

DOI:10.11829/j.issn.1001-0629.2016-0184

葛聪,南志标.“互联网+”背景下,草业企业 O2O 模式分析:以内蒙古草都农牧业发展有限责任公司为例.草业科学,2018,35(3):686-694.

Ge C, Nan Z B. Analysis of the O2O model of grassland industry under the background of “Internet +”: A case study of Inner Mongolia Caodu Agriculture Development Co., Ltd.. Pratacultural Science, 2018, 35(3): 686-694.

“互联网+”背景下,草业企业 O2O 模式分析

——以内蒙古草都农牧业发展有限责任公司为例

葛 聪, 南志标

(草地农业生态系统国家重点实验室 兰州大学草地农业科技学院, 甘肃 兰州 730020)

摘要:在“互联网+产业”的大趋势下,作者在广泛阅读现有“互联网+”和 O2O 模式研究相关文献的基础上,进驻草业企业(内蒙古草都农牧业发展有限责任公司)实地调研,根据企业生产经营情况和战略规划布局,总结提出了“互联网+草业”背景下的草业 O2O 模式。本文以“互联网+”和 O2O 模式研究相关文献为基础,引出草业 O2O 模式,并对草业 O2O 模式中线上线下的各重要职能组成(牧草交易平台、区域运营中心、草产品销售网点和第 3 方服务提供商)进行分析。作者根据以草都公司为案例支撑的草业 O2O 模式,对草业企业互联网转型提出了一些意见和建议。

关键词:互联网+;草业企业;大宗商品;O2O

中图分类号:S812-05

文献标志码:A

文章编号:1001-0629(2018)03-0686-09*

Analysis of the O2O model of grassland industry under the background of “Internet +”:

A case study of Inner Mongolia Caodu Agriculture Development Co., Ltd.

Ge Cong, Nan Zhi-biao

(State Key Laboratory of Grassland Agro-ecosystems, College of Pastoral Agriculture Science and Technology, Lanzhou University, Lanzhou 730020, Gansu, China)

Abstract: As part of the “Internet + industries” trend, this work presents the online to offline (O2O) model of the grassland industry in terms of “Internet + grass industry,” which was based on extensive reading of literature on “Internet +” and O2O pattern research, as well as field research of the situation for business operation and strategic planning in the industry by an enterprise (Inner Mongolia Caodu Agriculture Development Co., Ltd.). The O2O model of the grassland industry was introduced, based on a review of “Internet +” and O2O pattern research. All the important online and offline functions of the O2O model of the grassland industry, i.e., the trading platform, the regional operation center, the outlets of grass products, and third-party service providers, are discussed. At the end of this work, we gave some recommendations for Internet transformation of grass industry enterprise based on case analysis of Inner Mongolia Caodu agriculture development Co., LTD.

Key words: Internet +; grass industry enterprises; commodities; O2O

Corresponding author: Nan Zhi-biao E-mail: zhibiao@lzu.edu.cn

* 收稿日期:2016-04-11 接受日期:2017-12-11

基金项目:中国工程院重大咨询项目:我国草地的生态保障和食物安全(2012-ZD-7)

第一作者:葛聪(1993-),男,山东泰安人,在读硕士生,主要从事农村与区域发展研究。E-mail: gec10@lzu.edu.cn

通信作者:南志标(1951-),男,河北曲阳人,教授,博士,主要从事草业科学研究。E-mail: zhibiao@lzu.edu.cn

“互联网+草业”是指草产业与互联网、云计算、大数据等技术性相结合的过程。“互联网+草业”,旨在提高草产业组织化程度、提高草产品交易效率、降低交易成本。本文通过对国内“互联网+”和O2O模式研究相关文献进行梳理,并参照其他大型电商对于O2O模式的布局,在草业企业实地调研的基础上,以案例研究的形式,结合企业实际生产经营活动提出了草业O2O模式,并对该模式线上线下的各重要职能组成(牧草交易平台、区域运营中心、草产品销售网点和第三方服务提供商)进行分析,对草业后生物生产层在“互联网+”新形式发展进行了有益的补充,同时总结提炼出对于草业企业在互联网转型方面具有借鉴意义的举措与建议。

1 “互联网+”文献研究

1.1 “互联网+”定义

“互联网+”是指以互联网为主的一整套信息技术(包括移动互联网、云计算、大数据技术等)在经济、社会生活各部门的扩散、应用过程。“互联网+”的本质是传统产业的在线化、数据化^[1]。“互联网+”理念的提出最早见于2012年11月的第5届移动互联网博览会。2015年3月5日,国家提出制定“互联网+”行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场^[2]。

1.2 “互联网+农业”研究现状

实现农业生产全过程的信息感知、智能决策、自动控制 and 精准管理,是未来发展现代化农业的基本方向^[3]。而在具体的实施层面,农资电商、农业信息化、农村互联网金融,这三大领域将会是“互联网+农业”未来发展的3个主要方向^[4]。

从农资电商的角度来看,国内现阶段比较有代表性的农资电商平台有“田田圈”、“农商1号”、“京东农资”、“淘宝农资”^[5]、“天辰云农场”等,其中,截至2014年9月初,“天辰云农场”的化肥销售额是阿里巴巴的658.9倍^[6],这也体现出在特定的细分市场,农资电商平台具有巨大的市场竞争潜力。除了互联网交易性的农资电商平台,还有一类农产品咨询类的网络平台。这一类网络平台主要提供农业技术的指导服务,或者通过发布农业领域相关数据来预测和引导市场,其中也有一部分农产品咨询类网络平台以举办各种农业领域相关的会议,通过收取参会费来维持运营^[7]。

