

农村电子商务系列丛书

NONGCUN DIANZI SHANGWU XILIE CONGSHU



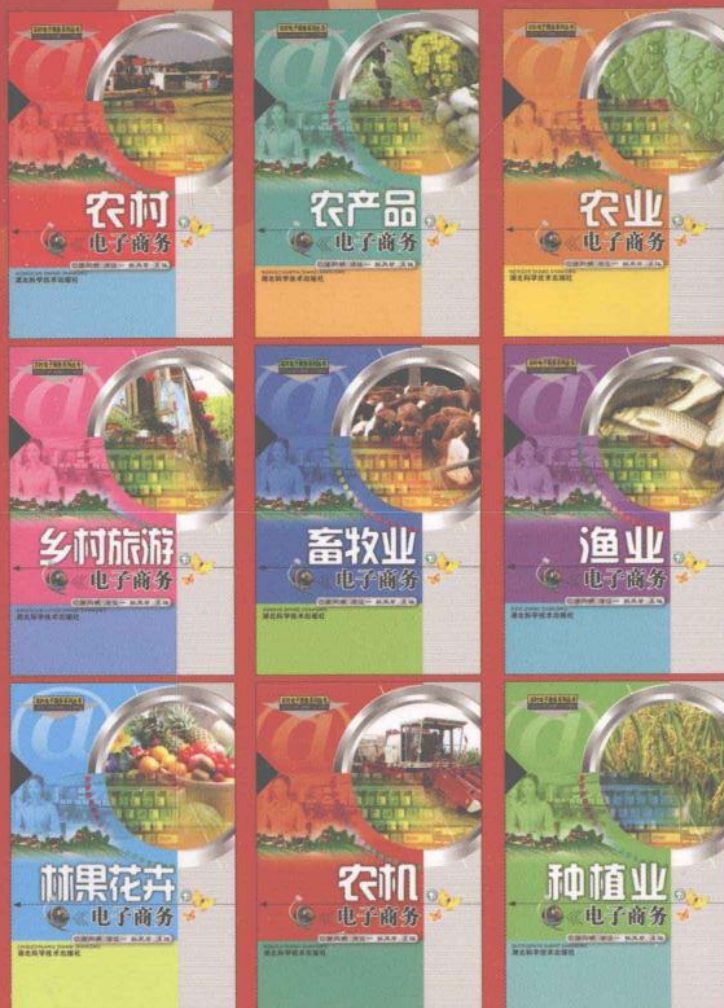
农机 电子商务



◎ 涂同明 涂俊一 杜凤珍 主编

ONGJI DIANZI SHANGWU
湖北科学技术出版社

农村电子商务系列丛书（共9本）》



农机
电子商务

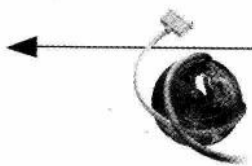
ISBN 978-7-5352-4749-0



9 787535 247490 >

定价 15.00 元

农机



《电子商务》

◎涂同明 涂俊一 杜凤珍 主编

LONGJI DIANZI SHANGWU

湖北科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

农机电子商务 / 涂同明, 涂俊一, 杜凤珍主编.
—武汉: 湖北科学技术出版社, 2011.7
(农村电子商务系列丛书)
ISBN 978-7-5352-4749-0

I. ①农… II. ①涂… ②涂… ③杜… III. ①农业机
械—电子商务 IV. ①F726.74

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第 097378 号

策 划: 邱新友

责任编辑: 邱新友

封面设计: 戴旻

出版发行: 湖北科学技术出版社

电话: 027-87679468

地 址: 武汉市雄楚大街 268 号

邮编: 430070

(湖北出版文化城 B 座 13-14 层)

网 址: <http://www.hbstp.com.cn>

印 刷: 武汉市首壹印务有限公司

邮编: 430024

850×1168 1/32

6.75 印张

123 千字

2011 年 7 月第 1 版

2011 年 7 月第 1 次印刷

定价: 15.00 元

本书如有印装质量问题 可找本社市场部更换

编者的话

党的十一届三中全会以后,在我国广袤的农村大地,联产承包责任制让长期处于贫穷落后的农村逐步摆脱了困境,让艰难生活在温饱线下的农民开始富裕起来。从2004年起,连续7个“中央一号文件”,作出了“多予、少取、放活”、“以工补农、以城带乡”、“建设社会主义新农村”和“加快农业现代化发展”等一系列破解“三农”问题的重大决策,以“一免四补”(免除农业税、种粮补贴、良种补贴、购机补贴和综合生产资料直补)为标志的一系列惠农强农政策,为缩小城乡差别,减轻农民负担,增加农民收入起到了积极推动作用。跨入21世纪后,我国呈现出农村空前繁荣、农业空前发展、农民空前富裕的大好形势。

然而,在2010年以后,全国各地“三农”问题再一次显现出来,而且令人百思不得其解。一方面,全国各地市场处处出现了农产品销售价格上涨过快,居民生活压力加大的局面;另一方面,则频频出现农产品销售难问题,造成菜(粮)贱伤农。这一现象与经济学规律所说的“商品价格因供求矛盾而上下波动”背道而驰。于是,人们开始细心观察,把目光一下子投到了农产品流通环节。人们开始冷静思考,我

国农产品传统交易方式难以适应现代社会发展的需要。基于这一点,作者认为,中国农村和农业下一步的发展只有走电子商务之路,才能真正的富裕农民,服务市民,从而进一步破解“三农”难题。如果今天我国农村不大力加快发展电子商务,将来将无商可务!

“农村电子商务系列丛书”的作者站在新时期“三农”工作的前沿阵地,以全新的视觉,洞察我国“三农”工作的最新趋向,集30年“三农”工作之经验和10年电子商务之探讨,承载强烈的使命感和浓厚的农民情结,将传统的第一产业与最现代的商务模式有机融合,形成了“农村电子商务系列”丛书之《农村电子商务》、《农业电子商务》、《农产品电子商务》、《种植业电子商务》、《渔业电子商务》、《畜牧业电子商务》、《林果花卉电子商务》、《乡村旅游电子商务》、《农机电子商务》共九本书。

《农村电子商务》主要包括:第一章 电子商务基础知识;第二章 新农村建设与农业信息化;第三章 信息化与农村电子商务;第四章 农村电子商务的发展现状;第五章 农村电子商务的发展前景;第六章 农村电子商务的制约因素;第七章 农村电子商务的发展对策;第八章 国外农村电子商务的发展。

《农业电子商务》主要包括:第一章 农业电子商务网站设计;第二章 农业电子商务模式选择;第三章 农业电子商务解决方案;第四章 农业电子商务网络营销;第

第五章 农业电子商务网上开店;第六章 农业电子商务网上支付;第七章 农业电子商务网络安全;第八章 农业电子商务现代物流。

《农产品电子商务》主要包括:第一章 农产品基础知识;第二章 农产品与电子商务;第三章 农产品电子商务的发展路径;第四章 农产品网络营销;第五章 农产品现代物流与批发市场;第六章 农产品电子商务网站建设;第七章 农产品电子商务成功案例;第八章 农产品主要网站解说;第九章 农产品部分网站名录。

《种植业电子商务》主要包括:第一章 种植业基础知识;第二章 种植业与电子商务;第三章 种植业电子商务的应用;第四章 农业生产资料与电子商务;第五章 农业生产资料电子商务应用;第六章 种植业电子商务网站建设;第七章 种植业电子商务成功案例;第八章 种植业主要网站解说;第九章 种植业部分网站名录。

《渔业电子商务》主要包括:第一章 渔业基础知识;第二章 渔业与电子商务;第三章 网上渔市电子商务平台;第四章 渔业现代物流;第五章 渔业网站的运营策划;第六章 渔业电子商务网站建设;第七章 渔业电子商务成功案例;第八章 渔业主要网站解说;第九章 渔业部分网站名录。

《畜牧业电子商务》主要包括:第一章 畜牧业基础知识;第二章 畜牧业与电子商务;第三章 畜牧业与信

息化;第四章 信息化在畜牧业的全程应用;第五章 畜牧企业的网络营销;第六章 畜牧业电子商务网站建设;第七章 畜牧业电子商务网站成功案例;第八章 畜牧业主要网站解说;第九章 畜牧业部分网站名录。

《林果花卉电子商务》主要内容包括:第一章 林果花卉基础知识;第二章 林果与电子商务;第三章 花卉与电子商务;第四章 花卉现代物流;第五章 花卉网络营销;第六章 林果花卉网站建设;第七章 林果花卉电子商务成功案例;第八章 林果花卉主要网站解说;第九章 林果花卉部分网站名录。

《乡村旅游电子商务》主要内容包括:第一章 乡村旅游基础知识;第二章 乡村旅游与电子商务;第三章 旅游行业电子商务的发展;第四章 乡村旅游电子商务的应用;第五章 乡村旅游的网络营销;第六章 乡村旅游电子商务网站建设;第七章 乡村旅游电子商务成功案例;第八章 乡村旅游主要网站解说;第九章 乡村旅游部分网站名录。

《农机电子商务》主要内容包括:第一章 农机化基础知识;第二章 农机化与电子商务;第三章 农机生产企业电子商务;第四章 农机流通企业电子商务;第五章 农机作业电子商务;第六章 农机电子商务网站建设;第七章 农机电子商务成功案例;第八章 农机主要网站解说;第九章 农机部分网站名录。

丛书采用章节形式编写,逻辑推理,重点突出,内容完

整,内涵丰富,深入浅出,通俗易懂。并列举了大量本产业电子商务成功案例,每个产业剖析了30个主要网站。为了方便读者搜索,每个产业还收录了100多个网址。具有一定的可读性、实用性、指导性和可操作性。可作为广大农民朋友的科普读物,涉农企业电子商务的操作指南,农村干部及农业专业技术人员的知识更新参考用书,农业中职校师生的培训教材,“大学生村官”的必读书目,也可供广大“三农”工作者阅读。

这套丛书由中国电子商务协会武汉市电子商务生产力促进中心(国家级示范中心)组织编写。在编写过程中,得到了中国电子商务协会武汉代表处首席代表、原武汉市政协副主席栗道云女士的精心指导。同时整理、参考或引用了相关文献和技术资料的内容,在此一并致谢!

由于水平所限,加上时间仓促,书中难免有错误和不妥之处,恳请广大读者朋友批评指正。

编 者

2011年5月20日

目 录

第一章 农机化基础知识	1
第一节 农机产业特点	1
一、农机产业基础知识	1
二、农业生产的特点	4
三、农机作业的对象	5
四、农机产业的特征	5
第二节 农机化发展现状	8
一、发展农机化的意义	8
二、农机化发展的作用	12
三、农机化发展的经验	14
四、农机化发展的成绩	19
第三节 农机化发展问题	22
一、农机化发展难解的困惑	22
二、农机化发展面临的困难	27
三、农机化发展的制约因素	27
四、农机化发展存在的问题	28
第四节 农机化发展举措	31
一、农机化发展的目标	31
二、农机化发展的关系	32
三、农机化发展的对策	35

四、农机化发展的措施·····	38
第二章 农机化与电子商务·····	42
第一节 农机电子商务的应用现状·····	42
一、建设农机信息网站·····	42
二、打造网上农机市场·····	43
三、构筑电子商务平台·····	44
四、开设远程业务系统·····	45
第二节 农机电子商务存在的问题·····	45
一、农机电子商务认识水平不高·····	46
二、农机电子商务资金投入不足·····	46
三、农机电子商务运营人才缺乏·····	46
四、农机电子商务服务能力较低·····	47
第三节 农机电子商务发展的作用·····	48
一、农机电子商务是农机化基础工作·····	48
二、农机电子商务是信息化基本要求·····	48
三、农机电子商务适应市场经济需要·····	49
四、农机电子商务促进政府转变职能·····	50
第四节 农机电子商务发展的对策·····	51
一、提高农机电子商务的认识水平·····	51
二、加快推动农机电子商务的进程·····	51
三、强调农机信息时效性和有效性·····	52
四、完善农机电子商务的工作规范·····	53
第三章 农机生产企业电子商务·····	55
第一节 农机生产企业电子商务的应用·····	55

一、农机生产企业已不适应市场需求·····	55
二、农机生产企业需要开展电子商务·····	55
三、农机生产企业适合开展电子商务·····	56
四、农机生产企业电子商务成效显著·····	56
第二节 农机生产企业电子商务的作用·····	57
一、网上企业产品展示与产品开发·····	57
二、网上企业零部件的采购与交易·····	59
三、提升企业经营管理与服务质量·····	60
四、提高企业现代物流的配送效率·····	62
第三节 农机生产企业电子商务的问题·····	62
一、农机生产企业认识与理念问题·····	62
二、农机生产企业管理与标准问题·····	63
三、农机生产企业的网络安全问题·····	64
四、农机生产企业信息化水平问题·····	64
第四节 农机生产企业电子商务的措施·····	65
一、制定农机企业发展电子商务的标准·····	65
二、扎实加快农机企业信息化建设步伐·····	66
三、努力推进农机零部件电子商务发展·····	66
四、科学构筑农机企业电子商务供应链·····	67
第四章 农机流通企业电子商务·····	69
第一节 农机流通现状·····	69
一、农机流通新格局·····	69
二、农机流通新环境·····	71
三、农机流通新作用·····	72

四、农机流通新要求	72
第二节 农机网络营销	73
一、农机行业网络营销的现状	73
二、农机企业网络营销的历程	75
三、农机网络营销的制约因素	77
四、农机企业网络营销的对策	80
第三节 农机现代流通	82
一、农机流通面临的主要问题	82
二、农机现代流通是时代要求	85
三、农机现代流通的发展目标	87
四、农机现代流通的主要措施	88
第四节 农机流通 4S 店	91
一、农机流通应借鉴 4S 店	91
二、农机发展 4S 店的优势	92
三、农机连锁经营与 4S 店	93
四、吉峰探索农机流通变革	95
第五章 农机作业电子商务	97
第一节 农机作业电子商务现状	97
一、农机作业呈现新特点	97
二、农机作业面临的挑战	98
三、农机作业电子商务滞后原因	99
四、农机作业迫切需要电子商务	99
第二节 农机作业电子商务的作用	101
一、有效降低农机作业成本	101

二、合理安排农机作业时间	101
三、提高农机作业服务质量	101
四、促进农机的社会化服务	102
第三节 农机作业电子商务的问题	103
一、农机作业电子商务平台未建立	103
二、农机网站作业信息可信度不高	103
三、农机跨区作业项目种类太单一	104
四、农机作业供需双方信息不对称	104
第四节 农机作业电子商务的对策	105
一、加大政府对农机作业电子商务平台 建设投入	105
二、建设全国统一的农机作业市场电子 商务平台	105
三、打造全国支付的农机作业电子商务 信用体系	106
四、培养适应农机电子商务管理运营的 人才队伍	106
第六章 农机电子商务网站建设	107
第一节 农机电子商务网站定位	107
一、农机电子商务网站的目标定位	107
二、农机电子商务网站的模式选择	108
三、农机电子商务网站的分类特点	112
四、农机电子商务网站的域名选择	114
第二节 农机电子商务网站设计	116

一、农机电子商务网站的设计流程	116
二、农机电子商务网站的基本架构	117
三、农机电子商务网站的功能模块	118
四、农机电子商务网站数据库设计	122
第三节 农机电子商务网站制作	123
一、农机电子商务网站页面制作	123
二、农机电子商务网站设计技巧	125
三、农机电子商务网站设计要点	126
四、农机电子商务网站后台管理	127
第四节 农机电子商务网站维护	127
一、农机电子商务网站的主机处置	127
二、农机电子商务网站发展的障碍	128
三、农机电子商务网站建设的措施	129
四、农机电子商务网站的日常维护	131
第七章 农机电子商务成功案例	133
第一节 中国农业机械化信息网	133
一、网站简介	133
二、栏目设置齐全	133
三、服务功能强大	134
四、访问点击率高	134
第二节 中国农机互联网	135
一、网站简介	135
二、资讯传媒平台	137
三、电子商务平台	137

四、互动社区平台	138
第三节 山东农机化信息网	138
一、网站简介	138
二、交流平台	139
三、网站特色	139
四、网站荣誉	140
第四节 其他重要农机网站	140
一、中国农机总网	140
二、农机360网	144
三、农机商情网	147
四、中华机械网	149
第八章 农机主要网站解说	155
一、中国农机推广网	155
二、中国拖拉机网	157
三、中国植保机械网	158
四、农机展览网	159
五、中国食品机械设备网	160
六、中国畜牧设备器械网	162
七、中国挤奶机网	163
八、中国农机设备总网	164
九、中国农用机械信息网	165
十、中国温室网	165
十一、灌溉网	166
十二、中国棉机网	168

十三、畜牧工程机械网	169
十四、中国挖掘机网	170
十五、中华标准件网	171
十六、中国农业仪器网	172
十七、慧聪农机网	173
十八、天津农机信息网	174
十九、中国农业机械网	175
二十、长葛金桥农机市场网	176
二十一、华夏农机网	177
二十二、湖北农机服务信息网	178
二十三、中国农业机械交易网	179
二十四、中国农机工业网	179
二十五、中国农机装备信息网	181
二十六、中国农机供应网	181
二十七、中国粮食仪器采购网	183
二十八、中国畜牧设备网	185
二十九、中国渔业装备科技信息网	186
三十、中国蔬菜机械网	187
第九章 农机部分网站名录	189
主要参考文献	196

第一章

农机化基础知识

第一节 农机产业特点

一、农机产业基础知识

(一) 农机产业的概念

农机产业是在种植业、林业、畜牧业、农村副业和渔业生产中应用的各种产前、产中和产后动力机械和作业机械的总称。农业机械的主导行业和主导产品有：

1. 拖拉机行业。主导产品有轮式拖拉机、履带拖拉机、手扶拖拉机、小四轮拖拉机。

2. 内燃机行业。主导产品有各种型号的柴油机和汽油机。

3. 耕作机械行业。主导产品有机引犁、耙、施耕机、膜压器、机引播种机、机动插秧机、中耕施肥机械、地膜覆盖机，农田基本建设机具如各种铲运机、翻斗运土机、开沟机等。

4. 机动植保机械行业。主导产品有喷雾机、清洗机、隔膜泵等。

5. 收获及场上作业机械行业。主导产品有联合收割

机、机动脱粒机、割晒机、扬场机、种子精选机、谷物烘干机
机等。

6. 排灌机械行业。主导产品有喷灌机械、农用泵、农用水井钻机等。

7. 农产品加工机械行业。主导产品有面粉机、榨油机、棉花加工机械、薯类加工机械、茶叶加工机械、碾米机、油料加工机械等。

8. 畜牧及饲料加工行业。主导产品有各种饲料加工机械单机、饲料加工成套设备、草粉、草颗粒、草块加工设备、牧草收割机械、养鸡成套设备、剪毛机和刀片等。

9. 农用运输行业。主导产品有三轮农用运输车、四轮农用运输车、农用拖车、农用挂浆机等。

10. 渔业机械行业。主导产品有增氧机、投饵机、颗粒饲料机、织网机和水下清淤机等。

11. 林业机械行业。主导产品有营林机械、采运机械、人造板机械、木材加工机械、林业工具刀具和内燃机等。

12. 拖拉机内燃机配附件行业。主导产品有各种拖拉机和内燃机的配附件,如机油泵、气缸垫、高压油泵、曲轴等。

13. 农机修造行业。主导产品有汽车、内燃机、拖拉机配件生产及承接修理业务等。

14. 粮油工业专用设备行业。主导产品有面粉机、榨油机、碾米机及其配件等。

(二) 农机名词解释

1. 燃油耗油率。燃油耗油率是指内燃机在单位时间内

发出单位功率所消耗的燃油量,以克/马力小时为单位,是衡量内燃机燃料经济性的主要指标。农用内燃机的燃油耗油率,一般为:柴油机 170 ~ 220 (克/马力小时),汽油机 240 ~ 400 (克/马力小时)。

2. 燃油消耗量(耗油量),燃油消耗量是指内燃机在单位时间内所消耗的燃油量。单位为升/小时。

3. 标准亩(1 亩折合 667 平方米,下同)。标准亩是指拖拉机及配套农具所完成工作量的基本计算单位。一个标准亩就是在土壤比阻为 0.5 千克/平方厘米左右,耕深为 20 ~ 22 厘米的条件下,耕 1 亩熟地的工作量。其他各种不同的作业可用相应的换算系数折合成标准亩。折合系数是由各种作业生产率对标准条件下耕熟地生产率的比值来确定的,如钉齿耙地一遍,折合系数为 0.1,圆盘耙地一遍,折合系数为 0.3。复式作业时,折合系数应相加。如在标准条件下,犁带钉齿耙作业,折合系数为 $1 + 0.1 = 1.1$ 。

4. 标准亩耗油。标准亩耗油是指拖拉机完成一个标准亩作业平均所耗用的主燃油(不包括启动汽油机耗用的汽油)数目,以千克计算。

5. 标准亩本钱。标准亩本钱是指拖拉机完成一个标准亩作业所支出的各种费用的总和,一般包括生产职员劳动报酬、油料费、维修费、大修提存、基本折旧及经营治理费等。

6. 农业机械原值。原值是指购买和安装农业机械(设备)时所实际支付的金额,以及以后进行各项改造时所增加的价值之合计。具体按以下规定计算:一是购进的机械,按

照实际支付的买价、包装费、运杂费和安装本钱等确定原值。二是自行制造的机械,按照制造过程中实际发生的全部费用确定原值。三是其他单位投资转进的机械,按评估确认和合同、协议约定的价格确定原值。四是对原机构进行改造,按原有机机械账面原价,加上改造工程中所发生的净支出。五是接受馈赠的机械,按照同类机械的市场价格,或根据所提供的有关原始凭证计价,接受设备时发生的有关费用应计进原值。净值是原值扣除累计折旧后的余额。

7. 农机总动力。农机总动力指主要用于农、林、牧、渔业的各种动力机械的动力总和。包括耕作机械、排灌机械、收获机械、农用运输机械、植物保护机械、牧业机械、林业机械、渔业机械和其他农业机械(内燃机按引擎马力折成千瓦计算,电动机按功率折成千瓦计算)。不包括专门用于乡、镇、村、组办产业、基本建设、非农业运输、科学试验和教学等非农业生产方面用的动力机械与作业机械。

8. 农业机械化水平。农业机械化水平是指农业生产中使用机器设备作业的数目占总作业量的百分数,一般按作业项目分别计算。目前,常用耕、种、收机械化水平衡量农田机械化作业水平,也叫综合机械化水平。

二、农业生产的特点

农机产业特征与农业生产特点、服务对象和科学技术进步有着密切的关系。我国农业生产的特点:①自然条件复杂,地区间差异很大。②种植业耕作制度和栽培方式复杂多

样。③水资源和降雨量的年际和季节间变化大,旱涝灾害多。④地区间人文经济等都有差别。⑤农户经营规模小,特别是在人口密集的东部沿海省市地区。⑥农机化水平不高,劳动生产率低,农民收入少。⑦人均农业资源量少,水土流失和沙漠化严重,农业污染没有控制住。⑧农、林、牧、副、渔业的服务面广,涉及技术难易反差大等。

三、农机作业的对象

1. 农机的作业对象涉及无生命生产要素如土壤、水、农药、肥料、塑料薄膜。涉及有机生命,如植物的根、茎、叶、花、果、种子。涉及家畜家禽的饲养及其肉、皮、毛、蛋、奶、血等。

2. 农机的作业场合不同,有田间、野外、道路、室内、水上、航空等。作业方式不同,有固定式、行走式、移动式,以及连续作业式、间歇作业式等。农业动力使用不同,有人力牵引并驱动型,人力牵引动力驱动型,水力或风力驱动,拖拉机配套(牵引、悬挂、半悬挂等)式,手扶自走式,乘坐自走式,固定动力机配套式,人力携带式(手提、背负、两人抬等)等。

四、农机产业的特征

1. 农机种类和品种多样化。据统计,我国农机工业有14大类、95小类、3 000多个产品。能生产2.2~117.6千瓦拖拉机及其配套产品;0.2~1.5吨三轮和四轮农用运输车,车型有1 735个;有种植业、林业、牧业、副业和渔业全过程生产需要的各种动力及配套机具;有适应南方水田生产的拖拉机、耕耘机、收割机;有适应北方旱地生产的拖拉机及配套

农具;有适应山区农业生产的小动力及配套农具;有适应一年一熟制和一年多熟制的农机具等。

2. 农机的技术难度和大小反差很大。农机技术当属收获机械最复杂。收获机械有谷物收获机械,玉米、棉花、薯类、甜菜、花生、甘蔗、麻类、蔬菜、果类、采茶和芦苇收获机械等。不同作物的收获机械分别采用切割、剥取碾轧、挖掘、采摘、摇振、激振以及抽吸等方式,来收取各种作物的种子、果实、茎叶、根茎等部位,然后用打击、揉搓、梳刷、碾压等原理来脱粒加工;用尺寸、形状、比重、表面光滑度等特征差异和气流飘浮特性的差异进行分离、清选和分级;用碾轧、切削等原理清理收取物等。当今最大的机械,莫过于大型喷灌机,半径长达 415 米,如同巨龙,由动力机、水泵、管道、喷头、行走机构、控制系统等组合起来。与微型喷灌机射程半径 1.5~2.0 米相比,反差 270 多倍。我国生产的大型轴流泵口径为 1.6~4.5 米,单机流量 8~60 立方米/秒,配套动力 800~6 000 千瓦,主要参数反差 2.8~7.5 倍。

3. 农业使用要求可靠性高、适应性强。农机的作业场合、工况环境、技术精准要求等都直接关系到作业适时性,它是农业机械化生产的一个重要的经济评价参数。同一作业,完成日期不同,效果差异甚大,“春争日夏争时”,播种及收获作业对适时性要求最为敏感。如播种小麦在最佳时期,小麦分蘖多、可安全过冬,反之则影响次年产量。谷物收获最佳时期是成熟度合适、子粒饱满,若提前或延迟收获,则产量与质量均会遭到不同程度的降低。而适时播种期和收获期,

北方为 10 ~ 20 天,南方则要求更严,不超过 15 天。在作业适时期,机械不适应作业的工况环境或机械本身质量不可靠出故障延期,就意味着收益的降低。目前我国农机产品的平均无故障工作时间只及国外同类产品的 1/3 ~ 1/2。要限期扭转这种局面。

4. 农机科研周期长、投入大。农业生产中,种植业、林业、渔业的开垦、种植、营林都受到季节性影响,农机研制经过设计、试制、性能试验、生产试验、推广示范等步骤才能用到生产中去。生产试验和推广示范都受到农业季节性制约,错过生产的季节性工况环境,只能等下一个年度再进行,所以,一种新机型的诞生,一般需要经过 3 ~ 5 年,有的甚至更长。因此农机科研周期长,消耗的物力和人力多。

5. 农机产品要与农业新技术同步发展。当今,集约化可持续农业被视为我国农业发展的技术路线。新世纪新一代农机产品开发必须从节约农业资源、从减少或避免农业污染、从生产绿色食品和创建科学的生态农业入手,研制一套适应可持续农业技术发展的成套机具。这套农业装备重点包括:①提高土壤可耕性和减少土壤污染的新型耕作植保机具。②节约与合理施用淡水、化肥、农药和种苗等农业资源的新型农业装备。③提高复种指数,有效利用热资源的间作套种机具。④设施农业技术与设备。⑤自然能源(包括风能、太阳能、地热能)技术与装备。⑥精准农业技术与设备等。

第二节 农机化发展现状

一、发展农机化的意义

在传统农业向现代农业迈进的关键阶段,迫切要求农业发展方式由粗放经营向集约经营转变,农业生产方式由依赖人畜力和资源消耗向依靠科技进步、提高劳动者素质和现代农业装备转变。加快转变农业发展方式,实现农业现代化,最根本的是要实现农业技术集成化、劳动过程机械化和生产经营信息化。农业机械化生产是运用农机装备进行农业生产的具体过程,是农业机械化的实现形式,是现代农业的主要生产方式和重要标志。发展农业机械化生产是农业机械化的出发点,也是最终的落脚点,对实现劳动过程机械化起着决定性作用。加快推进农业机械化生产,不断提高农业机械化水平,推进农业发展方式转变,已成为农民的迫切愿望、时代的强烈要求、历史的客观必然,具有十分重要的意义。

1. 发展农业机械化生产是促进先进农业技术集成应用的主要载体。发达国家的经验表明,农业现代化的实现均以农业生产实现机械化为前提。没有农业的机械化,就没有农业的现代化。农业机械化最终体现在农业机械化生产的水平上。农业机械化生产通过掌握现代农业生产技术的组织和个人,运用现代农业装备,进行产前、产中、产后等全过程作业服务,实现了现代装备、人员、技术的集成运用。农业机械化生产突破了人畜力所不能承担的生产规模、生产效率限

制,实现了人工所不能达到的现代农艺技术要求,是先进农业技术运用的重要载体。深耕深松、化肥深施、节水灌溉、精量播种、高效收获等现代技术的推广应用,只有通过开展农机作业服务,借助机械的动力、精准度和速度才能实现。农业生产中的抗旱排涝、大规模的病虫害防治等都需要机械化作业才能得到较好的实施。目前,我国农业基础依然薄弱,生产手段依然落后,农业生产力水平仍然较低,迫切需要发展机械化生产,促进生物、工程、信息、环境等技术的集成化,推进农业生产规模化、标准化、集约化、产业化,提高农业劳动生产率、土地产出率、资源利用率,加快建设现代农业步伐。

2. 发展农业机械化生产是保障粮食等主要农产品供给的有力支撑。随着工业化、城镇化进程,我国农村劳动力已由无限供给向有限供给、由绝对过剩向相对过剩乃至结构性短缺转变。一些地方农业兼业化、农村空心化、农民老龄化趋势明显,一些新生代农民更是不想种地、不会种地,留在农村务农的也需要体面劳动。农民对农机作业服务的旺盛需求从粮食作物全面拓展到经济作物、林果业、畜牧业、渔业、设施农业和农产品加工业。机械化生产水平的高低已成为影响农民生产意愿进而影响到大宗产品有效供给的重要因素。近年来,农民种植冬闲油菜的积极性不高,一个重要原因是劳动强度大、效益低。河南省在2 000多万劳动力外出务工的情况下粮食生产能力不断跃上新台阶,湖南等一些地方将单季稻恢复为双季稻种植,机械化生产水平快速提高是

其中一个重要因素。据专家测算,目前农业机械化对增加粮食产量的贡献率达到 20%。《全国新增 500 亿千克粮食生产能力规划(2009—2020)》将农业机械化作为提高农业综合生产能力的主要措施之一,仅实施深耕深松作业一项就可增产粮食 25 亿千克。水稻、小麦、玉米全程机械化生产可实现增产减损为 53 千克/亩、37 千克/亩、72 千克/亩。因此,发展农业机械化生产是保障粮食等主要农产品稳定发展的现实选择。

3. 发展农业机械化生产是促进农民持续增收的重要渠道。农业机械化生产大幅度提高了农业劳动生产率,为农业富裕劳动力多形式、多层次地向非农产业转移,增加收入创造了条件。在北方主要小麦产区,由于联合收获机替代了劳动力,近些年在“三夏”农忙季节,已经看不到农民工“返乡潮”,做到了“人不回、田不荒、粮食安全进粮仓”。推进农业机械化生产,可以解决特色农业发展劳动力供给不足的问题。开展只有机械才能进行的分级、贮藏、加工等作业,能够进一步提高作业质量和产品质量,实现产业增值增效,促进农业结构调整和优势特色产业发展,提高农民收入水平。发展农业机械化生产,可以有效提高机具利用率,增加农民经营农机的收入,成为农民致富的一条金路子。“轮子动起来,钞票赚进来”。去年全国农机经营总收入 3 800 亿元。参加跨区作业的联合收割机 53.2 万台,台均作业 820 亩,台均纯收入 9 500 元。

4. 发展农业机械化生产是促进农业可持续发展的有效

措施。农业机械化生产的发展,对加快农业发展方式转变中的作用越来越突出。在干旱地区进行少耕、免耕、秸秆覆盖、直接播种等机械化作业,在不降低产量前提下,可以增加土壤蓄水量 16% ~ 19%,增加土壤有机质 0.03% ~ 0.06%,每公顷节约用水 600 立方米,减少风蚀(农田间扬沙)60%,有效减少温室气体排放。相同的施肥量,用机械深施基肥作业可增产 5% ~ 10%,而在保持产量相同的情况下,可节约肥料 20%。再如通过开展高效施药机械化作业,减少了无效雾滴的数量,提高了雾滴的附着率,减少了雾滴的漂移,农药的有效利用率可比传统施药方法提高 20% ~ 30%。精量播种、化肥深施、节水灌溉、高效植保等农业机械化生产作业,可有效达到节种、节肥、节药、节水、节能的目的。秸秆、畜禽粪便等农业和农村废弃物的处理和资源的循环利用,也需要机械作业作支撑。因此,农业机械化生产有利于发展资源节约型、环境友好型农业,促进农业可持续发展。

5. 发展农业机械化生产,是培育新型职业农民的必由途径。建设社会主义新农村、发展现代农业必然要求高素质的农村劳动力。农业机械化生产的发展过程很大程度上也是造就高素质新型职业农民的过程。根据调查,活跃在农村的 4 000 多万农机手,大多是有相对较高文化素质和较好身体素质的中青年农民,其中的农机大户和农机服务组织负责人懂农艺技术、会操作机械、善于经营,是新型农民的代表。可以说,将来从事农业生产主要是以农机手为代表、以机械化生产方式为主导的新型职业农民。随着农业机械化生产

的不断推进,将涌现更多的农机作业、维修、经营能手,催生更多种植、养殖大户,造就更多高素质新型职业农民、发展现代农业的中坚力量和社会主义新农村建设的带头人。

二、农机化发展的作用

农业机械化生产不断发展的过程,实际上也是农业机械化加快发展的过程,在我国农业和农村经济发展中发挥了重要作用。

1. 支持了农业丰产丰收。农机作业可以提高耕作质量,完成人畜力无法完成的作业,争抢农时,进而延长生长期,确保适时有效播种、收获,提高作物单位面积产量。农业机械化生产的发展,有效地提高了劳动生产率和农业抵御自然灾害的能力,大大加快了农业生产进度,满足了“春争日”、“夏争时”的要求,改变了过去丰产而不丰收的难题。现在,一个农户从收到种一般只需两、三个小时,小麦主产区县域内的收割时间由半个月缩短为一周左右,赢得了宝贵的农时,奠定了丰产的基础。与人工相比,联合收割机作业可降低粮食损失 5%~8%,全国一年可节约小麦遗撒 25 亿千克左右。2009 年小麦综合机械化水平达到 89%,水稻综合机械化水平达到 54.9%,玉米综合机械化水平达到 55.8%,机械化生产在稳粮增收中的作用凸显。2009 年北方麦区遭受了 30 年一遇、部分地区 50 年一遇的特大干旱,农机化主管部门全力组织机具投入抗旱救灾和机械化生产,灌溉面积占抗旱灌溉总面积的 80% 以上,完成了提水灌溉、运水浇

地、抢墒播种等各项作业任务,促进了苗情升级转化,为夏粮的丰产丰收作出了贡献,充分发挥了主力军的作用。

2. 推动了农业社会化服务。农业机械化生产的不断推进,带动了农机技术培训、信息服务、维修及零配件供应以及农机物流等相关产业的发展。农机中介组织、经纪人队伍迅速壮大,逐步形成了一条以农机作业为支柱的产业链,推动了农业机械化服务业的发展。农机社会化服务组织在形式上不断进行创新,涌现出了农机大户、专业合作社、专业协会、作业公司等新型社会化服务组织,呈现多样化发展格局。农机社会化服务组织积极开展订单服务、租赁服务、承包服务和跨区作业,采取集团承包、“一条龙服务”、代耕代种和“场县共建”等服务方式,为农户提供全过程、系列化服务,促进了农业社会化服务的发展。2009年,全国从事农机作业服务的人数达到4 793万人,比上年增长了3.1%,各类农机作业服务组织总数达到18.2万个,比上年增长了10%,成为农村服务业的一支重要力量。

3. 促进了农民增收。目前进入非农产业务工的农村劳动力已达2.1亿人,农业机械化生产把劳动力从繁忙季节的劳动中解放出来,为劳动力稳定转移创造了条件,使得农村劳动力“转得出、稳得住”,拓宽了农民增收致富的门路。农业机械化生产有效地发挥了农村人才作用,吸纳了部分农村剩余劳动力,他们通过从事农机服务增加了收入,依靠农机作业服务致富。2009年,农机作业服务总收入3 425亿元,是2000年的2.06倍,人均所得达到0.71万元,农机作业服

