

蒜薹免费送,蒜价暴涨 大数据 + 农业咋治不了“蒜你狠”

鉴于去年“蒜经济”的火爆,今年被寄予厚望的蒜薹行情,却着实给了蒜农一个下马威。在大数据产业蓬勃发展的当下,为何还会出现这种生产滞后的现象?

本报记者 韩笑
实习生 宋玉洁

蒜薹滞销,蒜价也难逃“跳水”命运

最近两天,蒜薹价格直线下降,在菏泽、聊城等蒜薹种植区,雇人拔一斤蒜薹要1块钱,而1斤蒜薹才卖8毛钱,不少种植户喊出“提蒜薹免费送”的口号,还有部分蒜农只能直接将蒜薹扔在河里或者路边。

与此同时,大蒜价格在去年11月份后不断飙升。截至4月28日中国农业网发布的消息,国内一些批发市场的大蒜的价格甚至攀升至每公斤27元,在滕州批发市场,大蒜的批发价格在每公斤20元。

“蒜你狠”引爆了种蒜热情。有报道显示,目前金乡周边的菏泽、临沂、聊城等地区新蒜区预计增幅较大,而徐州及周边地区的大蒜种植面积增加近几十万亩。除此之外,河南、云南等地大蒜种植面积增幅甚至达20%—30%。

卓创资讯2015年对金乡大蒜的研究报告显示,干大蒜收购价格的安全边际线在每亩2600元,数值越低,安全系数相对高;如果干蒜收购价格在每亩3100元以上,就会出现风险,且收购价格越高风险越大,目前,干蒜的收购价格已超过每亩1万元,再加上大蒜价格经历了2015年、2016年两个蒜季的连续上涨,风险不容小觑。



蒜薹滞销愁坏了蒜农。(资料片)

对于2017年蒜价走势,业内人士普遍判断,由于大蒜种植面积增幅显著,今年大蒜价格将出现大幅回落。

大蒜和蒜薹两条价格曲线冰火两重天,类似事件并不鲜见,都暴露出了同一个问题——农业信息不对称,导致供需严重失衡。

全国性大数据才能号准生产的“脉”

那么,现在最火的“互联网+”能否用到农业上,利用农业大数据,准确预测和判断未来生产情况,而不是跟着经验和感觉走?农业大数据分析和挖掘能否破解农产品价格大起大落的周期性波动难题?

去年7月,山东省物价局发

布了鲁花食用油价格指数。相关数据是由国内最大的花生油加工企业——鲁花集团提供的。

鲁花在全国215个商贸分公司中选择了63个数据采集点。每天,这63个采集点都会上报当天各个油品分类的销量、价格,还会到超市等终端了解实际售价上報。

在鲁花指数之前,山东省物价部门还制订了寿光蔬菜、临沂商城、金锣生猪、烟台苹果、青岛橡胶等价格指数。不过,这些价格指数能否准确反映行情变化,对产业链上下游企业生产销售做出精准指导?拿鲁花食用油价格指数来讲,它能否达到指导农民及时根据市场变化调整花生种植面积的作用呢?

业内人士告诉齐鲁晚报记

者,以鲁花指数为例,豆油、菜籽油、棕榈油、花生油是我国四大食用油品种,其中花生油只占食用油消费总量的8.4%,且鲁花也只研究、参考了自己企业所涉及的花生油数据。

事实是,一个价格指数如果仅仅面向山东或者某个地区就没多大意义,只有面向和能够引领国内乃至国际食用油市场,它才有价值。依托龙头企业打造的行业指数,其影响力大小,取决于这个企业对上游原料的掌控能力、生产能力、产品市场占有率、品牌影响力等。

大数据精准分析早已开始指导生产、创造价值了。近日,互联网家装公司爱空间899元/平方米的新品首发,在天猫经过一周预热后正式开售,不到一天销售额就破亿。

杀手锏正是大数据。天猫提前一个月通过高德地图的大数据,在有爱空间分公司的10个城市圈定有装修需求的精准人群。目标人群的行为轨迹包括买新房、去房产交易大厅以及所有能和装修发生交互行为的地方,通过关联性分析将其锁定为目标人群。然后,天猫通过所有的流量入口,把爱空间的新品推荐给这些目标人群。

各环节都有数据,打通信息孤岛是门槛

那么,大数据分析为什么在农业领域发挥的作用不明显呢?

齐鲁晚报记者观察到,目

前,国内农业还处在一家一户的小规模生产,这使分散经营的农户无法及时准确、充分掌握市场供求信息;同时,这些分散的农户信息也无法及时收集上来,所以,建立一个完善的农产品市场信息发布平台至关重要。

那么,精准农业涉及到的行业大数据有多少呢?中国工程院院士、中国农业大学教授汪懋华表示,农业大数据类别复杂,从领域来讲,核心领域涵盖种植、上下游产业(饲料、化肥、农机、仓储、屠宰、肉类加工等),还需整合宏观经济数据,包括进出口数据、价格数据、气象和灾害数据等;从地域看,以国内数据为核心,包括全国层面数据、省市数据、地市级数据,同时还要借鉴国际农业数据;从广度看,还有投资信息、地理空间坐标信息等。所有这些信息涉及多个部门,光搜集整理,打通信息孤岛都是一大门槛。

齐鲁晚报记者注意到,不同于制造业、服务业领域,农业生产方式粗放、分散。国内以公司为主体、市场化收集农业数据才刚刚起步,基础设施建设更是落后,光纤宽带网络、移动宽带网络、行业专用通信网络、云计算数据中心、内容分发网络、物联网等信息基础设施都急需建设。