从农业信息化的角度来看,国务院发文指出,通过“互联网+”使得信息进村入户,推广成熟可复制的农业物联网应用模式^[8]。而信息进村入户的最终结果是对农业生产经营进行信息搜集处理,也就是农业的大数据,从而实现农业的自动化控制。对农业大数据的分析,使得传统被动的农业生产模式转到以消费者需求为导向的农业生产模式上来^[9]。同城市相比,农村互联网覆盖率较低,通过智能手机移动终端的覆盖来提高农村信息化程度,促进农村移动终端的消费,实现订单农业^[10]也是农业信息化的一个重要举措。在具体的实践过程中,比较有代表性的是面向农业专家、农业生产技术人员、农民和各类新型农业生产经营者发放的“智农卡”^[11]。

从农村互联网金融的角度来看,农村居民资金使用需求有其特点,主要表现在农民持有资金相对较少,主要的金融需求是办理信贷业务,其他投资理财业务的需求较少^[12]。这就要求金融机构在开展农村互联网金融的过程中,缩减一些不必要的业务,主营农民切实所需的金融业务,这可以在一定程度上帮助金融机构控制成本的投入。另外,金融机构可以通过“互联网+农业”电子商务平台用户大数据,更好地选择农村信贷的客户,并及时发现潜在风险客户,从而大幅提高金融机构风险控制的有效性和及时性^[13]。

现阶段,“互联网+农业”的发展过程中,还存在很多不足,主要体现在法律法规政策不健全,既懂得互联网技术又懂得农业技术的专业人才缺失和农产品物流体系不完善^[14-19]。其中,在应对农产品物流体系不完善的问题上,有研究提出,可以通过农业合作社与当地公交公司,或者乡村居民合作开展乡村快递工作^[20],在乡镇物流节点上,以乡镇区域为单元,统一建立农村电商服务中心^[21],以小城镇为中心去中心化配置资源^[22]来解决乡村快递系统不完善的问题。

综上,“互联网+”与行业,特别是与农业行业相结合的过程中,带来了诸多的便利与机遇,同时也面临着技术、人才、物流等方面的问题。这些对于探索“互联网+草业”的未来发展以及本文研究具有指导和借鉴意义。

2 O2O文献研究

2.1 O2O模式介绍

O2O模式即online to offline,是面向线上与线下的交易对象,将线上线下的渠道整合,此模式让线上商

品信息与线下实物的联系更加密切。O2O 于 2010 年引入国内^[23-24],2011 年,“So-Lo-Mo”的概念被第一次提出,即社交(Social)+本地化(Local)+移动(Mobile)^[25],从此掀起了一股 O2O 理论与实践的浪潮。王雪梅^[26]的研究将 O2O 的发展分为 3 个阶段:第一阶段,企业事实对接初涉 O2O;第二阶段,企业通过互联网平台高效利用已有线下资源;第三阶段,O2O 逐步成为企业运营的常态。另外,根据不同的分析角度,可以将 O2O 模式划分为不同的类型^[27-30](表 1)。

2.2 农产品 O2O 模式研究现状

作者在整理国内农产品 O2O 模式现状研究的基础上发现,农产品 O2O 模式所特有的问题主要表现在市场需求预测机制不合理,农产品标准化生产水平较低^[31];存在食品安全问题,缺乏质量追溯体系^[32];农产品行业缺乏大型的实体交易所,并且家庭农场或专业合作社并未很好地发挥互联网节点的作用,规模化、集约化整合较为困难^[33];国内农产品品牌优势不足,物流配送成本较高^[34-35]。这就要求农产品行业 O2O 商家与农户要以家庭农场为依托,建立专业化合作社,构建农产品与 O2O 网络平台^[36];树立具有农产品行业特色的自主品牌^[37];建立健全农产品质量标准,完善农产品的质量安全溯源机制^[38];通过仓储自建、整合第三方物流配送、建设终端便利店或与当地商户合

作的农产品零售终端配送体系^[39],逐步解决农产品物流问题;加强产学研结合,培养农民互联网意识与技能。

草地农业是农业行业的一个重要领域,但国内对于草业行业的 O2O 研究还是空白。国内草业行业的企业对于 O2O 经营模式的尝试才刚刚起步,无论是从线上交易平台的构建,还是线下实体店的设立都还处在市场开拓与布局阶段。

本文通过对草业行业龙头企业内蒙古草都农牧业发展有限责任公司(下文简称“草都公司”)进行案例分析,结合企业实际生产经营活动提出草业 O2O 模式,并对草业 O2O 模式中线上线下的各重要职能组成(牧草交易平台、区域运营中心、草产品销售网点和第三方服务提供商)进行分析,以期总结提炼出对于草业企业在互联网转型方面有借鉴意义的举措与建议,同时,对草业企业 O2O 模式的研究也是对草业后生物生产层在“互联网+”新形式下的一个有益补充。