务已经成为农民增收的一个重要渠道。2000—2009 年 10 年间,跨区作业共为农民增收节支近 1 500 亿元。

总之,发展农业机械化生产,可以提高“三率”、实现“三个解放”、达到“三个促进”。提高“三率”,就是提高农业劳动生产率、土地产出率、资源利用率。实现“三个解放”,就是把农民从土地中解放出来,彻底改变多数农民搞饭吃的局面;把农业从传统的生产方式中解放出来,彻底改变靠人力畜力为主的落后低效的生产方式;把农民从高强度的劳作中解放出来,彻底改变面朝黄土背朝天,日出而作、日落而息的生活方式。达到“三个促进”,就是促进农业稳定发展、农民持续增收和农村经营制度创新,促进生产、生活和生态建设,促进农业、农民和农村面貌深刻变化。

三、农机化发展的经验

近些年来,各级农机化主管部门紧紧围绕粮食主产区、主要农作物、重要农时季节和关键生产环节,以农机跨区作业、社会化服务为抓手,积极推进农业机械化生产工作,探索出了一条农民自主、政府扶持、市场引导、社会服务、共同利用、提高效益的符合我国国情的发展道路。在稳定农业家庭承包经营基础上,发挥了市场在资源配置中的基础性作用,开辟了我国小规模农业使用大型农业机械进行规模化、集约化、现代化生产的现实途径,大幅度地扩大了农机应用范围,提高了农机投资回报率,极大地调动了农民购机用机的积极性。

1. 坚持政策扶持,调动农民积极性。中央农机购置补贴资金由2004年的7 000万元增加到2009年的130亿元,极大地调动了农民购机用机热情。出台了从事田间作业的拖拉机免征养路费、对农机作业服务和农机维修免征所得税、对跨区作业的联合收割机和运送联合收割机(包括插秧机)的车辆免收道路通行费等政策,大大降低了农业机械化生产的成本。主要农作物生产机械化示范、保护性耕作、机械化秸秆还田、优粮工程现代农机装备推进等项目的实施,有效地推动了全国农业机械化生产发展。浙江、江苏、吉林、山西、山东、河南等省通过作业补贴、奖补结合等方式对农业机械化生产予以扶持。河南、江苏、内蒙、北京、湖北、安徽等省、区、市推行“优先、优惠”加油,保障了农机作业用油,受到机手和农民的欢迎。江苏和浙江等省实施的农机具更新报废补贴,河南省出台的“银社对接”政策等,有效地解决了机手的后顾之忧。2010年,国务院决定开展“土壤有机质和农机深松作业补贴”,进一步调动了农民使用农业机械的积极性,加速了农业机械化生产的发展。

2. 坚持市场引导,推动产业化经营。遵循市场经济规律,以需求为导向,以效益为中心,以提高机具利用率为手段,积极组织、引导农机大户和服务组织开展以跨区作业为主要形式的作业服务,满足农民和农业生产的需求。农业机械化生产的范围、作业领域不断扩展,广度和深度不断拓展。作业环节由机收向机耕、机播、机插、植保、秸秆还田等发展,作业领域由粮食作物向经济作物,由大田向设施农业,由种

植业向养殖业和农产品加工业全面拓展,服务范围由产中的作业服务向产前、产中、产后全过程延伸,承包经营、订单作业、“一条龙”服务等作业模式不断创新,带动了农机技术培训、信息服务、维修及配件供应等产业的发展,大大推进了农业机械化生产的市场化、标准化、系列化、专业化、产业化,逐渐形成了以农业机械化生产为中心的产业链条。

3. 坚持行政推动,强化组织指导。各地始终把农业机械化生产组织推动作为农机化工作的重要内容,提早筹划,精心准备,周密部署,狠抓落实,着力狠抓指导推动。农业部制定了《全国农业机械化生产月历》和《农业机械化生产信息报送制度》,免费印发《跨区作业证》,及时组织“三夏”小麦跨区机收启动仪式等一系列重大标志性活动,加强全国农机化生产的组织和管理。各地通过发布公告、作业指南、致机手的一封信等形式,宣传政策,指导农民和机手有效地开展农业机械化生产。着力强化部门协调,与公安、交通、发改委、石油、石化、物价等部门一道共同解决作业中油料供应、机具维修、市场管理等工作,营造良好的生产环境。着力加强信息引导,作业高峰期农业部和河南、安徽、江苏、陕西等省积极利用网络、电话、手机短信、广播电视、报刊等媒介及时发布天气、道路通行、作业供需和维修服务等相关信息,引导机具合理、有序、有效流动。着力强化服务,中国农业机械化信息网专门开通了“跨区作业服务直通车”,搭建供需对接平台,部分省农机信息网站开辟了专门的技术服务和信息交流专栏。各地通过设立接待站、出动流动加油车、派出维

修服务分队等行之有效的措施,加强作业服务保障工作,为农业机械化生产奠定了良好的基础。

4. 坚持典型带动,培植市场主体。各地结合实际,以扶持、指导和服务典型为抓手,抓重点、重点抓,积极培育各种形式的农机大户、专业合作社、农机协会、作业公司等新型农机服务组织,认真总结推广成功做法及经验,由点带面,推动农业机械化生产主体的发展壮大,提高了农业机械化生产组织化、规模化、社会化水平。河南等省以省政府名义召开农机服务组织建设现场会,表彰农机专业合作社典型。山西、陕西、山东、江苏、贵州、宁波等省、市出台了扶持农机专业合作社发展的意见。湖北、江西、江苏等地先后组织了“十佳农机合作社”的评比表彰活动,激励并带动了一大批农机户和农机服务组织向农机合作社发展。湖北省对农机大户、合作组织的概念、性质、形式、分类、标准、作用和促进措施进行了梳理规范,根据农机大户的规模及效益分省、地、县三级授牌,树立典型,并总结推广,有效地促进了全省农机社会化服务组织的发展。

5. 坚持重点突破,带动全面发展。各地因地制宜,分类指导,着力突破薄弱环节,解决主要作物的机械化生产问题。通过平原地区率先发展,辐射带动、示范引领丘陵山区农业机械化发展。狠抓关键农时的机械化作业服务,带动全年的机械化生产,取得了显著的成效。江苏省全力突破水稻机械化育插秧,水稻生产机械化生产问题得到解决。山东以玉米机收为主攻点,在全国率先构建了玉米全程机械化生产模

式,实现了快速推进。河南省抓“三夏”促“三秋”,以跨区机收带机耕、机播和秸秆还田,跨区作业水平在全国保持领先。各地在坚持巩固提高粮食作物机械化生产水平的同时,围绕优势农产品区域布局,因地制宜逐步推动经济作物、养殖业、设施农业、农产品初加工业和农业废弃物综合利用机械化,推进区域协调发展,全面服务农业生产,农业机械化生产得到了全面发展。

6. 坚持依法管理,规范生产秩序。《农业机械化促进法》为农业机械化生产的发展和管理奠定了法制基础,明确了有关措施。《农业机械安全监督管理条例》建立健全了农业机械生产、销售、维修、使用操作、事故处理、监督管理等有关制度,构建了统一完整的农业机械安全管理体系,为农业机械化生产管理工作提供了法制保障。农业部先后制定了《联合收割机跨区作业管理办法》、《农机维修管理规定》等8个部门规章,全国已有30个省(区、市)制定了农业机械化方面的地方性法规规章,涉及农机管理、鉴定、推广、监理、维修、培训等方面内容,基本构建起从中央到地方的农机化法规体系。农业部还制定了《农机专业合作社示范章程》、《农机社会化服务作业合同(范本)》和《农机维修合同(范本)》等规范性文件,促进供需有效衔接,规范市场交易行为。各地依据有关法规,制定有关的配套规范、管理办法、作业标准等,依法监管,维护生产作业和服务秩序,有效保障和促进了农业机械化生产的持续健康发展。

四、农机化发展的成绩

当前,我国农业机械化发展已跨入了中级发展阶段,进入了历史上最好的发展时期。农业生产方式实现依赖人畜力为主,向依赖机械作业为主的历史性转变。机械化生产方式将占据主导地位,农民对农机作业需求越来越迫切,农业生产对农机应用的依赖越来越明显,农机作业市场潜力巨大,发展环境和发展条件持续优化,面临着前所未有的良好发展机遇。

1. 农机发展水平不断提高。截至 2010 年底,全国农机总动力达 9.2 亿千瓦,比农机购置补贴政策实施前的 2003 年增长 52.3%。大马力、多功能、高性能及薄弱环节农业机械增长迅速,农机装备结构不断优化,大中型拖拉机保有量达到 384 万台,是 2003 年的 3.95 倍,年均增长 21.7%。水稻插秧机、玉米收获机分别达到 33 万台、13 万台,分别是 2003 年的 5.6 倍、31.7 倍,年均增长分别达到 27.7% 和 63.8%。水稻机械种植水平由 2003 年的 6% 提高到 2010 年的 20% 以上,水稻机收水平从 23% 提高到 60% 以上。“十一五”期间,全国耕种收综合机械化水平年均增幅超过 3 个百分点,而 2003 年以前只有 0.5 个百分点左右。

据农业部统计,2010 年全国耕种收综合机械化水平已达到 52%,比上年提高 3 个百分点。

2. 农机补贴连年增加。农机购置补贴是强农惠农政策的一项重要内容,也是扩大内需、促进经济平稳较快发展的

重大举措,补贴投入不断加大。中央安排的资金,从2004年7 000万元起步,到2008年40亿元,再到2009年130亿元,大约占农机工业总产值2 000亿元的6.5%。实施范围扩大到全国所有的农牧业县(场),补贴机具种类范围由上年的9大类18小类50个品目扩展到12大类38小类128个品目,覆盖所有农牧渔业生产急需的关键环节的农业机械,对农业机械化和农机工业的发展起到了很大的推动作用,2009年农机工业总量指标继续增长,主要产品产量保持20%左右的增幅。2010年农机补贴资金规模提高到180亿元。

按照全国耕种收综合机械化水平每年增长2个百分点的计划,达到80%的机械化,我国农机产业将还有持续14年的补贴经济时代。

3. 农机作业社会化服务效益稳步增长。我国农业生产规模小、经营分散、组织化程度低,一家一户发展农业机械化非常不经济。广大农民在生产实践中探索出了以农业机械跨区收获小麦为代表的社会化服务模式,把农业机械与分散的农户联系起来,把机械化生产和家庭承包经营结合起来,促进了农业机械的共同利用,提高了农机经营效益。2006年夏季,全国共投入小麦联合收割机39.2万台,完成小麦机收超过3.2亿亩,每天最高收获面积达到1 600万亩。目前,农业机械跨区作业领域正由收获小麦向收获水稻、玉米和耕地、播种、插秧等项目拓展。与此同时,农机作业的组织化程度也逐渐提高,农机协会、合作社和股份制公司等新型服务组织不断涌现,以跨区作业为品牌和关键农时季节为主

战场的农机服务产业呈现出蓬勃发展之势。

4. 农业机械化技术创新与示范推广力度加大。近年来,国家对农机化关键技术和装备研制开发的扶持力度很大,“十五”期间中央财政直接投入的农机化科技攻关资金为2 800万元,“十一五”时期超过1.4亿元。水稻、玉米等主要粮食作物生产机械化装备和关键技术日趋成熟,油菜、牧草、甘蔗收获机械技术的创新研究也取得重要进展。同时,一批节能、增效、环保的农机化重点技术得到大面积普及推广。2006年,保护性耕作试验示范在我国北方400多个县(场)实施,推广面积超过2 000万亩;水稻机插秧技术在水稻主产区推广面积达到3 000万亩,比2005年增加1 000万亩。此外,玉米、大豆、棉花、马铃薯、油菜、甘蔗、牧草生产等机械化技术、机械化旱作节水技术、农作物秸秆综合利用技术等已被农业部确定为重点推广的先进适用技术。

5. 农民和农机户对发展农业机械化的需求旺盛。随着我国工业化和城镇化进程加快,农业人员迅速向非农产业转移,2004年以来,第一产业从业人员年均减少1 200多万,劳动力成本逐年上涨,农民和农业生产对机械化作业的依赖性显著增强。另一方面,随着农民收入的增长和劳动观念的转变,农民要求改善生产和生活条件的愿望强烈。可以预见,我国农机作业的市场需求将呈现刚性增长态势,“农机热”将会在今后很长一段时期持续下去。在市场经济条件下,农民已经成为农业机械投资的主体,2006年我国农村农机户

近3 360万户,乡村农机人员达到4 100多万人,农机销售、作业和维修市场等三类服务的经营收入达到2 829亿元,经营农机已经成为广大农民增收致富的重要渠道。

6. 农机化技术支撑和装备制造体系日渐强大。近年来,农机行业的高等院校、科研院所和大型企业主动顺应农业结构调整需要和现代工程技术发展趋势,加快农机化新技术、新机具的研究和开发,重点加强保障粮食综合生产能力的技术装备攻关及支持优势经济作物、畜牧产品和设施农业发展的关键技术研究,使农机化技术的部分“瓶颈”环节和系统组装集成问题得到解决。中国农机工业体系基本形成,已经跻身世界农业机械生产大国行列,能够提供适应我国农业生产要求、质量较为可靠的农机产品。民营企业发展成为农机制造业的主导力量,企业自主创新能力有所增强,产品生产集中度进一步提高,企业效益得到明显改善。2006年,规模以上农机工业企业总产值1 316.7亿元,同比增长25%。国外农机企业纷纷以合作、合资等方式在华办厂,一些科技含量高、适应强、质量稳定可靠的农机产品迅速进入市场,满足了农民和农业生产多样化需求。农机制造企业的壮大,为农机化的发展提供了强大的装备支持。

第三节 农机化发展问题

一、农机化发展难解的困惑

1. 农机规模经营的困惑。众所周知的经济法则是:没

有一定的规模经营,就谈不上效益,农业机械化也不可能例外。这个问题如果不解决,将始终是制约农业机械化发展的重要障碍。比如说,你一亩地,我三分田,你要种这,我要种那,你要收割,我要播种,你要灌溉,我要放水,连路都没有,你说农机怎样下田作业?若能将适当规模的土地统一起来,同时进行一种农机作业,那就大大降低成本了。研究规模经营问题,说到底还是一个土地流转问题,承包者承包权长久不变,但是经营权要进行科学合理流转,这样才能规模经营推进农业机械化。再就是品种统一问题,一个品种成熟早,一个品种成熟晚,弄在一起,要搞农业机械化也很难。如果一个大片田地都是同一个品种,那么这个问题就简单多了。就拿渔业、畜牧业来说,只有成规模经营的养鱼、养猪、养鸡,才能真正实现机械化,而且生产经营效益才会显著。

2. 农机作业成本的困惑。一本要算清的细账:编者曾多次深入农村调查得知,现阶段,农民种植水稻,如果从整田、插秧、打药、收割等作业全部由农业机械来完成,一亩田机械作业成本就需要三百多元,加上种子、农药和化肥生产资料投入还需要三百多元。假设早稻平均按1亩400千克产量计算,按1.8元1千克谷子算就是720元,那么种水稻每亩利润就只有120元了,再加上早稻国家每亩种粮直补60元,那么1亩的纯利润就是180元。晚稻要高一些,多100元1亩,两季相加就是400多元。

对上面的情况我们做如下假设:首先,如果是规模经营者,应该肯定,这个每亩纯利润是很划算的。因为,对于规模

生产者来说,种 200 亩田,就能纯赚 8 万多元。如果种粮补贴是给土地承包者的,那租种者就赚 5 万多元。其次,如果作为土地承包者外出打工,其承包地让农机手代耕代管代收,只支付全部的农机作业费,也勉强过得去。外出打工者,种一亩田虽然只赚一百多元,但是他可以节约来回路费 300 来元,用往返要花的路费来请机械作业其费用当然也是划算的。其三,如果种田只是保自己吃饭的自给自足的小农经济,使用农业机械就太不划算了。为什么呢?因为请收割机、耕整机、插秧机作业就要花三百多元,就等于自己拿三百元出来买谷子吃。他们平时打禾插秧喊自己的亲戚朋友、邻里来互相帮工就行了,我帮你,你帮我,采取这种不掏钱的方法,不算劳动力工钱。作为自给自足的农民,他不愿拿三百元出来请机械作业,宁愿自己磨磨蹭蹭地干。所以要降低农机作业成本,使农民用得起农业机械,这是值得深入研究的一个大问题。

2007 年仅化肥、机械作业两项费用就占到粮食生产总成本的 30% 以上,占物化成本的 60% 以上。马克思早就说过:“只有在机器的价值和它所代替的劳动力的价值之间存在差额的情况下,才会使用机器。”按照这一经济原理,一旦农机作业价格低于人力作业价格,农机比人工在经济上、时效上、质量上综合考虑更划算的时候,农业生产就具备了普遍采用农机作业的经济前提。农机化的发展,受到自然、经济、社会、技术装备,还有观念等多方面的因素影响,但核心的问题,还是一个经济问题,没有好的效益,再先进的农机也

推广不开。

4. 农机适应性的困惑。一是农机对地形地块的适应性要求。广大平原地区这些问题好解决,丘陵地区就麻烦了。我国南方和北方是有差别的,同样在南方,各省份之间,省内各地区之间,县与县之间,县内乡镇与乡镇之间也是千差万别的。比如在南方,多数是山区丘陵地区,田块小、落差大、零星分散,土质结构复杂,如果在这些地方推进农业机械化,有的田就没有一个大型机械那么大,你怎么去搞机械化呢?这就需要研究小型的农机具来解决一些山区丘陵地带农田发展农业机械化问题。研究解决农业机械的适应性问题,就要根据不同的情况来推广农业机械化。二是农机对作物的适应性要求。农业机械化带给农民的变化,还不只是粮食作物。我国幅员辽阔,物产丰富,不少地方依据自然资源禀赋,加大了薯类、油料、茶叶、果园等生产机械化的示范推广,积极引导发展特色农机。如在长江流域油菜机械直播、开沟、移栽、收获等技术推广应用步伐加快;果业机械在陕西、江西、新疆及湖北的宜昌地区等水果主产区快速发展,农机装备结构进一步优化,拓宽了农民增收的渠道。农机要适应不同作物的要求。三是农机对区域的适应性要求。由于各地区自然条件、经济条件、技术条件不同,全国农业机械化的发展呈现出明显的差异性和层次性,北方平原地区多,适合大中型农业机械作业,对于粮食作物推进全程机械化可能性大;而南方丘陵山区多,适合小型农业机械作业,应根据种植作物不同有选择地发展机械化,宜机械化则机械化,宜半机

械化则半机械化,着力解决生产环节机械化问题。四是农机对品种和栽培制度的适应性要求。不少人认为,一种作物的一个生产环节,有一种机械就可以适应了,其实不然。编者在实践中发现,同样是水稻机插秧,南方和北方是有很大差别的,就是在南方,也不尽一致。比如,江苏和湖北同样是种植水稻,其实大不一样,品种、栽培季节、气候条件、栽培制度、管理水平不同,有早稻、中稻、晚稻,有一季稻、双季稻,有常规稻、杂交稻,现在又出了个超级稻,还有深泥田、浅泥田,这么多不一样,你想用一种插秧机机型包打天下,能适应得了吗?

4. 农机利用率的困惑。购买农业机械,有个利用率的问题。如果购买农业机械是用来商品化服务的,那么这个问题就好解决。如果不是用来搞商品化服务赚钱,只是自己一家用,那么尽管政府补贴了 10% 或者 30% 甚至 60%, 毕竟农民自己还要掏 90%、70%、40%。利用率不高,在当前农村经济状况下,农民购置农机,还是不合算的。只有算到买农业机械比养牛合算,农民才会搞机械化而不养牛种田。考虑了利用率就考虑了成本,解决成本的问题就是解决提高利用率,这都是值得研究的问题。

5. 农机具与拖拉机配套不合理的困惑。拖拉机只有配备上相应的农机具才能进行农田作业。我国拖拉机生产企业一般只生产拖拉机而不生产农机具,拖拉机说明书上也只标明拖拉机的主要技术参数而不注明应配套的农机具。2005 年有几起投诉就属于这一类问题,如吉林珲春市农民

赵延中购买某厂生产的 40 型拖拉机,同时由经销单位推荐配置了灭茬旋耕机一套,作业中离合器轴多次损坏,拖拉机生产企业认为是配套农机具不当使拖拉机超负荷作业,不属于拖拉机质量问题,拒绝退机。经销单位也说配错了,但不负责退货,让农民重新购买农机具。

二、农机化发展面临的困难

当前,农机化发展进入了快速轨道,农业机械成为农业生产的重要工具,广大农民从中获得了利益,增强了农民经营农机的市场意识,提高了农民购置农机具的积极性,农机化发展进入了大好时期。不容忽略的是,农机化的发展仍面临很多困难:

1. 发展不平衡,平原和丘陵地区、粮食作物和经济作物、机耕与机播机收之间存在较大的差距。

2. 配套基础设施建设不适应,机耕道、场库棚、维修网点等基础设施建设滞后,影响机具的使用效率。

3. 公共服务能力不足,安全监管、技术推广、信息服务、教育培训、质量监督服务能力亟待增强。

4. 作业市场不规范,拦机截机、作业质量纠纷、市场地方保护、中介乱收费多收费时有发生。这些问题是农业机械化生产发展过程中客观存在的,需要通过不懈努力,在发展中认真加以解决。

三、农机化发展的制约因素

应该看到,我国农业机械化生产对外部关联度、依存度

不断提高,面临许多制约因素和不确定性。

1. 国际油价波动加剧,价格呈不断走高趋势,农机作业成本高位运行,压力越来越大。

2. 气候变化对农业机械化的影响日益加大,重大气象灾害的突发性、多发性和不可预见性越来越突出,对农业生产和农机作业服务的影响很大,对机械化生产减灾防灾的范围、质量、规模、时效提出了越来越高的要求,需要主动适应气候变化的新趋势,不断提升应对气候变化的能力。

3. 农产品价格的变化、农民工就业状况等对农业生产和农村经济发展的影响,会以多种形式传导到农业机械化生产上,并且会长期存在,增加机械化生产的不确定性和风险性。要正确地研判形势,主动应对,趋利避害,不断推进农业机械化生产迈上新的台阶。

四、农机化发展存在的问题

1. 农业机械化水平较低。农业机械化水平高低是衡量一个国家农业现代化程度的重要标志。比如韩国只用了 20 年左右的时间就达到了日本战后用 40 年时间达到的机械化程度。而我国目前农机耕、种、收 3 项作业水平仅为 35%。小型拖拉机多、高性能动力机械少,主机多、配套机具少。农业机械功能单一,利用效率很低,作业效率也不高。我国 1 台拖拉机所能承担的作业项目平均不到 1.5 种,而发达国家多采用复式作业,1 台拖拉机一次进地能同时高质量完成几项作业。我国机械化生产主要集中在粮食生产方面,在三大

粮食作物中,除小麦的机播和机收水平相对较高外,水稻栽植和收获及玉米机收水平还很低。

2. 农机产品质量较差。我国农机工业产品技术含量较低,品种不全,除少数机种外,普遍存在使用性和可靠性较差的问题,与国外产品有很大差距,农民对国产农机产品的评价是“能用、爱坏、常修”,而且伪劣产品泛滥,市场法制手段较弱。我国农机企业多而散、规模小,大部分企业缺乏技术创新动力和科研开发能力,农机产品处于低水平恶性竞争状态,制约了农机工业的发展。目前,国内使用的牧草种植收获机械、饲草饲料青储机械、设施农业机械、特色农产品采摘和加工包装机械等新型适用的高性能、多功能、高价值农业机械,基本上都是从国外进口的。

3. 农机使用成本效益比不高。目前我国农业机械的使用成本普遍偏高,直接影响了农业机械化发展。原因:一是与农民收入水平较低相比,农机价格相对较高。二是农用柴油价格较高,农机作业服务成本增加。三是农机户税费负担较重。四是中介服务组织发展缓慢,农机服务组织化程度低,乡镇农机服务站也不稳定,信息服务跟不上,直接影响购机户农机利用率和作业效益。推进优势农产品区域布局,进一步调整优化农机装备结构,提高农机服务组织化、社会化程度,仍是今后农业机械化发展的一个重大问题。

4. 农机化投入不足。尽管中央财政对农机购置补贴的投入力度在逐年加大,但与农民实际需求还存在较大差距,在实施购机补贴政策的地区,享受补贴的农民只占申请补贴

农民的几十分之一。同时,农村机耕道路和标准化农田建设滞后,农机化推广示范专项经费投入不足,许多农机化新技术难以大面积示范推广。农机科研、开发、制造能力弱,政府投入少,大部分科研生产部门已转产,新技术、新机具发展缓慢,满足不了当代农业生产的需要。

5. 农业机械装备结构不合理。表现在:大中型农机具较少,小型居多。农机具配套比例失调,作业形不成规模,致使作业效率受到限制。农业机械作业范围窄,使其整体功能发挥不尽合理。政府对大中型农机具补贴力度较小,农户对价格贵的机车、机具缺少购买力,导致机车更新速度较慢,使机车老龄化程度提高,影响田间作业质量。

6. 农机作业成本居高不下。农民整地热情降低。由于油料涨价,农民土地块小,机车空行程多,机车老化耗油增大等诸多因素,使农民用机整地积极性降低。

7. 土地属分散经营,形不成规模经营发展,大片作业受到限制,发挥不出大中型机械大规模作业的特点,导致适宜于田间作业的大型机具发展缓慢。

8. 农机化服务体系尚未健全。县、乡、村三级农机服务网络已严重缺乏服务手段,特别是在机具作业过程中更显得无所作为,使服务水平与农机现代化水平严重不相适应,阻碍了农机发展。农民对新技术、新机具认识不足,阻碍了科技含量较高的农机具使用。

第四节 农机化发展举措

一、农机化发展的目标

1. 总体目标是:到 2015 年,农作物耕种收综合机械化水平超过 60%。到 2020 年,主要农作物耕种收综合机械化水平超过 65%,粮食作物生产基本实现机械化,棉油糖等作物田间机械化水平大幅度提高,养殖业、林果业、渔业、设施农业及农产品初加工机械化协调推进。农机社会化服务广泛开展,对农业持续稳定发展的服务能力进一步增强。

2. 到 2020 年,主要作物机械化发展目标是:小麦耕种收机械化水平达到并保持在 90% 以上,收获机械实现升级换代,跨区作业水平进一步提升。水稻育插秧机械化作业广泛应用,种植环节机械化水平由目前的 16% 提高到 50%,收获环节机械化水平由目前的 56% 提高到 80%,水稻生产机械化基本实现。玉米收获机械化问题得到解决,机收水平由目前的 17.6% 提高到 50% 左右,主产区基本实现全程机械化;马铃薯生产机械化体系基本成熟,机种、机收水平均由目前的 10% 提高到 30% 以上。棉花收获机械化水平进一步提高,新疆棉花收获基本实现机械化,全国棉花机收水平由目前的 2% 提高到 20% 以上。油菜播种、收获机械化取得突破,适合机械化作业的新品种广泛应用,机播水平由目前的 11% 提高到 15%,机收水平由目前的 8% 提高到 20% 以上。甘蔗种植、收获机械化技术问题基本解决,机种、机收水平由

目前的不足 1% 均达到 40% 左右,适合甘蔗机械化生产的收获、加工一体化机制基本建立。茶园耕整、种植、田间管理机械化水平显著提升,机械采摘水平由目前的不到 10% 达到 40%,基本实现由人工生产方式向机械化生产方式的转变。牧草收获机械化水平达到 60%,人工草场生产综合机械化水平达到 70%,牧草生产基本实现全程机械化。

二、农机化发展的关系

1. 发展速度与质量、效益的关系。农业机械化生产发展速度体现为作业量的增长和规模的扩大,即是“快”。发展质量、效益体现的是作业质量、能力提高和经济、社会、生态效益的增加,即是“好”。发展农业机械化生产速度是基础,质量是保证,效益是目的。农业机械化生产只有加快发展,才能满足农民对农业机械化的迫切需要,适应农业农村经济快速发展的要求,也才能进一步调动各方面发展农业机械化的积极性。但是,单纯追求发展速度,忽视作业质量,势必造成资源浪费和效益下降,长此以往将影响农业机械化生产持续发展。加快发展、提高质量要以效益为中心,不断增加农民和机手的收益,提高农业综合生产能力,促进农业稳定发展。农业机械化生产只有做到发展速度、质量和效益相协调统一,才能实现又好又快发展。

2. 农机与农艺的关系。农机、农艺是农业生产的两个重要方面,二者缺一不可。生物技术与工程技术、信息技术、环境技术集成,农机与农艺相融合,相互促进,是现代农业生产

产的发展方向。农业机械化生产不是简单地进行机械作业,要以配套的栽培技术为基础,进行规模化、标准化和精准化作业,才能达到高产、高效。先进的农艺措施也需要农业机械化生产得以实现,才能广泛应用于农业生产。农业生产过程涉及品种选育、栽培模式确定、机具选择、植保和大田管理等诸多环节,只有农机和农艺配套,工程措施和生物措施集成应用,提高作业质量和水平,才能达到增产、增收的效果,得到农民的欢迎。在农业机械化生产工作中,要建立农机和农艺的合作机制,研究制定适合本地发展的机械化生产路线和作业规范,组织引导农民统一作物品种、播期、行距、行向、施肥和植保,为机械化生产创造良好的条件。

3. 发展生产与保障安全的关系。“十年致富奔小康,一场事故全泡汤”。生产必须安全,安全促进生产,安全与生产之间是一种相互促进、相互制约的关系。要正确处理安全和发展生产的关系,围绕发展抓安全,抓好安全促发展,实现两手抓。在推进农业机械化生产发展的同时,必须加强农业机械的监督管理,保障农业机械化持续稳定健康发展。农业机械化的安全监督管理要以保障安全生产和促进发展为出发点和落脚点,致力于改善农业机械安全生产状况,走安全发展之路,促进农业机械化生产又好又快发展。农机化主管部门应树立“安全责任重于泰山”的思想,认真贯彻落实党和国家有关安全生产的方针政策、法律法规尤其是《农业机械安全监督管理条例》,切实履行安全监管职责,保护农民群众的生命和财产安全,保障农业机械化生产的持续健康

发展。

4. 行政推动与市场引导的关系。发展农业机械化生产必须坚持政府推动与市场引导并重。政府推动和发挥市场机制作用都是推动农业机械化生产发展的必要手段,不可偏颇。要发挥市场主导作用,以市场需求为导向,以效益为中心,以提高机具利用率为手段,按市场机制配置资源,使机械化生产保持强大持久的动力和活力。但农业机械化生产要持续快速健康发展,保证农民用好农机、用出效益,必须有政府的指导、扶持和服务,特别是完善的相关公共服务作为保障。政府及农机化管理部门要主动承担农机安全监管、质量监督、市场秩序维护、应急服务等市场做不好和做不了的事,不断创新农机化财政、金融、保险、作业补贴、燃油保障等扶持政策,积极争取国家在机耕道路、场库棚、维修站建设等方面的投资扶持,改善农机作业通行和保养维修条件,引导和推动农业机械化生产发展。要把安全监管、推广培训、试验鉴定、质量监督、信息服务等公共服务能力建设摆到更加突出的位置,多渠道积极争取政策支持和投入,为农机手提供全方位、系列化的优质公共服务。政府部门的引导和推动,必须在遵循市场经济规律的前提下,提高投入效能,着力发挥政府投入的导向作用,整合和调动分散的、潜在的市场需求,培育规模作业市场,规范市场秩序,让各个发展主体从市场服务中获得合理效益。要注重将资金扶持转化为发展主体自我发展能力和内生发展动力,用市场需求来启动农机化向更广、更深、更高层次的方向发展,建立促进农业机械化生

产良性发展的长效机制。

三、农机化发展的对策

1. 建立财政补贴和信贷扶持为主要内容的资金保障体系。对农业机械化采取必要的扶持措施,是农业发达国家的通行做法,符合公共财政的发展方向,也符合世界贸易组织的相关规则。我国广大农民的收入水平不高,资金不足,单靠农民自己很难买得起,需要国家给予适当的政策扶持和资金补贴。一是财政补贴措施。实施购机补贴是促进农机化发展最直接、最有效的措施之一,要继续落实和完善农业机械购置补贴政策。进一步完善补贴办法和补贴机制,扩大农机补贴的范围和规模,改进补贴方式,除国家每年的农民购机补贴专项资金向水稻生产作业机具倾斜以外,省、市、县各级政府要根据自身财政收支状况,逐步增加对水稻生产机械化作业机具购买补贴专项资金的投入力度,对标准粮田建设和购机实行补贴。二是信贷扶持措施。针对目前我国农业装备制造企业资金短缺、银行贷款困难的问题,充分利用金融政策扶持农机化发展的机制,通过银行信贷为农机制造企业产品结构调整或技术改造提供低息或贴息贷款,切实增强对水稻生产机械的投资能力。农机大户、种粮大户一般机具配套齐全,需要更新旧农具,购置更为先进、引领未来农业发展方向的新型农业机械。但这类机械一次性投入大,为农民或经营组织购置和更新大型、新型水稻生产机具提供低息、贴息贷款和保险担保政策,可以让他们尽早更新机具,提高

农机装备水平,开展社会化服务。

2. 建立政府农机部门为引导、民营经济为主体的组织保障体系。积极引导农机社会化服务体系建设,建立和完善农机服务信息网络。农机合作是适应以家庭承包经营为基础,统分结合双层经营体制的有效形式,它不仅可以提高农机的有效利用率和劳动生产率,还可以解决家家买农机、重复购置严重、资源闲置浪费的问题。①扶持种粮大户、农机作业大户、专业化合作社、公司和专业协会等组织。培育壮大水稻机械化生产社会化服务主体,引导农机大户、农村集体经济组织、农民专业合作社开展水稻生产服务,利用机械装备和技术优势扩大经营规模。鼓励发展以营利为目的的水稻机械作业合作社或专业公司。鼓励农机大户、水稻机械生产企业、中介组织和科研单位建立非营利性的专业协会,为会员提供信息咨询、新机具推广、技术培训等服务。②完善跨区作业区域规划及保障制度,创新服务模式。实行购买大型水稻生产机具补贴与达到一定作业面积补贴相结合的政策,用利益驱动提高机具的利用率。减免水稻生产跨区作业交通和有偿服务的各种税费,提供一定的燃油补贴和开辟跨区服务的绿色通道,多方面降低作业成本。增加人员培训的补贴资金,强化培养,全方位提高操作人员技术水平和经纪人经营管理能力。简化登记手续,明确法人地位,保证服务与被服务双方履行义务、遵守协议,提高服务质量,及时交纳作业费,形成良好的市场秩序。加强安全生产监督管理,打击随意上路“拦机、截机”行为,维护好市场秩序。水

稻主产区县级以上主管农机化工作的部门建立水稻生产机械化信息搜集、整理、发布制度,为农民和农业生产经营组织免费提供信息服务。在广播电台、电视台、报纸和网络等新闻媒介设置专题栏目,及时报道各地水稻生产环节的各类作业信息。

3. 建立技术开发和技术推广为主要内容的科技保障体系。加强农机化技术推广体系建设,建立行政驱动与市场引导相结合的新型运行机制。农业机械本身是现代工程技术在农业生产上的应用,同时又是其他科学技术在农业生产方面大面积应用的有效载体。农业机械是农业生产的重要工具和农业生产实现现代化的重要标志之一,它代表了农业生产力的发展水平。农业科技是提高经济效益的保障,而先进的农业科学技术必须通过农业推广、教育和培训农民,为农民所用,才能成为现实的生产力,农业科研、教育和推广必须紧密地结合起来。在农业机械化的发展过程中,农民素质的高低构成了发展农业机械化的内在因素,它直接影响农业机械的功能是否能够得以充分展现,相应地决定了农业机械在他们心目中的地位。农业机械的技术经济指标构成了发展农业机械化的外因,它的质量、性能、维修等优劣与否又直接影响了投资者的效益,相应地决定了投资的兴趣。农机化技术培训与推广部门应将推广和培训的内容拓宽,改变以往单纯为推广和培训农机化技术而进行培训与推广的做法,以农机化技术的培训与推广为主线,有意识地将提高农民整体科技文化素质贯穿于推广的过程之中,帮助农民较为全面

