产量高、抗病虫害能力强的品种,为了减少病虫害,提高产量,又选择一些高毒、高残留的化学农药。而优质农产品的品质无法完全通过感官来具体体现,且不管是外观,还是价格上,都没有竞争的优势。这样的消费逻辑让一些口感不错、产量低、生育周期长的优质品种越来越不受生产者的欢迎,大大增加了种业公司开发和推广新品种的难度。

随着生活水平的不断提升,部分消费者转变了原有的观念,越来越注重农产品的品质,直接导致对安全且食味好的农产品需求剧增,优质品种越来越受消费者的欢迎;但生产者(农民)的观念没有紧跟消费者,仍普遍接受产量高、抗性强、有卖相的品种。

1.2 生产者和消费者信息不对称 生产者(农民)种植出比较好的农产品,但是不知道卖给谁?这里的“好”可以理解为品种好,不管是口感、安全品质,还是外观都具有优势。而另一边,消费者也一直想寻找优质农产品,尤其是那些散落在民间的美味,但又不知道哪里有?一旦信息不对称,很容易出现农产品滞销,大大降低生产者(农民)种植新品种的积极性。

1.3 销售渠道层级多,生产者不受益 传统农产品的销售模式,就是产地的生产者通过代办(经纪人)或者小商贩集中拉到产地批发市场,然后由产地批发市场,通过长途物流,发往销地批发市场,再一级一级地发到零售点,即“种企—经销商—零售商—农户”的模式^[2]。由于中间层级较多,农产品经过中间层级以后,到达消费者手中的终端价格很高,而渠道商为了更多地获取中间利润,在刺激消费者购买的同时,压低产地的批发价格,最终导致生产者生产出来的农产品价格低廉。一旦产地价格不高,农民无其他受益来源,为了寻求微薄利润,就只好想方设法在生产投入、农用物资投入上节省成本,因

而导致品质低劣、价格低廉的品种在这种情况下得势,而高端优质品种因成本偏高,反到让农民望而却步。在这样的环境下,一是使得生产者的作物品种质量得不到很好的保障;二是增加了农产品的安全隐患。

2 立足全产业链,种业迎来转型契机

传统农业所暴露出来的问题,恰恰是现代农业发展的机会。随着越来越多消费者对健康的投资,对农产品安全越来越关注,加上互联网的快速兴起,给新型高端种业转型升级带来了契机。互联网时代的显著特点就是需求个性化、用户多样化。农产品定制迎合了消费者需求,给用户带来一种全新的产品体验,势必也会在种业行业掀起一场定制化运动。这种互联网倒逼生产的趋势打破了种子行业地域、组织、技术的界限,加强了资源的共享与合作,将会构建种业更具活力的创新体系,推动种业产业结构的不断优化升级。

目前已有龙头种企在进行尝试构筑新的产业链模式和新的竞争业态。如农发种业拟通过外延扩张形成“种子+农药”的大格局,通过内部整合、外研合作以及打造“农资+农场+收储”的服务平台对接模式来做强。农发种业商业模式或将形成类似国际四大粮商的“农资+农场+收储”的一体化产业闭环,发展前景看好^[3]。

另外,我国种业全产业链整合战略,借鉴孟山都、杜邦 ABCD 四大跨国粮商的商业模式,以种业科研创新(生物育种、生物农药、生物化肥)为依托,向农业全产业链上下游延伸,通过上下游纵向一体化方式,构建农场+种子+农资+农服+农产品加工+仓储物流+金融服务全产业链模式。

3 “互联网+”新型平台,农业大协作,消费倒逼生产

从以上种业全产业链横向整合以及纵向一体化发展战略来看,更多的重心在上游生产端的整合,而在下游销售端的整合上尝试的案例并不是很多。“如果农产品销路不打通,没有实现优质优价,没有消费者来买单,再优质的作物品种,也难以让生产者有效接受!”。所以,中国首创反向 O2O 农业电商模式悦农庄平台的建立,从根本上重建人与食物的信任关系,实现农产品优质优价的目标。

3.1 平台模型介绍 悦农庄平台集成了绿色农业全产业链的农业生产平台、加工保鲜平台、农产品交易平台、农业服务平台、农产品溯源管理平台、品质保证平台、农资交易平台、智慧社区平台、物流平台、