3 草业 O2O 模式线上线下分析

3.1 内蒙古草都农牧业发展有限责任公司介绍

草都公司创立于 2008 年,是一家专注于牧草生产、交易、储备与服务的农牧业龙头企业。草都公司目前拥有整合天然牧草基地 143 余万亩(约合 9.53 万

表 1 O2O 模式类型
Table 1 The type of O2O model

划分角度 Division of different standards	O2O 模式分类 Classification of O2O model
渗透程度 Market penetration	口碑式 O2O 模式、预约式 O2O 模式和全消费链式 O2O 模式 Word-of-mouth O2O model, appointment-driven O2O model, whole consumption chain O2O model
盈利模式 Profit model	广场式 O2O 模式、代理式 O2O 模式和商城式 O2O 模式 Square O2O model, proxy O2O model, shopping mall O2O model
营销渠道 Marketing channel	团购网站模式、二维码模式、线上线下同步模式和营销推广模式 Group purchase O2O model, QR code O2O model, online and offline update O2O model, marketing promotion O2O model
销售类型 Sales type	交易型销售(即成本领先竞争战略)与顾问型销售(即差异化竞争战略) Transactional sales(cost leadership), consultative sales(differences of competition)

hm²),栽培草地 5 万余亩(约合 3 333 hm²),目前拥有燕麦(*Avena sativa*)草种植基地共 3 万余亩(约合 2 000 hm²)。草都公司依托毛登牧场及周边 200 万亩(约合 13.3 万 hm²)打草场,于 2012 年,建立国内首家

集“交易—仓储—加工”为一体的饲草料交易市场——锡林浩特市草都毛登饲草料交易基地。

草都公司从 2014 年起逐步布局覆盖内蒙古自治区 5 个牧业地区(锡林郭勒盟、呼伦贝尔市、赤峰市、临

河市)的 500 家草都易牧连锁超市(草产品销售网点)。草都易牧连锁超市旨在成为牧民家门口的“饲草料超市”,保障农牧民能够方便买到所需饲草料产品和生产工具。

2015 年 1 月 10 日,内蒙古草业大宗电子交易平台(草产品专业网上交易平台)正式上线。内蒙古草业电子交易市场旨在建立基于草业交易市场的行业门户,通过建立规范、公正、方便快捷的电子交易平台,推动国内草业电子商务的发展。

3.2 草业 O2O 模式分析

牧草是草产品中一个重要的门类,牧草因其供给需求量大、交易产品便于分品分级、易于仓储保存和物流运输等特质,可以被划分为大宗商品。在“互联网+产业”的大趋势下,草业行业第一家大宗商品网上电子交易平台(内蒙古草业大宗电子交易市场)经过长时间的准备也正式投入运营。笔者实地调研发现,现阶段,我国牧草交易的主要方式还是传统形式的现货交易,大部分牧草交易仍停留在传统询价议价模式,中远期现货电子交易和牧草期货市场也才刚刚起步(图 1)。截至 2015 年 9 月 11 日,草都公司建立的“内蒙古草业大宗电子交易市场”在线累计交易天然青干草(品级:锡盟青干草 2 级)为 15 164 t(图 2),成交金额近 8 000 万元,草业大宗商品电子交易平台表现出了巨大的市场潜力。

通过内蒙古草业电子交易市场,将线上电子市场

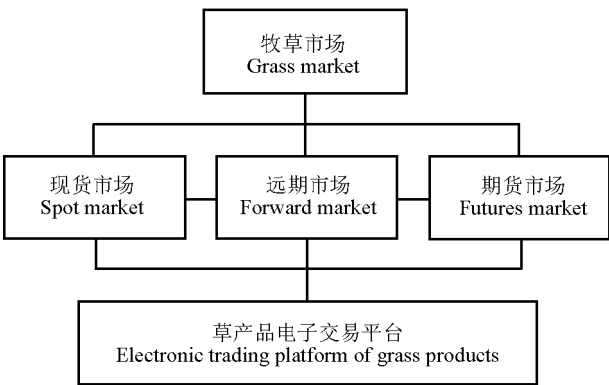


图 1 草业大宗商品电子交易平台市场体系架构图

Fig. 1 The system structure of the electronic trading platform of grass bulk commodities

和线下市场、门店结合起来是满足市场发展演进和牧草消费者的真实需要的举措。在未来的发展过程中,草业大宗商品电子交易平台向期货市场延伸的同时,使得现货市场运行的效率得到了进一步的提高,降低了牧草的交易和价格风险。完善现代牧草市场体系架构需要草业企业自建专业化的草产品交易平台,或者进驻其他已经成熟的第三方综合交易平台并与其合作成为该平台商家,同时,自建专业化草产品物流渠道,或者与第三方物流公司或平台合作,为草业企业 O2O 模式奠定了基础。同时,也在一定程度上丰富了草地农业多层次现代化综合农业系统中的后生物生产层(含植物和动物产品的加工及流通等)^[40]。