地了解现代农业技术及其发展趋势,开阔他们的视野。

4. 建立机具配备和条件建设为主要内容的技术支撑体系。加强农机化标准体系建设和农业机械质量监督,建立有效的技术壁垒。尽快完善农业机械化的检测、鉴定、监控和标准化体系,提高国家对产品标准、作业质量标准的管理水平,强化质量监督体系建设,提高农机化标准实施单位的执行能力。一方面建立农机化标准体系,促进农机产品性能、质量和服务水平的提高,维护农机用户的合法权益,保护农机化事业的可持续发展。另一方面建立健全农业机械化的质量检测体系,提高农机化标准实施单位的执行能力。农机产品质量检测体系是保证产品质量的关键,特别是随着我国农机产品平均关税水平的进一步下调和国外农机产品的大量进入,如何保护农机工业发展,限制国外不符合质量标准的劣质产品冲击性涌入,消除对我国农机市场造成的负面影响,应当依托并充分利用现有的农机鉴定系统,增加其基础设施建设投入,购置、更新检测仪器、设备,加强实验室建设。

四、农机化发展的措施

1. 强化政府部门引导服务和调控职能。目前,农机购置补贴是推进农机化快速健康发展最直接、最有效的产业促进政策。政府将通过购机补贴政策进行产业宏观调控,用补贴增量调整农机存量结构,用集中招标方式调控产品价格,用选择补贴对象的方式推进农机服务专业化,用选择补贴机具种类方式促进新技术应用与推广,用调整补贴实施范围方

式支持农业结构调整,用实施补贴目录方式扶优扶强企业。

政府要加强配套法规及地方法规建设,逐步完善购机补贴、燃油补贴、信贷税收、机耕道建设和科技攻关等扶持政策。

目前,我国以中、小型农机具参加农业生产为主,导致了土壤严重板结,使农作物抗自然灾害能力严重削弱。因此,政府应加快大型农机具的发展速度,使多种机型整体推进,协调发展。对农业生产急需的农业机械,要加大开发力度,进行试验、示范,加快推广使用步伐,逐步实现大、中、小型农机具结合,主机与农具配套。同时,积极引进国外先进农业机械,提升国内农机具的发展水平。

2. 积极推进农机社会化服务。积极推进农机社会化服务,是我国农业发展和农机化发展的必然选择。应通过组织创新、机制创新和管理方式创新,推进以跨区作业为代表的农机社会化服务,坚持走共同利用和提高经济效益为目标的中国特色农机化发展道路。建立以农机专业服务组织和农机大户为主体,农机经营户为基础,基层农机推广、培训、维修、信息服务和投诉监督等服务组织为支撑的新型农机社会化服务体系。购机补贴资金也应优先用于扶持农机大户、种粮大户、科技大户和新型农机服务组织,加快推进农机服务的市场化、社会化和产业化进程。

通过社会化服务拓宽农机服务领域。拓宽农机作业领域,充分发挥农机具作用,由简单的农田作业向高信息服务、农田基本建设、农副产品加工业等领域发展。并因地制宜,

发展特色的农机技术,走特色的农机化道路,为农户开辟新资源。

根据我国的国情,积极推进土地集约化经营,切实解决机械化作业与小田作业矛盾。政府应加大资金扶持力度,刺激机具更新,解决机车老龄化严重、功率下降、油耗增大的问题。鼓励发展农机作业合作社、农机具租赁公司等新型农机化服务组织,注重培养农机化服务企业,带动农机经营户进入市场。

3. 促进农机化技术创新与示范推广。重点加强保障粮食综合生产能力的技术装备攻关,支持优势经济作物、畜牧产品和设施农业发展的关键技术研究。充分发挥大专院校、科研单位、大型农机企业和农机化技术推广单位的优势,凝聚和整合行业科研力量,做到产、学、研、推相结合,努力提高原始创新、集成创新和引进、消化、再创新能力。

促进企业和科研单位的联合,促使企业成为技术开发的主体,增强农机科研成果转化能力。大力发展新型农用工业,增强农机工业的供给保障能力,实现由农机生产大国向农机生产强国转变。

重视农机化技术的示范推广,建立以政府推广机构为主导,农机专业合作组织、种粮大户、农机大户和农机科技示范户为主体,农机科研、教育等单位和生产、流通企业广泛参与,分工协作、服务到位、充满活力的多元化农机化技术推广体系,积极推动农机化技术的普及应用。

要加强农机技术队伍建设。随着农机化服务领域的不

断扩大,要加快培养一支强有力的农机科技队伍,及时将增产、增收、效益显著的农机适用技术有计划地推广,形成新的生产力。应利用农机技术人才优势,建立农机具展示、销售、培训、维修保养中心,增强为农服务意识。

4. 规范农业机械质量与安全监督管理。建立健全管理规章、技术标准,完善农机试验鉴定和认证制度,搞好重大技术推广机具的鉴定选型工作,积极推进农机信息化建设。依法加强对生产、流通领域和在用农机的质量监督和调查,加强农机维修管理,打击假冒伪劣农机产品,维护农机生产者、经营者和使用者的合法权益。加强农机安全监理工作和装备建设,严格拖拉机、联合收割机及其驾驶人的安全监督管理,使农机化发展速度与发展质量协调,安全生产和效益提高并重。

第二章

农机化与电子商务

第一节 农机电子商务的应用现状

一、建设农机信息网站

信息化是当今世界经济社会发展的大趋势,也是加快农机化社会服务的重要环节。近年来,全国各省(市、区)、市(地区)、县农机管理部门都相继建设了农机化信息网站,把推进农机化信息体系建设,作为提升农机服务的重要载体来抓,加大硬件投入,完善工作体系,构建服务平台,农机信息化大力提升了农机社会化服务能力,在促进农业机械化发展、建设现代农业过程中发挥着越来越大的作用。

为使农机产业化管理的水平和效率得到提升,全国各地农机管理部门利用农机网公开农机政策、农机补贴、办事程序等,这样既节约了办事成本,也接受了群众监督,促进了农机政务的公开、公正、透明。每年将发放大型农机具购机补贴的对象、范围、数额和农机用油补贴上网,接受农民的监督。农民想了解最新的农机政策,只需登录网站,即可获知详情,也行使了监督权。近年来没有一起因政策不公平而接到农民投诉。政务公开使各农机管理部门实现了由管理者

到服务者的转变,也使农机信息网络成为农机产业化建设经验交流的平台。

为了适应新形势对农机信息化的要求,全国各级农机管理部门纷纷将农机信息网络平台整合应用,融合了农机管理业务远程处理、农机信息发布、农机信息数据库、农机 110 短信等平台,构建了网络、视频、语音咨询等多种形式结合的为农服务新模式,基本形成了一个内容丰富、多方参与的农机信息化网络体系,促进了信息技术与农机事业发展的有机结合,为农机事业服务社会主义新农村建设和现代农业探索了新路。

构建完善的基层信息网络是农机产业化的基础之一。为此,各地将农机建立信息员队伍建设作为农机信息化基础工作来抓,分别在省、市、县三级建立农机信息服务机构,将省、市、县、乡(镇)农机管理部门、省级农机示范基地、农机专业合作社及农机专业户纳入信息体系,并建立了专家值班制度,开通专家咨询视频系统,分别为各地的农机户和农机经验者提供真实的信息,这既确保了信息的广泛性,也确保了信息的真实性。

二、打造网上农机市场

全国各地的农机信息网络建立之初,就把社会化服务作为工作的基本出发点和归宿,构建网上市场,推动跨区作业,开展实时服务。

打造网上农机市场。为使广大农机用户及时掌握最新

农机具性能和国内外农机动态,引进先进农机和合理调剂农机市场余缺,多数农机网都专门开发了农机概况、农机市场等栏目,及时将国内外新农机研究动态、主要新农机的技术性能、机型在农机网农机概况栏目进行推介,将农机余缺情况在农机市场栏目免费为农机户发布,努力为农机用户提供快捷便利的服务。

推动农机跨区作业。利用各种农机网络平台,及时收集和发布全国各地农机作业的需求信息,主动与农机作业需求单位签订作业合同,减少了农机户外出作业的盲目性,促进了机械有序流动,深受机手欢迎。

开展技术实时服务。针对农村信息滞后和农机户在参与生产中存在较大盲目性的实际,建立覆盖省、市、县、乡和农机示范基地、农机专业合作社、农机大户四级、五个层面的农机化网络服务体系。通过网络将农机科研、生产、管理、推广和使用连接起来,将致富信息及时送到了农民手中。

三、构筑电子商务平台

随着农机信息化网络不断完善,农机信息网络已成为网上的一个电子商务平台,农民可充分利用因特网优势,发布供求信息,了解市场行情,在网上叫卖、洽谈、成交。例如:浙江上虞万亩蔬菜机械化示范基地首先尝到了网上交易的甜头。该基地通过绍兴农机网与法国公司接洽,进口了大豆、刀豆类收获机械,工作效率比以前提高了10多倍,又与英国一家公司联系,引进了蔬菜小粒种子精量播种机,解决了农

业播种中的一大难题,提升了农业生产的科技含量,经济效益迈上新台阶。再如:湖北武汉的如意集团通过农机网络平台,与武汉众诚农机专业合作社合作,将全公司的农机作业承包给该社完成,并通过农机网络平台,查找信息,从德国引进世界一流的鲜毛豆采摘机,从美国引进激光平地仪。武汉市黄陂区通过农机网络,从山东高密引进芦笋种植开沟机,收到好的社会经济效益。

四、开设远程业务系统

农机注册、上牌、年检等手续繁杂。一项简单的业务快则七八天,慢则十天半月,为切实改变农机办证难、办证烦的问题,有的地方成功开发了远程业务处理系统。以前农机户们跑县城、耗时间办所有手续,现在都可以在网上就近办理,只要手续齐全,只需轻点鼠标,半天时间手续就可以办好,效率成倍提高。据不完全统计,以一个县为单位,每年可节约行政成本 20 万元,为农机户节约办证成本 100 多万元。通过远程业务处理系统,实施网上办证,使农机部门从事后监督变为实时监管。农机管理部门随时可监督各县站办证动态,及时做出审核、审批。

第二节 农机电子商务存在的问题

近几年来,我国的农机信息化建设得到了一定程度的发展,信息网络服务也进一步展开,但由于我国的农机信息化工作起步较晚,农机信息化总体水平还比较低,尤其农机信

息资源的开发利用,与发达国家及国内其他行业相比仍然存在较大差距。同时信息交流方式落后,传递速度缓慢。农机信息体系建设还只是处于起步阶段,有许多问题亟待解决。

一、农机电子商务认识水平不高

尽管多数地方领导已认识到了农机信息化建设的重要性,但对具体实施方法和所需要的支撑体系不够了解。有的地市县领导对信息化的认识仍然停留在所谓信息化不外乎就是计算机打字、上网,在互联网上有那么几个网页等水平上,还有的地市县领导认为,虽然互联网、信息化很重要,但现在实施还太早,起的作用还不是很明显,存在着等待、观望的思想。从而造成本地与信息化建设先进地市县及经济发达地区的差距越拉越大。

二、农机电子商务资金投入不足

信息化工作是一项基础性的工作,也是一项公益性事业,没有一定的政府投入是难以为继的。农业是弱质产业,农机发展更是困难重重,在信息化的投入方面,全国各地普遍存在没有固定的投入渠道,也没有资金来源以及政策、人力和组织机构投入不足的问题。各级政府应将农机电子商务建设纳入农机化基础建设项目。

三、农机电子商务运营人才缺乏

农民素质不高,信息化意识和利用信息的能力不强,使信息服务难以取得应有的效果。农机化信息网络的建设需要一大批不仅精通网络技术,而且熟悉农机科技知识的专业

人才,能为农业机械的管理、农机新技术的推广应用、农机跨区作业服务等提供及时、准确的信息,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。而由于对农机化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,目前农机化信息网络人才相当缺乏,使得农机化信息资源综合利用差,信息服务难以取得应有的效果。

四、农机电子商务服务能力较低

对开拓农机化信息服务市场缺乏研究,许多信息资源没有得到充分的开发和利用。信息采集处理系统比较落后,信息发布、传输滞后。一是信息传输网络不够畅通,由于大部分地区互联网的信息平台没有建立起来,绝大多数的乡镇、村还与互联网无缘,缺乏现代化沟通手段。信息传输在县一级到最终用户之间形成了“梗阻”现象。二是在信息发布和传输方面缺乏网络、广播、电视、电话信息台、简报、报刊、集市、会议、讲座等各媒体之间的有机组合和搭配,因而无法解决“梗阻”现象。三是各地农机主管部门与同级人民政府、上级农机主管部门、同级涉农机构、兄弟地市县、网上有价值的信息资源之间缺乏稳定、快速、大容量的信息交换和共享渠道。此外还有处理手段、传输工具落后等。很多地方缺乏先进的计算机网络手段,在信息处理方面有的还停留在手工阶段,对搜集到的信息分析加工能力严重不足,影响了运行效率,降低了信息的使用价值。

第三节 农机电子商务发展的作用

21 世纪的竞争,主要是以信息技术为核心的高新技术的竞争。随着信息科学技术的发展与应用以及互联网技术在全世界的推广,在当今这个信息爆炸的时代,能够快速、准确地了解和掌握前沿信息,已经成为各个领域迫切实现的目标之一。

一、农机电子商务是农机化基础工作

农机化信息系统是农业信息网络体系和农村经济综合信息系统的一个子系统,而加强农机化信息网络建设是搞好农机化信息工作的基础。因此,迫切需要畅通信息通道,扩大信息来源,广泛运用现代的计算机和通讯技术,大力加强农机化信息基础设施建设,充分发挥信息网的整体效能,以适应全国农机化管理工作的需要,提高计算机及网络应用水平,实现资源共享。利用信息技术快速、便捷、实用、互联的优势提供高质量、高标准的信息,逐步形成横向相连、纵向贯通、综合性强的农机化信息系统,为推进农业机械化和农业现代化服务,为各级政府和农机管理部门的宏观决策服务。在信息传输网络体系初步形成,信息技术日益渗透各个领域的今天,能否提高信息化水平,将直接关系到全国农机未来的综合竞争能力。

二、农机电子商务是信息化基本要求

信息技术具有双重性,如果运用得好,就有可能为落后

国家、地区超越先进提供很好的支撑。反之,差距将越来越大。目前,我国农业还处于逐步推进实现基本农业机械化的发展阶段,与发达国家之间的差距较大。我国农业机械化要实现快速、健康、跨越式发展,必须充分利用现代信息技术,加快农机信息化建设,加强在全国乃至全球范围的农机管理、科研、生产、农机化新技术、新机具、作业服务等方面的信息交流与合作,这是信息时代的必然要求,也是我国国民经济发展和社会信息化建设的必然要求。

三、农机电子商务适应市场经济需要

现代化农业实质上是市场化农业,也是信息化农业。农业生产需要什么样的机械,如何购买,农机新技术和新机具如何推广都离不开信息。我国农机行业总体规模大,企业规模小,技术水平低,行业管理能力弱,加入 WTO 后,我国农机工业必然要与国际市场接轨,国际农机市场的加入必将给我国农机市场带来新的机遇与挑战。为此,必须加快农机信息化建设,加强与国内外农机企业的信息交流与合作,学习借鉴国外先进的生产、营销、管理机制,及时捕捉有效的市场信息为我所用。只有这样,才能提高我国农机工业的市场竞争能力。

加快农机电子商务建设是适应市场经济的客观需要。农机化之所以成为农业生产过程中的主力军,关键是使用农业机械能降低单位产品中的物化劳动成本,提高农产品质量,改善农民生产与生活条件,这也是农民选择农机替代劳

动的主要原因。通过推进农机化信息网络建设,可以为有机
械的找市场,为用机械的找机械,把分散在千家万户的农业
机械信息以及农业生产信息资源更好地开发与利用,增强广
大农机手与农户之间获取信息和应用信息的能力,提高农机
作业水平和效率,进而提高经济效益,促进农机手收入的
增加。

四、农机电子商务促进政府转变职能

农机生产经营主体是农民和农机企业,政府的工作应从
过去的催种催收转变到如何引导农民和农机企业搞好生产
经营并提供各种服务上来。如何引导、怎么服务、用什么手
段、服务什么内容,无疑将成为转变职能后思考的主要问题,
而提供信息服务,建立信息体系应该是思考的首要问题。加
强农机产前、产中、产后信息指导服务工作,合理有效地组
织引导农民走向市场,是农机管理部门面临的一项十分紧迫
而必要的任务。农机化信息工作是农机管理工作的重要组
成部分,是反映农机化水平的重要手段。农机化信息体系将
在加强农机管理、科研、生产、农机化新技术、新机具的推
广应用、农机销售和作业服务市场中发挥越来越重要的作用,
发达国家农业现代化建设的经验也证明了这一点。因此,在
我国正处于由传统农业向现代农业转变的时期,加大力度开
展农业机械科技信息工作,是促进我国农业发展,加快我国
农业机械化、现代化、信息化的大方向、大趋势。然而,信
息化在农村还没有得到普及,通过信息化解决农业生产中的各
类

问题还没有提到一些地区政府的议事日程,存在着许多有待解决的问题,必须研究出相应的对策加以解决。

第四节 农机电子商务发展的对策

一、提高农机电子商务的认识水平

近年来,尽管全国各地农机电子商务有了长足的发展,然而,电子商务在农机产业还没有得到普及,通过电子商务解决农机服务和农业生产中的各类问题还没有被提上一些地方政府的议事日程,还存在着许多有待解决的问题,必须研究出相应的对策加以解决。加快农机电子商务建设决不是简单地把传统管理事物搬上计算机网络,而是利用信息化和电子商务手段,实现政府工作流程的整合与优化重组,打破空间与部门分隔的限制,切实提高工作质量和工作效率,推进农机化事业的发展。因此,在农机电子商务建设中要统一认识,工作到位,加大扶持力度,全力支持信息化建设和促进农机电子商务,并大力推广研究开发出来的农机电子商务成果,使之应用于生产,变成现实生产力。

二、加快推动农机电子商务的进程

任何体系的正常运转,离不开支持它的软、硬件设施。所谓软件,是指人力资源。农机电子商务建设,人才是关键。针对当前农机系统信息化和电子商务人才匮乏的现状,要采取引进与培养并举的方式,加强各种类型、各种层次的信息人才队伍建设,强化人力资源开发,以满足农机信息化和电

子商务建设的需求。应加强对现有农机化信息和电子商务工作人员的培训,以适应农机化管理工作的需要,从而更好地利用信息技术快速、便捷、实用、互联的优势,为农机化和农业现代化的发展提供高质量、高标准的信息,逐步形成横向相连、纵向贯通、综合性强的农机化信息系统。所谓硬件,就是尽快建立和完善自上而下的农机信息网络体系,加大政府投入力度,形成多元化投资机制。信息技术的应用将有力地推动农机经营管理方式和企业组织方式的变革,但农机信息化和电子商务是一项综合的社会公益事业,农机又是个弱质性行业。因此,在加大政府投资力度的同时,迫切需要各个部门的通力支持与合作,形成政府“搭台”,多方响应“唱戏”的格局,以加快农机信息化和电子商务建设的步伐。

三、强调农机信息时效性和有效性

为提高信息质量,要形成集信息采集、加工、发布于一体的信息化服务体系。信息的采集是农机信息网络体系建设的基础,如何及时收集最基层、最真实的原始信息,并整理、加工为有用的信息,是农机信息网络体系建设面临的一个重要课题。目前,我国的实际情况是:各基层农机部门办公设备落后,信息人才缺乏,与农机用户、市场及厂家联系不够紧密,不能及时了解基层农机动向,没有一定的信息交流途径,从而造成信息流失。在这种情况下,建立一个完善的信息采集体系,是当前农机信息网络建设的当务之急。因此应完善信息上报制度,加强农机管理部门和农机用户、生产者的联

系,及时了解基层群众的信息反馈,同时与国内外农机部门建立广泛的联系,及时了解最新的农机科技信息和农机发展动态。农机信息的加工是连接信息采集和发布的中枢,起着关键性的桥梁纽带作用,信息服务质量的好坏直接取决于农机化信息处理质量的高低。因此,应充分利用网络通信、多媒体、虚拟技术、GPS 等信息技术手段,科学规划、合理配置信息资源。信息的发布是农机信息网络建设的重要组成部分。高速快捷的信息发布系统是信息价值得以充分利用的保障,信息只有及时有效地传递到农机用户和生产经营者手中,才能发挥其实效性,让农机用户和生产经营者从中得到实惠。

四、完善农机电子商务的工作规范

农机化科技信息工作必须制定完整的、系统的、切实可行的管理规定,以实现信息工作和信息网络的制度化、规范化管理。进一步发挥农机化信息网络的作用,提高信息处理速度和质量,加快信息反馈频次。实现信息收集渠道系列化、适时适用化。充分发挥出电子信息网的作用,加强网络互联、提高资源共享程度。日常工作中要提高电子化办公的比重。省级要做好对上级部门的信息汇报、对下级工作的信息指导作用。市、县要做好对基层部门及农民的信息提供与反馈作用。

另外,发展农机电子商务,还要多渠道筹集农机电子商务发展的资金。一是加强组织领导。农机化信息服务体系

建设是一项综合性工作,工作领域新、工作难度大,必须有组织、有步骤地推进。各地应成立以农机管理部门一把手为组长的农机化信息服务体系建设领导小组,对农机化信息服务工作进行规划,指导和监督检查。二是切实加强技术指导。由农业部农机化司信息中心对整个农机化信息网络建设提出统一的技术指导意见,制定统一、开放的网络技术标准,重点是操作系统,数据库和应用软件的标准,以利于形成一种集中分布式的管理模式,便于农业部农机化司信息中枢能够有效调控,地方各个网站及使用终端能够灵活地分散运行,实现信息资源的高度共享。三是多渠道筹集资金。利用现有通讯、办公设备进行改造。采取部分信息的有偿服务,即谁联网、谁受益,谁投资、谁所有的方法筹措资金。吸引域外投资者,采取股份制或股份合作制。争取国家和地方无偿、有偿资金或贷款投入。利用资本运作,通过入股、挂靠等形式,筹措资金。

第三章

农机生产企业电子商务

第一节 农机生产企业电子商务的应用

一、农机生产企业已不适应市场需求

农机制造业是我国的传统行业,也是受计划经济影响程度较深的行业。农机企业出于对制造资源的占有要求以及生产过程直接控制的需要,往往采取“大而全、小而全”的运作方式,企业规模大,机构臃肿,即典型的“纵向一体化”经营模式。但企业的各部门构成比例又是畸形的:产品开发能力和市场营销能力比较弱,却有庞大的机械加工、制造能力。企业内部的产业链形成两头小,中间大的“腰鼓型”。没能有效地利用社会资源,企业投入大,运营成本高,灵活性差,无法快速响应用户需求,丧失了很多市场机遇。

二、农机生产企业需要开展电子商务

面对我国加入世贸组织后农机市场严峻的竞争形势,农机企业要想抓住机遇,加快发展,就必须优化内部组织结构,压缩生产流程,在技术研发、产品销售、三包服务等方面有一个根本性的突破,发展和保护自己的核心竞争力,充分利用

企业外部的资源为本企业服务,将产品核心部件以外的生产业务外包给合作伙伴——即采用“横向一体化”经营模式。这种经营模式使农机企业的供应商、制造商、经销商等上下游合作企业都有生存和发展的空间,利害关系具有一致性。应用电子商务可以使各企业的资源共享,合作高效运转,降低企业的运营成本。

三、农机生产企业适合开展电子商务

实践证明,农机行业是最适合开展电子商务的行业之一,因为农机产品(尤其是联合收割机)的零部件数量多,涉及的行业范围广,供应商、销售商的地理分布区域大,需要进行地区之间或全球采购、生产和销售。“横向一体化”经营模式使农机制造业中供应商、制造商、销售商及其上下游合作企业之间形成了“供应链”。供应链上相邻的企业之间存在着供需关系,这种关系由过去单纯的买卖关系转变为有共识的、以合作为主的“共生”关系。供应链的畅通程度往往决定着各企业的经济效益,这种供需关系必须高效、协调地运作,各企业的利益最大化才能得以实现。因此,将电子商务应用于农机制造业,加强企业间的供应链管理,是可行的,也是必要的。

四、农机生产企业电子商务成效显著

近年来,我国绝大多数农机生产企业都建立了自己的网站,这些网站,一般还称不上是农机电子商务网站,但最起码的通过企业网站展示了农机生产企业的形象,农机生产企业

的产品,让农机行业的广大管理人员、专业技术人员和农机使用者比较深入地了解到农机生产企业的一些情况,这对于本企业的产品推广和营销,起到了不可低估的作用,也让农机生产企业的零部件供应商了解到农机生产企业需要哪些农机零部件产品,从这个意义上讲,这类农机生产企业的网站已经发挥了电子商务的部分作用。当然,我国一些大型的农机生产企业十分注重企业的信息化工作,而且在农机产品的电子商务化方面迈出了可喜的步伐。

反过来说,由于受信息化的影响和电子商务的感召,新一代的农民或有一定规模的农业生产组织,在购买某种农机产品前,往往是先上网查询,进行反复比较后,才开始与农机生产或农机经销企业联系。由此设想,如果一个农业生产组织想购置一台新型的联合收割机,有人也帮助推荐了某一品牌,这个农业生产组织的负责人按照推荐的品牌,上网摸索,结果根本没有出现这一品牌,而在网上出现了大量的别的品牌,这个时候,该农业生产组织就会重新选择其他品牌。

第二节 农机生产企业电子商务的作用

一、网上企业产品展示与产品开发

1. 企业产品展示。在网上向客户展示农机产品是实现销售的第一步。传统的实物展示需要投入较多的人力、物力和场地,且展示的信息、时间和辐射面都极为有限,客户必须到特定的展示地点才能看到展示效果。网上产品展示很大

程度上克服了传统展示的不足。网上产品展示信息量大、展示形式多样、展示费用低廉、可实现网上交流,并且突破了时空的限制,可以把一个企业的产品展示给客户,也可以把多个企业的产品集中在一起,形成一个网上农机市场,提高农机产品展示的效果,为农机交易带来极大的便利。网上产品展示既可以由单个企业组建网站进行,也可以由专业从事产品展示的网站实现。例如:中国农机互联网向全国的农机企业提供专门的网上产品展示服务,给参展企业提供包括单位简介、农机产品、农业标准、实用技术等方面的内容,降低了企业信息发布、收集和处理的费用,加快了企业对市场的反应速度,有效地解决了农机企业运营成本高、市场反应慢的问题。

2. 加快企业产品开发。企业的新产品开发能力和速度决定了企业能否在竞争中处于优势地位、能否实现可持续发展,是企业核心竞争力的具体体现。利用互联网向社会寻求技术支持,和研究所、大专院校进行远程合作,协同开发适应市场需求的产品,已成为众多农机企业提高新产品开发能力的重要思路。例如:中收农机股份有限公司制造的新疆—2联合收割机就是该公司与中国农机院合作,运用 CAD 技术联合开发研制的产品,该产品已经畅销 10 余年,累计近 83 000 台的市场保有量。农机生产企业也可以通过网络系统进行市场调查,快速、有效、直接、可靠地获得客户对产品的建议和意见,并做出迅速反应,既可节约高额的通讯费用和交通费用,又可以显著缩短开发时间,从而大大提高了农

机生产企业对市场的反应能力。

二、网上企业零部件的采购与交易

1. 网上企业零部件采购。生产农机产品所需要的零部件数量及种类较多,涉及的行业较广。零部件采购一直是农机生产企业控制成本的关键环节。传统采购中农机生产企业与供应商的业务联系多数停留在电话、传真阶段,采购的效率和成本很难达到理想的水平,供应商对采购商的要求很难及时响应,产品质量的控制也是事后把关,这些缺陷使供应链上各企业无法实现同步运作。电子商务采购是以订单驱动的方式进行的:用户需求订单驱动制造订单,制造订单驱动采购订单,采购订单再驱动供应商。通用化、标准化的零配件实行网上竞争性采购,对于专用件实行合作性采购。这种准时化的订单驱动采购模式能够使企业供应链系统准时响应客户需求,缩短采购周期,提高零部件采购的准确性和效率,降低采购成本,减少无效库存,保证产品质量,提高资金周转率。网上采购是农机生产企业应用电子商务的重要标志之一,能有效完成主机制造厂和零部件供应商之间的商业活动。例如:中国农业机械化信息网推出的河北庞口农机配件市场,经营农用车、收割机等6大类20万余种农机配件,年成交额达20.3亿元。类似的网络将成为优秀的购物和供货平台。目前河南长葛也开始筹建农机零部件采购的电子商务市场。这将进一步提高企业跟踪市场的能力,降低农机产品成本,提高产品的竞争力。

2. 搭建零部件企业交易平台。对于生产农机零部件的中、小型企业,实施电子商务的需要更为迫切。这些企业规模不大,资金紧张,跟踪和适应市场的能力较弱,加上受地域条件的限制,一般只能为数量有限的客户服务。电子商务为农机零部件企业提供了开发新市场、赢得新客户的有效手段,可以帮助这些企业扩大市场影响,全面提升企业开拓市场的能力。另外,网络使农机零部件的流通减少了许多中间环节,提高了流通的效率和企业资金周转率,降低了流通的成本和库存量。

三、提升企业经营管理与服务质量

1. 提升企业经营管理水平。与国外先进的农机制造商相比,我国农机生产企业的管理水平还相对较低,无论是企业内部信息化建设,还是外部的供应链管理、物流管理以及客户关系管理,长期以来,既没有引起农机制造企业足够的重视,也没有取得实质性的进展。电子商务是推动农机制造企业管理上台阶的重要举措,对企业内、外各个环节管理水平的提高将会起到重要的促进作用。

2. 提高企业服务质量。农机企业要真正实现网上销售还有障碍,但通过网络提高服务水平是容易做到的。农机产品的性质和使用对象决定了高水平的服务更能够吸引客户。

当前,我国访问农机网站的客户一般可分为5类:第一类是已经购买了产品,还想进一步了解有关产品使用、三包服务和配件供应方面知识的客户。第二类是决定购买产品,

希望通过农机网站了解最新的产品信息,帮助自己做出正确的购买决策。第三类是那些还没有购买且短时间内也不准备购买的访问者,但他们对农机企业、知识有浓厚的兴趣。第四类是转卖产品的客户。第五类是中间商,他们想知道经销哪些产品风险低、利润大。

利用农机网络向客户提供及时性、针对性的知识服务,对这5类客户及企业都有重要意义。对第一类访问者,可向他们提供产品使用技术的网上培训,说明售后三包服务的具体措施和承诺,各地区农机产品作业收费情况以及农机保险、出险后索赔、保养维修、安全驾驶、质量纠纷的处理程序等内容。对第二类访问者,应向他们提供选购农机产品的常识、购买程序、注意事项等,通过细致入微的服务,增进他们对本企业产品的感情,吸引用户的注意力,提高他们对本企业的忠诚度,为客户选购本公司产品提供依据,并通过他们开发更多的潜在客户。对第三类客户,尽管目前尚不具备购买条件,但他们是未来农机消费者。农机生产企业向他们提供农机文化及农机行业的最新发展知识,培养他们对本企业产品和品牌的认知度,对企业的发展具有重要的意义。对第四类客户,应提供二手农机产品交易的知识和信息,提供老产品改进技术服务。对第五类客户,要重点宣传产品使用者对产品的评价,不同市场区域的产品供求信息等。

农机生产企业应用电子商务建立网络销售平台,延伸对客户的服务。客户可以直接在网上订购农机产品,对产品的外观、颜色、功能等进行特别订货,满足了客户对农机产品地

域适应性的需要。目前多数农机生产企业通过市场预测来组织生产,但市场预测与市场实际需求之间存在着差距,这导致了农机产品有时供不应求、有时又积压。农机生产企业可以通过互联网及时调整货源配置,缩短供货时间,满足农时紧张的要求。

四、提高企业现代物流的配送效率

农机产品需求的季节性强,因此在农机行业中物流配送占有非常重要的地位。由于缺乏信息流的支持,传统的物流配送成本高,效率低。应用物流配送的电子商务解决方案,在供货商与生产商、生产商与代理商、代理商与批发商、批发商与零售商、零售商与客户,以及各代理商之间、各经销商之间构筑起畅通的物流配送网络化通道,全方位统筹配送任务,提高配送效率,降低配送成本,降低库存。更重要的是满足了农时紧张的要求。因此,物流系统的电子商务化对农机制造业的发展具有十分重要的意义。

第三节 农机生产企业电子商务的问题

一、农机生产企业认识与理念问题

1. 农机生产企业对电子商务的认识问题。电子商务是一项新生事物,不少农机生产企业对其缺乏正确的认识,认为农机行业发展电子商务为时过早,传统的经营方式还很管用,没有必要冒险,电子商务就是建设网站、网上销售产品等。这些错误认识主要是企业只注重眼前的效益,忽视企业

持续性发展造成的。这种短期行为导致了农机生产企业电子商务发展缓慢。

2. 农机生产企业的消费理念问题。开展农机生产企业和客户之间的产品交易,必须考虑消费者的观念。农机消费者对电子商务的接受程度比较低,真正愿意体验网上购买的客户不多。由于购买农机在消费者的投资中占据着较高的比重,许多消费者仍相信眼见为实,投资非常谨慎。所以,在当前希望能应用电子商务实现较大规模的网上交易是不现实的。

二、农机生产企业管理与标准问题

1. 农机生产企业管理问题。切实提高企业的管理水平,是农机生产企业应用电子商务的重要前提之一。对于大多数农机生产企业而言,缺乏高效、先进的企业管理信息系统的支持,是影响企业电子商务发展的重要原因。在技术、供应、生产、销售、库存、财务、客户管理等环节没有相应的资源共享和信息支持,电子商务很难实现。目前,大多数农机生产企业管理基础较差,在技术、供应、生产、销售、库存管理等许多方面还是手工操作,管理人员的水平较低,信息流、资金流和物流还没有实行集约化经营管理,企业资源的配置不能得到最优化。这种管理模式难以适应电子商务条件下各环节高效、协调、统一、及时的要求。

2. 农机生产企业标准问题。农机产品的品种多、规格复杂,不同的企业执行各自的标准,导致整个农机行业的标

准统一极为困难。因此,加强标准的统一和规范,并通过法律、法规的形式加以贯彻实施是促进电子商务发展的重要条件。

三、农机生产企业的网络安全问题

真正在网上实现农机产品交易还有很长的路要走,但是农机零部件的网上交易以及农机供应商和生产商的网上交易在现阶段是可行的,也是十分必要的。而目前的网络安全问题还在一定程度上影响着网上交易的进行,无论是消费者个人隐私权的保护,还是在线支付的安全性问题,都有待进一步完善。

建立在线支付的信用体系,是解决农机生产企业电子商务的有效办法,同时,做好诚信经营和服务承诺都是保证网络安全的重要前提。

四、农机生产企业信息化水平问题

目前,我国农机生产企业的信息化建设水平普遍较低,信息技术应用的深度和广度还不够,企业信息资源的开发和利用不足,对人、财、物、产、供、销的管理未实现电子化,信息的采集、处理手段还很落后。

当然,农机生产企业信息化水平问题实际上是一个人才和资金问题。调查结果表明,缺乏农机电子商务专业的技术人才是制约农机生产企业电子商务发展的主要因素,农机生产企业的资金短缺也影响电子商务发展。

另外,还有网络基础设施建设、支付手段、物流体系、法

律制度等问题都同样制约着农机业电子商务的应用和发展。

第四节 农机生产企业电子商务的措施

目前,农机行业应用电子商务的重要性正被越来越多的企业所认识,已有一些农机生产企业建立了网站。对我国农机行业而言,发展电子商务关键是如何找到切实可行的思路,尽快让农机生产企业驶上电子商务快车道。

一、制定农机企业发展电子商务的标准

在行业政策上,各级政府要从促进农机产业发展的大局出发,考虑到加入世贸组织以后的环境,鼓励企业间整合行业资源,加快电子商务的发展进程,防止各自为政、地方保护等现象的出现。同时政府也应为农机行业的人才引进、科研开发投入、税收优惠等各方面提供必要的支持。为改变农机行业标准复杂、不规范的现象,政府有关部门必须尽快着手研究、制订农机行业信息化及电子商务涉及的各种技术规范、标准、测试和监测方法,保证信息和电子商务系统的安全、可靠运行,扫除阻碍农机行业电子商务发展的各种障碍。