仓储平台、金融平台、悦农庄协同管理平台、售后服务平台、自媒体联盟平台等,属于综合协同信息服务平台,旨在建设一个绿色农业产业链集成服务平台模型(图2)。

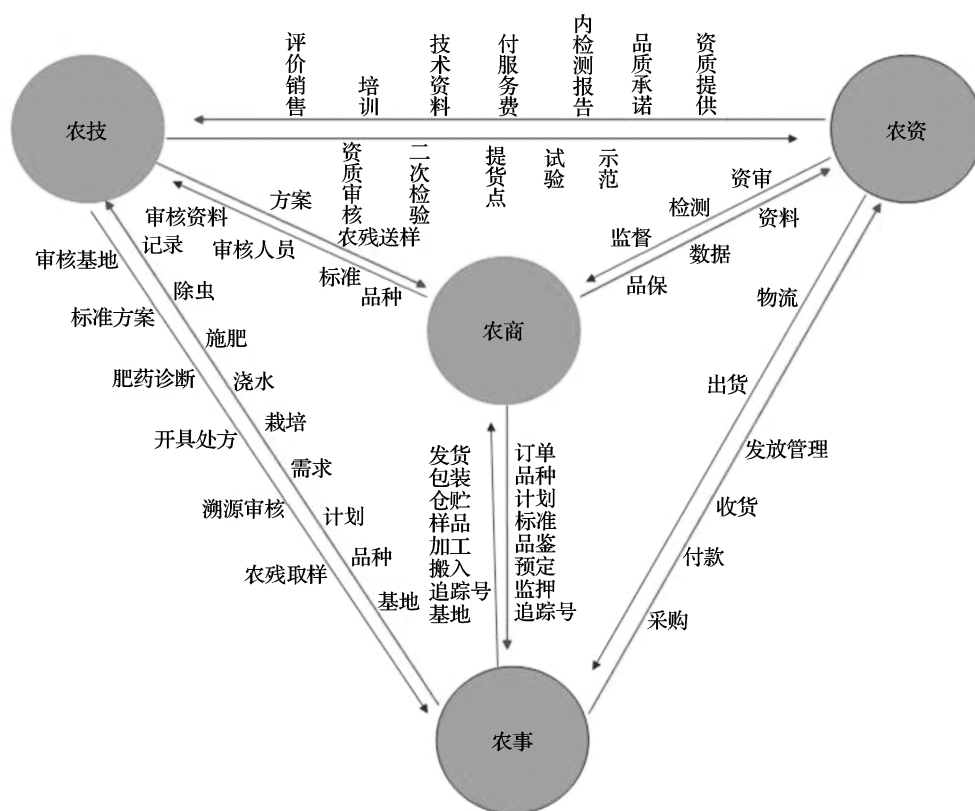


图2 绿色农业产业链集成技术服务平台模型

3.2 商业模式 农产品品牌渠道商(农商)指定农业生产者(农事)应用农业技术服务者(农技)的服务和推荐的绿色农业投入品(农资),应用全程的品质保证体系 ERP 系统监管,达到生产有机绿色农产品的目的,获得品牌溢价,销售给消费者。农商应用公平的分润系统让农事、农技、农资协作起来。

农商 传统意义上的农产品流通商,其环节比较多:农产品卖给贩子、贩子卖到批发市场、批发市场卖到菜市场 and 超市、消费者到市场和超市买农产品。通常农商对生产环节的技术是很薄弱的,委托既有农业生产技术经验,又有品质保障经验的农技服务平台来保证农产品的质量稳定和安全是非常必要和紧迫的。

农事 农事组织(企业)主要承担农事操作、品质保证的所有工作;从事无人指导、无人监督的农业生产体系。农事组织(企业)普遍地处比较偏僻的地

区,条件与待遇不容易留住农业技术人员。然而,随着移动互联网的发展,农事企业期待通过手机等智能终端对农技服务平台提出服务需求,农技服务平台通过技能匹配,派遣符合要求的农技人员对应服务。

农资 生产与销售一直延续着代理、批发、二级批发、零售的模式;农资流通的中间商一直是通过信息不对称和承办物流获取利润。农资的电子商务服务比较落后,一直发展缓慢。随着大量的农资生产企业逐渐重视电商平台,想绕过中间商开展电子商务时,传统的业务又与新发展的电商业务矛盾重重。随着 O2O 的电商模式演进,电商卖产品的模式演进为体验与服务的模式,把农资的零售人员转变成技术服务人员成为必然。农资生产企业通过农技服务平台直接把产品推荐给农事组织,产品通过强大的第三方物流直接配送到农事组织。农技人员从而获得农资企业提供的技术服务费。