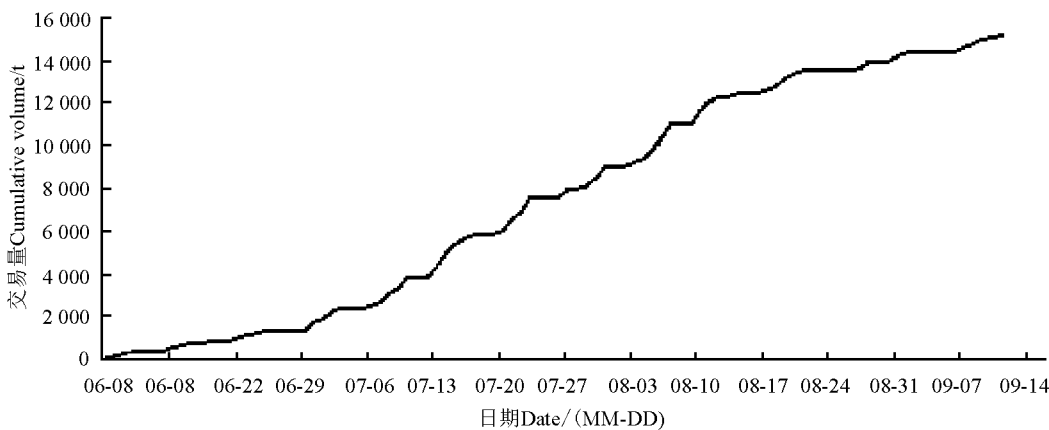


图 2 内蒙古草业大宗电子交易市场天然青干草累计交易量(2015 年 6 月至 2015 年 9 月)

Fig. 2 Cumulative volume of Inner Mongolia electronic trading platform of grass bulk commodities(June to September, 2015)

数据来源:内蒙古草业交易市场行情系统。

Data source: Inner Mongolia electronic trading platform of grass bulk commodity.

笔者根据草都公司的实际生产经营业务与战略规划布局,提出了以草都公司为案例支撑的草业 O2O 模式。以草都公司为案例支撑的草业 O2O 模

式是以用户为中心,以草业大宗商品电子交易平台为基础,串联线上的信息流和线下用户群,从而实现草业的 O2O 模式(图 3)。草业 O2O 模式在区域运

营中心的协调下,通过对传统草业线上线下资源的整合,将线上部分的牧草交易平台与线下的草产品销售网点相结合,使得线下草产品实物与线上草产品信息密切联系,达到提高草产品信息沟通效率与信息透明度,降低用户采购成本、养殖成本,增加养

殖收益的目标。

3.3 草业 O2O 模式线上线下分析

在以草都公司为案例支撑的草业 O2O 模式中包含 4 个最主要的职能组成:牧草交易平台、区域运营中心、草产品销售网点和第三方服务提供商。

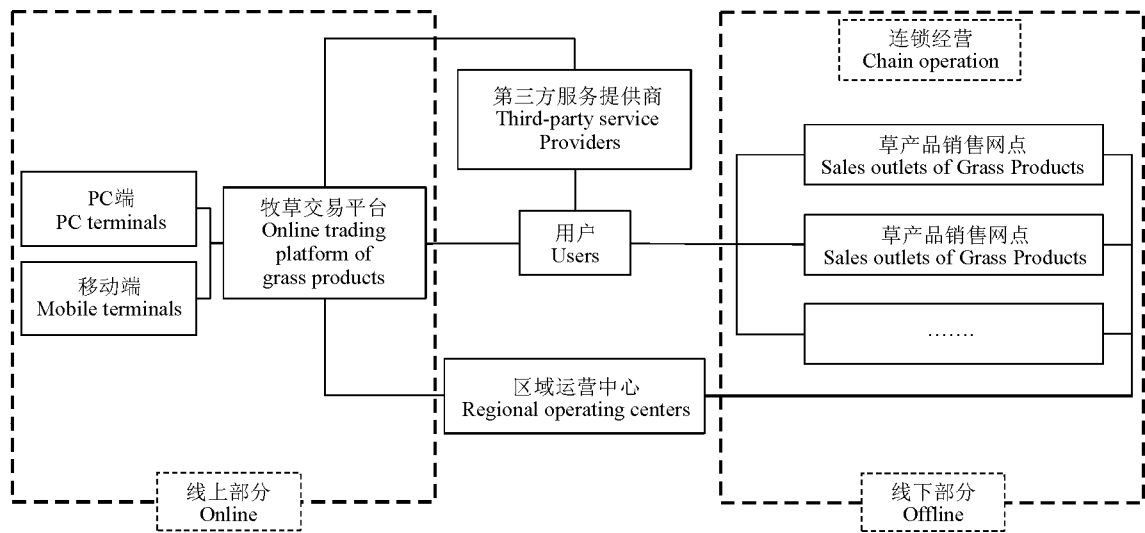


图 3 草业 O2O 模式图

Fig. 3 The O2O model of the grassland industry

3.3.1 牧草交易平台 牧区互联网覆盖率相对较低,而智能手机覆盖率较高。牧草交易平台可分为 PC 端平台和移动端平台,主要职能是草产品信息发布和草产品交易。

草都公司依托毛登牧场及周边 200 万亩(约 13.33 万 hm²)打草场,于 2012 年,在国内建立了饲草料交易市场(锡林浩特市草都毛登饲草料交易基地),该交易基地是国内第一家实现“交易—物流仓储—加工”一体化运作的饲草料交易市场。草都饲草料交易市场拥有大型饲草料储备库 8 座,现代化商铺 75 间。目前已与近 100 家农牧企业建立合作关系,年销售牧草 10 余万 t,并担任锡林浩特市抗灾饲草储备任务。

线上消费倾向的交易过程中,相较于执行与售后活动,消费者更倾向于选择网络的信息搜寻与甄选功能。草业电子交易平台参照牧草分级标准将草产品按照不同的指标进行分级,满足了消费者选择网络的信息搜寻与甄选功能的需要。

草都公司的草业电子交易市场打破了季节和区位对于牧草价格的时间控制(传统牧草销售随行就市,现货现卖),使得牧草交易可以进行未来货权交易,对于未来某一时间的牧草数量及价格可进行长期锁定,避免个别月份牧草价格波动带来的风险。为保障交易的安全性和可靠性,草业电子交易信息平台的交易制度