当然,转变农机生产企业对发展电子商务的观念也是十分重要和非常必要的。农机生产企业要正确认识电子商务在提高工作效率、降低企业运行成本、提升企业竞争力中的作用,并在思路、行动上积极推动电子商务的实施。既要克服“电子商务时机尚不成熟、等一等、看一看”的思想,又要防止一味追求“一步到位”的做法,要结合农机生产企业

实际情况,有计划、有步骤地实施企业电子商务发展的行动计划,根据农机产品与技术服务的特点,考虑客户的实际需要,确立电子商务的发展战略。

二、扎实加快农机企业信息化建设步伐

目前,国内的一部分农机生产企业的整体信息化已具有一定的水平,而且这些企业均拥有了自己的网站和较为完善的内部信息网络系统。但就整个农机行业而言,信息化水平还比较低。企业内部的信息化建设是企业应用电子商务的基础,是一项长期、复杂的系统工程。企业内部信息化建设包括硬件建设和软件建设两个方面。

1. 硬件建设包括:网络的综合布线、企业内部网的构建以及与因特网的联通;办公、科研、生产、营销等各种应用软件系统的集成或开发;企业内外部信息资源的挖掘与综合利用;ERP 系统的开发与建设等。

2. 软件建设包括:企业内部相关的标准和规范的制定;安全保密题目的研究与解决;信息系统的使用与操纵以及数据的录进与更新的制度化;全体员工信息化意识的教育与信息化技能的培训;ERP 系统的实施与运作;与信息化相适应的治理机制、经营模式和精力流程的调整。

三、努力推进农机零部件电子商务发展

加快农机零部件的电子商务发展,要充分利用本企业的资金、技术、治理、品牌、客户等资源。一是从资金、技术角度考虑,农机零部件生产企业要尽量考虑与兄弟企业联合发展

电子商务,共同造势,形成规模效应。二是从治理角度考虑,不同企业可采取联合入股的形式组建股份制企业,共同参与农机零部件电子商务的运营,充分发挥品牌的价值,使其在电子商务发展过程中进一步增值。三是对于客户资源,零部件生产企业应尽量避免你争我夺,而是需要考虑采取得力措施,共同把客户需求“这块蛋糕”做大,实现“多赢”的结果。

对于生产农机零部件的中、小型企业,实施电子商务的需要更为迫切。这些企业规模不大,资金紧张,跟踪和适应市场的能力较弱,加上受地域条件的限制,一般只能为数量有限的客户服务。

四、科学构筑农机企业电子商务供给链

越来越多的农机生产企业把零部件制造职能虚拟化,集中气力于主机的设计和市场的开拓,而电子商务为农机生产企业构建零部件供给商和主机经销商之间的电子化供给链创造了极为有利的条件,农机生产企业之间的竞争将会逐步渗透到供给链与供给链之间的竞争。

因此构建电子化供给链已成为农机生产企业必须面对的任务。对农机生产企业来说,要留意上下游企业之间的相互合作,真正做到资源共享,风险共担,实现共存共荣。农机生产与流通企业之间构筑起畅通的物流配送网络化通道,全方位统筹配送任务,提高配送效率,降低配送成本,降低库存。

必须指出的是,认真做好售后服务和客户资源的开发,

也是构筑农机生产企业电子商务供给链的重要环节。随着农机消费水平的不断进步,农机售后服务市场的需求正逐渐强劲,成为农机行业中的一个新的亮点。实际上,主机销售只是启动了农机消费链的第一个环节,围绕主机销售后的农机维修、配件、保养、三包服务等需求的市场容量,在发达国家早就超过了整机销售的市场容量。

目前,我国农机行业对这一市场还没有引起足够的重视,但市场潜力十分巨大。电子商务是开发这一潜伏市场的有效手段,企业通过网络向农机客户提供各种技术咨询、易损件等形式的服务,既可提高客户的满足度,又可取得经济效益。实施客户关系治理对农机生产企业非常重要,尽管现在还不具备相应的软、硬件条件,农机生产企业没有对客户资源的价值引起足够的重视,但在客户需求越来越趋于个性化,农机市场竞争越来越趋向白热化的今天,客户关系治理水平已经上升成为影响企业市场地位和竞争实力的重要因素。客户关系治理是企业应用电子商务的基本组成部分,没有成功的客户关系治理,就没有完整的电子商务。

随着电子商务系统软、硬件的不断完善以及相关政策法规的有效治理,电子商务将对农机制造业发挥巨大推动作用,是推进我国农机制造业的市场适应能力和竞争实力的必由之路。

第四章

农机流通企业电子商务

第一节 农机流通现状

一、农机流通新格局

早在农机补贴政策实施之前,农机流通主流渠道就已经发生了很大变化。在国营农机公司逐渐衰落的同时,民营企业不断崛起。从2004年农机补贴政策正式实施起,农机补贴力度逐年加大,流通领域的市场格局更是发生了翻天覆地的变化。由国营农机公司改制成功的民营企业,由于拥有较好的基础,逐渐成为新形势下的主力之一。而由于补贴政策对市场形成了巨大的拉动力,吸引了更多的民间资本参与其中。于是,全国各地涌现出一大批民营流通企业,规模有大有小。“夫妻店”、“兄弟店”一时间成为一条独特的风景线,农机流通领域形成了三足鼎立的局面。

1. 农机传统主流渠道。由原来国有农机公司经过改制重组演变而来的传统主流农机渠道。称之为主流,是因为其具有很强的经营实力、专业能力,其经营范围覆盖本区域70%以上的市场,经营品牌也囊括了我国70%以上的农机品牌,还具有较强的服务能力,如高素质的三包服务队伍和

较为齐全的服务车等硬件设施。

2. “夫妻店”农机经营。因农机流通渠道进入门槛低,表现为经销商数量众多,但经营规模小,实力弱。其业态形式表现为夫妻店、兄妹店等。基本特点为:①代理小型企业的产品或成为主流渠道商的连锁店,或某些企业的专营店。②一般没有固定的客户资源,依靠零星散户生存。③无服务硬件投入,如三包车等,也无专职的服务队伍。④低价促销是其主要的竞争手段。⑤经营灵活。后来也出现混合流通渠道。包括生产企业在其战略区域的自建销售店,企业在农机主流渠道内部建立的专门分销“租借地”,这些渠道多因企业拓展市场需要而建立,阶段性特点较为突出。

3. 农机补贴机具专营。随着农机补贴力度的逐年加大,农机补贴机具经营资格的竞争成为焦点。补贴机具的经营,各个省、地区表现了较大的差距。主要有三种形式,一是农机补贴机具完全交给当地较有实力的农机经营主流渠道经营。二是联合农机经营主渠道,共同经营。三是农机补贴管理部门自行成立专门公司,与农机管理部门的关系表现为独立或分离的形式,这种模式对我国的农机流通渠道影响最为强烈。

近年来,随着农机补贴制度的进一步完善,生产企业有了更大的选择权,先由企业推荐经销商,然后该经销商再去农机管理部门申请销售补贴权的资格。这样的流程,淡化了前些年农机管理部门对流通领域的控制能力,使生产企业与经销商之间的关系再度密切起来。企业在选择到满意的经

销商时也担起了选择的**风险**,形式更加**市场化**。

无论农机流通的哪种形式,都与农机企业本身有关联,并会给农机企业带来一定的影响。在农机市场的快速发展过程中,我国现阶段的农机经营规模变小,实力减弱,能力变差,未获得农机补贴经营资格的流通企业,其经营之路如履薄冰,企业在流通领域中面临大考,而这种三足鼎立的农机流通模式也无疑给企业带来更多的选择。

二、农机流通新环境

胡锦涛总书记在党的十七大报告中明确指出:要加强农业基础地位,走中国特色农业现代化道路,建立以工促农、以城带乡长效机制,形成城乡经济社会发展一体化格局。坚持把发展现代农业、繁荣农村经济作为首要任务,加强农村基础设施建设,健全农村市场和农业服务体系,加快农村流通的发展。

30年来,我国社会主义市场经济已建立,农机流通领域要建立一个统一的、开放的、服务高效的、竞争有序的市场体系。运用现代流通方式发展连锁经营、电子商务和物流配送。发展内外一体化的大贸易,建设城乡统一的大市场,搞活生产资料和生活资料大流通。加快培育大企业,扶植中小企业,和积极发展民营企业形成流通的大格局。

我国经济持续快速地发展,近几年农业连年丰收,粮食年产量超过5 000亿千克。随着国家对农机购置补贴等各项惠农政策的实施,农机行业延续了几年来的较高景气度。

每年农机销售收入都在以两位数的速度递增。

三、农机流通新作用

农机流通,是连接农机生产和农民用户的桥梁和纽带,是农业现代化的重要支撑,也是我国农村市场体系的重要组成部分。农机流通在服务农业生产、增加农民收入、促进农村经济和农机工业发展、建设社会主义新农村、构建社会主义和谐社会等方面发挥着重要作用。当前,党和国家高度重视“三农”工作,实施了一系列扶持政策,农机流通领域应该很好地抓住这一难得发展机遇,更好地为发展现代农业服好务。要实现流通的现代化,发展现代物流,运用供应链管理,把商流、物流、信息流、资金流等有机结合起来,为广大农村、农民提供低成本、高效率的优质服务。

四、农机流通新要求

我国社会主义新农村的建设和现代农业的发展,为农业机械化的振兴带来了千载难逢的机遇,同时也对农机流通提出了新的要求:

1. 加快农机流通的发展,建立现代农机流通体系,适应农村经济发展需要。

2. 目前农机流通主要采用批发市场,农机超市和连锁店等经营方式。要大力发展农机现代流通方式,推广连锁经营、现代物流和电子商务等现代流通,要改造提升农机市场。

3. 加快农机流通企业的发展,要做强做大。目前农机流通存在小、散、差的问题。据了解,当前我国农机流通企业

近 8 000 家。2006 年农机流通百强企业 10 亿元以上只有 1 家,5~10 亿元不足 10 家。2006 年规模以上工业企业产值 1 300 多亿元,生产企业最大 100 多亿,流通企业集中度不够,不能满足需要,应做强做大。

4. 促进产业融合,要大力发展面向生产的服务业,促进现代制造业和服务业的有机融合,互动发展。鼓励生产制造企业改造生产流程,推进业务外包,加强核心竞争力。加强农机生产、流通、使用之间合作,建立战略合作伙伴关系。全国农机产品交易会要充分发挥展会的品牌优势,在农机电子商务方面有所作为,创建 365 天不落幕的网上“全国农机产品交易会”。

5. 调整经济结构,加快服务业的发展,更要解决经济二元结构问题,特别是对农机流通的现代化给予政策扶持。例如:中国农机流通协会提出在适当时候成立“振兴现代农机流通办公室”,在政府部门领导下,发挥行业协会和重点农机生产、流通企业的作用,研究和探索现代农机流通的发展,规范农机市场秩序,更好地为现代农业和社会主义新农村建设服务。

第二节 农机网络营销

一、农机行业网络营销的现状

当前,国内大多数农机制造企业实行的是以经销商经销为主、代理商代理及厂内直接销售等多渠道并存的产品营销

体制。在这种体制下,几乎每个企业都由各个业务板块乃至所属专业分厂为主体,自建网络渠道,自设销售系统,销售终端数量从数十家到数百家甚至达上千家不等。这些终端网点分属各个业务单元,规模大小各异,经营层次参差不齐,商业信誉良莠难辨,经济类型五花八门,地域分布也不尽合理,此种营销模式的几大缺陷不言自明:

1. 尽管大型企业的营销终端数量众多,但由于人员素质、经营规模、营销能力以及地域分布等方面存在差异,终归难以形成合力优势,整体营销系统的综合营销能力不强,不能适应企业发展战略对营销网络渠道的要求。

2. 营销终端网点分布过于分散,战线拉得太长,而且各个终端又分属于不同的生产单元,缺乏统一协调与督导,客观上形成了各自为政、诸侯纷争的藩镇割据态势。这种无序竞争局面极不利于企业品牌理念的传导、服务措施的落实以及对市场风险的监控,在很大程度上阻碍了企业营销能力的进一步提升和品牌形象的良好发育。

3. 大多数营销终端都在同时经销着多个厂家的一个乃至多个品牌的同类或功能相近的产品。一个经销商拥有几个甚至几十个品牌的经销权,势必很难形成对某一品牌或某种产品的忠诚度,更不可能企望他们倾尽全力地经营推销某一品牌或者某个产品。这样就直接导致了生产企业在产品与品牌的市场深度开发上大打折扣,促销举措无法全面落实,产品市场占有率难以持续提升,从而成为制约企业实现更大发展的市场瓶颈。

4. 在网络营销方面,农机行业也存在着诸多问题,农机企业应审视自己,找出更适合自己的营销方法才行。

二、农机企业网络营销的历程

多年来,我国农机企业营销渠道建设不断探索创新,发展渠道网络,完善销售体系,市场营销工作得到了较快的发展。农机企业营销渠道建设的发展实践证明:企业发展的过程,实际上也是依据环境变化,以满足市场需要为宗旨,不断对营销资源进行优化、整合和管理能力提升的过程。

我国农机企业营销渠道建设的历程也是农机企业不断发展的过程,一起见证了农机工业的不断发展和持续创新。

从整体上看,近 50 多年来我国农机企业走过了行政推动、计划经济,机制转换、体制转轨,市场导向、深化改革,资源优化、战略整合四个发展历程。企业营销观念也经历了生产导向、产品导向、销售导向、市场营销导向四个前进阶段。

1. 计划经济阶段。1980 年以前,农机企业处于行政推动、计划经济时代,销售观念处于生产导向阶段。为了保证重点地区、重点部门和重点项目的需要,主要农机企业生产的产品由国家统一分配包销,企业没有自销权,经营企业没有选购权。国家每年召开两次产品订货会,签订供货合同。企业销售管理主要是以产定销,销售宣传也仅仅向用户提供产品使用保养说明书、产品零件目录、样本和结构图册等资料。

2. 双轨制阶段。从 1981 年到 1994 年,农机企业进入

机制转换、体制转轨时代,销售观念处于产品导向阶段。1980年,农村开始了经济体制改革,国家改变了过去统购包销的计划经济模式,由企业直接面对用户,对产品销售以销定产,产品销售计划成为组织生产、供应、销售的主渠道。我国农机著名企业一拖集团有限公司在认真总结十年营销工作的基础上,借鉴意大利菲亚特公司等国外大财团销售体系的构成原理,于1991年3月正式提出了完善销售网络,健全销售体系的“完善提高销售服务中心(站、点)的方案”,对销售网络按经营能力、销量大小、资金状况、仓储条件、三包服务水平、信息反馈能力、产品宣传等综合实力进行综合评审,在全国各地农机公司和农垦系统中,先后建立了140多个经销站点,成为当时农机企业渠道建设的标杆和导向。

3. 市场化阶段。从1995年到2000年,企业进入市场导向、深化改革时代,营销观念处于销售导向阶段。在国家相应法规和政策措施的保护和引导下,农业机械化的市场化进程加速,农业机械化事业发展加快,企业开始建立规范的营销网络。我国农机企业以市场为导向,有计划地按照渠道网络成员单位的市场需求、资金、信誉、经营能力现状进行订货。同时,部分企业以实行“退出式”的方式,对营销网络单位实行动态管理,年执行合同数量、售后服务未能达到营销网络规定或严重拖欠贷款的单位,视为自动退出营销网络。

4. 政策引导阶段。2001年以来,企业进入资源优化、战略整合阶段,营销观念处于市场营销导向阶段。世界前五家农机企业以合资、独资等方式全部进入中国市场。国内主要

农机企业开始大规模地并购重组,新的发展方式和渠道模式成为支撑农机企业发展的重要手段。在连续7个“中央一号”文件的扶持下,建立起了惠农的长效机制,农机企业得到持续稳健发展,为提升渠道建设提供了有力保证。如一拖集团公司先后对营销网络进行了优化、调整和整合,努力追求分而有为、集而有序的目标。约翰迪尔通过实施经销商信用管理政策,引导经销商进行市场预测,建立了声誉极佳的分销渠道。上海纽荷兰建立经销商业绩和资信评估体系,对经销商全面建档,建立了一支符合企业标准的经销商队伍。

三、农机网络营销的制约因素

我国农机企业营销渠道虽然为我国农机工业发展作出了突出的贡献,但当前我国农机营销企业渠道建设整体仍然存在“弱、乱、散漫”四大问题。

1. 营销渠道掌控能力弱,管理流程难以支撑业务流程。一些中小型农机企业营销渠道管控仍停留在“跑马圈地”式的思维层面上,重视项目销售的短期联合,轻视零销市场的长期建设,缺乏战略举措培育、扶持经销商做大做强,企业同经销商难以形成战略同盟关系,无法形成合力优势。①控制能力弱。一方面一些经销商只按照自身盈利的需要经销产品,经销众多品牌的产品,经销商对企业缺乏忠诚度,不利于企业在市场波动时增强应变能力。另一方面对企业的营销理念和策略降低执行标准,难以有效地传递到终端用户。②经销商实力弱。为多销售产品,一些实力弱小的经销商也

被纳入到不同档次的企业营销网络之中。在销售旺季争相要货,滞销又纷纷退货,增加了经营单位的风险。③服务能力弱。总体的服务思维仍停留在传统的“三包”维修上,业务单元区域性的服务基地及配件配送体系建设整体缺失,势必影响到长期竞争力的形成。值得关注的是,国内农机市场大中拖“领头羊”企业的服务能力明显优于其他企业。中国一拖“金色服务”活动,推动了企业与客户共同成长,福田雷沃重工每年组织大规模的用户亲情回访、用户培训、跟踪服务活动,加强售后服务建设。

2. 营销渠道网络管理乱。由于缺乏统一的营销渠道建设长远规划和渠道维护标准,一些农机企业渠道标准难以统一,重“情感”联络,轻营销策略,难以进行规范化管理。①经销区域界定不清。不同产品线的渠道建设标准和建设流程缺乏统一性,总体渠道规划的战略缺失。一些企业同区域经销商销售地域界定不清楚,为了生存和发展,同属一个企业的经销商相互降价吸引相对不多的客户,造成产品价格体系混乱,降低了经销商的积极性。②经销商宣传形象不统一。一些传统企业经销商没有统一的形象布局,甚至企业十多年前的企业称呼仍在使使用,卖场没有统一标志,管理普遍混乱。值得关注的是,一些新兴企业对经销商的管理明显优于传统企业,致使传统企业的品牌内涵明显降低。③配件管理体系不规范。由于农机产品的同质化现象严重,同一个类型的配件,经销商可以从不同的业务单位组织到不同价位和质量的货源,不利于服务体系的建设。特别是经销商和生

产商同品牌配件之间的相互竞争,应引起企业的高度关注。

3. 营销资源分散。①营销网络布局分散。从市场上可以看出,一方面农机大型企业积极构筑自己独享的网络资源,提高竞争门槛。另一方面一些中小型企业同一产品在1个城市出现两家以上的经销商,出现同一品牌在1个城市甚至出现多家经销商的现象。营销网络处于诸侯征战状态,没有形成整合、优化、发展的局面。②营销资源重复,缺乏统一的规划和组织,甚至一家企业不同产品的营销人员多次、反复到一个部门争取同一品牌不同产品的市场份额,1个经销网点有多个同一企业不同厂家的营销人员。③缺乏整体规划。特别是在国外市场产品促销时,主机、零部件、农机具企业具有较强的互补性,由于缺乏有效的合作和沟通,一些企业只宣传本单位的产品,资源不能够共享,无法产生协同效应,增加了企业营销费用和用户的额外费用。

4. 市场信息反馈较慢。我国大多数农机企业市场信息手段滞后于市场需求,市场营销信息化刚刚起步。部分单位信息手段几乎是全靠驻外营销人员反馈,传输手段落后,一线信息往往到达决策者手中,市场先机已经丢失。①信息平台落后。部分企业由于没有建立先进的网上平台,不能够实行电子订单、开展网上交易、传递营销信息,影响了整个产业链的有序发展。②竞争手段滞后。由于不能够依据信息以销定产、掌握区域市场走势、进行决策前移,部分农机企业很难对市场进行精确化管理,无法依据市场变化趋势,制定出一品一策、一地一策的营销措施。③管理手段延后。信息手

段的落后,必然造成市场管理滞后。这种现象很难对市场状况、经销商状况、用户需求等进行及时管理,造成企业市场行为滞后的现象在不同市场多次发生。

四、农机企业网络营销的对策

1. 建立农机电子商务平台。实现农机产品网络营销,首先必须建立农机电子商务平台,没有交易平台,网络营销就是一句空话。当前各级政府部门所建设的农机化信息网站,多为政务型,网上也开设了农机产品推广窗口,有的网站还与全国各知名农机生产企业建立了网站友情链接,对农机产品的网络营销起到了一些推进作用,但真正的农机产品电子商务网站不多。这就需要农机流通企业、农机生产企业,或者农机流通企业与农机生产企业联手,建立真正意义上的农机产品电子商务平台,以推动农机产品的网络营销。

在2010信息化与现代农业博览会上,北京市农机试验鉴定推广站建设的中国农机互联网及北京农机信息服务直通车作为全国农机行业信息化的典型在此次行业盛会农业机械化展区亮相。“北京农机信息服务直通车”在建设内容、功能作用上都有独到之处,运行两年来所取得了良好成效。特别是中国农机互联网的产品展示系统,该系统拥有强大的农机产品库、企业库及站内搜索功能,是国内第一家专业的公益性农机产品电子商务平台。目前已发展企业会员5 800余个,为农机市场供需双方架起了产品、技术交流的桥梁。

2. 实现网上网下交易结合。农机产品一般都是大中型商品,而且产品多,型号繁杂,功能也不尽一致,农民在购买时,一般都必须亲自到场,在选中农机产品及型号后,都要当场试机,然后确定是否购置,这就给农机产品网络营销带来直接阻碍。解决这一阻碍最好的办法是,农民先在农机产品电子商务网站上,寻找信息,反复比对后,进行网上订购,然后约定时间和地点,进行网下现场试机购买。这样做,既结合了农机产品的实际,又解决了农机产品网络的不足,同时发挥了农机产品电子商务的优势,让农民购置农机产品,放心、踏实、快捷、有效。

3. 建立现代物流支付系统。农机产品开展电子商务活动,与其他产品一样,存在一个物流成本和电子支付安全问题,尤其是农机产品体型较大,一般经销商限于仓库容量,难以大规模库存农机产品,而且,农机产品由于受作业服务季节性影响,因此销售时间相对集中,这些都是农机产品现代物流应该考虑和解决的问题。农机产品一般是农民或农业生产组织购置,尤其是农民,习惯于一手交钱,一手交货,还不适应电子支付,需要有一个过程。

4. 强化网络系统售后服务。由于农机作业服务项目十分扎堆,如到了春耕生产时节,拖拉机都要下地,到了夏收季节,所有联合收割机都要下田,这时也是农机产品损坏最集中的时候,农民或农业生产组织如果购置的农机产品作业时出了故障,就要求农机经销企业或农机生产企业按照农机产品的三包规定及时提供售后服务,还要努力提高农机产品质

量,做好农机操作人员的技术培训,要在农机作业季节来临前,或农机作业季节后,上门进行农机产品的检修保养。

第三节 农机现代流通

农机流通是农业机械化事业的重要环节,是农村市场体系的重要组成部分,振兴现代农机流通是农业机械化事业和农村市场体系建设的重要基础。

一、农机流通面临的主要问题

“十五”以来,随着各级政府支农、惠农政策的落实,农民收入增加,农村劳动力向城市转移,农民购置农业机械的热情高涨。特别是一大批种粮大户、农机使用大户和农机合作经营组织迅速成长和壮大以及跨区作业的拉动,农机市场购销两旺。但是,自 20 世纪 90 年代后期,占市场主导地位的国有农机流通体制打破以后,国有农机公司纷纷改制重组,大批民营农机流通企业快速成长,加上生产企业自建的营销网络,以及物资、农资、农机推广、科研等部门也参与农机经营,形成了目前农机流通企业经济成分多元化的局面。从企业数量来看,全国具有一定规模的农机流通企业近万家,大大超过了计划经济时期的省、地、县国有农机公司 2 600 多家。从销售规模来看,绝大部分属中小企业,超过亿元销售额的仅有几十家,5 亿元以上的不足 10 家,2006 年百强流通企业共计销售额 180 多亿元,仅占全国农机流通行业销售农业机械及相关涉农机产品总额的 10% 左右。从

经济效益来看,普遍较差,据对百强农机流通企业调查,在2004、2005、2006 3年中,户均实现利润分别为29.7万、53.2万元、64.9万元,部分效益较好的企业主要是靠从事汽车、家电、房地产和物业经营或管理取得。从地域分布来看,发达地区国有公司改制早,民营企业发展快,在欠发达地区形成一定经营规模并取得较好效益的企业更少,部分国有公司仍未完全改制,举步维艰。从流通业态来看,一些新型、现代流通方式如连锁、配送、代理店、品牌店、4S店开始出现,但总体上来说,还是维持传统的经营模式,管理和技术水平比较落后,流通的组织化程度和效率不高。从市场规范来看,诚信、品牌、服务理念滞后,市场秩序仍需进一步规范,假冒伪劣和坑农现象仍然存在等。

总的说来,农机流通业对农业机械化和农机工业生产贡献很大,部分国有、民营农机公司经过改制再创业后,逐步进入良性循环,经营规模和服务水平有了明显提高,使得农民选购农机产品更加方便、快捷。但是由于农机流通企业的服务对象是广大农民,受政策以及农民收入较低的影响,而农机流通行业是微利行业,其生存和发展条件一直比较差,主要表现在:

1. 整个农机流通行业集中度明显偏低,缺乏有实力的大型农机流通“龙头”企业。无论从资金规模、销售能力、服务水平,还是营销策略、管理模式上,普遍散、小、差、落后,经营设施简陋,无法与现代工业生产相匹配,无法与境外经销商相抗衡,无法满足现代农业生产的要求。

2. 经营理念、现代流通意识淡薄。大部分农机流通企业仍维持传统的经营模式,连锁、代理、配送等现代流通方式发展缓慢,流通效率低,难以形成规模效应和规模效益,因而难以扩大再生产。

3. 农机营销特别是整机经营准入制度难以推行,规范农机流通秩序举步维艰。近年来,中国农业机械流通协会牵头制定并贯彻实施国家标准《农业机械营销企业开业条件、等级划分及市场行为要求》和行业标准《农业机械营销企业服务质量规定》,但由于各种原因,执行的力度不够。因此,经销商鱼龙混杂、参差不齐,谁都可以开公司卖农机,部分企业忽视服务、品牌、质量、零配件供应,导致恶性竞争,市场秩序比较混乱。

4. 虽然农机有形市场已经成为农机流通领域的重要流通业态,但在政策支持以及区域布局、经营管理、服务水平等方面与现代流通和广大农民选购农机的要求还有较大差距,对农机有形市场的改造、提升和规范管理尚未真正列入议事日程,取得真正实效。

5. 信息交流、信息服务相对滞后。现代流通中,信息是企业开拓市场、决策市场、拓展服务的重要依据。虽然大家都需要信息,但一方面许多企业对信息重视不够,另一方面许多企业又不愿交换公共信息和数据,使得行业统计、数据分析工作难以开展,市场信息不畅,极大地影响了农机事业的发展。

6. 缺乏相应的政策扶持。长期以来,国家把农机流通

行业按竞争性行业对待,而忽视了农机流通行业面对“三农”所承担的培训、推广、服务、维修等功能的公益性和社会责任,除了享受免增值税,没有得到其他政策扶持,因而绝大多数农机流通企业极其困难,部分效益较好的企业,其主业已不是农机经营。

总之,农机流通业在整个农业机械化产业链中,落后于管理、科研、生产、使用等环节,甚至可以说,农机流通制约或阻碍了农业机械化事业的发展。因此,当务之急,必须抓住机遇,提出措施,振兴农机流通业,实现农机流通现代化。

二、农机现代流通是时代要求

流通,作为社会再生产过程的一个主要环节,连接着生产与消费,处于“中介”地位。改革开放以来,人们对流通的认识不断深化,从“无流通论”到“流通附属论”,再到“流通决定论”和“流通先导论”。对流通的认识过程实际上是对商品经济、市场经济认识的不断深化过程。随着改革开放的不断深入,社会主义市场经济不断发展,生产和流通的关系发生了战略性的转变,其主要标志是:社会经济运行从生产决定流通,转向流通决定生产,流通对生产控制和导向作用越来越明显。流通在引导消费、推动经济结构调整和经济增长方式转变等方面的作用日益突出。流通已经从末端行业变成国民经济的先导产业,成为社会主义市场经济的重要支撑。吴仪副总理曾在全国流通工作会议上指出:完善社会主义市场经济体制的过程,就是流通快速发展的过程,不懂得

现代流通就不懂得社会主义市场经济。现代流通是提高国民经济运行速度、质量和效益的重要因素,对于扩大内需、活跃市场和提高人民群众生活质量,对解决“三农”问题、缩小城乡差别、扩大就业和保障安全,以及实施“引进来”和“走出去”战略有着十分重要的作用。

科技兴农和农业机械化是实现现代农业的根本要求,农业机械化不仅是发展现代农业的重要内容,也是农业现代化的重要标志,事关国家经济社会发展全局。农机流通,是连接农机生产和农民用户的桥梁和纽带,是实现农业机械化不可分割的重要组成部分,也是我国农村市场体系的重要内容。长期以来,我国农机流通行业为广大农村提供了各种农机产品,包括农田作业机械、水利排灌机械、农副加工机械、植保机械、农用运输机械等,保证了农业作物耕、种、收、加工的需要,减轻了农民劳动强度,提高了农机作业效益,满足了农业、农村、农民对农业机械的需求。农机流通在服务农业生产、增加农民收入、促进农村经济和农机工业发展,构建社会主义和谐社会等方面发挥了重要作用。从国内外的发展实践看,没有农机流通的现代化,就不可能有农机工业的快速发展和农业机械化的实现。要实现现代化的“大”农业,离不开现代化的“大”流通。同样,现代化的“大”工业,也离不开现代化的“大”流通。然而,农机流通的现实状况,与推进农业机械化和建设现代农业的要求极不相称,也不能满足广大农村、农民以及农机生产企业对流通网络、服务格局的需要。因此,振兴农机流通,建设现代农机流通体系,推进农

机流通现代化迫在眉睫,这既是社会主义市场经济发展的必然要求,也是我国农机行业、农机人面临的重要历史使命。

三、农机现代流通的发展目标

启动“农机流通服务品牌工程”(简称“农机流通工程”)。目标是:到2015年,在全国建成100个大型农机流通龙头企业(其中50个大型农机连锁总店、50个区域性农机中心市场)、2000个县级农机销售服务中心、30000个乡镇农机连锁店(含加盟店),覆盖90%以上的农村乡镇。通过“农机流通工程”的实施,在全国形成若干个集团化、集约化的区域性农机中心市场,通过开展总经销、总代理、连锁经营、物流配送、电子商务、统一售后服务等现代流通方式,形成农机流通的规模化经营和强大的服务品牌,使“价格优惠,质量保证,服务到家”成为现实。真正实现:农机流通领域没有假冒伪劣产品;农民购买配件不出乡,购买大型主机不出县;农机具小修不出村,中修不出乡,大修不出县。

1. 50个大型农机连锁总店建设。以大型骨干农机流通企业为龙头,以“规范渠道、规范管理、规范品牌、规范标准”为重点,采用“物流中心+配送中心+中心店+加盟店”的建设模式,以大经济区域为核心建设成农机销售中心、农机物流中心、维修服务中心、农机信息交流中心。

2. 50个区域性农机有形市场建设。要逐步建成农机新技术、新机具展示中心,品牌农机聚集交易中心,农机信息交流中心,农机物流配送中心和大中型农机维修服务中心。

3. 2 000 个县级农机销售服务中心建设。县级农机销售服务中心要逐步建设成为辐射本县及周边的农机销售中心、配件供应中心、农机信息中心和维修服务中心。

4. 30 000 个乡镇农机连锁点建设。主要采用以“自建 + 特许加盟 + 整体加盟(通过联合实现地方资源整体加盟)”的操作方式,以中心乡镇作为经营区域建设农机连锁点。

四、农机现代流通的主要措施

当前,党和国家高度重视“三农”,最近中央领导人对进一步推进农业机械化事业又好又快发展所做的重要批示,都为农机流通业快速发展创造了发展机遇。在这种大好形势下,中国农业机械流通协会提出振兴现代农机流通,推进农机流通现代化,是非常适时的,也是非常必要的,其主要措施是:

1. 加强组织领导,成立“振兴现代农机流通”办公室,宏观管理和指导农机流通业振兴和发展。由中国农业机械流通协会发起,在商务部、农业部和国家发改委的支持下,在中国物流与采购联合会的指导下,与农机市场体系建设相关的专业委员会和协会紧密结合,吸收全国知名农机流通企业、生产企业参加共同成立“振兴现代农机流通”办公室。其主要任务是:研究农机流通发展战略,提出农机流通发展目标和思路,制定农机流通发展规划,规范农机流通市场秩序,引导农机流通企业提升服务能力和水平,强化社会责

任等。

2. 争取政策扶持和政府支持。农机流通业的特殊发展历程以及所面对的群体,决定了其发展离不开各级政府部门的支持和政策的扶持。从政府部门来看,国家发改委、农业部、商务部、财政部、科技部、国家税务总局、中国人民银行等有关部委已开始关注农机流通、重视农机流通,对农机流通工作及其重要性有了更进一步的认识,并明确表示支持。特别是国家商务部和农业部对农机流通的支持力度进一步加强。从政策层面来看,首先,要确立发展现代农机流通在实现农业机械化和发展现代农业中应有的地位,把农机流通发展纳入全国农业机械化总体发展目标和全国农村市场体系建设规划当中,特别是要把发展农机连锁经营和有形市场建设等新业态,列入国家和地方农业机械化发展规划和农村市场体系建设规划以及年度计划实施当中。其次,建立并执行农机流通市场准入制度,规范农机流通秩序。第三,对农机流通企业在税费和信贷资金上予以支持。第四,实施“农机流通服务品牌工程”,重点扶持农机流通“龙头企业”。第五,贯彻国务院办公厅[2007]36号文件《关于加快推进行业协会商会改革和发展的若干意见》,充分发挥各级流通协会在提供政策咨询、加强行业自律、促进行业发展、维护企业合法权益等方面的功能和作用。

3. 依靠全国农机流通行业的联合、合作,共同努力,振兴农机流通业。合作是“金”、合作是“银”,合作出奇迹,合作出伟绩。振兴农机流通,离不开全国农机流通行业,包括

农机流通企业、农机生产企业营销部门以及农机大市场等的积极参与和大力支持。特别是“龙头”企业、骨干企业是中坚力量,应以它们为核心,通过必要的联合、配合、协作,整合现有流通网络,发展现代流通方式,做大做强农机流通企业,净化农机市场,真正销售先进适用、经济安全、节能环保的农机具,确实为农民提供质量优良、价格合理的产品以及优质的服务。

4. 建立农机产品售后服务平台和信息服务平台。一是售后服务平台建设。农业机械使用季节性强,农民使用时间相对集中而且强度大,在此期间发生故障的概率也较大,单靠生产企业售后服务不能满足要求,因此,建立完备的售后服务平台尤为关键。建议以农机流通“龙头”企业为基础,建立具有较强服务能力、较大服务半径的售后服务中心,以满足广大农民对农机产品售后服务的需要。二是信息服务平台建设。为满足农机生产企业和农民用户的需要,中国农业机械流通协会拟建立供求信息平台,及时收集、整理、发布产品信息、市场信息、价格信息等,指导流通企业开拓市场、拓展服务,帮助农机生产企业研发新产品、新技术并不断提高产品质量,使农民用户能及时了解并选购所需的产品。

5. 提升农机流通企业核心竞争力。这主要体现在两方面:一是积极培育一批具有国际竞争力的大型农机流通龙头企业,打破部门、地区、行业、所有制界限,进一步整合资源,大力发展新型流通业态,打造具有“品牌”和自主知识产权、主业突出、核心竞争力强的企业集团。二是扶持中小流通企