九次方大数据总裁创始人王叁寿做了一个精妙比喻,他将目前大数据行业发展现状看做是城市建设自来水管系统时期。至于自来水,那就是基础设施建设后的事了。

C 财富边上

王赞

春渐浓,榆钱槐花一夜枝头。

“槐花榆钱以前都没人吃,现在能在网上卖出10多元一斤。”这是菏泽鄆城村小二程慧慧在接受齐鲁晚报记者采访时说的实在话。

像程慧慧这样活跃在农村淘宝一线的“村小二”,现在已经接近6万名。2017年,阿里巴巴“千县万村计划”迈入第三年,截至目前,农村淘宝覆盖全国29个省、近700个县域(含建设中)3万多个村点。

“村小二”是什么样?他们的故事带着一些现实的残酷和喜乐。

臧金龙,1982年生人,诸城市皇华镇范家柏戈庄社区“村小二”,去年4月底,他的村级服务站开业。

1993年,臧金龙的父亲干石子加工厂,2006年臧金龙接过来,“一年赚个一百万吧。”臧金龙说,自己就一个标签——有钱。

2015年接触阿里村淘后,臧金龙决定加入这个队伍。”他说话很实在,“就想了解下外面的世界,和另一种人群打交道,石子厂承包给别人做,接触了村淘,从培训就开始改变了我。”

“以前人一年多基本不知道说什么,现在培训、开会,慢慢地自



高玉印帮村民代购的空调到货了。

己也会讲讲了,越来越会说了,坏脾气也改掉了。”臧金龙说。

但终究是做生意出身,臧金龙决定加入村淘时就做好了两年不盈利准备,而且一开始就雇了一对大学生小两口儿帮着打理。

“晚上比白天忙。我这门口有三个广场舞队,他们都到我这里玩,买这买那,有的家里装修,我就帮他们从网上订购各种产品。”臧金龙说,他每个月都在社区搞一场舞台演出,让人了解村淘,去年6月份和9月

份各搞了两场,效果很不错,全市的广场舞大赛决赛也是在这里搞的。

“社区还发展我入党。”臧金龙说到这里,兴奋又有点儿害羞,“以前心里想的都只有钱,也没想过这些事,现在跟人相处也不一样了。我现在学习做PPT,不少村小二都是85后、90后,真是觉得自己有点儿老了,我不光得帮大家买东西回家,现在也在积极想办法把当地的农产品代销出去。

臧金龙讲到4月初在诸城村淘春耕节举办的“信得品牌日”活动,“信得集团通过微博、全民TV、一直播、映客等多个直播平台,将文化娱乐融入农村电商新零售,向农村淘宝3万名‘村小二’和10万名养殖户叫卖其产品,500多吨饲料被抢购一空。”

早在2015年12月,诸城市被山东省认定为首批电子商务示范县。目前,诸城农村淘宝社区(村)级服务站达到44家。

1988年出生的高玉印是平邑县村小二班委会负责人。高玉印这两天在忙个体转企业的事,“原来我们是个体经营,家乡很多农产品上行都有一定限制,没办法做大,转成企业后可以公司化运营农产品上行。”

高玉印原本在县城一家建筑公司做监理,一个月9000多

元,行业不景气时也七八千。

两年前,平邑县四五百人报名村淘合伙人,最后经过筛选只剩下十五个人,其中就有高玉印。“我属于自荐,在外打工的时候就有淘宝账号,我就帮乡里乡亲买东西。”高玉印说。

2015年5月高玉印的村淘店开业,也就在这时村淘升级到2.0模式,合作伙伴从非专业化小卖部,转变成成为专业化“农村淘宝合伙人”。

当时高玉印作出这个决定,放弃了原有工作。他的父母就说了一句,“只要你自己想好了。”从找地方到装修,最后花了两万多。“我这个村淘店开业两年了,几乎每天都是晚上十一二点关门。现在老婆孩子都在店里住,老婆现在是我工作上的帮手,也不耽误带孩子。”高玉印说。

谈及现在的收入,高玉印坦陈,最初想方设法让老百姓接受村淘的那个艰难时段过去了,越来越好,“好的时候一个月一万多。”

当班委会负责人要协调百十口人,高玉印每天晚上都要点评,第二天早上还要发励志分享,“对于我个人来讲,最大的好处是成长,我逐渐学会管理,前提是做好自己,管理别人,我的店的业绩一定是保持

领先的,我也要有更多新思路,才能带领大家一起往前走。”

高玉印分析,现在农村代购模式太成熟了,已经属于基础工作。未来,农村淘宝将不仅只满足于买卖产品,还将通盘统筹金融、物流、养老、教育、健康、旅行等一系列社会民生问题,构建农村整个生态体系。

高玉印有“野心”,他说,进入阿里村淘这个平台,每个人心态肯定也不一样,有的是打工心态,有的是创业心态。我就是后者,借助这个平台为乡亲们,为农产品上行做更多事。我们临沂这边出产很多手工艺品,我们可以出半成品或者做将半成品加工成成品的工作,让闲散劳动力动起来,规模只会越做越大,随之而来的就是越来越多的生意。

高玉印热爱公益,每天看很多新闻资讯,如果发现了当地一些公益讯息,他会第一时间在圈子里传播,并发动组织捐助行动。

这也是马云屡次提出的,村小二将从单一的创业者进化为乡村服务者,农村淘宝服务站点升级为当地的生态服务中心、创业孵化中心、文化公益中心,其最终所承担的责任已经不是简单的商业,还有服务和公益。