要求参与牧草交易的买方卖方需要交纳一定金额的定金。买方的定金是作为交易的保证;卖方的保证金用于草业电子交易信息平台在买卖双方交易过程中,如买卖双方对于牧草产品出现异议时,草业电子交易信息平台给予买方的违约金赔付。

3.3.2 区域运营中心 区域运营中心的主要作用是统筹管理线上牧草交易平台与线下草产品连锁销售网点,为交易平台提供后台支持和营销推广;为草产品连锁销售网点提供加盟管理和规范化培训。区域运营中心的主要职能是网站运营、加盟培训、物流协调和牧草储备。

内蒙古锡林郭勒盟现有牲畜 1 200 万头,草地约 3 亿亩(0.2 亿 hm²),丰年有近 100 万 t 的牧草富余,欠年缺口 200 万 t。草都公司拥有 78 户牧民合作社,牧草储备库可以贮存牧草 10 000 t,在锡林郭勒盟、呼伦贝尔、呼和浩特等地都有牧草基地。草都公司通过以代储代买的方式,将牧区丰年富余的牧草集中起来,然后通过加工、储存或交易给需要补充牧草的牧场,为应对灾年提供保障。

草都公司“牧草银行”(牧草储备)是现代草原畜牧业发展到一定阶段的产物。它的发展大体上分为 3 个阶段:第一阶段,平台的搭建,出现牧草流通业和职业的牧草贸易商;第二阶段,建立信用体系,增加牧草保

管和收付业务即由牧草储备延伸牧草大流通;第三阶段,主营牧草储备、收付、结算、加工、交易等业务,兼营饲料、设备等畜牧业一站式采购平台。目前,草都公司拥有78户牧民合作社(草产品经销商),其发挥龙头企业带动作用,发动专业牧草合作社立草为业,实现牧民增收致富,形成集存储和交易功能于一体的“牧草银行”。

3.3.3 草产品销售网点 草产品销售网点采用标准化连锁经营的模式,构建专门为牧民提供一站式服务的草产品销售网点。草产品销售网点的主要职能是为牧民提供草产品、农业生产资料和金融等服务。

据统计,锡林郭勒盟牲畜(牛、羊)养殖数量约1 288万只,冬季存栏量约718万只。笔者通过对内蒙古锡林格勒盟调查得到,牧民每只羊的养殖总成本约为190元(饲料成本108元,草料成本62元,兽药成本10元,舔砖成本10元)。草业企业为牧民提供畜牧生产物资具有巨大的市场空间。

草都易牧连锁超市经营产品主要以牧草、饲料、农牧机械等畜牧生产物资为主体,附加经营日用百货、劳保五金、家用电器等商品,同时通过电子平台享受草业保险等相关服务。草都公司与深圳市全民合伙人科技有限公司合作开发易牧商城手机APP客户端,方便了牧民通过智能手机在电子交易平台传递资讯,了解市场行情。

草都易牧连锁超市始终在不断完善服务内容,目前主要功能有:1)发挥牧草银行的作用,以丰补欠;2)提供饲料、舔砖等牧区生产物资一站式采购;3)为加盟业主提供资金、保险、物流等服务支撑;4)提供牧草生产标准化、经营商品化、科学养殖的技术指导等服务,并打造牧草经营组织规范化试点;5)线上交易模式推广服务站点。

目前,草都公司的易牧连锁超市已加盟51家,分布在全盟各个旗的苏木或嘎查,自2014年7月项目运营开始,累积销售额已达690万元,所提供产品价格同比低于市场10%。有30户牧民已开始通过电子商务平台实现信息化交流,完成商品交易,通过就近的易牧连锁超市购买草产品,累积节约运输成本20余万元。

3.3.4 第三方服务提供商 第三方服务提供商是以第三方的角色向消费者、商家和O2O运营商提供专业性服务的厂商^[41]。草都公司通过同物流、保险和银行等第三方服务提供商合作,为牧民提供人性化的服务。

草都公司与“内蒙古物流云平台”合作,为草都公司O2O模式布局中的易牧连锁超市和电子交易平台,提供草产品网络交易所需要物流方面的支持。“内蒙

古物流云平台”基于“互联网+高效物流”的理念,通过利用物流大宗物资团购、直销等新型物流模式,旨在解决内蒙地区地广人稀造成的具有地域特点的物流问题。

草都公司与中华联合财产保险股份有限公司合作,开创国内首份草业保险,解决由于火灾或雪灾等灾情给农牧民造成的损失。草业企业在与保险公司合作以后,草产品生产方和牧草购买方的交易过程中的草产品种植、仓储、物流等环节都可以通过保险公司的业务来降低风险。

草都公司与中国银行锡林浩特分行签订担保业务协议,研发并首推具有当地特色的贷款产品“牧草产业链经营贷款”。“牧草产业链经营贷款”专门解决草都易牧连锁超市进货资金困难和以牧草种植业为主的牧民合作社种草、打草时周转资金短缺等问题。草都公司通过与中国银行的合作,2014年已累计为有资金困难的牧民贷款1 400万元。2015年中国银行又以“草都冠名”批下5 000万贷款,这对于解决农牧民融资难和融资贵方面具有重要意义。