业发展特色化、专业化、品牌化经营,提高农机流通质量,促进农机流通企业做大做强。同时要改善农机流通和生产的关 系。当前的局面是大生产、小流通,流通企业大多依赖于生产企业,在市场上缺少话语权,处于被动和从属地位,这不利于流通体系建设和不利于农业机械化发展。我们倡议实现三“大”,即大农业、大生产、大流通,生产与流通平等合作,互惠互惠,实现共赢。

6. 加强人才培养和队伍建设。市场经济最终的竞争是人才竞争,一支好的职工队伍是企业发展的基础。要开展多渠道、多层面、多形式的农机流通业务以及技能、服务、社会责任等方面的培训,培养不同层次的经营管理人才、信息分析人才、售后服务人才、维修人才等。要特别注重提高职工队伍的基本素质、综合素质和整体素质,壮大企业发展后劲,提高企业的经济效益,更好地为“三农”、为建设现代农业服好务。

第四节 农机流通 4S 店

一、农机流通应借鉴 4S 店

严格地说,我国农机产品的流通成本太高,整个农机产业的现代物流尚未真正建立。因此,有人说中国不缺一流的农机生产企业,但缺乏的是一流的农机流通企业,缺乏很好的商业模式,至少跟家电、汽车、摩托车行业相比较,农机流通差距很大。就事实来看,无论是传统的农机流通模式还是

农机连锁经营,或多或少都存在这样那样的弊端,这不免让人们进一步思索,如果把其他行业的流通模式套用在农机行业里,不妨一试。

农机流通领域如果要健康和快速地发展,必须改革商业模式,可以参考家电连锁和汽车专卖的模式,4S店专营模式或许是一个值得农机流通企业效仿的模式。理想的农机流通业的商业模式应该是有知名品牌的厂家建立的4S专卖店,又有知名的流通企业在以县和镇为单位建立的农机超市。这样会很快淘汰夫妻店和小企业,形成流通领域的农机品牌企业和品牌产品,农机服务将提升几个档次,既维护了用户的权利,也促进了农机市场健康和持续的发展。

二、农机发展4S店的优势

农机4S店是集农机销售、维修、配件和信息服务为一体的销售店。4S店是一种以“四位一体”为核心的经营模式。

1. 能够促进行业的重新洗牌,极大增强经销商的竞争能力,有利于实施相关品牌集群化战略。农机4S店的经销商可以集中相对有限的资源,在重点品牌上进行重点投入,迅速形成该品牌的网络集群,通过集群化的经营优势,产生协同效应,获得经济效益。

2. 能够改善行业环境,推动企业营销升级。随着农机4S店逐步实现农机销售、售后、信息和配件的分离或重组,在渠道上,形成农机销售店和售后服务中心对于未来发展或许更具实际可行意义,农机4S店或许在未来将成为真正的

农机销售中心。

3. 农机4S店异地售农机成为可能。农机厂家划定的区域销售是另外一种垄断手段,旨在进一步加强对经销商的控制,避免经销商做大做强,农机4S店能够打破这一规定,让有实力的4S真正走出区域市场的限制。

4. 农机4S店的优胜劣汰将有助于大型农机经销商集团的出现。在北美,某一个品牌经销商的销售大鳄随处可见,可是在我国,还没听说某个农机销售集团拥有两家同品牌农机4S店,这是因为厂家在审核过程中不允许这种情况出现,厂家也在利用自己手中的权力来阻碍有实力经销商的成长。但是随着“反垄断法”的实施,农机营销最终在全国范围内将出现大规模经营某品牌的局面,成为国内某品牌的销售大鳄,具备和厂家抗衡的实力。

面对薄利时代,农机渠道尤其是初露尖尖角的农机4S店,有些问题值得人们深入思考。多数专家和农机企业、经销商高管都对农机4S店模式变革持肯定态度,受农机渠道变革的鼓舞,农机4S店模式将会被历史性地进行研究、创新、调整和转变,农机超级经销商和大经销商集团时代即将来临。从农机行业整个销售模式的演变以及销售竞争的充分程度上来讲,农机4S店及其连锁店模式的变革是个大趋势。

三、农机连锁经营与4S店

1. 农机连锁经营适应市场态势。农机连锁经营作为我

国农机流通领域一种新型的营运方式和现代商业组织形式,有助于实现农机生产、流通、消费的有机结合,形成适应社会化大生产要求的大流通。整顿和规范市场经济秩序的实践证明,连锁经营也是杜绝假冒伪劣商品的治本之策。连锁经营其集中采购、统一配送、规模经营,规范化、标准化与专业化经营管理,为农机补贴政策的阳光操作奠定了坚实基础。连锁经营产品丰富,范围宽广,为农民购买适合需要的产品提供了市场选择。同时,连锁经营可以根据不同区域的农民的不同需求合理调整经营产品,实现市场需要什么,农机公司经营什么,实现了农机的市场调节机制。连锁发展企业做强做大,必然要在合法、合理的前提下严格按照农机补贴流程经营农机补贴产品,这有利于避免一些小农机经销商违规套取补贴资金。

2. 农机“4S店”被大环境决定。农机“4S”店崭露头角,但我国农机市场方兴未艾,自21世纪至今,我国农机需求始终维持在一个较高的平台上,特别是2004年以来,我国农机市场增幅远远高于国际成熟市场,许多农机产品是世界上产销量和需求最大的产品。大环境决定了农机4S店必然成为今后我国农机市场的主要经营形式。接下来,农机4S店还有怎样的发展潜力?未来还会有哪些新的营销模式、营销工具?这将对农机营销人员提出的长久课题。

现代农机流通体系是连接农机生产和农民用户的桥梁和纽带,是实现农业机械化不可分割的重要组成部分,也是我国农村市场体系的重要内容。流通方式的变革,可以使相

对落后、滞后的农机流通业向流通现代化发展。从四川吉峰几年来的探索来看,农机流通业完全有能力、有可能向连锁、配送、专营、4S店乃至电子商务发展。无论是农机连锁经营还是农机4S店,都是农机流通行业未来的趋势,都需要在发展中进行改进创新,两者或许未来都会成为农机流通行业的主流形式。

四、吉峰探索农机流通变革

近几年来,吉峰农机作为农机企业典型,不断开拓创新,不论是在经营模式、战略模式、服务模式,还是在组织模式等方面,吉峰农机的创新让其在中国农机流通领域赢得了3个第一:第一家上市的农机连锁企业,第一家跨省经营的农机连锁企业,第一家增长速度最快的农机连锁企业,使得吉峰农机备受关注,其连锁经营也一并被社会各界瞩目。

当然,对于吉峰农机连锁经营未来发展也是众说纷纭,各执一词。最突出的观点有两种,一种认为吉峰农机连锁的快速发展能有效解决我国农机流通“小、弱、散、乱”的病症。一种观点是泡沫说,认为吉峰农机是被股市吹大的泡沫,其发展不仅受到农机形势的影响,还将不得不面对来自资本市场的波动。无论怎么说,作为研究我国农机流通模式的变革与发展方向,吉峰农机模式都是不得不提的话题。

吉峰农机营销模式简而言之:“连锁+股市”,将之诠释为:运作模式是“连锁”,资金支撑是“股市”。依靠股市迅速积聚发展所需资本,以确保企业的持续扩张,以速度实现快

速扩张,以连锁模式形成大流通产业,提升竞争实力。加快发展我国的连锁经营,特别是农机连锁经营,用这种全新的经营组织形式改造我国传统的农机经营模式,是我国现代农机流通业发展的必然要求。纵观吉峰农机,其通过10年的不懈努力,对农机连锁经营作了一些有益的探索。10年来,吉峰农机抓住传统国有农机流通体制转型的历史性机遇,积极拓展产品经营范围,形成了涵盖传统农业装备、载货汽车、农用中小型工程机械、通用机电产品四大类农村机电产品资源体系,公司经营规模快速增长,在行业百强企业排名中跻身全国前五、中西部地区第一位,吉峰农机已成为我国中西部地区农机流通行业知名的品牌。

吉峰农机是农机连锁经营的先驱者,从实践来看,这几年来,其连锁经营也取得了不菲的成绩,用实践证明了连锁经营是可取的。厂商之间永远是利益的博弈,市场行情的变化决定着竞争双方力量的强弱。在农机补贴经济的大环境下,落后产能被保护的情况不可避免,所以今后几年农机行业同质化竞争只会加剧而不会改善。

农机作业电子商务

第一节 农机作业电子商务现状

一、农机作业呈现新特点

随着我国工业化、城镇化和农业现代化深入发展,农业劳动力结构和农民生产生活观念深刻改变,我国农业机械化发展呈现出新的特点。“十二五”期间,可以用五个持续来概括:

1. 发展速度持续加快。我国主要农作物耕种收综合机械化水平在 2006—2009 年连续 4 年同上年比提高 3 个百分点,增幅创历史新高,2010 年农业综合机械化水平超过 52%,预示着农业劳动机械化主导时代的到来。机械化生产将逐步占据主导地位,成为农业生产主力军。

2. 需求持续旺盛。需求热点集中在大中型动力机械、水稻插秧、玉米收获机械等。随着农业结构深入调整,对经济作物、养殖业、林果业、设施农业和初加工机械的需求明显增加。同时,农机使用者对产品的适应性、可靠性和作业效率、售后服务的关注度显著提高。

3. 发展机制持续创新。农机合作社和以农机作业为主

体的农机服务公司等社会化服务组织不断涌现,服务领域拓展、服务形式多样化、总体经营效益提高,实现了普通农户与农机经营者利益以及社会效益多赢,为立足家庭承包经营加快推进农业机械化创造了条件。解决农业小规模经营与大农机生产之间的矛盾将有新的探索和突破。

4. 农机工业持续增速。产业集中度加快提高、产品结构加快调整,粮食作物各主要环节机械化装备基本成熟,呈现快速普及应用态势,其他农产品生产和初加工机械化装备和技术创新日趋活跃,方兴未艾。

5. 政策环境持续向好。农机化的法律法规体系建设步伐加快,国务院关于促进农业机械化和农机工业又好又快发展的意见,对农机科研、农机制造、农机流通、农机推广培训、农机社会化服务、农机监督管理明确了任务要求和扶持措施,各地积极创新农机化扶持政策,“十二五”期间,随着“三大”工程(农机化推进工程、保护性耕作工程、农机培训阳光工程)的实施,中央和地方在农机化科研、教育培训、购机补贴、作业补贴等方面的投入力度持续加大。

二、农机作业面临的挑战

当前,我国农业机械化发展仍存在一些薄弱环节和重大挑战。

1. 农机化水平总体不高,装备结构不够合理,不同区域、农业各产业、各环节农机化发展很不平衡。

2. 农业生产和农机服务组织化程度还比较低,农机农

艺融合不够紧密,农机利用效率还有很大提升空间。

3. 农机化基础设施和相关公共服务体系建设严重滞后。

4. 部分环节适用农机产品和技术供给不足,不能有效满足农民日益增长的多样化需求。

5. 应对日益凸显的能源短缺约束和建设资源节约型、环境友好型社会要求,农机肩负重要使命,同时节能减排任重道远。

三、农机作业电子商务滞后原因

在农机生产、农机流通和农机作业三个主要环节中,农机作业应用信息化是相对滞后的。主要原因是:

1. 农机作业多为个体行为。在我国农村现行联产承包经营体制下,农机作业提供者多是个体农机户或农机大户,农机作业服务对象也是个体农民或种植养殖大户。

2. 农机作业目标客户明确。当前,农机手的农机作业服务对象非常明确,主要是周围的、比较熟悉的个体农民或种植养殖大户。而且多是回头客,农机手和种植养殖农民对农机作用的信息需求不是很强烈,其作业价格都是互相协商议定的。

3. 农机作业时效性很强。由于农业生产受气候变化的影响,而且季节性很强,作业时效性需求高,作业质量、作业价格等因时节、地块、作业难度也不同。

四、农机作业迫切需要电子商务

1. 农机跨区作业呼唤信息化。近年来,在全国兴起的

大规模农机跨区作业,打破了长期以来的传统作业方式,由于跨区到外县、外市、外省,这就要求农机作业者及时了解全国各地的作业需求信息以及作业量、作业时段、作业价格等多项信息,与此同时,全国各地的农业生产者也开始了解各地农机保有量和农机作业活动情况及农机作业价格。于是,农机跨区作业市场就迫切需要农机化信息。例如:中国农业机械化信息网为了适应这一需求,就专门开设了全国农机跨区作业信息直通车,长年发布农机作业供求信息,起到农机作业市场电子商务的功能和作用。

2. 农机社会化服务组织需要信息化保证。近年来,全国各地,农机专业合作社风起云涌,农机社会化服务已成时尚,组织起来的农机手再也不是过去的个体户,靠小打小闹已经跟不上形势,农机社会化服务组织首要的工作就是通过大量的农机化作业需求信息来满足合作社成员的作业需求。

3. 农村土地适度流转促进农机的规模化作业。农村土地流转集中后,其农业生产基本要依靠机械化作业,找谁作业,作业价格多少,谁的作业质量最好,这些都要通过网络信息才能解决。

从农业部农业机械化司率先开设的“中国农业机械化信息网”,到全国各省(市、区)、市、县(区)都开设的农机化信息网站,这些网站基本上都是农机政务网性质,但都大量发布了农机化作业信息,尤其是中国农业机械化信息网开设的全国农机跨区作业信息直通车,为广大的农机手和农民朋友架起了农机作业的信息化金桥。

第二节 农机作业电子商务的作用

一、有效降低农机作业成本

农机作业电子商务的应用,使农机手在农机作业季节到来前就事先了解到了农机作业的市场信息,通过网上沟通和谈判,最终达成了农机作业供需双方的农机作业合同,这种网上交易的模式,省去了过去农机手四处出差打探农机作业消息的时间和差旅费。与此同时,农业生产者也通过网络,在农机作业季节到来前找到了自己满意的农机手,避免了过去一到农机作业季节,到处找农机手作业,有时是排队等候。如果遇到恶劣气候,辛辛苦苦种出来的作物就烂在了田里。

二、合理安排农机作业时间

农机作业应用电子商务后,可以大幅度地提高农机使用效率。这是因为广大的农机手通过电子商务这个平台,搜索到了大量的农机作业市场需要信息,根据这些搜索来的信息,经过分析和核实后,就可以充分利用我国从南到北,从东至西的地域差、季节差和品种差,科学地设计农机作业路线,合理地安排农机作业时间,有针对性地准备或购置农机作业机具,开展农机作业服务。这样就可以大大延长农机作业时间,增加农机作业种类,提高农机作业收入。

三、提高农机作业服务质量

农机作业电子商务网站,既为农机作业供需双方提供了

便捷高效的交易平台,同时也通过网络,引进了农机作业市场的竞争机制,也就是说,一条农机作业需求信息通过农机作业电子商务平台上网后,在全国范围内,也许会引来成百上千的农机手咨询,农机作业需求方完全可以根据农机作业价格、农机作业质量和农机作业机型以及农机手的信誉记录来选择与谁达成该项农机作业合同。同样的道理,一个农机手或农机专业合作组织如果也在农机作业电子商务平台上发布了农机作业服务信息,也会引来若干农业生产者或农业生产组织的咨询,这时,农机手或农机专业合作组织也有机会选择为谁服务。另外,一般农机作业电子商务平台都会设置服务质量投诉栏目,对虚假信息和不守信誉者予以曝光。所以说,农机作业应用电子商务有利于引进竞争机制,从而大大提高农机作业服务质量。

四、促进农机的社会化服务

建立农机作业电子商务平台,可以加速推进农机社会化服务进程,彻底解决了“有机无事做”和“有事无机做”的老大难问题。毛泽东同志说,农业的根本出路在于机械化,也有专家断言,农业机械化的根本出路在于服务社会化,通过农机作业电子商务平台,可以进一步促进社会的专业分工的细化,从而使农业生产者减少了对农机购置的投入,降低了农业生产固定资产的成本,免除了农机具操作使用、维修保养及库存的开支。作为农机手,由于有了农机作业电子商务平台,面对的是全国农机作业大市场,以前的单枪匹马,小打

小闹已经不能适应作业市场的竞争形势,于是,农机专业合作组织、农机服务中介组织迅速发展起来。

第三节 农机作业电子商务的问题

一、农机作业电子商务平台未建立

目前,在全国范围,真正的农机作业专业电子商务平台尚未建立。值得一提的是,中国农业机械化信息网作为农业部农业机械化管理司官方门户网站,率先开辟了全国农机跨区作业服务直通车,虽然仅是一个网站栏目,但相当于一个国家级的农机作业电子平台,为我国近年来大规模开展的农机跨区作业提供了信息保障。当然依靠一个信息网站的农机跨区作业服务直通车栏目,远远不能满足全国农机作业市场的庞大信息和电子交易需求。况且,农机跨区作业直通车,目前的主要功能多限于农机跨区作业信息引导作用,真正的网上电子交易尚未形成气候。

二、农机网站作业信息可信度不高

除上述中国农业机械化信息网外,全国各地的省、市、县农机管理部门创办的农机信息网站,也分别零星发布了一些农机跨区作业信息,有的还开设了跨区作业栏目,这些做法,对推进农机作业电子商务起到了积极作用。但这些网站发布的农机跨区作业信息,多数带有新闻宣传元素,而且以事后报道为主,其信息的可信性和可用性及时效性十分有限。

三、农机跨区作业项目种类太单一

经过多年的努力,在全面范围内开展的农机跨区作业,仅在联合收割机作业项目上形成了气候,拖拉机耕整作业项目也才刚刚开始,水稻机插秧虽然也列入了全国农机跨区作业的支持项目,但由于水稻机插秧的标准化秧苗要先期准备,且农艺与农机结合的技术要求较高,作业环节和作业时间跨度较大,从而大大限制了这项作业的真正实施。

众所周知,我国农业生产的产业结构十分复杂,农业生产品种也非常丰富,农田作业环境和南北地域千差万别。况且,联合收割机作业仅仅是小麦和水稻,油菜机械化收割还在试验和示范阶段。

项目种类十分单一的农机跨区作业,既表明了农机作业市场开拓艰难,同时也说明这一市场潜力巨大,其发展空间广阔。

四、农机作业供需双方信息不对称

目前,我国农机作业供需双方的信息不对称,这也将阻碍农机作业电子商务发展。中国农业机械化信息网农机跨区作业服务直通车的信息界面提示有“你想发布跨区作业信息吗?赶快注册为本站会员,即可登录会员中心发布跨区作业信息。你通过本系统发布一条供/求信息的同时,本系统会自动检索出与之对应的求/供信息,并在自动配对栏中显示条数。点击该信息即可看到配对的详细信息”。但多数信息的配对率不高,反映了农机作业供需双方对网络的依

存度不高。

据了解,目前农机手或农机合作组织开展跨区作业主要是凭多年经验,靠朋友介绍,有的甚至驾机沿途碰运气,找生意,具有很大的盲目性,而农业生产者也是等机上门,实在不行就上路拦机。由于农机作业供需双方信息的不对称,使农机跨区作业市场秩序混乱,供需双方利益得不到有效保障。

第四节 农机作业电子商务的对策

一、加大政府对农机作业电子商务平台建设投入

如前所述,我国农机作业电子商务平台尚未建立,严重影响了农机化事业的发展,成为农机社会化服务的瓶颈。因此,各级政府应加大对农机作业电子商务平台的建设投入,统一规划,分类设立,分步实施。要把农机作业电子商务平台的建立纳入农业发展的基础性建设项目,要像实施农机购置补贴、扶持农机专业合作社一样,支持农机作业电子商务平台建设。

农机作业电子商务平台与农机生产和农机流通电子商务平台有很大的区别,前者是公益性的,是以广大农业生产者和农机手为服务对象,开办这类电子商务平台一般没有利益可言,只有政府出资才能创建和日常维护。而后者开办电子商务平台,可以从产品交易中获取收益。

二、建设全国统一的农机作业市场电子商务平台

10 多年来,先由农民自发兴起,后经国家倡导和支持的

农机跨区作业,开创了我国特色农机化发展道路,实现了农民、农机手和政府的多赢,也是我国农机发展史上的一大创举,为了更好地引导和支持农机跨区作业,应该建设全国作业市场统一的农机电子商务平台,以适应日益增长的需要。

各地也应根据当地实际需要,建立具有地方特色的区域性、地方性、专业性农机作业电子商务平台,以满足不同地区、不同品种的特色农机作业需求。

三、打造全国支付的农机作业电子商务信用体系

与其他电子商务活动一样,农机作业电子商务也要构建农机作业电子商务信用支付体系,这是促进农机电子商务快速、健康发展的根本保证。这项工作需要国家专门机构支持解决。

四、培养适应农机电子商务管理运营的人才队伍

电子商务是一种全新的商业运行模式,需要专业人员来策划、管理和动作,农机作业电子商务既具有其他电子商务的一般属性,同时也具有农机产业的特殊性,因此需要培养一大批适应农机电子商务的专业技术人员队伍。应花大力气对广大农民朋友宣传和普及农机电子商务的基本知识,让他们认识和了解电子商务,并学会使用电子商务,从中得到实惠。

农机电子商务网站建设

第一节 农机电子商务网站定位

一、农机电子商务网站的目标定位

1. 建立农机电子商务网站的目的。一是农机化信息发布及塑造农机企业形象。二是从事农机商务活动。以互联网为媒介,充分利用网上的客户群进行网上订货、网上结算等商务活动。建立农机电子商务网站的目的和动力一般是围绕上面两个目的展开,比如要增加产品和服务的知名度、占领新市场、进一步改善与现有客户的关系、提供一种购买公司农机产品和服务的更灵活简便的方式等。

2. 农机电子商务网站的定位。首先是网站的主题。主题要与电子商务网站本身所从事的业务相关;主题定位要专,内容要精;主题要新颖;确定了主题之后,就要考虑规模、复杂程度、建网站所花费的时间以及投资预算了。在对目标进行分析时,一定要认真考虑:经营农机产品是否定位在计算机用户;是否定位在平均收入水平之上的地区;是否定位在平均受教育水平之上的人士才会使用;经营农机产品面向男士还是女士购买或使用;目标市场在互联网上是否易于识

别和送达;在做出购买决策前是否需要观察、试用或触摸经营农机产品;经营农机产品属于高技术还是低技术;经营农机产品是全球性、全国性还是局部性的;经营农机产品的性质如何,是有形产品、有形服务还是无形服务;经营农机产品便宜还是昂贵。

二、农机电子商务网站的模式选择

1. 农机电子商务网站。就现阶段情况来看,比起农机政务类或农机信息类网站,农机电子商务网站相对较少,但从市场经济的角度和农机经营与流通的趋势而言,大力发展农机电子商务网站,是大势所趋。传统的农机经营与流通方式,主要是经营成本高,中间流通环节多,购销信息不畅通,农机生产企业对市场的判断不准确,常常造成农机产品生产过剩而严重影响企业的发展。

农机电子商务网站建设要按照农机企业的建设目标进行定位。比如,①以农机生产企业和农机流通企业的农机产品营销为目标定位的农机电子商务,主要顾客群体既有农机流通企业,也有农机产品的终端用户,这些终端用户就是农机手或农机专业合作组织,还可能是农业生产组织。②以农机作业市场为目标定位的农机电子商务,主要顾客群体是广大的农机手和农机专业合作组织、农业生产者及农业生产组织。其电子商务活动主要是耕、播、收、植保、施肥、排灌、加工、运输等农机作业交易。③以农机零部件供销为目标定位的农机电子商务,主要顾客群体是农机生产企业与农机零部

件生产企业,也有农机零部件经销企业和农机维修企业。由于农机零部件的生产与流通基本与汽车行业相似,而且农机零部件的标准化程度高,市场流通及定价有通用规则,所以其电子商务发展要领先农机产品和农机作业。

2. 农机网上开店。我国当前有许多微小农机生产和流通企业,他们生产或经营的农机产品比较单一,大多属于特色农机类型,市场占有率很高,用量也不大,但局部地区,这类特色农机很有市场。为了节约流通成本,这些微小农机生产或经销企业,大多数都选择了依托著名网站开设农机网店,有的也采用在其他农机信息网和电子商务网站上发布产品信息等方式,取得了良好的农机电子商务效果。

3. 农机行业门户网站。农机行业门户网站建设旨在进一步打造集农机行业资讯、农机产品交易、信息互动三大板块为一体的中国农机行业垂直门户,为广大的农机相关厂商、农机技术人员、农机潜在用户(农民)提供便捷的服务。在其已有的核心功能即为农机个体用户(企业和农民)之间搭建了一个互动平台基础上,以搭建产品和技术信息平台为农机行业门户网站建设重点。继续细化完善已有功能,并开发新的网站服务功能和后台管理系统。不断拓宽行业,加强重点栏目,专题建设,丰富网站的形式和服务内容,突出网站的便捷化、人性化、个性化、实时化等特点。

各级农机管理部门也可以按集中门户建设农机化信息网。农机化信息外网平台面向社会公众和企业组织,为其提供政策、法规、规章和流程的查询服务。农机管理部门又可

借助互联网实现政府机构的对外办公,如申请、申报的受理等。农机化信息外网平台建设是农机信息化的重点。

社会公众主要通过政务信息查询以及事项办理来实现与农机政务信息平台的沟通,相关事务处理请求通过办公自动化系统中转给农机部门工作人员,后者可以通过办公自动化系统进行政务处理并对农机政务信息查询系统进行更新。

从推进政府职能转变、改进对社会和公众的服务、进一步便民利民的根本目标考虑,我国农机化信息公众网站(外网)应按集中统一的方式建设分级门户网站。省(区、市)、地(州、市)和县(市)三级政府分级建设本级集中统一的政府门户网站,所属工作部门原则上不再建立独立的网站。本级政府所有需在公众网上提供的农机信息和政务服务,均统一整合在一个门户网站上实现,同时在此网站上建设统一的安全验证 CA 系统。本级政府各部门面向社会提供的所有农机政务业务所需的安全验证在同一系统中实现,各级农机化公众信息网和公众网站均通过互联网实现连接(链接)和信息共享。各级公众门户网站所响应或承办的网上政务,通过具有可控制连接的隔离设备,转移分发到所对应业务承办部门的办公内部网上进行相应处理,处理或反馈结果再转回到政府专业门户网站上发布,避免社会及公众为使用政府的网上服务而需通过多次身份验证和安全验证。

4. 农机政务信息网站。农机信息化是指信息技术在农业机械管理、服务等领域得到广泛应用,并成为农机化不可

缺少的生产要素,因此农机信息化就是让农业机械生产、经营、管理和服务的各个环节都在科学数据的指导下进行。按照上述说法,农机信息化的实质就是将现代信息技术应用于农机管理、服务的各个环节,用现代信息技术引导农业机械生产、经营、作业和服务的过程,是以计算机网络为基础,通过计算机网络把农机化科研成果、农机化技术、农业生产机具、农机产品和服务供求信息、农机化和农村发展政策、国内外农机发展形势以及经济政治形势等知识和信息传递给农机生产者、经营者、使用者和管理者,以指导农机生产销售、农机安全操作、农机作业服务的过程。

目前,农机部门所从事的业务工作,大体上可分为财务管理、项目实施、目录管理、购置补贴政策实施、教育培训、农机安全生产、跨区作业、农机维修、销售服务、推广鉴定、产品质量监督、投诉受理、行政许可事项的实施、农机服务组织培育及内部建设等事项。农机信息化应当使农机业务工作实现信息化,农机信息化网络建设应以农机业务流为主线,确定建设重点,制定出优先建设秩序,分步骤、有计划地逐个环节实现信息化。

从经济效益出发,可将农机经济数据统计分析、农机化项目服务、农机推广鉴定服务、农机化职业技能鉴定、农机跨区作业服务、农机销售服务、农机维修服务等作为优先级进行重点建设。

从社会效益出发,可将面向农民的各种服务,如农机证照申请受理、农机安全生产、农机推广产品目录,农机购置补

贴政策实施、农机教育培训、农机产品质量和维修质量的投诉受理、农机作业服务的组织管理等作为优先级进行重点建设。

从自身建设出发,可将政务公开、行政许可事项、行风建设、办公自动化、财务管理(工资、各项开支、各种投资)等作为优先级进行重点建设。

三、农机电子商务网站的分类特点

1. 从商务模式角度,可将农机电子商务网站分为四类: B2B 网站、B2C 网站、B2B2C 模式和 C2C 网站。①B2B 网站是指提供农机企业对农机企业间电子商务活动平台的网站。B2B 模式是当前电子商务模式中份额最大、也是最具操作性、最容易成功的模式。②B2C 网站是指提供农机企业对农机客户间电子商务活动平台的网站。这类网站很多。我国的 B2C 网站的相继建立从实践层面上证明了网上交易、网上支付在国内的可行性。③B2B2C 模式定位于网上农机商家和农机用户之间,提供电子商务中介服务,包括信息中介和比较价格购物服务,能够为农机用户在网上购物提供低价优质服务。④C2C 网站是指直接为农机客户间提供电子商务活动平台的网站,例如拍卖网站就属此类。

2. 按网站所从事的商务活动的功能将农机电子商务网站分类如下:①农机商务信息网站。电子商务类网站中的商务信息提供商以提供动态信息为主要特征,它的出现与电子商务服务商一样有其阶段性意义。②农机产品信息展示及

农机交易网站。这类网站是指提供不同类型的农机产品如拖拉机、联合收割机、园艺设施设备等的产品展示、咨询、查询、报价及在线交易等不同功能的网站。这类网站的功能可弱可强,也可以是单一的或全面的。③农机拍卖网站。该类网站不是经营产品,而是以拍卖的形式为网上客户提供相互交易的场所。网上客户光顾此类网站不是为了购买网站上的商品,而是为了在网上拍卖自己的农机产品或竟卖网站上拍卖的农机产品,湖北农机服务信息网,开展二手农机网上拍卖或竞价销售。④农机电子商务服务网站。电子商务服务网站是为交易者提供一个平台,在这个平台上提供各种服务。这类网站在电子商务发展初期的出现是十分正常的,因为目前我国的互联网经济还没有真正形成直接经济模式,需要中介作为支撑。这种中介模式并非传统中介模式,它是互联网发展到一定阶段产生的,并且随着互联网的发展其角色会发生变化但不会完全消除。⑤购物比较网站。电子商务网站越来越庞杂,人们在网上购物希望能得到指导,从而买到价格合理、符合要求的商品,这样就出现了购物比较类网站。该类网站提供某类商品在各网站的销售信息,包括价格、商品特性、购买方式、送货期限、售后服务等,以便于用户决定在哪里购买。

3. 从实现网站的技术方法角度,可将农机电子商务网站分为使用现成解决方案组建的网站、租用空间形式的网站、自建网站等三类。①使用现成解决方案组建的网站,是指在网站建设中通过购买现成的农机电子商务解决方案。

该方案适合于网站的设计需求与现成的解决方案比较一致的情况。该类网站的优点是建设周期短,便于维护管理,具有一定的灵活性和可扩展性。缺点是初始建设成本高。

②租用空间形式的农机网站,属于电子商城的实现方案,即利用电子商城中提供的店铺空间及开发平台、开发方法建立自己的农机电子商务网站。该类网站的优点是开发和建设方便、容易,而且也免去了网站软、硬件维护管理的工作,且初始建设费用低。缺点是使用这种方法开发、建设网站受限于网站经营商提供的开发平台和开发手段,不灵活,也不利于企业电子商务个性化的经营,一般比较适合于中、小型企业。

③自建农机网站,在网站建设中不仅需要自己建设网站的软、硬件设施,而且需要各种技术的组合及自行开发的手段。该类网站一般功能强大、灵活、各具特色,且具有较好的适应性、可扩充性和便于维护的特性。缺点是开发和初始建设费用较高。

四、农机电子商务网站的域名选择

农机电子商务网站的域名就像一个农机企业和一个人的名字一样,非常重要。对于域名的意义可以从以下几个方面理解:一是从技术上讲,域名只是一个互联网中用于解决地址对应问题的一种方法,它可以减轻人们的记忆负担,可以说只是一个技术名词。二是从社会科学的角度看,域名已成为互联网文化的组成部分。三是域名是现代农机企业 Web 策划中重要的组成部分,和农机企业的名称一样举足

轻重,不容忽视。好的域名与农机企业形象相辅相成,相互辉映。

域名和商标一样,在各自领域有唯一性。一旦别人申请注册,便不可再申请。农机电子商务网站的域名与其他网站一样,申请包括两个步骤。一是先做好域名设计。即设计符合自己要求的域名,并且该域名未被别人注册。在许多在线域名注册的网站上,都可以扫描当前的域名库,确定某个域名是否已被注册。二是在线注册或者通过代理机构注册域名。过程是通过填写一些表格确认域名申请单位的详细信息、域名申请的用途等信息,双方互相确认以后,域名申请者交纳一定的费用即可完成域名申请。国内域名只能由单位注册,而国际域名没有这个限制。

农机电子商务网站的域名可以从商标型、模仿型、数字型、地域型、拼音型以及混合型等思路进行设计。商标型就是利用农机企业已有的商标名、机构名或者简称来形成自己的域名。模仿型是指借鉴国内外著名的农机网站的域名,对之做细微的修改来形成自己的域名。数字型域名也是国内域名设计的一种重要思路。地域型是指以国家、地区的名称作为域名。汉语拼音是中国语言文字的重要财富,在设计域名时,它也成为重要的工具之一。混合型是指各种方法兼而有之。

域名设计可以说是五花八门,但总的要求:一是要简洁明了。二是要对用户有吸引力。三是域名要有一定内涵和商业价值。

第二节 农机电子商务网站设计

一、农机电子商务网站的设计流程

农机电子商务网站的制作专业性很强,只有专业的人才能做好专业的事。因此,建议农机电子商务网站建设最好找正规注册的网络公司来设计制作,在寻找网络公司前,可以通过农机行业,调查了解一下国内一些著名的农机电子商务网站的制作商,主要了解这些制作商以前所制作的农机电子商务网站的运行情况以及收费标准和服务。货比三家,然后再作决定。

农机电子商务网站的设计流程按以下步骤进行。一是初步研讨。收集相关信息,确定站点目标用户、要发布的内容及开发 Web 服务器平台。二是网站构思。设计师根据收集的信息,开始构思站点的内容组织、栏目的设置、页面的基本结构等。三是综合内容讨论。设计师先制作几套初始页面,将配有文章的图样打印出来再与农机企业进行讨论、研究。四是页面布局与导航。一旦农机企业同意了这些内容,设计师就开始编制 Web 页面,站点也编制到页面中,让农机企业看到页面的视觉效果。五是图形制作。农机企业同意了站点的外观设计,设计师就将制作图形,进行图形优化。六是内容流程。利用各种网页技术,把农机企业的书面材料进行修改。七是初步测试。在站点被提交给农机企业之前,开发人员要彻底测试每个 Web 页面和连接并进行修补。八

是验收交付。一旦开始验收工作,农机企业要对站点进行大量测试,找出排版错误的地方,进行修改。在做完了必要的工作后,站点可以对外宣传、开放了。

二、农机电子商务网站的基本架构

农机电子商务网站是以农机商务活动为中心进行的,而网站的盈利一般通过网站的会员制收费进行,网站的盈利点根据网站的商务活动内容确定的,所以网站的基本架构设计既要以农机商务活动的业务内容、流程、相关规则为基础,又要兼顾农机电子商务网站的收费体系。

网站基本架构的设计主要按照以下步骤进行:

1. 确定农机电子商务网站功能定位。确定网站所涉及的商务活动的内容、流程。比如农机企业在进行信息网的设计中,首先考虑确定网站发布信息的种类,在确定了信息发布种类后,确定信息处理的流程为信息输入、会员资格审核、信息审核,信息发布。

2. 确定农机网站的收费对象和收费规则。在网站所涉及的商务内容确定了的情况下,确定收费的对象和如何进行收费,以此为依据确定网站的栏目。网站栏目的划分实际上就是系统的功能模块划分。例如:在农机电子商务网站的系统设计中,确定了网站只对企业进行收费,个人用户免费,所以网站的主要栏目分为个人专区和企业专区,同时根据功能的逐步扩大,这样也就基本确定了网站的信息服务内容和方式。

3. 确定农机网站的栏目功能。在确定了网站的收费项目后,要确定网站的主要栏目和功能,包括网站的管理功能模块、信息发布方式、商务活动的发布以及导航栏等。网站的功能栏目的设置和系统的主要功能模块的划分是相一致的。网站业务介绍性栏目,内容应包括会员申请流程、收费标准、网站运行规程等,使用户对网站的服务有一个明确的了解,对扩大网站的会员用户数量和提高网站的使用率都是必不可少的栏目。网站的导航栏是网站整体功能的全面介绍,使用户对网站的功能有一个清晰的了解,也是网站不可缺少的栏目。同时也应有网站运行的相关提示信息,比如在网站的设计中,农机企业在确定了收费对象和主要功能后,再确定网站首页的主要栏目,同时加入上网导航栏目对网站的主要功能进行介绍。