农技 农技人员泛指农村的农资零售店技术服务人员,供销、农业、邮政等服务人员,农药、肥料、种子、饲料、兽药、农膜、农机等厂商的销售和技术服务人员。由于农业的分散和路途的遥远,传统的农技服务效率低、成本高,导致农业技术服务弱或没有服务,农业生产中的作物营养和病虫害没有得到科学的生态治理,病虫害猖獗,农民被迫应用大量的肥料和化学药物来提高产量和控制病虫害,直接造成了农产品的农药残留和环境的污染。移动互联网的发展,建设了一个绿色农业产业链集成技术服务平台,整合分散的农技人力资源,以专业且能力强的劳务派遣模式,向需要服务的农业组织(农业公司、农业合作社、家庭农场、种养殖大户)提供技术服务,并推荐和控制农业投入品;同时技术服务平台也是农商的品质保证监督者,及时地进行生产过程监督和农残样品采样。

从以上模型可以看出,引进农商,打通销售渠道,发展订单农业,农事(生产者)种植没有风险,同时通过电商平台和第三方物流配送,减少渠道层级,让农事(生产者)获得更高的收益。农事(生产者)有利润了,才会投入更多的精力用于优质农产品的

生产。为了满足消费者对农产品的品质需求,农事(生产者)又需求更优质的品种资源以及安全管控技术,那么,技术服务人员(农技)和生物资材(种业)都会得到相应配套。

4 结语

互联网倒逼生产的趋势打破了种子行业地域、组织、技术的界限,加强了资源的共享与合作,将会构建种业更具活力的创新体系,推动种业产业结构的不断优化升级。以终端消费决定上游研发,以市场需求驱动生产种植,农商、农事、农技和农资进行农业大协作,依托绿色农业产业链集成技术服务平台,有机结合完全打通产业链上下游,助推新型种业转型升级。

参考文献

- [1] 张宁宁. 开放环境下中国种业发展研究[D]. 北京:中国农业大学, 2015
- [2] 李小妹,侯军岐. 论我国“互联网+种业”战略及其实施[J]. 北京:中国种业, 2017(3): 13-16
- [3] 朱礼好. 破解种业困局之道:推进产业链转型升级[J]. 北京:中国农垦, 2016(11): 38-40

(收稿日期: 2017-07-16)

简讯

全面推进农作物良种联合攻关 开创绿色种业发展新局面

9月13日,农业部在黑龙江省召开2017年四大作物良种重大科研联合攻关现场会,总结国家四大作物良种联合攻关进展成效,部署全面推进农作物良种联合攻关工作。农业部总畜牧师马爱国出席会议并讲话。会议强调,全面推进农作物良种联合攻关,是服务农业供给侧结构性改革的重要举措,要以绿色发展为引领,加快推进种业基础理论创新、绿色种质创新、绿色品种创新、绿色技术创新和推广方式创新,开创绿色种业发展新局面。

会议认为,2014年以来,各作物联合攻关组在种业基础理论与育种技术、种质资源发掘与育种材料创制、绿色优质新品种选育等方面取得了重大进展,先后培育出一批适宜机收籽粒玉米、高产高蛋白大豆、节水及抗赤霉病小麦等突破性新品种,筛选出一批优异种质资源和育种新材料。联合攻关坚持政产学研结合、聚焦生产重大问题和体制机制创新,有效推动了企业与科研单位合作,形成了产业导向、成果评价、多元投入、利益共享等新机制,为破解科研与生产“两张皮”问题积累形成了的制度性成果。

会议强调,种业要围绕农业供给侧结构性改革和绿色发展要求,坚持市场需求导向,以产品优质、资源节约、环境友好为基本要求,进一步加强绿色种质资源创新,完善品种审定和登记管理,推进种业基础设施建设,强化知识产权保护,加快绿色品种示范推广,力争到“十三五”末选育推广一批节水5%、节肥10%、节药15%以上的绿色优质新品种,优质率提高10%以上,充分发挥优良品种在增加绿色农产品供给、提高资源利用效率、促进农业增效农民增收上的先导作用,争当推动农业绿色发展的先锋。

会议要求,种业系统要启动一批重要特色作物良种科研联合攻关,强化优势资源和力量整合,构建上中下游紧密衔接、政产学研紧密结合、粮经饲特协调发展的中国特色现代种业创新体系,加快培育一批优势特色新品种,推动品种更新换代。

会议期间,会议代表实地考察了玉米、大豆良种联合攻关示范基地,农业部种子局启动了“中国种业大数据平台”上线运行。

(来源:中国农业信息网)