4 讨论与建议

受市场拉动和政策扶持的影响,我国牧草产业在一定时期内将呈增长态势^[42]。“互联网+草业”方兴未艾,草产品的O2O运作模式也才刚刚起步,内蒙古草都公司在这方面走在了草业企业的前面。因为草产品的O2O运作模式也才刚刚起步,草业O2O模式的运营信息和草业O2O模式的研究还很有限,作者对于以草都公司为例的“互联网+草业”的O2O布局中各重要组成部分进行了尽可能细致的研究和描述。草业企业践行“互联网+”转型在一定程度上改善了原先运作模式不规范、经营管理水平低、缺乏品牌意识等问题^[43]。以草都公司为案例研究对象,所得到的对于草业企业具有借鉴意义的举措,主要有以下几点。

4.1 优化内部资源,发挥区位优势

草都公司具有良好的牧草资源和仓储加工能力,同时地处内蒙古重要的牧草产地。草都公司自身的资源与优势是其“互联网+”升级创新的基础。

草业企业在探索“互联网+”转型升级之前,应当先确认自身的资源优势与区位优势。在趋势面前,不盲目跟风,经营管理回归本质,立足于保证草产品品质,先做强自身,再以此为基础探索转型升级。

4.2 依托互联网新趋势,跨界整合外部资源

草都公司构建牧草交易平台,开展O2O线下连锁经营的过程中,积极与外部资源合作,通过股权激励的

形式,引入其他行业的专业技术人才。草都公司的牧草交易平台建设,就是以此方式引入的专业技术团队。同时,公司也积极开展与券商的合作,拓展融资渠道。

草业企业在探索“互联网+”转型升级的过程中,应当积极与外部资源合作,明确“权、责、利”,引入跨行业的技术人才与团队,实现专业的人才从事专业的事情。

4.3 加强公司治理

草都公司开展O2O线下的布局,采用的是连锁经营与事业部制。同时,公司也聘请专家顾问为企业经营者提供战略规划建议,为员工提供培训指导,进而提高企业管理效率与员工工作能力。

加强公司治理,应当贯穿于草业企业“互联网+”转型升级的始终,通过薪酬改革、绩效考核、股权激励等举措,同时激发企业原有员工和跨行业团队的积极性。同时,积极与专家顾问团队合作开展企业内部培

训,提升管理理念,取长补短。

4.4 开放心态,合作创新

草业企业“互联网+”转型升级的过程中,另一个重要的影响因素是企业经营者自身的意识。企业经营者应当积极思考新趋势和新技术与草业行业相结合的可行性。通过与专家顾问团队合作,开拓经营者自身的行业视野,明晰战略规划布局。草业企业的经营者也应有分享的意识,特别是通过股权激励的形式吸引跨行业的高端专业技术人才。

5 政策扶持

“互联网+”产业融合与跨界整合是未来各产业发展的重要趋势。政府及相关部门应当从政策层面,鼓励、引导、扶持草业企业,特别是区域龙头企业,进行“互联网+”探索与跨界整合的活动。

参考文献 References:

- [1] 阿里研究院.阿里研究院“互联网+”研究报告[EB/OL].(2015-03-01)[2015-02-01].<http://www.199it.com/archives/332572.html>
Alibaba Group Research Institute.“Internet plus” research report[EB/OL].(2015-03-01)[2015-02-01].<http://www.199it.com/archives/332572.html>.(in Chinese)
- [2] 周洪梅.上海推进“互联网+农业”的思考.上海农村经济,2015(9):19-22.
Zhou H M.The thought of Shanghai advance “Internet + Agriculture”.Shanghai Rural Economics,2015(9):19-22.(in Chinese)
- [3] 毛晓雅.“互联网+”如何开启农业大变局:访中国农科院信息所副所长王文生.农化市场十日讯,2015(17):16-17.
Mao X Y.“Internet +” how to open the changing agricultural: Visit, deputy director of the Chinese Academy of Agricultural Sciences' information Wang Wen-sheng. Agrochemical Market, 2015(17):16-17.(in Chinese)
- [4] 任明杰.“互联网+”重塑大农业.黑龙江粮食,2015(7):10.
Ren M J.“Internet +” reshape big agriculture. Journal of Heilongjiang Cereals and Oils Science and Technology, 2015(7): 10.(in Chinese)
- [5] 徐丽丽.“互联网+农业”热潮涌动势不可挡.农化市场十日讯,2015(26):10-13.
Xu L L.“Internet+ Agriculture” surge wave unstoppable. Agrochemical Market, 2015(26):10-13.(in Chinese)
- [6] 韩建飞.实践“互联网+农资”的云农场.中国工业评论,2016(1):80-85.
Han J F.Practice “Internet+ Agricultural materials” cloud farms. China Industry Review, 2016(1):80-85.(in Chinese)
- [7] 冯利臣.“互联网+农业”模式下中国农产品咨询类网站的思变与实现.财经界,2015(30):46-47.
Feng L C.“Internet+ Agriculture” mode of Chinese Agricultural Consulting Website, change and implementation. Money China, 2015(30):46-47.(in Chinese)
- [8] 国务院发文开展“互联网+”现代农业行动.农经,2015(9):13.
Post to carry out the “Internet +” modern agriculture under the state council. Agriculture, 2015(9):13.(in Chinese)
- [9] 周小路.农业部王小兵:四方面解答“互联网+农业”怎么加.农业工程技术:新能源产业,2015(8):30.
Zhou X L.The ministry of agriculture Xiao-bing Wang: Four aspects to solve “Internet+ Agriculture” how to add. Agricultural Engineering Technology: The New Energy Industry, 2015(8):30.(in Chinese)
- [10] 李冰,侯潇.“互联网+”促传统农业启动营销新模式.农村百事通,2015(18):26-27.
Li B, Hou X. “Internet +” to promote traditional agriculture started marketing new pattern. Know-all of Rural Area, 2015(18):26-27.(in Chinese)
- [11] 吴佩.“互联网+科技”,能给农民带来啥:农业部相关负责人解读《国家农业科技服务云平台建设方案》.农村农业农民:上半月,2015(9):10-11.