4. 确定农机网站的信息流和控制流。在确定了网站的功能和商务活动的主要规则后,应该确定网站的信息流图和控制流图,作为数据库设计的基础。在信息网的设计中,农机企业根据信息发布的功能和所确定的信息审核及控制流程,确定信息网的基本数据流图,在确定了一个网站的数据流图和控制流后,系统的运行控制流程也就确定下来了。

三、农机电子商务网站的功能模块

1. 农机产品电子目录功能。目的:宣传自己的产品,是农机企业上网的主要目的之一。将自己的产品展现给客户,让客户通过网站便能自由选择地购买农机企业的产品,是产

品预订系统的主要目的。功能:农机产品分类管理,可以多级分类,以树状组织表现农机企业的产品系;农机产品资料管理,可自由增加、删除、修改产品说明与图片;农机产品发布管理,可以控制产品是否发布,若不发布,该产品在数据库中,但前台浏览不到;农机产品预订管理,可以控制产品是否允许客户预订,若不允许,该产品在数据库中,前台不提供预订操作;农机产品分类检索,用户通过搜索查询产品;可以进行最新产品浏览,热门产品浏览;农机产品详细资料显示,可以点击放大产品,进行农机产品浏览次数记录与统计;农机产品客户管理,客户可以发表对产品的评论,客户可在线填写订单,自由选择预订产品。

2. 农机新闻和产品发布系统。目的:把网站上需要经常变动的信息,类似公司动态、企业新闻、新产品发布、促销活动和行业动态等更新信息集中管理,并通过信息的某些共性进行分类,最后系统化、标准化发布到网站上。功能:增加、修改、删除新闻类别和专题;包括支持大部分 WORD 的图文编辑功能;支持模板功能;支持多层次的目录;可更改类别顺序以确定新闻类别和专题在网站页面上出现的顺序;修改信息状态以确定信息是否出现在类别首页或网站首页的功能;增添、修改、删除各栏目信息(包括文字与图片)的功能;编辑友情链接功能,可在此用简单的 HTML 语句编辑网站的合作站点与友情链接,支持图片 LOGO 链接;增加、删除一般操作员的功能;内容搜索功能。

3. 农机会员管理系统。目的:建立农机企业固定的客

户群体,并能详细记录客户档案,能通过客户档案库将农机企业新产品与企业动态方便地传达给每一位客户。功能:包括用户在线注册,登录,密码修改,资料修改界面;对会员客户统一管理,资料审核、删除、禁用;会员客户通信录管理;会员查询与分组;向会员提供在线服务。

4. 农机产品定购系统。目的:宣传农机企业产品,让客户通过网站便能自由选择地购买农机企业的产品。功能:包括农机产品订购中主要针对农机企业或农机经销商,即 B2B 电子商务功能;农机产品报价,可定义报价,并可根据会员的级别显示不同的报价,如经销商与普通用户可以有不同的报价;农机客户在线填单,可自由选择预订产品,并管理预订;注册客户查询,注册客户在通过会员验证后可以查询以往订单的详细内容;农机产品订单管理,管理人员对订单进行跟踪处理。输出报表,产生订单的统计报表。

5. 农机客户管理系统。目的:了解网站面向的客户群,及时了解客户动态信息,掌握客户的订单日信息,并与客户保持在线联系。功能:客户资料管理,包含客户描述、客户信用等级评估、客户所处地区销售现状、以往下单情况、客户统计资料、正在处理的订单、付款情况、客户反馈的信息;审批已注册用户,对注册用户进行审批;客户的权限指派;查看客户相关的咨询;查看客户相关的订单;用户信息管理,包括删除、禁用、权限编辑等;客户自动管理,自行编辑自己的各种资料,查询自己的业务历史记录数据,并可形成统计报表;在线交流,可在线与客户进行沟通和协同工作。

6. 农机订单管理系统。目的:接收客户最新订单,并对订单进行有效分配、处理。功能:工作流程管理,包括订单管理、订单处理进度管理、订单统计功能、货款管理功能、各种报表生成、业务员进度跟踪;农机交易过程管理,通过后台程序,控制整个交易过程,并形成记录和报告,系统会自动提醒业务员注意处理未完成的工作;最新订单信息管理,查看客户订单;订单处理,对客户所下订单进行有效处理;订单跟踪与分配,管理员对客户所下订单进行分配至业务员;订单统计报表,对所有有效订单进行分类汇总。

7. 农机在线管理系统。目的:管理后台界面简单,操作方便,让管理员很轻松地管理整个网站。功能:管理员可以在此系统中添加、删除、更改新闻或产品信息。用户管理,为了保证信息维护的安全性,强化用户权限的管理;用户认证,信息编辑人员必须经过系统认证才能进入操作页面,以保证信息维护的安全性;内容录入,信息编辑人员经过系统认证后,可以使用此功能将文章内容及相关信息录入数据库中;内容修改,提供修改信息页面的功能,在修改界面检索出相应文章标题后可以修改任何一部分,修改完后提交入库;内容删除,提供删除文章的功能,在删除页面检索出相应文章标题后点击确认按钮再将此文章删除;增加图片,系统将提供选择项让编辑人员根据需要在文章的任意位置添加任意多的图片;页面生成,编辑在录入或修改完新闻后点击提交按钮时,系统一方面将所有信息插入数据库,同时将从系统中抽取模板生成静态页面;页面发布,将生成的页面实时或

定时上传到 Web Server 相应的目录下;模板管理,数据库保存的内容在生成页面的过程中依赖于不同频道的模板以形成不同的页面。模板的基本样式由编辑确定,技术人员会根据这些页面抽取有效内容形成模板。模板保存在数据库中,用以统一每个栏目的观感;标记管理,用于管理预定义标记,具体的功能有页面的预定义标记的增加、修改、删除。标记是网站编辑人员镶嵌在模板中的特定标识,标记管理中对这些标记作出说明,在生成页面时用于替换这些标记;栏目管理,给系统管理员或被赋权的编辑提供增加栏目/子栏目的工具,使网站能随时添加栏目而无需使用技术人员参与维护和升级。

8. 技术支持与留言板。目的:对注册用户所提的反馈意见进行查看反馈。功能:售前报价咨询,相关意见提交,用户意见投拆。留言版,客户将意见或订单直接记录在网站的小型数据库中。

9. 公司管理员可以浏览这些记录。目的:协助农机企业增强业务的互动性、提高客户满意程度,使用户的信息及时反映。功能:对客户反馈信息统一管理,自由删除或回复。支持认证(即留言要经过审核后才能公布),可升级为论坛;反馈表,客户将意见或订单直接发送到指定的邮箱中。

四、农机电子商务网站数据库设计

在确定了农机电子商务网站主要商务的业务对象和业务流程后,就可以基本确定网站的数据流,进行数据库设计

了。在进行数据库设计时,与一般的应用系统开发一样,应该注意信息的完整性和数据的独立性。

在农机电子商务网站的开发过程中,在数据库的设计阶段,应对系统数据库的基本信息、企业信息、个人信息分别进行库表的设计,同时对系统的维护信息、权限管理等控制信息设计独立的库表,主要的数据库表为个人信息表、企业信息表、会员信息表等,这样可以方便网站的信息输入、数据库查询,同时也方便网站后台的数据库管理和数据库维护。

数据库表数据的独立性和数据冗余直接影响数据的存取效率,影响网站的运行速度,所以在数据库设计时一定要避免数据的冗余性,同时要避免长数据库表的设计。因此在农机电子商务网站开发过程中,网站的商业运作模式决定了网站系统设计,一个功能清晰的农机电子商务网站的设计,一定要从网站的系统设计入手。

第三节 农机电子商务网站制作

一、农机电子商务网站页面制作

1. 网页结构。农机电子商务网站网页结构一定要清晰,要方便导航,思路和脉络要切实符合访问者的想法。可采取的措施有:采用框架结构表现主题,索引和正文;网页的大小一般控制在 50KB 以内;在网页的尾部放上联系方式,如电话、QQ 和电子邮箱,以方便访问者能建立联系,反馈必要的信息。

2. 页面内容。一般情况下,农机电子商务网站的网页都要以内容为主,不必过分地追求复杂的表现形式,但必须写好网站简介,也就是“关于我们”,要有特色,避免太空,泛泛而谈,更要实事求是,不要随便用全国最大的农机电子商务平台,世界一流的农机交易网站,这些话连自己都不相信,顾客会相信吗?这类话太多了,只会让顾客产生对本网站的不信任感,甚至是反感。页面本身要简单,结构复杂的网页不仅要花费很多的精力,而且由于超链接复杂,让浏览者阅读时也感觉困难。

3. 文字表述。在以内容为王的前提下,应当尽量把形式与内容结合起来。既不要把页面弄的花哨,也不能只讲内容完全不讲究文字和图片的安排,要容易阅读。注意:网页的标题十分关键,顾客登录农机电子商务网站页面后,往往是先浏览了一遍标题才选择性地点击浏览内容的,因此制作一个好的标题就会吸引眼球,这就要求标题简洁明快,能反映整个文档的内容,但应该提醒的是标题不能华而不实,也不得哗众取宠。文本叙述使用水平线分割不同的部分,对重点的文章和段落要使用强调字体表达。

4. 图形设计。设计好图形并合理使用能给农机电子商务网站网页增色添彩。要注意的是,网页中插入的图形尽量要小,网页中图形要附加文字说明,使用户在图形出来之前就了解相关内容。不要为图形加太长的交互文本,也不要把所有的超链接放在图上。控制页面中图的数量,不要滥用图像 GIF。

二、农机电子商务网站设计技巧

1. 清晰整洁的界面。农机电子商务网站设计,要十分重视清晰和整洁,农机电子商务网站如同一家农机展销市场,顾客点击农机电子商务网站也如同走进了农机展销市场,假如你的农机展销市场一片混乱不堪,顾客会感觉心烦意乱,而且会马上选择退出。所以在网上开始做生意最重要的就是设计精美的网站。设计精美的网站,可以方便顾客购物,并会吸引顾客经常光顾于此。

2. 一点即开的速度。信息化的核心要义就是时间与空间,谈到时间问题,一定要知道顾客的等待和耐心是十分有限的,因此,农机电子商务网站在设计时一定要重点考虑访问速度,如果顾客访问你的农机电子商务网站,点击后,半天也打不开,浏览内容时,更是需要等待,这类农机电子商务网站,其实没有多少顾客愿意访问,没有顾客访问,还做什么生意。速度之所以重要是因为,没有人愿意花太多时间去寻找项目。

3. 简单易行的交易。农机电子商务网站习惯于搞注册会员制,这对于收集和了解会员信息,分析农机目标顾客是十分必要的,但是,注册会员和交易流程一定要简单易行和简明扼要,一是顾客没有义务为你提供这些信息,也没时间陪你玩流程游戏。因此,农机电子商务网站必须易于使用和注册,简化注册过程,无需录入客户太多信息。事实上,向网站的会员取得联系只需通过电子邮件就可以了。网站的结

账程序也一定要简便,否则,顾客宁愿去别处购买,也不愿填写大量的表格。

4. 按需送达的信息。农机电子商务网站与农机交易市场最大的区别也是时间和空间的无限与有限性,前者的时间和空间是无限的,后者的时间和空间则是有限的,问题是作为顾客,他的时间和空间往往是十分有限的。因此,农机电子商务网站在设计时,一定要以人为本,以内容为王,要精选栏目和信息,控制版面。要知道,当今世界,不是物质不丰富,而是选择太烦躁,不是好的信息太少,而是垃圾信息太多,把好的信息淹没了,造成好的信息难寻找。

三、农机电子商务网站设计要点

农机电子商务网站设计需要遵从一定的通用规则,必须按照一定的规划、想法来实施。农机电子商务网站网页设计的原则不仅体现在网页的风格、层次构思和网页的页面构思中,还包括更多更广的设计思想。网页设计不应该从设计者本身出发,必须要从访问者的角度来思考问题。①网站的设计目的决定设计方案。在设计一个网站之前,应当有强烈的目的性和针对性。②将浏览者的需求放在第一位。不论如何,必须要搞清楚浏览者需要什么。③页面的有效性。在全局设计阶段,创作者应当在每一个页面的有效性方面进行权衡。④页面布局统一性。页面布局往往能显示一个网站的统一性,如使用同样的背景,提供导航系统等。⑤使用表格和适当的帧结构来设计网页,可以让用户在尽量少的“重

载”页面的情况下浏览所需的内容,提高浏览效率。⑥谨慎使用图片。保证页面下载的速度和浏览器的兼容性。⑦充分体现平面设计意识。学好平面设计的一般技能是网页设计能不断提高的基础之一。⑧减少 Java applet 和其他多媒体的使用,应该谨慎使用。

四、农机电子商务网站后台管理

在农机电子商务网站的基本功能和数据流确定后,为了保证网站信息的准确性和有效性,应有完善的后台管理和维护系统,进行相关数据的审核,定期进行数据库的维护和备份,进行缴费会员资格的管理,有效地保证网站的商务运作。

农机电子商务网站的后台管理,首先要在网站后台管理系统的设计中,设计一套完整的网站后台管理系统,其主要功能:一是信息管理,如信息审核、信息删除、信息删除确认。二是网站运行提示信息的管理,主要是对网站与商务运营有关的信息进行管理,使网站的用户对网站的运行情况进行管理。三是网站会员资格的审核,对逾期未缴费的用户取消会员资格。四是网站系统管理员权限管理,对不同的网站系统管理人员进行授权使用不同的后台维护功能。

第四节 农机电子商务网站维护

一、农机电子商务网站的主机处置

根据农机企业的不同情况,通常主机建立和放置有以下3种不同的方式选择。一是虚拟主机方式。如果农机企业

不想架设自己的主机,便可以采取很多网络公司提供的“虚拟主机”的方式。采用这种方式建立和放置主机,主机的位置处于网络服务提供商处。显然,这种方式不仅节省了购买相关软硬资源费用,而且无须培训和招聘更多的专业人员,因而开发成本比较低,比较适合于中、小型农机企业快速展开网上业务。二是服务器托管方式。农机企业自行购买、配置、安装 Web 服务器后,托管在某个网络服务机构,自己远程维护,每年向该网络服务商支付一定数额的费用。这种方式建立和放置主机,避免了农机企业自己申请专线的过程。但是自己配置主机服务器的软硬件、招聘和培训专业人员所花去的费用不菲。三是专线上网。农机企业自行购买、配置和安装 Web 服务器以后,通过自己申请相应速率的 DDN 线路将服务器连接到互联网上,通过这条专线,农机企业的服务器就可以被广大的互联网用户访问了。

二、农机电子商务网站发展的障碍

1. 对信息网络建设工作认识不均衡。部分农机管理人员对农机化信息网络建设的重要性认识不够,积极性不高,在人力、财力、物力上投入不足。目前,全国各省、市、县不是统一都建立了农机网站,农机生产、流通企业建设农机电子商务网站也不平衡,标准也不一致。从而造成全国各地的农机信息网络建设步调不一致、发展不平衡。

2. 信息资源共享程度低。农机化涉及领域广,信息涵盖宽泛,各级农机部门都拥有各自的信息资源。由于目前还

没有建立起纵横交错的信息资源整合系统,大量信息处于各级部门所有、相对封闭的分散状态,缺乏有效整合,共享程度低,致使农机信息网络优势和作用得不到充分发挥。

3. 信息采集水平不高。有些部门和单位上报信息缺乏主动性与科学性,没有把信息工作列入重要议事日程。工作手段落后,信息来源渠道窄、信息量少、信息更新慢,一些信息报道也只是局限于表面现象,没有真正地深入研究,没有挖掘和捕捉出新情况、新观点。对开拓农机化信息服务市场缺乏研究,许多信息资源没有得到充分的开发和利用。缺乏大型实用性数据库。

4. 信息网络人才缺乏。农机信息网络建设缺乏一大批精通网络技术,又懂农机科技和经济知识以及能够对信息进行收集、整理、分析、答疑的复合型人才。农机企业电子商务人才更是奇缺。

5. 工作制度不健全。健全的管理制度是做好信息工作的根本保障。然而部分农机管理部门信息工作无任何管理制度,致使信息宣传无章可循、权责不清。同时由于信息员多为兼职,没有制定相应的工作目标责任制和奖励办法,不能有效地调动工作积极性,信息宣传的质和量均难以保证。

三、农机电子商务网站建设的措施

1. 农机电子商务网站建设既要积极推进,又要防止重复,以免造成资源的浪费。目前流行的网络建设方式有3种:自行建设、租用空间及模板生成。本着节约与实用的原

则,建议使用模板生成方式,在各单位有了一定的经济基础和技术基础以后,可再采用另两种方式进行升级换代。

2. 优化省、市、县(区)级农机信息平台。吸收国内外优秀行业网站的长处,加强各省市农机网站的合作,实现农机信息的资源共享与优势互补。突出政务信息与商务信息并重,提高网站点击率和知名度,提升网站的服务能力,推进网站向深化服务和应用功能转变,并以各具特色的农机信息子网为补充,提供全方位的农机综合信息网上服务,使之成为推进农机化工作的重要依托,服务新农村建设的重要窗口。

3. 突出农机电子商务网站特色。农机信息的发布要综合考虑信息内容的完整性、权威性和时效性。农机信息化建设的关键是农机信息的开发与利用,把农机信息转化为生产力,转变为直接的经济效益和社会效益,比如开设农机供求信息、市场行情、分析预测、招商引资、企业推荐等与农民生产、经营活动紧密相联的栏目。建立优秀农机生产企业专栏,建立农机产品网上交易平台,推动农机电子商务发展。

4. 加快农机信息数据库建设。信息资源的开发利用和数据库的建设与发展,是信息化建设的一项基础性工作。在此基础上,以需求为导向以应用为主线,根据不同环节、对象、层次,对农机信息资源进行科学分类、加工、分析,建立多样的动态的农机信息数据库。重点建立健全3大信息库。一是与农机企业合作,逐步建立农机生产销售市场信息库。二是与农机推广机构合作,建立农机新技术信息库、农机推广应用信息库。三是与农机鉴定机构合作,建立农机产品质

量、打假、投诉情况信息库。把静态的、孤立的信息资源变为网络化、可共享的信息资源。

5. 建立一支高素质的农机信息员队伍。人才队伍建设是推进网站发展的长期性、战略性任务。要通过集中培训、分级培训、以会代训和远程培训等方式,培养一支素质好、责任心强、较为稳定的农机信息员队伍,并通过建立科学有效的激励和约束机制,充分发挥他们的工作积极性、创造性和主动性。继续加强对各单位信息报送工作的指导,采取切实有效的措施,不断提高信息员队伍的工作水平。同时要加强农机企业信息化人才的培养。农机电子商务工作应逐步延伸到乡镇农机服务站、农机合作社、农机公司和农机大户,形成一个网络畅通、功能强大、制度规范的农业机械化市场信息服务体系,建立和完善农机信息资源开发、整合、共享机制,建立全国或省级标准统一、规范、实用的农机综合信息数据资源库。实现信息体系网络化、自动化,信息采集制度化、规范化,信息服务多元化、社会化。

四、农机电子商务网站的日常维护

按照现有的网络制作公司的技术水平和收费标准,一般的农机生产、流通企业,一个农机专业合作社,一个农机大户也能很容易地创建一个农机电子商务网站。农机电子商务网站创建只是初步完成了如同农机交易市场的场地建设或场地租用。农机交易市场要想实现农机产品交易,关键靠日常的经营和管理,同样的道理,一个农机企业,花钱请网络制

作商创建了一个农机电子商务网站后,没有专门的人员进行日常管理与维护,如果这样,农机企业还不如不建网站。但目前许多农机企业就是这样,花钱建立了自己的网站却从来不派人管理与维护。这种普遍现象严重影响了农机电子商务的发展,也为农机企业带来了负面影响。

农机电子商务网站日常维护,应特别注意以下问题:一是要维护本农机电子商务网站的基本结构和既定风格。网站一旦推出,不要看到其他农机电子商务网站与本企业网站不同,就朝秦暮楚,频频更改,花样百出。二是保持网站内容的时效性。及时更新、整理网站的内容,保证网站内容新鲜与时效,一定要及时删除失效的政策、文件及法律法规。及时更新过时的农机市场信息和农机新闻。及时充实农机企业简介内容。三是检查并保证链接的有效性。农机电子商务网站的链接,随着时间的推移,会发生很大的变化,因此要经常检查并与其链接有关的单位的联系,对一些无效链接要删除,对一些链接内容的变化要及时更换新的链接。随时监控服务器的运行情况。发现农机电子商务网站运行不正常就要及时处理。四是重视用户的意见反馈。定期对用户意见进行反馈并作相应的改进。

第七章

农机电子商务成功案例

第一节 中国农业机械化信息网

一、网站简介

中国农业机械化信息网 (<http://www.amic.agri.gov.cn>) 作为农业部十八个专业网站之一, 由农业部农业机械化管理司主办, 农业部农机试验鉴定总站(中国农机化信息网信息中心)承办。它是目前我国农业机械化方面唯一的全国性政府网站, 是国内点击率最高、权威性最强和信息量最大的农机网站, 也是农机电子商务影响最大的农机网站。

中国农业机械化信息网的宗旨: 围绕农业部和农机化司重点工作, 以政务信息宣传为中心, 以农机企业、农机手为服务对象, 整合信息资源, 扩大信息覆盖面, 逐步提高信息质量和服务能力。加大适用农机产品宣传, 加强信息网应用系统建设和互动栏目建设, 为农机生产经营者、农机用户、农机管理者提供双向交流信息服务。打造一个信息覆盖面广、时效性强、功能完善的中国农业机械化信息网。

二、栏目设置齐全

目前, 中国农业机械化信息网设有新闻中心、政策法规、

农机质量、科教推广、农机市场、国际交流等 11 个一级栏目。同时针对农机化工作的重点和发展中的热点和难点,信息网还建立了保护性耕作、玉米收获机械化、水稻育插秧机械化、秸秆综合利用以及农机社会化服务、跨区机收作业等专题栏目,对农业生产机械化热点问题进行重点和深度的宣传。

三、服务功能强大

为了提高网站的实用性,整合信息资源,构建以中国农业机械化信息网为龙头,以各省农业机械化信息网站为骨干的农机社会化服务信息平台,在为农机生产企业、农机用户提供农机装备与技术、供求信息服务的基础上,认真贯彻党和国家有关农业、农机化方面的方针政策,引导各地农机部门推动农机化又好又快发展,为农机管理部门搞好宏观决策、履行农机化行政监管服务职能,提供信息支持服务。从 2005 年开始,中国农业机械化信息网进一步加强应用系统建设和完善工作,目前开通了跨区作业服务直通车和全国农机产品展示系统、农机化政务信息报送系统、全国农机统计直报、购机补贴系统、全国农机维修信息系统、国家支持推广的农业机械产品目录申报等多个应用系统,大大方便了社会各界查询相关信息,成为具有权威性和有广泛影响的国家农机综合门户网站。

四、访问点击率高

目前,从信息量、点击率、社会影响力等各方面看,中国农业机械化信息网已成为农机行业最具影响力的强势新闻

媒体之一。2009年,信息网日均更新量达80条左右,信息面涉及网站各个栏目,重点新闻做到每天一更新,信息更新量在同类网站中遥遥领先。用户访问量也快速增加。2010年,每工作日平均点击量达到58万次以上,日点击量峰值达到107.40万大关。月点击量在1826万次左右(最高达2105万),稳居农业部18个行业网站首位。信息网行业影响不断扩大,访问群体逐步向社会扩展。目前大约有50%非农机系统群体在关注中国农业机械化信息网,充分说明访问群体正在逐步扩张到系统外,信息网的社会影响力逐步扩大。

第二节 中国农机互联网

一、网站简介

中国农机互联网(<http://www.nongji.com.cn>),是一家以互联网技术为核心,专业从事农机网络传媒的公益性农机行业门户。旗下拥有资讯平台、交易市场平台、互动社区、展会频道,是集行业在线媒体与专业性农机电子商务为一体的综合服务平台。经过多年的品牌打造,现已发展成为国内客户量最大、信息最丰富、访问量最高的农机门户网站之一。

中国农机互联网于1998年诞生,是北京市农业机械试验鉴定推广站(隶属于北京市农业局)注册和创建的国内第一个农机行业网站,网站创办至今,始终为广大农机用户和农机行业企业、科研、政府、事业单位提供全面、快捷、实用的

农机产品信息和技术信息,是一家集专业性和公益性于一体的农机行业门户网站。

2008年,率先在国内创办了农机行业网站第一个英文板块,架起了国内外农机行业交流的平台,已与德国农业协会、法国农机协会等国家级协会建立了合作关系,并开展了多次国际合作交流活动。

中国农机互联网注重农机行业网站特色和专业性,同时集专业性和公益性于一身,在提供专业全面的行业信息的同时,向农民和农机企业提供“农机宝”网上商铺,并组织相关业务人员为农机企业和农机用户提供必要的网络商铺经营和管理培训,普及网络及电子商务知识。让农民足不出户就得到最新的行业和产品资讯。网站通过这个网络平台,引入全球农机行业的知名品牌,为世界范围致力于农机业务的企业和个人提供平等的机会,创建农机产品在线交易的畅通渠道,最终提升全行业的整体素质和效益,实现利益共享。新网站平台的搭建,将使广大的农民享受到更加方便快捷、人性周到的服务,迅速实现农机企业标准化和个性化的服务,显著提高企业对客户需求、市场变化的反应速度。一个以农机企业为中心的专业平台,将在更深更广的层面上为广大农民提供保障。

中国农机互联网由资讯、交易市场、互动三大板块构成。目前已包括行业信息、市场信息、农机研究、实用技术、政策法规、农机推广、质量鉴定等栏目及农机产品库、企业库、交易库,网站注重农机行业网站特色和专业性,不仅农机产品、

农机技术信息、资讯信息的发布量大,而且注重信息沟通,正在为农机厂商、农机科研和推广等部门和农机用户提供全面、综合、专业化信息交流平台而努力。

农机互联网以“服务农民、服务企业”为己任,综合利用网络资讯、手机短信、电子期刊等媒介立体传播农机信息和农业科技知识。通过网上贸易信息、农机宝品牌推广、综合信息专题等手段为广大农机企业提供全方位网络资讯服务,志在创建全球最大的农机专业网站,成功树立三大平台。

二、资讯传媒平台

全国最大的农机资讯传媒平台之一。作为领先的在线农机行业媒体,农机互联网依托强大的采编力量和良好的媒体合作关系,及时、全面、准确地报道最新农机行业动态,追踪“三农”热点,解读“三农”政策。为农机企业提供全面、准确的价格行情、行业动态、标准法规、供求信息、实用技术等各种行业资讯。同时,为企业提供便捷的网络宣传平台——“农机宝”,确保企业把最新的发展动态信息及时对外公布,编发行业资讯信息 53 000 余条,制作具有行业特色的新闻、事件、企业、产品等专题 100 余个,为企业对外界的新闻发布提供一个最权威、迅速、便捷、有效的传媒工具。

三、电子商务平台

全国最大的农机电子商务平台之一。农机宝在线交易平台是国内第一家专业的农机电子商务平台,集多种媒介资源于一体的商务交易服务系统。它集合了传统媒体、网络媒

体及先进的信息技术,成为农机企业主流的在线交易信息平台。已发展金牌企业会员 5 800 余个,累计发布 18 大类,138 小类农机产品供求信息 22 000 余条。

四、互动社区平台

全国最大的农机行业互动社区之一。“农机宝”以互动网店为核心,为农机领域百万企业、千万商户提供农机网店、供求系统、“农机宝”即时通讯等全方位电子商务服务。为农民与农机企业之间架起了信息交互平台,提供了大量的农机产品、技术、政策、咨询等信息,而且这些信息服务都是免费的,深受农民和农机企业的欢迎,同时大大增强了单位农机推广职能的发挥,提高了单位的知名度。网站自 2005 年开始,已经累计服务农民 250 余万人次,农机行业人员累计浏览该网站 500 余万次。是目前国内唯一集电子商务、企业品牌推广和在线商务洽谈为一体的农业商务系统,凭借良好的客户体验和服务效果,网站连续四年获得农业部信息中心、中国互联网协会、中国电子商务协会授予的“中国农业百强网站”称号。

第三节 山东农机化信息网

一、网站简介

山东农机化信息网是由山东省农业机械管理办公室主办、具有公益性的农机化行业政府门户网站。1999 年开始筹建网站,2000 年 7 月正式运行,是全国最早的省级农机化

信息网站,已成为全省农业机械化信息搜集、整理、发布的重要平台。网站开设了政务信息、技术经济信息、市场供求信息等 90 多个栏目。

二、交流平台

2010 年以来,网站加大了应用系统开发力度,相继开通了农机推广目录申报、农机购置补贴管理等应用系统,为农机部门、科研推广机构、生产流通企业和广大农民、农机手搭建了一个信息实时交流的平台。网站以立足大农业、发展大农机、服务新农村为宗旨,坚持宣传、服务并重的原则,不断优化完善网站信息结构,增强服务功能,增加信息容量。长期以来向社会及时提供了广泛、有效的信息服务,在推进农机化、发展现代农业、建设社会主义新农村中作出了重要贡献。山东农机化信息网作为公益性的农机化行业政府门户网站,一直致力于山东农机化的政务宣传、市场引导、技术推广等服务。

三、网站特色

1. 栏目设置内容丰富、层次分明。网页布局结构合理,色彩搭配恰当,栏目设置内容丰富,信息容量大,集中体现出农业机械化的专业网站特色。既有突出工作重点的“工作导向”,又有理论性较强的“调研与论坛”,还有科普性的“实用技术”等。

2. 体系健全:山东农机化信息网与山东的 17 个市级和部分县、区农机信息网形成了一个地区性的农机化信息网络

体系,做到了资源共享。

3. 互动服务功能强大。2008 年起相继开通了农机推广目录申报系统、农机购置补贴管理系统,方便了农机企业、农机用户和各级农机管理部门间购置补贴信息的申报、交流和查询。

4. 信息来源广、量大、快捷。全省有一支高素质的信息员队伍,信息来源于全省 17 个市、130 多个县区、省内外重点农机骨干企业、有关大专院校和科研单位。网站年编发各类信息 12 000 多条,其中省内信息快报编发 5 000 余条,平均每天 20 条。主要栏目每日更新,快讯栏目即时更新,时效性强。

5. 网站访问量大。目前日访问量在 23 000 人次以上。

四、网站荣誉

网站已连续多年被农业部评为信息化先进单位,荣获“2007 年度山东省优秀网站”称号和农业部信息中心、中国互联网协会、中国电子商务协会先后授予的“2007 年中国农业百强网站”、“2008 年中国农业百强网站政府类 50 强”、“2009 年中国农业百强网站政府类 30 强”、“2010 年中国农业百强网站政府类 30 强”等殊荣。

第四节 其他重要农机网站

一、中国农机总网

中国农机总网(<http://www.nongjiwang.com>)是国内最

大的农机交易与门户型网站之一,从 2003 年开始就一直致力于农机电子商务的发展与应用。在迅猛发展的互联网世界中,中国农机总网创建了以网络营销与信息服务为基础的全新电子商务服务模式和互联网服务理念,目前已集 ICP(互联网信息服务提供)、IPP(互联网系统平台提供)和 ASP(互联网应用服务提供)于一体,为内燃机、农用运输车、农机具、畜牧机械、排灌机械、农副加工机械、电器仪表等农机企业提供从电子商务应用到业内资讯,从网站基础建设到基于互联网的商务推广、网络广告等多元化的一系列实用服务,是农机企业网络营销、网上推广、开拓市场、提高品牌价值、获取资讯、建设商务网络的最佳平台,能为客户带来大量的盈利机会。

根据美国亚马逊集团(Amazon.com)的权威电子商务网站流量统计机构 Alexa 统计数据,中国农机总网的排名在国内同行业网站中处于遥遥领先地位,始终稳居第一的位置,是目前国内访问量最大、最有影响力、最具权威性的农机交易与门户网站。

中国农机总网汇聚了一批出色的高级网络技术人员和高级网络商务人才,聘请了一批农机界成功人士及资深商贸专家,随时从各个方面、不同层面上关注农机动态,对农机市场进行分析和策划,科学预测农机未来走向、投资方向和前景。

中国农机总网依靠一支充满激情和创造活力的专业团队,以“不断创新、优质服务”为宗旨,以丰富的资讯为根本,

以卓越的行销团体为主体,以诚信、优质的服务为保障,采用国际前沿的管理模式为广大农机企业设计鲜明的互联网形象,使其快速、健康、可持续发展。

(一)网络服务

中国农机总网本着“为生产经营服务,为决策管理服务”的目的,建立权威的农机信息网络,为农机企业提供专业的网络服务。

1. 交易市场。中国农机总网的交易市场,拥有近5万条的供求信息,远远高于国内知名的综合性交易市场同类供求信息量,更高于国内其他所有专业农机网站的信息量。

2. 行业资讯。中国农机总网行业资讯频道设有近30个栏目,通过专业的信息处理流程,全面、快速、权威地发布农机最新动态、市场分析、行情综述、政策法规、技术创新、项目商情等业内资讯,快速报道业界重要事件,密切关注业内发展动态,分析透视业内现象,对全国农机进行全景式展示、立体化报道,真实反映农机整体现状和发展态势。

3. 网上家园。中国农机总网论坛是业内人气值最高的网络论坛,将天南海北的业界朋友紧密地联系起来,大家在这里可以畅所欲言、休闲放松,成为农机人士的网上家园,以文会友、以友促商成为社区网友的共识。

4. 网站建设。中国农机总网提供的网站建设一条龙捆绑式服务,实行国际国内域名、虚拟主机、VIP 邮箱、精美网页、电子商务平台一体化,架设在高速、稳定的专业服务器和

因特网主干道上,并利用中国农机总网进行宣传和推广,确保访问量不断上升。

5. 网络广告。中国农机总网立足于农机,服务于农机行业,在访问量、时效性、互动性、权威性、影响力等方面,拥有报刊等传统媒体无可比拟的优势。中国农机总网 90% 以上的用户是农机行业人士,包括内燃机、农用运输车、农机具、畜牧机械、排灌机械、农副加工机械、电器仪表等行业的管理、采购、营销等人员。这些用户将中国农机总网作为他们了解农机市场的首选信息来源。中国农机总网的广告可以将品牌、产品、企业形象等传播给最有效的高质量受众。同时,网络广告与传统媒体广告相比具有明显的价格优势,中国农机总网的广告在同行媒体中具有非常高的性价比。

(二)服务效果

农机生产销售厂商利用中国农机总网进行企业的形象宣传、产品销售,可以起到事半功倍的效果:

1. 能够节省大量的市场宣传和销售费用,网络推广的费用远低于报刊等传统媒介,但其覆盖面和效果又远高于传统媒介。
2. 能够准确寻找、联系、锁定买家。
3. 能够同时令多个销售对象获取更多的商机。
4. 能够获得大量、准确的产品需求信息,并可以得到实时的市场价格信息。

(三)利益共享

农机相关产品的需求企业,加入中国农机总网可以获得

如下好处:

1. 中国农机总网各专业栏目分类合理、品种齐全、信息量大,可以大量增加采购对象的可选择性,降低采购成本。
2. 中国农机总网能够使用户用准确的市场行情价格获得质量保证的采购对象。
3. 中国农机总网能为用户提供协助企业实现零库存管理在内的多种增值服务。

二、农机 360 网

北京诚信绿城广告有限公司是一家专门为客户提供市场营销推广服务的企业,诚信绿城旗下拥有农机 360 网(<http://www.nongji360.com/>)、《中国农机商情》、慧聪网·农机频道等行业媒体资源,搭建了农机行业专业的市场推广平台,为农机企业发布产品、技术、动态、资讯等信息提供服务,同时还为农机生产企业、流通企业及用户提供了电子商务平台,为企业开辟了在线交易的市场。农机 360 网是北京诚信绿城旗下的农机行业门户网站,以全方位的视角观察、剖析、报道行业发展动态。以全面、丰富的产品资讯为生产企业、流通企业、采购用户提供信息交互平台。立足于农机行业,服务于农业发展,为农业生产、流通和用户企业提供“贴近、贴身、贴心”的服务。