- Wu P. “Internet + Technology”, what can brings to the farmers, the relevant person in charge of the ministry of agriculture interpretation of the national agricultural science and technology service cloud platform construction plan”. Rural Agricultural Farmers; The First Half, 2015(9): 10-11. (in Chinese)
- [12] 杨晰平, 赵庆. 农村金融新趋势: 互联网+农村金融. 内蒙古科技与经济, 2015(18): 14-15.
Yang X P, Zhao Q. The new trend of the rural financial; Internet + rural finance. Inner Mongolia Sciencetech and Economy, 2015(18): 14-15. (in Chinese)
- [13] 冯晓雷. “互联网+农业”模式下的农村金融新机遇. 农银学刊, 2015(4): 21-22.
Feng X L. “Internet+ Agriculture” mode of rural finance new opportunities. Journal of ABC University, 2015(4): 21-22. (in Chinese)
- [14] 李亚杰. “互联网+”背景下农村电子商务物流发展研究. 商, 2015(29): 237.
Li Y J. Under the background of “Internet +” rural e-commerce logistics development research. Business, 2015(29): 237. (in Chinese)
- [15] 宋璇. “互联网+”背景下我国农产品物流发展状况研究. 安徽农业科学, 2015, 43(27): 299-300.
Song X. Under the background of “Internet +” status of agricultural products logistics development in China. Journal of Anhui Agricultural Sciences, 2015, 43(27): 299-300. (in Chinese)
- [16] 徐蕾. “互联网+”时代农村物流发展研究. 物流技术, 2015(15): 80-82.
Xu L. Rural logistics development research in “Internet +” era. Logistics Technology, 2015(15): 80-82. (in Chinese)
- [17] 贾兆颖, 张金乐. “互联网+”模式下现代农业发展研究. 合作经济与科技, 2015(20): 8-9.
Jia Z Y, Zhang J L. “Internet +” mode of modern agricultural development. Co-operative Economy & Science, 2015(20): 8-9. (in Chinese)
- [18] 万宝瑞. 我国农村又将面临一次重大变革: “互联网+三农”调研启示. 新华月报, 2015(23): 12-15.
Wan B R. China rural area and will face a major change: “Internet + to agriculture, rural areas and farmers” research enlightenment. Xinhua Monthly, 2015(23): 12-15. (in Chinese)
- [19] 方芳, 汪飞燕. C2B+O2O 模式驱动农产品电商发展. 现代商业, 2015(35): 38-40.
Fang F, Wang F Y. C2B + O2O model driven development of electricity. Modern Business, 2015(35): 38-40. (in Chinese)
- [20] 郑辉英. 融入“互联网+”构建现代化农村流通服务网络. 中国合作经济, 2015(7): 56-58.
Zheng H Y. Integrated into the “Internet +” build a modern rural service network. China Co-Operation Economy, 2015(7): 56-58. (in Chinese)
- [21] 陈道平, 阮尚侠. 正视“互联网+”现代农业中存在的问题. 乡村科技, 2015(17): 4.
Chen D P, Ruan S X. To face the problems that exist in the “Internet +” modern agriculture. Rural Science and Technology, 2015(17): 4. (in Chinese)
- [22] 高红冰, 张瑞东. 互联网+农村: 从“淘宝村”到新城镇. 博鳌观察, 2015(3): 118-120.
Gao H B, Zhang R D. Internet + rural; From “Taobao Village” to the new towns. Boao Review, 2015(3): 118-120. (in Chinese)
- [23] 宋继承. O2O 趋势下消费者产品需求特性变化与营销策略. 财经理论研究, 2014(5): 89-94.
Song J C. Product demand characteristic changes of consumer and marketing strategy under O2O trend. Journal of Finance and Economics Theory, 2014(5): 89-94. (in Chinese)
- [24] 张薇. O2O 模式在移动电子商务时代的应用与发展. 商业经济研究, 2015(35): 66-68.
Zhang W. O2O model in mobile e-commerce application and development. Journal of Commercial Economics, 2015(35): 66-68. (in Chinese)
- [25] 李林, 杨俊杰, 谢杰, 朱林勇, 黄颖, 王亭宇. O2O 商务模式市场调查及发展前景分析: 以“周黑鸭食品有限公司”为例. 商业经济研究, 2015(26): 74-76.
Li L, Yang J J, Xie J, Zhu L Y, Huang Y, Wang T Y. O2O business market research and development prospects analysis to “Zhou Black Duck Food Co., LTD.” as an example. Journal of Commercial Economics, 2015(26): 74-76. (in Chinese)
- [26] 王雪梅. O2O 的价值突破. IT 经理世界, 2011(17): 26.
Wang X M. The value of the O2O breakthrough. Ceo & Cio in Information Times, 2011(17): 26. (in Chinese)
- [27] 李巧丹. O2O 体验式营销模式探索. 电子商务, 2012(9): 28-29.
Li Q D. O2O experiential marketing model to explore. E-Commerce, 2012(9): 28-29. (in Chinese)
- [28] 卢益清, 李忱. O2O 商业模式及发展前景研究. 企业经济, 2013(11): 98-101.