农机 360 网定位为我国农机行业的产品信息门户,为我国农机生产企业、流通企业及用户提供最为全面和丰富的产品信息,是企业及用户发布、查询、搜索产品的最佳平台,也

是行业目前唯一一个为企业和用户提供全面查询产品信息

的平台。

农机 360 网有助于互联网技术,为供应商、代理商、用户分别建立了发布生产供应、寻求代理合作、提供二手租赁、代理招标采购等商务服务,将传统的企业买卖搬上网络平台,为企业提供一个“市场”。农机 360 网聘请了行业各产品生产及流通领域的权威人士作为顾问,及时掌握行业发展趋势与动态,为行业企业及用户传播第一手资讯。《中国农机商情》是以“传播农机行业市场信息为使命,搭建企业销售推广平台为宗旨,促进农业机械产品流通为职责”的一本农机产品商情类刊物,是农机企业向用户传播信息和推广产品的重要渠道和高效营销方式,《中国农机商情》媒体优势主要表现在:刊物的内容以农机流通企业、用户采购时关注的产品信息为主体,向下游较为充分地传递生产企业的各种产品信息,刊物分类专业、编辑精细、查阅方便、图文并茂、印刷精美。

《中国农机商情》直邮的发行对象是经过严格筛选的行业生产、经销、采购三类企业人群中的有效受众,发行针对性强。

与传统期刊等待用户订阅不同的是,《中国农机商情》采取主动的发行方式,通过直邮、递送、展会派送等方式赠阅发行,可根据企业市场推广需求主动寻找有效受众。

由于受众的严格筛选,企业推广诉求的对象明确,广告命中率高,广告费用性价比高。

免费赠阅,可以根据每期重点推广的产品需要及时选择和调整有效受众对象(固定订阅对象的刊物是无法完成的)。

由于刊物的产品信息关注度高,可阅读人群面广,所以刊物的有效传阅率高,保存时间长,广告效果持久。慧聪网·农机频道是慧聪网与农机 360 网利用彼此优势共同合作打造的一个慧聪网农机专业频道。慧聪网作为中国电子商务网站的先行者已经成为行业 BtoB 网站的翘楚,聚集了几十个大行业数百个子行业的生产、经销和用户企业,通过慧聪网发布供应产品信息、征募代理商、实现网上贸易的企业已经达到几百万家,慧聪网也成为我国电子商务网站的最著名品牌之一。农机 360 网为了让农机企业在最短的时间内实现业内、业外的快速传播,与慧聪网结成了战略合作伙伴,在慧聪网平台上开辟了专业的农机频道,通过农机 360 网与慧聪网·农机频道的同步推广,为农机生产企业实现高效率的市场推广。慧聪网·农机频道具有的优势非常突出。

成熟的行业模式:慧聪网已经在 30 多个行业建立了行业专业频道,有了非常成熟的行业推广模式,每个行业都从企业产品、技术、资讯、市场等各个方面为企业提供推广服务,为经销企业和用户提供最为丰富的产品信息,其中提供销售服务的“买卖通”会员产品已经成为很多企业迈入电子商务的主要途径和工具。

成功的交易平台:慧聪网为企业及用户提供网络采购洽谈、采购会、买卖双方搭对服务、大用户采购等多种服务,是

买卖双方的交易平台,通过这个交易平台为生产企业捕捉市场机会,为用户企业寻找最为合适的供应商。这个交易平台已经得到了广大企业的广泛认可,是一个成功的交易平台。

充分的网刊互动:慧聪网是中国目前唯一一个能够为企业提供纸媒体和网络媒体充分互动、同步推广的网站品牌。慧聪网旗下各行业的商情媒体同时也是该行业主流的信息媒体,为企业提供了线上、线下全方位的市场推广服务。

我国要从农业大国走向农业强国任重道远。只有站得高才能看得远,《中国农机商情》携手农机 360 网于 2010 年 6 月出版《中国农业机械行业资讯大全》,旨在帮助企业更加全面、深入地分析我国农业生产发展趋势。与农机行业相关的众多数据统计分析、国家粮食安全中长期规划纲要、行业标准、行业法规、行业及企业发展大事记、行业管理机构(农机局、农机推广站)、行业流通渠道(经销商)等信息荟萃的《中国农业机械行业资讯大全》将成为企业全面掌握了解行业的一个重要工具。

三、农机商情网

农机商情是由 [www. njsq. net](http://www.njsq.net) 在其网络资讯的基础上,为回报广大注册用户而专门开辟的集资讯、政策、技术、市场、资料等为一体的电子杂志。

农机商情在传统栏目的基础上,增加了农机会展、科技推广、网站推荐、市场营销、企业风采、企业名片、供求信息、产品中心等多种互动栏目。各个栏目从不同侧重向用户展

示全国范围内的最新资讯及行业现状,协助用户洞悉业内热门话题、把握时代导向、领略前沿技术。

农机商情是目前农机行业以 DM 直投方式运作提供行业信息的商情类资讯服务商,以刊登收获机械、耕整机械、场上作业机械、农用运输、田间管理、植保、粮油加工、园林机械、畜牧机械、渔业机械、农机工具及配件、内燃机等信息为主,充分利用网站优势和商情杂志相结合的两大资源,为农机企业和用户提供一个快速获取信息的渠道,建立一供求交易平台。

农机商情栏目介绍。供求信息:及时提供业内一手的供应和求购信息,确保商机无限。展会信息:及时、准确地报道农机行业的专业会展,确保不会错过每一个展示自己产品的机会。行业资讯:报道最新行业动向,让用户随时掌握行业信息。政策法规:了解当前国家最新政策。业界访谈:介绍行业内的知名专家、学者,及知名的企业、企业家等。会员信息:发布会员单位的最新信息。产品信息:报道产品的规格型号和当前市场价格。市场营销:帮用户在市场推广的途中出谋划策。企业名片:在商海如云的市场中,让用户的名片随处可见,发掘无限商机。

农机商情的服务特色是:将现代化的网络媒体与传统媒体结合起来,即 www.njsq.net 与农机商情互动,利用杂志的传播优势和影响力扩大网络宣传。配合网站在杂志上刊登信息等渠道同时传播。其目标是为企业创造更多商机。

农机商情力求提供最有价值的信息,反映极具深度的思

想和观点。愿与用户共同努力,推动我国农机行业数字化和信息化,助力我国农机行业腾飞。

四、中华机械网

1. 网站简介。主办者杭州垂直互动科技有限公司为行业领先的 B2B 电子商务公司。垂直互动的总部设于杭州,网站本着诚信、专业、热忱的宗旨,与合作伙伴们共同发展壮大。中华机械网一直致力于为机械行业中小企业买家、卖家提供各种专业化服务和解决方案,是中小企业开拓国内、国际市场的首选网上贸易平台。

依托于浙江省丰富的行业资源,中华机械网经过近十年来的积累和沉淀,目前已经发展成为国内最大的机械行业门户网站,是我国行业网站发展的杰出代表。中华机械网以其强大的技术力量、完善的服务体系、丰富的网站资源,在网络飞速发展的今天,正逐步树立其机械行业网络媒体的领先地位。

2. 旗下网站。垂直互动旗下经营的行业网站有:

农业机械网(<http://www.nyjx365.com>):是国内新兴的农业机械网络平台,主要服务于广大的农机商家,为农机商家提供农机的供求信息,农机产品报价,农机产品,维修保养知识,农机最新的资讯,农机商家的网站建设。目标是打造中国领先的农业机械行业门户。

中华机械网国际站(<http://machine365.com>):集中服务全球的机械进出口商,面向全球机械商人提供专业服务,

为中国优秀的机械出口型生产企业提供在全球市场的专业推广服务。

中华机械网中国站 (<http://machine365.com.cn>): 集中服务中国大陆本土的机械贸易商。

汽配在线 (<http://qpzx.com>): 国内最具权威的汽配行业电子商务网站, 是汽配行业人群获取贸易信息和资讯的首选网络平台。为全国汽配企业提供网上贸易服务, 是汽配行业人群获取贸易信息和资讯的首选网络平台。

垂直搜索: 国内最大的 B2B 电子商务网站搜索引擎, 行业分类门户, 企业上网首选。

中华机床网 (<http://jc6868.com>): 中华机械网下属机床行业的网上交易平台, 中国机床工具行业领域最专业、最具规模的 B2B 电子商务服务站点。

中华五金网 (<http://www.zhwj365.com>): 中国五金行业网络文化的先驱, 中国五金行业综合门户网站的忠诚捍卫者。

中华轴承网 (<http://www.zhzc365.com>): 利用先进的网络技术以及网下的地域服务优势, 突破传统商务中的信息流、物流和资金流在时间、空间上的局限, 提升交易机会、降低交易成本、提高企业的市场竞争力。

中华泵阀网 (<http://www.zhbf365.com>): 以独特的模式为行业用户提供丰富的服务, 满足用户全面的营销推广需求。便捷快速的网络交易平台, 建立了庞大的信息服务体系, 是泵阀领域最具影响力的权威网络媒体。

中华模具网 (<http://www.zhmjw.com>): 以华北、华东、

东北、华中、华南、西南、西北、港澳台等地区为中心,辐射周边及全国各地进行沟通交流,为广大网友提供最权威及时的模具资讯,为模具行业经销商提供全面的信息服务。

橡塑设备网(<http://www.xssbw.com>):是一家致力于橡塑设备信息交易的 B2B 综合性门户网站。网站面向全球提供橡塑设备供求信息、设备报价和行业资讯服务,是橡塑设备商家和厂家快速实现设备资源最大、最有效利用的推广平台。

包装机械网(<http://www.21bzjx.com>):充分利用互联网的优势,采用独特的“网络+刊物”的经营模式,面向全国乃至全世界,为企业客户提供网上、网下多种形式的专业贸易服务。为国内外包装机械及其相关企业进行产品贸易、信息交流架设互动桥梁。

纺织机械网(<http://www.fzjx365.com>):是中国纺织机械制造企业的家园,也是全球纺织机械用户的乐园。致力于成为全球最大的纺织机械行业 B2B 垂直电子商务网站,成为全球纺机市场动态的观象台。

化工设备网(<http://www.hgsb365.com>):信息丰富、功能强大的 B2B 电子商务服务平台,是化工设备行业权威的信息发布平台。

食品机械网(<http://www.spjx163.com>):依托杭州垂直互动科技有限公司丰富的信息服务经验和互联网领域的雄厚实力,已成为食品机械行业最大的专业网站。提供丰富的服务,满足用户全面的营销推广需求,便捷快速的网络交易平台,最大限度地扩大服务的广度和深度。

工程机械网 (<http://www.21gcjx.com>): 中国工程机械企业上网首选网站, 电子商务应用与企业信息化首选合作伙伴。提供企业网站制作及维护、企业电子邮箱服务、互联网品牌推广、产品手册编制、企业 VI 设计、互联网贸易等为中国工程机械行业量身定制的各类优秀的产品及服务。

中华电子网 (<http://www.zhdz365.com>): 作为专业的电子产品交易平台提供商, 中华电子网秉承“沟通世界 (Connecting the word)”的概念, 服务于电子领域, 为广大中小企业提供专业、优质的增值服务。

机械加工网 (<http://www.jxjg365.com>): 中国产品供应商和全球采购商之间建立起的一条快捷方便的信息通道。拥有世界最先进的在线建站与电子商务相结合的网上交易市场和商务交流社区。是全球企业间 (B2B) 电子商务的著名品牌。

二手机械网 (<http://www.esjxw.com>): 国内最具权威的行业电子商务网站。

机械库存网 (<http://www.jxkc365.com>): 国内最具权威的行业电子商务网站。

3. 网上社区。众多电子商务交易市场形成一个拥有来自 240 多个国家和地区的 150 万名注册用户的网上社区。一是拥有超过 150 万的注册会员和企业用户。二是收录国内外企业 100 万余家, 产品 480 万种。三是网站日均访问量超过 500 万人次。四是持续位居 Alexa 网站全球排名 3 000 位左右。五是 Google 上的 PR 值达到 7, 被标注为非常受欢

迎的网站。

4. 发展历程。2001 年 12 月垂直科技成立,同期推出中华机械网;2002 年 10 月推出“机械通”服务,帮助企业通过互联网寻求潜在贸易伙伴;2002 年 12 月中华机械网推出“关键词”服务;2002 年 12 月并购“中国汽配专线”,经重新策划定位,成功改版并更名为“汽配在线”,全面提供汽配市场即时信息;2003 年 2 月推出客户品牌推广展会服务;2003 年 2 月中华机械网纸质媒介《中华机械》杂志隆重推出,每期发行量 2 万份,面向全国机械行业人士免费提供;2003 年 6 月推出新软件《中华机械企业名录》,提供在线更新企业数据。2004 年 12 月成功推出垂直搜索,是目前国内最大的 B2B 电子商务网站搜索引擎;2005、2007 年中华机械网先后两年被评为“中国行业电子商务网站 100 强”;2008 年 5 月中华机械网精心打造的网站行业细分频道——中华机床网成功上线,首次实现了机床类资讯与网站其他综合信息的分离;2008 年 10 月企业建站功能升级,针对中小企业特点,推出“建站通”服务,以其功能强大、服务完善、费用低廉等优势,为广大中小企业提供完美的服务;2009 年 3 月在中华机械网中国站推出企业“品牌推广”服务;2009 年 6 月中华机械网被认定为杭州市第三方电子商务平台;2009 年 7 月中华机械网成功改版;2009 年 9 月推出词排名广告服务;2010 年 2 月汽配在线成功改版;2010 年 3 月中华机械网精心打造的网站行业细分频道:中华五金网、中华轴承网成功上线;2010 年 4 月中华机械网行业细分频道:中华泵阀网、中华模

具网、橡塑设备网、包装机械网、纺织机械网、化工设备网、农业机械网、食品机械网、工程机械网、中华电子网、机械加工网、二手机械网、机械库存网成功上线;2011年2月中华机械网推出新功能,“万用密宝·久安”文档安全管理系统(简称“数据加密”)。中华机械网简体版:是国内最大的机械行业电子商务网站,致力于为企业提供专业化、个性化、人性化的服务,是国内外企业、经贸公司开拓国际市场的贸易平台。

第八章

农机主要网站解说

一、中国农机推广网

<http://www.came.agri.gov.cn>

农业部农机推广总站 2007 年创建的“中国农机推广网”，旨在推进中国农机推广信息化建设，充分利用网络宣传覆盖面广、形式多样、快捷有效的特点，拓展服务领域，改善服务手段，提升服务能力，大力推广农机化重点技术，促进农机化又好又快发展，为发展现代农业，推进社会主义新农村建设作出新贡献。

中国农机推广网的发展目标是构建以中国农机推广网为主渠道的全国农机推广信息发布平台，加大农机技术宣传力度，宣传落实农机具购置补贴等中央支农惠农、扶持“三农”的政策措施，帮助机手、农户通过网络了解相关政策法规和技术、产品的生产和推广信息。构建以中国农机推广网为重要手段，广泛联系政府、企业、农民的信息桥梁，充分发挥农机推广机构的体系、网络、技术优势，强化公共服务职能，丰富推广内容，拓展推广领域，跨越时空限制，大力推广农机化重点技术，提高农业机械化水平和农业生产能力。构建以中国农机推广网为门户，各地农机推广网相互贯通、资

源共享的全国农机推广信息网络,增强体系凝聚力,共同打造农机推广信息资源品牌。

中国农机推广网包括推广新闻、重点项目、产品名录、企业名录、政策法规、大家博客、在线订购等栏目。

中国农机推广网根据目前行业网站发展的最新趋势,首次引入了资源整合、信息共享的信息管理模式,结合目前互联网中最先进的 RSS2.0 信息整合技术,逐步实现了农机推广系统网站的新闻同步更新。开发了产品库、企业库、法规库三个专业性较强的信息库,目前共收集了 29 大类、140 个小类的 1 400 多种农机产品,国内大型农机企业 100 家、国际知名企业 60 家及其产品图片 1 000 余张,与农机行业相关的国家、地方法规 530 多条。网站一改传统的“发布—接收”式的信息传递方式,通过博客系统增强了网络信息传播的互动性,打造出一个氛围良好的专业信息交流平台。

中国农机推广网是农机行业官方门户网站之一。网站以政策宣传、技术指导、工作协调、企业宣传等多种特色逐渐成为农机行业最受欢迎的主流媒体。网站日点击量 2 万余次,日更新新闻 200 余条,成立 3 年以来不断创新,以用户利益为己任不断为企业、农机手创造广泛的价值。

首页主要栏目:行业新闻、购机补贴、推广工作、地方信息、社会化服务、企业名录、政策法规、大家博客、总站介绍、通知公告、重点项目、实用技术、市场动态、农机化成效、产品名录、农机统计、精选资讯。

二、中国拖拉机网

<http://www.tuolajien.com>

中国拖拉机网是中国拖拉机行业 B2B 电子商务网站,提供拖拉机供求、农机供求、二手拖拉机、拖拉机配件、拖拉机价格、农机补贴、拖拉机技术、拖拉机维修、农机资讯、农机具供求、拖拉机行情等信息。

作为一个专业的拖拉机网站,不仅能够全面地给网民提供相应需求信息,而且努力打造成大型的拖拉机 B2B 电子商务网站。

首页主要栏目:供应、求购、行情、展会、资讯、知道、拖拉机宝典。

供应:拖拉机主机、拖拉机配件、覆盖件/机罩、轴承齿轮类、农机配件、农机具、收割机。

求购:拖拉机主机、拖拉机配件、覆盖件/机罩、轴承齿轮类、农机配件、农机具、收割机。

行情:东方红拖拉机价格、福田欧豹拖拉机价格、其他品牌拖拉机价格、农机具价格。

公司:拖拉机生产商、拖拉机经销商、农机生产商、农机经销商、零部件生产商、零部件经销商。

展会:展会预告。

资讯:农机补贴、产品信息、市场行情、拖拉机维修、故障分析、技术动态。

企业动态:行业信息、政策法规、农机宝典、10 年农机补

贴目录。

拖拉机宝典:轮式拖拉机、履带拖拉机、手扶拖拉机、农机具。

三、中国植保机械网

<http://www.zhibaojixie.com>

中国植保机械网是一个专业研究和报道国内外植保机械市场行情的权威性专业网站,全方位地报道植保机械相关信息。网站以最快的速度报道国内外植保机械生产厂家的出厂价、各地市场价,国内、国际动态及相关信息,为广大会员单位提供真实、有效、及时的植保机械信息。其服务对象是国内植保机械配件生产企业、管理机构及各地专业的植保机械经销公司、植保机械制品生产企业。

网站的信息来源于广大的会员单位——植保机械生产企业的销售人员及流通环节的营销人员,他们都是行业内的从业者,站在植保机械行业销售的第一线,从业经验丰富、谙熟行业的各个细枝末节,对市场的冷暖变化最先感知,也最有发言权。网站有一支精干专业的职工队伍,主要工作人员都是多年从事植保机械及油品营销的专业人士,对我国的产、需及进出口情况比较了解,并且积累了大量的基础资料。

1年多来的实践证明,有全国绝大多数植保机械生产企业及各地大型植保机械经销公司的加盟,有网站专业人员认真务实的工作,中国植保机械网有能力迅速捕捉市场的变

化,站在客观、公正的立场上,如实反映、分析变化中的市场,并有能力对随后市场的走势做出正确的分析和预测,为广大会员单位的营销决策提供强有力的帮助。

填补国内植保机械行业的互联网空白,提供最新的植保供求信息平台,打造植保行业的航母是网站的不断追求。

首页主要栏目:新闻、供求、产品库、企业库、行业资讯、求职招聘、展会、发布信息、本站服务。

四、农机展览网

<http://www.nj-z.com>

农机展览网是全国最大的专业仪器农机服务网站之一,为全国几十万农机企业提供权威的资讯信息及专业的采购交流平台。

农机展览网汇集了全国仪器农机行业内的生产厂家、经销商和采购单位在这里洽谈商务、在线交易。农机展览网日访问量达到8 000人以上,日页面访问量达到5万次,月页面访问量达到100万次。

农机展览网不仅提供行业展会资讯,发布权威专业技术文章,更为企业提供一整套解决方案。从最初的网站建设,到后期的搜索引擎的优化,行业网站的推广,不仅为企业带来更多网站流量,更能将流量转化为实实在在的订单,真正实现了一站式网络营销。目前,农机展览网已为18 000多家企业会员服务,网站上参展农机产品也达到200 000种。

农机展览网依托强大品牌以及雄厚技术、优质服务、良

好信誉、完善售后支持,为企业提供最优质、周到、专业的服务,为企业最大限度地创造效益。

网站特色。顶级域名:为企业提供最顶级的独立域名,全面提升企业形象。个性网站:专业网站策划人员为企业设计独具特色的网站,更彰显企业特色。在线沟通:在线沟通工具,绝不放过任何商机。详细统计分析:后台详细的日统计、月统计分析系统,最好的高级营销专家。搜索引擎优化:通过专业人员为企业网站进行关键系优化,使百度、google、雅虎等搜索引擎关键词排名上升,快速提升网站流量。行业网站推广:行业网站黄金展位、广告位以及优先排名,全面提升推广效果,提升企业品牌实力。

网站的优势来源于专业与热忱,“为客户赢利”是网站追求的目标。网站拥有雄厚的技术力量、优质的服务、良好的信誉以及完善的售后支持。今后,网站将利用技术和专业资源优势,全面提升专业化服务水平,打造全国垂直类 B2B 电子商务的著名品牌。

五、中国食品机械设备网

<http://www.foodjx.com>

中国食品机械设备网成立于 2004 年,是领先的食品机械行业门户网站,主要面向食品通用设备、食品专用机械、食品包装机械、食品检测仪器等领域的专业用户。致力于为食品机械行业提供专业化的信息服务和网上沟通的平台,力争成为食品机械行业第一媒体,以信息化带动整个行业的

发展。

立足行业6年多的运营,中国食品机械设备网积累了卓越的服务经验和数据庞大的客户资源,已拥有个人注册会员30万名,企业会员40 000余家,遍布全国30多个省市和28个国家、地区。依托杭州百站网络科技有限公司丰富的信息服务经验和互联网领域的雄厚实力,已成为食品机械行业最大的专业网站之一。

中国食品机械设备网以独特的模式为行业用户提供丰富的服务,满足用户全面的营销推广需求,便捷快速的网络交易平台、专业食品机械信息、行业展会等线上线下多渠道结合,最大限度地扩大服务的广度和深度。网站与国内外媒体保持密切合作,建立庞大的信息服务体系,是食品机械领域最具影响力的权威网络媒体。

品牌优势:中国食品机械设备网面向食品机械行业,是为行业生产商、供应商、采购商提供一站式商务服务的电子商务网站。成功运营6年多,中国食品机械设备网已成为国内食品机械领域最具商业价值和品牌影响力的电子商务专业网站,拥有近500万条行业信息,与国内外知名网站达成战略合作联盟,为信息交互传播,建立了庞大的信息服务体系。

针对性强:90%浏览者都是食品机械专业人士,垂直行业门户目标人群集中,便于精准营销。

用户活跃:网站用户对食机产品的采购和宣传有极强的参与意识,活跃于资讯、技术、商机等各个页面,日均页面访

问量(PV)超过100万。

广告价值高:中国食品机械设备网是食品机械采购商、供应商获取商机、推广产品、建立品牌的重要途径,50万专业注册用户,对客户广告频繁浏览,广泛传播,广告信息可直达最具购买力的专业买家。

首页主要栏目。食品包装机械网、食品饮料机械网、食品肉类加工网、食品米面机械网、休闲食品设备网、食品烘焙设备网、食品果蔬机械网、食品制冷设备网、食品干燥设备网、食品检测仪器网。精选:灌装机、面条机、脱皮机、制粒机、干河粉生产线、油炸机、包装机、脱毛机、杀菌机、啤酒瓶输送机。产品、商机、企业、资讯、技术、展会、访谈、品牌、书籍、招商、人才、新品。热门关键字:干燥设备、榨汁机、打浆机、气调机、混合机、食品干燥机、纸箱包装线、烤鸭炉、济南微波、科弘微波、搅拌机、干燥机、离心机、膨化机。

六、中国畜牧设备器械网

<http://www.fea366.com>

中国畜牧设备器械网专门为我国畜牧设备器械产家与产家、产家与经销商、产家与客户、经销商与客户提供网络信息桥梁。网站主要访问者是畜牧设备器械产家、经销商、规模化猪场及相关行业的产家及人士。网站以服务企业、整合行业、服务社会、建立畜牧设备器械行业电子商务为最高目标,以为企业降低销售成本、扫除信息障碍,为扩大养殖场提供更多的产品信息服务为己任。

网站使命:人管设备,设备管养,选好设备,养殖不累。
网站目标:做全球最专业的畜牧设备网站。**服务宗旨:**全心全意服务于社会。**精神:**勤奋、团结、创新、坚持不懈。**价值观:**贡献、双赢。

首页主要栏目:行业动态、设备器械、企业黄页、行业会讯、畜牧专题、畜牧专家、养殖技术、养殖场、畜牧人才、网站建设、畜牧杂志、论坛等。

七、中国挤奶机网

<http://www.milkingmachines.com.cn>

中国挤奶机网是反映国内外挤奶机发展动态、提供综合性信息服务的专业化行业门户网站,网站目前设有:挤奶设备、挤奶机配件、挤奶机品牌库、农机补贴、行业动态、挤奶机相关技术、供求信息、会员服务等。网站目前主要采用会员制方式提供服务。

随时更新的国内外挤奶机业新闻、企业动态、科技交流等信息,成为业内人士全面掌握国内外挤奶机业动态的重要参考数据,为挤奶机厂家提供技术服务。随着中国奶业经济的高速发展,信息沟通越来越重要,中国挤奶机网将全力以赴,与社会各界精诚合作,以促进中国奶业、挤奶机行业的健康发展为宗旨,为国内外奶业信息沟通建立管道和平台。

首页主要栏目。找供应、找求购、找服务、找产品、找公司、找工作、找展会。行业资讯:文章资料、诚信会员、行业论坛。供应、求购、服务、产品、公司、招聘、展会。推荐产品:最

新产品、热门产品。推荐招聘、推荐资讯、热门文章、推荐展会、热门帖子、行业品牌。

八、中国农机设备总网

<http://www.nongjx.com>

中国农机设备总网成立于 2005 年,是一家大型的农业机械行业门户网站,主要面向农业机械、畜牧机械、农副加工机械、渔业设备、园林机械、农资及农产品等领域的专业用户创建全球网络营销服务平台,致力于为国内外农业机械及相关企业搭建信息互动的桥梁,为客户实现商机。

立足行业 5 年多的运营,中国农机设备总网积累了卓越的服务经验和数据庞大的客户资源,企业会员 20 000 余家,遍布全国 30 多个省市和 28 个国家、地区,日均页面访问量(PV)超过 100 万。现已成为农机行业最大的专业网站之一。

网站首页主要栏目。收获机械设备网、粮油加工机械网、农副加工机械网、畜牧机械设备网、灌溉机械设备网、园林机械设备网。植保机械、养禽机械、耕整机械、运输机械、种子机械、种子精选机械、饲料加工机械。内燃机械、检测仪器、屠宰机械、渔业设备、食品机械、棉花加工机械、大米加工设备。资讯:产品库、企业库、商机技术、展会、访谈、品牌、新品、招商、人才、样本、产品、求购、企业。热门关键字:种子机械、播种机、收获机械、耕整机械、粮油机械、灌溉设备、畜牧机械、饲料加工机械、气动阀门、园林机械、滴灌设备、内燃机、喷灌设备。

九、中国农用机械信息网

<http://www.nyjxw.com>

中国农用机械信息网是为广大农民、农村用户提供的—个农业类信息网站平台,提供了全国各地农业信息等资讯。

网站首页主要栏目。新闻中心:综合要闻、各地动态、政务动态、农机化促进法。管理机构:地方机构、农机化司、直属单位、相关机构。政策法规:国家政策法规、地方政策法规、国外政策法规。农机质量:质量动态、质量公告、农机质量标准、科教推广。科技推广动态:国家支持推广农机目录、秸秆综合利用、国家补贴公告。安全监理:安全监理动态、安全知识、监理风采。市场信息:市场要闻、市场论坛。农机服务:服务动态、农机修理动态、农机维修技术。国际交流:国际交流动态。农机统计:统计动态。产品介绍:通宙齿轮厂,福田欧豹。

十、中国温室网

<http://www.chinagreenhouse.com>

中国温室网是中国影响力最大的设施园艺 B2B 媒介平台之一,成立于 2000 年,迄今已是国内影响力最大、产品线最全、拥有注册用户数最多的垂直媒体。截至 2008 年 12 月,访问量已达到 600 万,总注册用户超过 12 万,每日影响超过 5 万的采购用户,成为全国园艺产品购买者和应用者的首选参考网站。为全国各地企业及商家提供最有力度的商业资讯传播,影响力覆盖全中国及包括欧洲、非洲、美国、日

本在内的国外市场,被视为业内最优的网络传播平台之一。

《温室园艺》杂志 - 由华科资源 Richland Sources 与农业部规划设计研究院合作,共同创办。专注于现代设施园艺技术,走市场化的道路,服务于行业,深入一线服务。

中国温室园艺 E 资讯——每周以电子邮件的形式,定向发送到 4 万多个邮件地址。提供关于中国内地等地最新产品、供应商和行业的新闻资讯速递,时刻领先于竞争对手。

华科资源 Richland Sources,专注于现代设施园艺产业,通过垂直门户网站(中国温室网)、杂志(《温室园艺》)、邮件列表(中国温室园艺 E 资讯)、专业会展及广泛的人脉网络,为市场提供包括花卉、观赏植物、蔬菜、水果、温室及园艺设备、肥药、安全等在内的专业信息资讯服务。因为网站提供有价值的信息资讯服务,所以吸引了大量的消费者和潜在用户,因此网站成为产品供应商和采购商倚重的市场推广平台。作为领先的专业垂直互动媒体,多年来坚持以原创为主,为客户需求提供增值的信息服务,与门户网站、搜索引擎共同形成服务于行业生产者和消费者的完整价值链。

首页主要栏目:商城、资讯、商情、文库、企业、会展、人才、论坛、《温室园艺》、搜索。成套温室、温室资材、温室配套系统、园艺资材、园艺机具、灌溉设备、花卉种子/苗、蔬菜种子/苗、出版物、其他。

十一、灌溉网

<http://www.irrigation.com.cn>

灌溉网隶属于北京灌溉网络科技有限公司,致力于为灌溉行业服务,为生产型企业、贸易公司、工程企业、园林绿化企业、政府节能部门和从业者提供丰富的业内资讯、供求信息、招投标信息、网上交易平台、网络应用解决方案及增值服务和社区交流平台。

灌溉网是中国水利企业协会灌排设备企业分会官方战略合作伙伴。

未来,灌溉网将作为集媒体、信息、培训、推广、活动为一体的专业服务平台,为推进我国节水灌溉事业和支持环境产业发展发挥积极的作用。

灌溉网大事记:2011年1月灌溉网荣获第七届中国农业百强网站评选“最具成长力网站”称号;2011年1月灌溉行业首个实名社区点滴吧正式上线;2010年11月灌溉网全程报道中国水利企业协会灌排设备企业分会黄山年会;2010年9月灌溉网与中国水利企业协会灌排设备企业分会确立战略合作伙伴关系;2010年7月灌溉网成为2010北京现代农业论坛指定唯一网络支持媒体;2010年7月灌溉网总经理在北京现代农业论坛发表灌溉行业电子商务发展主旨演讲;2010年6月灌溉网成功改版上线。

首页主要栏目。在线商机、供应、求购、产品、招标。资讯中心:国内、国际、周刊、专题。灌溉企业:分类、品牌、访谈、样本、工程。灌溉知识:技术、问答、论文、下载、图库。展会频道、人才频道、行业协会。点滴吧、专家、企博、俱乐部。农业灌溉、抗旱物资、园林灌溉、管材、管件、水泵、电机、自动

控制、过滤、施肥、喷泉、喷雾、工矿除尘、园林机械、辅助设备、生产设备。

十二、中国棉机网

<http://www.cnmjw.com/>

中国棉机网是中国权威的棉花机械行业门户网站之一，一直致力于为中国乃至全球的棉机企业提供最有价值的专业资讯服务，推动棉机贸易的发展。

依托丰富的资源渠道，凭借人才、技术、管理等方面的优势，中国棉机网秉承“服务信息时代行业”的企业信念，以真诚的服务、高效的信息赢得了业内人士的信任，中国棉机网也得到了高速的发展。

中国棉机网的会员享有包括行业资讯及供求信息提供、业内专业推广、网络广告、行业电子信息期刊与产品信息发送等整套专业服务，并且还在不断推出新的服务。中国棉机网凭借其丰富的行业信息、多元的资讯渠道、强大的合作联盟，为新时代的棉机企业提供专家级的信息资讯和市场推广服务。

作为行业内权威性的信息平台 and 电子商务平台，中国棉机网注重信息的独家性与时效性。中国棉机网提供最新的市场行情及行业资讯。

中国棉机网本着服务于棉机行业的宗旨，不断创新，为用户提供更多、更丰富的专业资讯服务。

首页主要栏目：会员中心、支付方式、联系我们、新闻动

态、产品展示、锯片中心、配件中心、二手交易、企业黄页、网站建设。棉机产品、棉机配件、二手棉机、行业新闻、政策法规、仓储式直销、棉机锯片、企业特别推荐、配件中心、棉机常识、产品推荐、网站介绍、广告服务、友情链接。

十三、畜牧工程机械网

<http://www.xmgc.cn>

畜牧工程机械网是由中国畜牧工程学会主办、北京华牧智远科技有限公司承办的专业性门户网站。畜牧工程机械网主要设置：产业要闻、行业技术、行业会讯、行业关注、专家介绍、人才中心、论坛交流、企业新闻、企业管理、企业经验、企业名录、供求信息、建场设计、机械使用、环控机械、温控机械、通风机械、草场机械、饲料机械、饲喂机械、饮水机械、笼床栏具、挤奶机械、孵化设备、仪器工具、粪污机械、消毒机械、屠宰机械等栏目。

畜牧工程机械网主要为畜牧工程、机械行业人士、产品制造企业以及养殖企业提供行业信息、企业品牌、产品展示等综合性服务。畜牧工程机械网能够使畜牧机械企业以图片和文字等多种方式展示新老产品、展示企业品牌和企业发展动态，使畜牧养殖企业能够通过一览畜牧工程行业的各类畜牧机械产品来遴选所需设备，使行业专家人士能够借此专业平台交流发展信息，从而达到“为畜牧工程行业服务、为畜牧机械企业服务、为畜牧养殖企业服务”的三向服务目的。

畜牧工程机械网以跟踪畜牧产业动态信息、畜牧工程行

业的技术和成果信息、畜牧机械企业的产品信息为工作核心,引导畜牧机械企业基于畜牧产业展望畜牧工程行业、基于畜牧工程行业谋划企业自身发展,将网站发展成为“行业信息中心、企业服务平台”。

十四、中国挖掘机网

<http://www.wjjw.cn>

中国挖掘机网是专业领先的 B2B 挖掘机行业交易平台。深圳市克特网络有限公司自主研发运营的中国挖掘机网和全球挖掘机网,专业致力于机械工程行业的网站服务,是专业的挖掘机电子商务平台。

首页主要栏目。资讯中心:行业动态、行业分析、企业动态、海外动态、企业访谈、租赁资讯、数据分析、政策法规、品牌专栏、建设工程、新品上市、招标信息、展会中心、技术交流。产品库:整机品牌、配件类型、附属装置、发布产品。整机市场:挖掘机供、挖掘机求购、挖掘机招商、挖掘机产品展示、技术交流。二手市场:二手挖掘机供应、二手挖掘机求购、二手挖掘机招商、技术交流。挖掘机配件:挖掘机配件供应、挖掘机配件求购、挖掘机配件招商、挖掘机配件展示、技术交流、维修技术交流。企业库:整机企业、配件企业、附属装置。挖掘机租赁:挖掘机出租、挖掘机求租、租赁行情、租赁法规、招标信息、租赁资讯、发布租赁、租赁搜索。招商代理:整机招商、配件招商、二手招商、附属装置招商、发布代理。行业展会:国内展会预告、国外展会预告、展会回顾。挖

掘机专题:新闻专题、展会专题、企业专题、产品专题。**人才招聘:**招聘信息、求职信息、发布招聘信息、发布求职简历。**技术交流:**热点问题、解决问题、已解决问题、我要提问、专家咨询、技术资讯、技术讨论。**挖掘机书店:**热卖图书、精品图书、最新图书、图书分类。**网站建设:**网站套餐、建设流程、网站报价、成功案例。**挖掘机论坛:**讨论专区、技术交流、休闲娱乐、家园空间。**企业服务:**商务通、广告投放、网站建设、挖掘机网刊。**其他服务:**项目培训学校、拍卖进口、技术资料。

十五、中华标准件网

<http://www.bzjw.com>

中华标准件网建立于2003年,是杭州金雕科技有限公司旗下的网站之一,依托其核心互联网产品财富宝,通过专业服务及先进的网络技术,为标准件企业搭建专业的供需平台,提供全方位的电子商务服务。目前凭借着准确的定位,专业的研发团队,强大的硬件支持和完美的服务,中华标准件网已成为国内领先的标准件行业第一门户。

作为中国地区标准件网站的第一品牌,中华标准件网通过开展深入的营销和服务,短短几年时间聚集了行业内最庞大的供需用户群和最专业的技术论坛专家,成为标准件行业最有价值的营销平台和最高人气、最高水准的交流平台,得到国内外众多供应商、采购商的关注和重视。

中华标准件网不仅依托财富宝为用户提供周到的网上营销解决方案,还充分利用雄厚的传统营销模式——展会、

供需见面会,开展多渠道的网上为主网下为辅的全方位服务,真正实现了网上网下结合、互动。

让企业走向网络,让网络汇聚企业,网站深信:雄厚的技术+完美的服务+广大用户的支持=100%的成功,中华标准件网愿以更专业的水准,更贴心的服务,为企业的发展尽一份力量,为企业的壮大出谋划策。网站期待与用户携手不断开拓创新,营造更多网上贸易奇迹。

首页主要栏目。设备、展会、知识、人才、论坛。供货、求购、企业、标准查询、资讯、热门搜索。发布求购、发布供货。财富宝、广告服务、网络、电子书刊、全方位推广、优质采购信息。

十六、中国农业仪器网

<http://www.top17.net>

中国农业仪器网由浙江托普仪器有限公司主办。中国农业仪器网为广大科研人员提供农业仪器的选型。在网络的建设 and 应用上,公司也一直走在行业前列。在继中国种子检验仪器网(<http://www.seed17.net>)和中国粮油仪器网(<http://www.grainyq.com>)后,于2003年建立中国农业仪器网,为农业工作者建立了网上信息获取和交流的平台。

浙江托普仪器有限公司坐落于美丽的西子湖畔,国家重点旅游城市——杭州市,是一家集科、工、贸为一体的综合型高科技企业。公司一直致力于土壤、气象、种子、植物生理、环境、粮油食品检化验等相关农业检测仪器的研发、生产和

销售。多年来公司研发生产了百余种农业专用仪器,产品销往全国各地并远销欧洲、东南亚、非洲等地。在农业、林业、气象、水利、环境、农产品检测等领域得到了广泛的应用和普遍的好评。在国内已形成系列产品最齐全、专业化程度最高、系统软件集成最丰富,并具有多项自主知识产权的农业专用仪器研发、生产基地。

业精于专,方显卓越。网站将进一步集中企业优势,以更先进的产品,更过硬的质量,更优惠的价格,更全面的服务来赢得用户长久的青睐。与时俱进,开拓创新,浙江托普仪器有限公司必将为我国农业仪器行业作出更大的贡献。

首页主要栏目:仪器大全、仪器配置清单、下载中心、技术文章、行业动态、售后服务、托普风采、托普简介、仪器搜索、文章搜索、下载搜索;土壤养分速测仪、面积测量仪、土壤水分速测仪、叶面积测量仪。

十七、慧聪农机网

<http://www.nongji.hc360.com>

慧聪农机网(HK8292)成立于1992年,是国内领先的B2B电子商务服务提供商,依托其核心互联网产品买卖通以及雄厚的传统营销渠道——慧聪商情广告与中国资讯大全、研究院行业分析报告,为客户提供线上、线下的全方位服务,这种优势互补、纵横立体的架构,已成为中国B2B行业的典范,对电子商务的发展具有革命性影响。

2003年12月,慧聪农机网实现了在香港联交所创业板

的成功上市,为国内信息服务业及 B2B 电子商务服务业首家上市公司。2009 年 2 月,慧聪农机网顺利通过 ISO9001 质量管理体系认证,成为国内首个引入该标准的互联网公司。目前,慧聪网注册用户超过 960 万,买家资源达到 900 万,覆盖行业超过 70 余个,员工 2 600 名,是国内最有影响力的互联网电子商务公司。

首页主要栏目。出口服务、买卖通、金榜题名、慧聪发发、我的商务中心、帮助中心。购机补贴、农机专题、权威访谈、中国农机商情、资讯、技术、访谈、展会、人才招聘社区、博客、贴吧。农机产品搜索:拖拉机、三轮车、播种机、收获机械、碾米机、滴灌设备。产品专栏:种植业机械、拖拉机、内燃机、运输和工程机械、排灌机械、加工机械、畜牧业机械、园林机械。

十八、天津农机信息网

<http://www.tjnj.gov.cn>

天津农机信息网为天津市唯一一家农机行业网站。网站自运行以来,积极围绕为全市农机系统提供一个巨大的信息发布平台的建设宗旨,及时发布有关农机信息、政策法规、工作动态,发布农机新产品的鉴定检验、农机新产品新技术的推广示范、农机产品质量及监督投诉等方面的信息,发布农机企业的新产品、新技术及农民需求的其他信息,已逐步成为广大农机手、农户、农机企业获取信息和应用信息的重要窗口。

天津农机信息网先后经过3次改版,档次也有了很大提高。网站始终坚持天天更新,能够及时、准确地把分散的农业机械信息以及农业生产信息资源更好地开发与利用,现已成为天津市收集、整理、加工、发布农机信息的重要窗口和阵地。网站目前在国内拥有一定的知名度,是被 Google 和 baidu 等搜索引擎列为新闻搜索的农机行业网站。网站自改版以来,点击数字逐步攀升,目前,首页访问突破19万人次,每年发布信息千余条,现已发布信息1万多条。

首页主要栏目:综合信息、政策法规、工作导航、行政许可、安全监理、质量监督、农机维修、技术推广、科技成果、农机社团、市场信息、农机简报、农事宝典、农机人才、农机典型、农机论坛、津门掠影、旧版回顾。

十九、中国农业机械网

<http://www.AGmachine.com.cn>

中国农业机械网是国内新兴的农业机械网络平台,目标是打造中国领先的农业机械行业门户。中国农业机械网囊括农业机械、畜牧机械、农副加工机械、渔业设备、园林机械、农资及农产品等产品服务项目,提供最便捷的网上交易平台和资讯平台。主要服务于广大的农机商家,为农机商家提供农机的供求信息,农机产品报价,农机产品,维修保养知识,农机最新的资讯,农机商家的网站建设。

首页主要栏目有商机库、产品库、企业库、资讯中心、展会信息、农机论坛等,每一个栏目都是为农机商家量身定做

的,“诚信为本,长期服务”是网站服务于农机商家的根本宗旨。中国农业机械网拥有一批曾经工作在农机行业和 IT 工作一线的高精技术人员,每一位员工的工作都为农机用户的切身利益考虑,贴身地服务于广大农机企业和农民朋友。

二十、长葛金桥农机市场网

<http://www.jqnj.com>

长葛金桥农机市场网主要功能:一是可以免费浏览所有开放信息。二是可以发布免费信息,分四种:供应、购买、加盟、合作。经本站审批后开通。三是注册普通客户,可以查看更多的信息、使用搜索功能、发布产品。有时间限制。四是 VIP 会员,可以有自己的空间,自己的网站,发布产品、信息、招聘、图片、优惠活动、企业新闻。收费,用户酌情使用。五是对没有联系方式的产品、商户、厂家,有意者在网站留言。六是个人会员发布个人的求职信息。

河南省长葛市金桥农机市场位于长葛市东城新区,占地 760 余亩,建筑面积 38.5 万平方米,总投资 2.23 亿元,共建营业门店 5 000 多间,可容纳商户 1 500 多家。商场毗邻 107 国道近临京广铁路,北距省会郑州 60 公里,新郑国际机场 28 公里,交通条件便利,区位优势明显。

市场按照高起点规划、现代化设计、高标准建设的要求,设有配件区、整机区、仓储区、工业区、生活区、产品展示区,是一集产品销售、信息交流、市场预测为一体的综合型、全功能的一流市场。

市场经营汽车、农用车、机动三轮车、农机、农排、收割机械六大类。包括农用运输车、农副产品加工机械、水利机械、植保机械、园林与大棚机械、畜牧与饲料加工机械、粮食处理设备加工机械、各种农机配件、汽车和相关产品等两万余种。销售网点根在中原,辐射全国,远销东南亚。

首页主要栏目。明星店铺、推荐店铺、成功案例、我的店铺。会员登录、会员注册、店铺注册、商城购物、商城店铺、商城文章、供求信息。整车配件、后桥、连体、拖车下盘、柴油机及配件。搜索商品、搜索文章、搜索店铺、搜索供求、搜索帮助。所有分类:物流、整车配件、收播机械配件、底盘、离合器、方向机、后桥、连体、拖车下盘、铸件及加工、灯具、电机、电瓶、柴油机及配件。轮胎、齿轮、轴承、三角带、润滑油。电瓶车、拖车、摩托车及配件。农机板簧、消声器、箱类、管类。链条、液压自卸、水泵 小件、标准件、工具、汽车配件、其他。

二十一、华夏农机网

<http://www.hxnjw.com>

华夏农机网系保定市同协信息服务有限公司旗下的全资农机网站,网站主要服务于广大的农机商家,为农机商家提供农机的供求信息,维修保养知识,农机最新的资讯,农机商家的网站建设。

华夏农机网主要有:商机、农机产品、农机资讯、维修保养、企业风采、招聘求职、农机博客、商务服务、农机搜索、网站地图等十大王牌栏目,每一个栏目都是为农机商家量身定

做的,以服务于农机商家为根本宗旨。

华夏农机网以自己的特色吸引全国各地的农机商家使用,受到广大农机用户的一致好评。并且,很多农机商家和用户通过华夏农机网找到自己急需的产品,直接通过网上实现了贸易活动。

二十二、湖北农机服务信息网

<http://www.027nj.com>

湖北农机服务信息网是由湖北省农业机械安全协会创建,旨在为农机驾驶操作人员提供一个农机政策法规、行业资讯、互助保险、跨区作业、二手交易、维修保养、配件供应和维权投诉等信息服务的综合性平台,同时也为相关农机科研、推广、生产、经销、维修以及专业合作社等组织搭建一个示范推广、产品展示、市场供求等信息发布、查询、搜索的电子商务平台。

湖北农机服务信息网以全面、丰富、详实的资讯,提供“贴近、贴身、贴心”的真诚服务。

首页主要栏目。新闻中心:本省新闻、国内新闻、行业动态。政策法规:国家法规、地方法规、规范文件。互助保险:互保常识、互保机构、事故案例、经验交流。农机服务:农机维修、农机配件、二手交易。农机企业。专业合作社:组织介绍、形象展示、作业信息。农机推广:组织介绍、形象展示、示范推广、技术培训。

二十三、中国农业机械交易网

<http://www.nongyejixie.org>

主要特色栏目有:商机库、产品库、企业库、资讯中心、展会信息、农机论坛等。

首页主要栏目:农业机械产品公司、农业机械产品库、农业机械产品需求、品牌展农业机械资讯。食用油加工设备、屠宰及肉类初加工设备、肥料加工设备、饲料加工设备、粮食加工设备、渔业机械、畜牧养殖业机械、土壤耕整机械、种植机械、植保机械、排灌机械、收获机械、场上作业机械、拖拉机、施肥机械、农业实验设备、农机配件、其他农业机械。

二十四、中国农机工业网

<http://www.caamm.org.cn>

中国农机工业网由中国农业机械工业协会主办。

中国农业机械工业协会(CAAMM)是由农业机械制造企业、科研设计单位、大专院校、贸易公司、社会团体和地区性农机工业协会自愿组成的全国性行业组织,是以农机制造企业为主体,成员单位不受隶属关系和所有制的限制,不以营利为目的的社会团体,是社会团体法人。于1990年4月12日经中华人民共和国民政部批准,1991年8月14日在北京成立。

中国农业机械工业协会的宗旨:遵守中华人民共和国宪法、法律、法规和国家有关政策,遵守社会道德风尚。代表和维护全行业的共同利益及协会成员的合法权益,向政府有关

部门反映行业及会员的愿望和要求。协助政府做好行业管理工作。在政府和企业之间发挥“桥梁”和“纽带”作用。开展与国外相关组织的交往,推动行业的发展。

协会下设 18 个分会及 7 个工作委员会,现有团体会员 1 872 个,其中农机制造企业 1 780 个,工业生产总值占全行业生产总值的 88%。

协会会员单位生产的主要产品有:拖拉机,农业运输机械,农田基本建设机械,土壤耕作机械,种植机械,植物保护及田间管理机械,收获及场上作业机械,种子加工机械,农产品储备及干燥机械,排灌机械,水利机械,农副产品加工机械,畜牧、畜禽饲养及饲料加工机械,渔业机械,风力机械,农机试验设备和其他机械等 150 大类、500 多个小类、6 000 多个品种。

同时,为了加强我国农业机械领域与国外的合作,充分利用外资和促进技术交流,了解国外农业、农机等同行及相关产品的最新发展动态,积极参与国际市场竞争,协会积极组织相关外事活动,比如:组织企业赴欧美等国家参加和参观国际农机展览会,对国外农业机械制造企业进行实地调研考察,在东南亚等国举办中国农机博览会,与国外相关政府机构进行合作与交往,促进国际交流等活动。希望通过协会的努力,更好地服务企业。

首页主要栏目:协会、资讯中心、全国农装展、信用评价、名牌产品、统计信息、国际合作、产品准入、购机补贴、农机市场、企业、产品等。

二十五、中国农机装备信息网

<http://www.chinaaei.com.cn>

中国农机装备信息网是国内最具研究深度的市场信息类网站之一,通过其独立搭建的我国农机装备行业的专家资源、数据资源和信息资源,建成了国内一流、高效的信息服务咨询平台。

中国农机装备信息网凭借众多的专业人才、独特的数据采集渠道和雄厚的网络技术力量,可以为公众用户和专业用户提供及时、优质、个性化、细分的信息与咨询服务。

中国农机装备信息网主要研究国内外农机装备市场的动态、分析、统计等,目的是为用户提供全方位的市场信息,为企业决策提供强有力的支持。

首页主要栏目。国内市场:农机总体、农机进口、农机出口、内燃机、拖拉机、低速汽车、耕整机械、播种机械、排灌机械、畜牧机械、收获机械、加工机械、种子机械、烘干机械、挖掘机、推土机、装载机、平地机。国外市场:总体、美国、加拿大、巴西、日本、韩国、东盟、中亚、西欧、CIS 国家。

二十六、中国农机供应网

中国农机供应网是国内最大的农用机械交易与行业型门户专业网站之一,网站创建于2007年9月,致力于农用机械的电子商务发展与应用。在迅猛发展的互联网世界中,中国农机供应网创建了以网络营销与信息服务为基础的全新的电子商务服务模式和互联网服务理念,目前已集 ICP(互

联网信息服务提供)、IPP(互联网系统平台提供)和 ASP(互联网应用服务提供)于一体,为运输机械、土壤耕整机械、收获机械、灌溉机械、食用油加工、水产加工机械等领域提供从电子商务应用到业内资讯,从网站基础建设到基于互联网的商务推广、网络广告等多元化的一系列实用服务,是农机制造、生产、加工、销售企业的网络营销、网上推广、开拓市场、提高品牌价值、获取资讯、建设商务网络的最佳平台,能为客户带来大量的盈利机会。

中国农机供应网的优势资源。作为全国领先的农机行业门户平台,中国农机供应网拥有着诸多的优势资源:访问人数优势。中国农机供应网作已经拥有了庞大的使用群体,访问人次累计已经超过 1 000 万人次,日均浏览量(PV 值)超过 10 万,在线人数平均 800 人。平台硬件优势:坐拥 100MB 的骨干网络带宽,以其设备先进、环境良好、维护及时等高水准的服务吸引着社会各行各业的企业加盟。平台技术优势:作为朝阳产业的中国农机供应网,以其独特的企业文化和管理特色,吸引了来自四面八方的专业技术人才,经过实践的积累和公司不断地培养,已经形成了以行业专家领头的技术团队。优秀的网站开发团队:与国内知名企业华企网络强强合作,为网站数据资源、信息资源、会员建站提供全面、高质量的企业网站建设。

中国农机供应网全年信息 80 000 条以上,包括行业资讯、行业分析、价格行情、供求信息、商业合作、农业百科、产品展示、行业标准、政策法规、行业展会十大频道。涉及资

讯、统计、分析、财经、管理、科技、标准、安全等相关领域。及时、准确的市场动态,独立、客观的市场分析,权威、深入的行业报告,众多栏目清晰排列,庞杂信息去粗取精,不作垃圾信息,保证信息质量,提高了客户应用效率。

中国农机供应网依靠一支充满激情和创造活力的专业团队,以“不断创新、优质服务”为宗旨,以丰富的资讯为根本,以卓越的行销团体为主体,以诚信、优质的服务为保障,采用国际前沿的管理模式为广大农机企业设计鲜明的互联网形象,使其快速、健康、可持续发展。

首页主要栏目:免费加入中国农机供应网企业库、点此注册。行业动态、商情行情、供求信息、企业名录、政策法规、农机百科、协会学会、专家讲堂、企业招聘、农机维修、招商引资、农机专题、农机展会、推荐投稿。

二十七、中国粮食仪器采购网

<http://www.food17.com>

中国粮食仪器采购网是由目前国内历史最悠久、产品最齐全、最具有实力的专业制造与销售各种粮食仪器的企业——新恩集团倾力打造。

新恩集团旗下公司包括:台州市新恩精密粮仪有限公司(简称新恩公司)、上海赛霸精密仪器有限公司(简称赛霸公司)、台州伯利恒仪器有限公司(简称伯利恒公司)和营养鲜之家连锁服务中心(简称营养鲜之家)四家企业组成。新恩公司销售概括了所有粮食检测和实验仪器,赛霸公司和伯利

恒公司专注于粮食仪器的研发和制造,营养鲜之家是新恩集团的又一力荐新品牌,是新成立的推广“营养鲜米”的新星企业。

中国粮食仪器采购网集结了新恩集团其下属公司中所有粮食仪器产品,新恩集团还专业代理、经销其他粮食检测仪器及天平仪器、分析仪器、光学仪器、计量仪器、实验室仪器、医疗器械、大地测量仪器、环保仪器及各类进口仪器设备。与之合作的企事业单位及其产品分别有:中国农业机械化科学研究所粮食仪器全国代理商,上海东方衡器全国直属代理商。同时还与上海青浦粮仪、上海青浦绿洲、上海嘉定粮油、杭州大成公司、德国布拉班德、德国 B. L. Analyz、法国特里百特雷诺、瑞典波通、芬兰芬牧公司、美国帝强、日本 KETT 科学研究所、日本静岡制机株式会社等国内、外众多知名企事业单位建立了长期稳定的合作关系。公司下辖的“新恩”、“希霸”、“伯利恒”三大品牌已在国内、外占有极大的市场份额,销售网络已遍布全国各省、市、自治区,以及中东、西亚、南亚、南美、东欧等各国。还将为国内各粮食局、农业局、粮库、种子公司、农科所、大专院校和科研部门提供全套的化验室仪器及最优质售后服务。

“新恩人”本着专业、真诚,以“开拓创新,恩泽人类”的企业宗旨,以“以质量求生存,以信誉求发展”的经营理念,坚持“科技创新、敢于突破”的企业精神,坚持“引才、用才、育才系统规划,员工、企业、社会和谐发展”的人才理念,秉承“竭诚服务,真情不变”的服务理念,期盼携手再创新的

辉煌。

二十八、中国畜牧设备网

<http://www.xumushebei.com>

中国畜牧设备网是专业化畜牧一站式服务,精心打造集网上商务、网上橱窗、企业宣传等多种强大功能为一体的行业性网站。中国畜牧设备网愿携手广大畜牧界朋友把握商机、把握战机、取得商绩,成功走向致富路,走上企事业的辉煌。

中国畜牧设备网强大功能一:强大的网上宣传。通过多合作、多交流、多形式的方式为广大的畜牧界朋友提供一个宣传企业形象、企业产品、企业新闻的好的展示平台,提高公司的知名度,打造属于自己的品牌。

中国畜牧设备网强大功能二:为企业会员提供免费的网站模板,展示公司简介、企业形象、企业产品等企业信息。用户可以在上面发布用户拥有的,收藏用户需要的。与此同时,用户可以通过留言与用户的客户进行交流,实现网上商务,快捷方便地做好生意。

中国畜牧设备网强大功能三:基于 GNU/GPL v2 授权协议,采用 Open source 系统,搭建一流的信息平台,大大提高用户公司的知名度和产品点击成交率。与用户有关的一切招聘、求购、合作、代理等信息将第一时间呈现,使用户更好地把握市场、抓住商机,“运筹帷幄,决胜千里”。

中国畜牧设备网强大功能四:强大的行业信息快讯。将

行业动态、国际新闻、行业会展等一切与行业有关的、有价值的前沿信息,第一时间在网站上呈现,使用户更好地洞察行业动态、了解市场导向、与时俱进,适时调整经营方针,取得事业上的新的发展。

中国畜牧设备网强大功能五:强大的知识库。科技是时代发展的能源,知识就是财富。由于和多家畜牧杂志社以及农业大学知名畜牧教授联合,汇总养殖、畜牧器械应用、疾病防治、人工授精等多方面、多领域的行业知识,可为用户提供坚实的科技后盾,使用户扬帆乘东风、破万浪,驶向事业辉煌。

中国畜牧设备网强大功能六:强大的社区论坛功能。企业会员可以在论坛中交流技术,谈感想、心得、事业合作,从中获得意外收获。

首页主要栏目:找产品、找商机、找公司、找资讯、找展会。产品、公司、商情、资讯、展会、人才、论坛、家园、微博。

二十九、中国渔业装备科技信息网

<http://www.fmiri.com>

中国渔业装备科技信息网是由中国水产科学研究院渔业机械仪器研究所主办的,以发布渔业装备与工程科技发展成果及动态信息为主的科技信息网站,其宗旨是为加快渔业装备科技成果的传播与交流,促进科技成果的应用与转化提供信息服务,推进我国渔业装备科技水平的不断提高。

渔机所的主要研究领域为水产养殖工程、海洋渔业工

程、水产品加工机械、船舶工程、饲料加工机械工程等。所内设有养殖工程、海洋渔业工程、加工机械工程、渔业装备信息等四个研究室,以及农业部渔业装备与工程重点开放实验室、中国水产科学研究院渔业水体净化技术和系统研究重点开放实验室、海洋渔业装备性能研究实验室、加工机械系统功能实验室、检测实验室和松江渔业装备实验中试基地等。国家渔业机械仪器质量监督检测中心、农业部环保机械设备及船用产品质量监督检验测试中心和农业部渔业局渔业机械仪器标准化技术归口办公室等机构均挂靠在渔机所。编辑出版有中文核心期刊《渔业现代化》(原名《渔业机械仪器》)。

首页主要栏目:综合新闻、发展动态、国内、国际、科研进展、学科发展、渔业装备、渔业文摘、专业标准、党建、内部网、期刊订阅、所长信箱、渔机所邮局。

三十、中国蔬菜机械网

<http://www.hongfa86.net>

中国蔬菜机械网由青岛鸿发机械有限公司主办。该公司是专业生产农产品深加工设备的专业化企业,是中国人民解放军食品配餐设备配套厂,公司主要生产圆葱剥皮机、大蒜剥皮机、大姜剥皮机、牛蒡剥皮机、土豆清洗机、胡萝卜清洗机、土豆切片机、土豆切块机、辣椒除根机、土豆分选机、水果分选机等系列产品,公司生产的“启源”牌圆葱去皮机和滚筒式全自动果蔬清洗机,引进吸收了国外先进的高端技

术,经过进一步的深化设计、研制开发了当前世界上最先进的、国内首创的、结构紧凑、性能优良的新一代蔬菜加工设备,具有生产效率更高,加工能力更大,操作轻便、质量可靠,使用寿命更长久的鲜明特点。

公司的以上专利产品自投放市场以来,市场反响强烈,好评如潮,订单纷至沓来,产品不但在国内畅销,而且已远销美国、加拿大、俄罗斯、新西兰、菲律宾、澳大利亚等国。高端的技术产品,优质的售后服务,是公司立足国内走向世界的坚强后盾,为公司创造世界名牌奠定了牢固的基础。

产品列表:清洗系列、剥皮系列、切根系列、切菜系列、榨汁系列、脱水系列、烘干系列、搅拌系列、切丝切条系列、切片系列、包装-生产线。

第九章

农机部分网站名录

1. 山东邹平鲁钢机械有限公司 www.lugangjx.com
2. 南通市兴德泵业有限公司 www.wham.com.cn
3. 西部农业机械网 www.ag-me.cn
4. 久保田农业机械(苏州)有限公司 www.kubota.com.cn
5. 广西农机化信息网 www.gxnj.gov.cn
6. 无锡市农机化信息网 www.wxnj.com
7. 广东省农业机械化信息网 www.gdnj.gov.cn
8. 中国工程与农业机械进出口总公司 www.camec.com.cn
9. 吉林农业机械化信息网 www.jlnj.gov.cn
10. 福建省农业机械化信息网 www.fjam.gov.cn
11. 湖北农业机械化信息网 www.hbnjh.gov.cn
12. 湖南省农业机械化信息网 www.hnnj.gov.cn
13. 农业部南京农业机械化研究所 www.nriam.com
14. 长沙农业机械化信息网 www.csnj.gov.cn
15. 云南精品农业机械网 www.jpnyjx.cn
16. 广东省农业机械总公司 www.gdsnj.com.cn
17. 中国农业机械网 www.cnnyjx.net

18. 中国农业机械网 www.agmachine.com.cn
19. 石家庄市农业机械化推广站 www.hbnjh.com
20. 石家庄农业机械股份有限公司 www.chinaam-bugu.com
21. 吉林农机网站 www.jlam.com.cn
22. 南通农业机械管理局 www.ntnj.gov.cn
23. 宁波农机局 www.nbnj.gov.cn
24. 江苏沃得集团 www.worldgroup.com.cn
25. 吉安市农业机械化信息网 www.janjh.com
26. 蒙城县农业机械管局 www.mcnj.cn
27. 江西农业信息网 www.jxagri.gov.cn
28. 赣南农业机械化信息网 www.gnnj.com
29. 山东省胶州市青骏农业机械制造厂 www.qingjun.com
30. 广东省农业机械鉴定站 www.gnjzh.com
31. 湖北大地农业机械有限公司 www.dadinj.com
32. 中国农机 www.njwang.com
33. 黑龙江省农业机械有限责任公司 www.hlj-am.com.cn
34. 广西陆川温泉农业机械厂 www.daguji.com
35. 四川省农业机械研究设计院 www.sc-nj.com
36. 河北大力神农业机械配件有限公司 www.pankous.com
37. 潍坊市农机化信息网 www.wfnjj.com
38. 淮丰农业机械有限责任公司 www.hfnyjx.com
39. 衡阳市农业机械研究所 www.hynjs.com
40. 大连农业机械网 www.dlnj.cn
41. 广东省农业机械研究所 www.gdfeed.com

42. 青岛青山农业机械有限公司 www.qdqingshanjixie.com
43. 现代农装北方(北京)农业机械有限公司 www.maen.com.cn
44. 山西省农业机械总公司网 www.sxnjgs.com
45. 云南省农业机械研究所 www.ynsnj.com
46. 哈尔滨市农业机械管理局 www.hrbnj.gov.cn
47. 成都市农业机械研究所 www.cdnjs.org
48. 中国农业机械网 www.agr-machinery.cn
49. 江苏省农机安全监理信息网 www.jsnjll.gov.cn
50. 襄樊市人民政府门户网站 www.xf.cn
51. 东莞二手机械市场 www.hnruida.cn
52. 安徽长江农业机械有限责任公司 www.cjam.com.cn
53. 北京农业职业学院清河分院 www.bynj.com.cn
54. 文登市农业机械管理网 www.wdnjj.gov.cn
55. 延边农业机械化信息网 www.ybnj.gov.cn
56. 石家庄绿凯农业机械开发有限公司 www.lvcai.com
57. 福建农业信息网 www.fjny.cn
58. 湖南农业机械鉴定推广与质量信息网 www.hnnj.org
59. 保定双鹰农机有限责任公司 www.bdnj.com
60. 梨树县吉祥农业机械厂 www.jxnyjx.com
61. 山西省运城市农业机械技术推广站 www.njtgz.com
62. 常熟市农业机械技术推广站 www.csnjtg.com
63. 安徽农机化网 www.ahnjh.gov.cn
64. 保定市南市区利民机械厂 www.lmjxc.com
65. 山东省农业机械研究所 www.sdnyzb.com

66. 桂林高新区科丰机械有限责任公司 www.hhlxagri.gov.cn
67. 连云港农机化信息网 www.lygnj.gov.cn
68. 上海市农业机械研究所 www.shamri.com
69. 富农机械厂 www.fuminjixie.cn
70. 山西农业大学平遥机电学院 www.ndjd.cn
71. 青岛洪珠农机 www.hznyjx.com
72. 中国农机流通网 www.camda.org.cn
73. 北京市通州农机公司 www.tznj.com.cn
74. 山东富邦农业机械装备有限公司 www.flbnyjx.com
75. 江西省宜春市农业机械化信息网 www.jxycnj.gov.cn
76. 今飞集团网站 www.jinfei.cn
77. 非常农机网 www.tjzxjx.com
78. 常德市农业机械化局 www.cdnj.cn
79. 云南昆明宜良县永达农用机械制造有限公司 www.ynydnj.cn
80. 山东省农业机械科学研究所 www.sdnjs.com
81. 山东省奥龙农业机械有限公司 www.chinaaolong.com
82. 华北农机 www.cnamec.com
83. 新疆农机信息网 www.xjnj.gov.cn
84. 华勤农业机械 www.hbhqjx.com
85. 浙江农机化信息网 www.zjnj.cn
86. 第五届中国(江苏)国际农业机械展览会 www.agrom-ach.com
87. 西双版纳傣族自治州农业信息网 www.bnagri.gov.cn
88. 北京市山海通畜牧机械厂 www.snh.com.cn

89. 山东省广饶县亨通农业机械有限公司 www.chengtong.com
90. 荆门市农业机械化信息网 www.jmsnjh.com
91. 中国装备网 www.machineryworld.cn
92. 山东省济宁市农机化信息网 www.jnnj.gov.cn
93. 大同农机信息网 www.rqnj.com
94. 通州农机 www.tznj.gov.cn
95. 盐城农业机械化信息网 www.nyjxw.net
96. 益农信息网 www.enong.net.cn
97. 中国农产品信息网 www.chineseagri.com
98. 淄博农机网 www.sdzbmj.gov.cn
99. 河北金胜达秸秆综合利用开发有限公司 www.hebjds.com
100. 广东省农机研究所 www.gdnj.com.cn
101. 楚雄彝族自治州农业信息网 www.yncx.gov.cn
102. 敦化市农业机械化信息网 www.dhnj.gov.cn
103. 武进农机机械化信息网 www.wjnj.gov.cn
104. 齐齐哈尔农机校 www.qqhrnjx.com
105. 黑龙江省农业机械运用研究所 www.hljiys.com
106. 易展农业机械网 www.nyjx-z.com
107. 中国热带农业科学院农业机械研究所 www.rnjys.com
108. 上海雾一多农业机械有限公司 www.china-wintop.cn
109. 四川省宜宾市农业机械研究所 www.ybnj.com
110. 中国农业机械化科学研究院呼和浩特分院 www.caam-shb.org.cn
111. 福建省漳州市昶盛捷农业机械有限公司 www.zzcscj.com

com

- 112. 涪陵农机 www.flnj.gov.cn
- 113. 山东省聊城市农业机械科学研究所 www.lcnongji.com
- 114. 中国水运杂志社 www.myloose.cn
- 115. 温州市农业水利机械厂 www.tamebillow.com
- 116. 河间市建华农业机械厂 www.ym898.com
- 117. 江苏省农业机械研究有限公司 www.jsnjs.com
- 118. 山西省高平市田野农业机械服务中心 www.nml78.com
- 119. 徐州农业机械厂 www.xznj.com
- 120. 临沂丰禾农业机械有限公司 www.xc-shougeji.com
- 121. 山拖农机装备有限公司 www.tstractor.com
- 122. 中国农机网站信息共享联盟 www.nongji.net
- 123. 中华农机网 www.zhnj.com.cn
- 124. 中国农机产品质量认证中心 www.ocam.com.cn
- 125. 中国农机配件 www.zhongyuanjx.cn
- 126. 山东企业商务网建站平台 www.czkx.com.cn
- 127. 做网站官方站 www.zuowangzhan.com
- 128. 中国·张掖 www.zhangye.gov.cn
- 129. 海安县农业机械化信息网 www.hanj.gov.cn
- 130. 内蒙古农牧业机械化信息网 www.nmgnj.gov.cn
- 131. 新乡市青峰网络科技有限公司 www.xxit.net
- 132. 新疆农资网 www.xjnz.cn
- 133. 泰安市农业机械管理局 www.tanj.gov.cn
- 134. 农机360网 www.nongji360.com

- 135. 胶东果蔬网 www.jdgsz.com
- 136. 中国农机网 www.21nj.net
- 137. 全国农机新产品交流订货会 www.am360.net
- 138. 武汉市金宏源农机制造有限公司 <http://www.whjhy.com.cn>
- 139. 武汉科莱德农业机械有限公司 <http://www.kldnj.cn>
- 140. 武汉市洪山区农机信息网 <http://whhsnj.cn>

主要参考文献

- [1] 王军. 浅谈农机制造业与电子商务的结合应用[J]. 中小企业管理与科技(上半月), 2008(02).
- [2] 吴景德. 浅谈电子商务应用于农机制造业[J]. 新疆农机化, 2003(06).
- [3] 互联网与农机制造业[J]. 科技信息(科学·教研), 2007(16).
- [4] 浅谈农机制造业与电子商务的结合应用[J]. 中小企业管理与科技, 2008(04).
- [5] 农机制造业的电子商务道路[J]. 农业机械化与电气化, 2005(6).
- [6] 李素若. 试述电子商务在农机行业中的作用[J]. 科技情报开发与经济, 2006, 16(14).
- [7] 王超安. 营销渠道. 农机企业决胜的战场[N]. 中国农机化导报, 2009.
- [8] 刘波. 创新营销模式. 构建农机销售新渠道[J]. 农业机械, 2005(03).
- [9] 李雄川. 我国农机市场营销现状及对策[J]. 农机市场, 2003(05).

- [10] 张宝文. 中国农业机械化发展与展望——在第七届中国农机论坛暨第五届亚洲农机峰会上的讲话(摘要)[J]. 农业机械, 2007(22).
- [11] 陈涛, 家君. 谈传统农机流通与现代农机流通——论振兴现代农机[J]. 农机市场, 2007(11).
- [12] 崔本中. 关于振兴现代农机流通的思考与建议[J]. 农机市场, 2007(08).
- [13] 崔本中. 建设有特色的现代农机流通体系[J]. 农机市场 2007(05).
- [14] 珍德, 陈涛, 张大献. 农机制造企业如何提升营销能力[J]. 农机市场, 2007(06).
- [15] 高伟. 农机产品营销新思路[J]. 企业标准化, 2002(07).
- [16] 中国农业机械流通协会. 加快我国农机流通业发展的政策建议[J]. 农机市场, 2007(08).
- [17] 王成英, 刘成林. 当前农机信息化建设存在的问题与对策[J]. 现代农业, 2011(05).
- [18] 王成英, 刘成林. 当前农机信息化建设存在的问题与对策[J]. 现代农业, 2011(05).
- [19] 吕思光, 吕政. 农机信息化网络建设应选择适宜模式[J]. 信息化建设, 2006(04).
- [20] 彭连成. 从电子商务与现代物流的发展谈现代农机流通体系建设[J]. 农机通, 2010(09).