- Lu Y Q, Li C. The research of O2O business model and development prospect. *Enterprise Economy*, 2013(11): 98-101. (in Chinese)
- [29] 孙悦, 郭醒, 徐欣欣. O2O 电子商务模式剖析. *电子商务*, 2013(11): 5.
Sun Y, Guo X, Xu X X. The analysis of O2O e-commerce model. *E-Commerce*, 2013(11): 5. (in Chinese)
- [30] 苏涛. O2O 电子商务商业新模式分析. *全国商情: 经济理论研究*, 2012(1): 34-35.
Su T. The analysis of O2O e-commerce business pattern. *China Business*, 2012(1): 34-35. (in Chinese)
- [31] 刘佳. 基于 O2O 模式的农产品销售研究. *科技广场*, 2015(5): 212-215.
Liu J. Research on agricultural marketing sales based on O2O mode. *Science Mosaic*, 2015(5): 212-215. (in Chinese)
- [32] 汪旭晖, 张其林. 基于线上线下融合的农产品流通模式研究: 农产品 O2O 框架及趋势. *北京工商大学学报: 社会科学版*, 2014(3): 18-25.
Wang X H, Zhang Q L. Study on distribution mode of agricultural products based on online and offline integration: Framework and trend of agricultural products O2O. *Journal of Technology and Business University*, 2014(3): 18-25. (in Chinese)
- [33] 张则岭. O2O 农产品电子商务的机遇与挑战. *物流技术*, 2014(12): 111-114.
Zhang Z L. Opportunities and challenges for O2O agricultural produce E-businesses. *Logistics Technology*, 2014(12): 111-114. (in Chinese)
- [34] 陈俊颖. 农产品流通渠道模式现状与发展趋势研究. *现代经济信息*, 2013(21): 386.
Chen J Y. The research of present situation and the development trend of agricultural products circulation channel mode. *Modern Economic Information*, 2013(21): 386. (in Chinese)
- [35] 叶伟媛. 农产品 O2O 流通模式的形成与运行系统构建. *物流科技*, 2015(11): 87-89.
Ye W Y. The formation and the construction of the operating system of O2O agricultural products circulation pattern. *Logistics Management*, 2015(11): 87-89. (in Chinese)
- [36] 李满玲. 互联时代农产品 O2O 电商模式发展探讨. *黑龙江科技信息*, 2015(24): 191.
Li M L. Discuss of the development of O2O electric business of agricultural products in Internet era. *Heilongjiang Science and Technology Information*, 2015(24): 191. (in Chinese)
- [37] 马蓉, 张仙, 朱克西, 起建凌, 张慧. 农产品电子商务发展探索. *经济师*, 2014(8): 76.
Ma R, Zhang X, Zhu K X, Qi J L, Zhang H. Explore of agricultural e-commerce development. *China Economist*, 2014(8): 76. (in Chinese)
- [38] 陈杰. 基于生态农业基地的嘉兴有机农产品 O2O 智能销售系统的研究. *农业网络信息*, 2015(9): 49-52.
Chen J. Research on the O2O intelligent marketing system of Jiaxing's organic products based on the ecological agriculture base. *Agriculture Network Information*, 2015(9): 49-52. (in Chinese)
- [39] 董津津, 陈学云. 基于 O2O 模式的农产品流通一体化方式研究. *物流技术*, 2015(4): 93-95.
Dong J J, Chen X Y. Study on mode of agricultural products circulation integration based on O2O. *Logistics Technology*, 2015(4): 93-95. (in Chinese)
- [40] 金藏玉, 林慧龙, 王成纲. 从我国居民肉类与粮食产量和消耗量分析农业结构调整的必要性. *草业科学*, 2016, 33(2): 330-337.
Jin C Y, Lin H L, Wang C G. Adjustment of Chinese agricultural structure from the perspective of grain production and consumption of meat in China. *Pratacultural Science*, 2016, 33(2): 330-337. (in Chinese)
- [41] 吴芝新. 简述 O2O 电子商务模式. *重庆科技学院学报(社会科学版)*, 2012(13): 73-74.
Wu Z X. Briefly introduction of O2O e-commerce model. *Journal of Chongqing University of Science and Technology: Social Science Edition*, 2012(13): 73-74. (in Chinese)
- [42] 孙启忠, 玉柱, 马春晖, 徐春城. 我国苜蓿产业过去 10 年发展成就与未来 10 年发展重点. *草业科学*, 2013, 30(3): 471-477.
Sun Q Z, Yu Z, Ma C H, Xu C C. Achievements of the alfalfa industry in last decade and priorities in next decade in China. *Pratacultural Science*, 2013, 30(3): 471-477. (in Chinese)
- [43] 潘文杰, 唐增. 甘肃省苜蓿企业的发展现状、问题及对策. *草业科学*, 2014, 31(7): 1395-1402.
Pan W J, Tang Z. Developing status and countermeasures of alfalfa enterprises in Gansu Province. *Pratacultural Science*, 2014, 31(7): 1395-1402. (in Chinese)

(责任编辑 武艳培)