

台湾农产品市场信息服务体系的发展与启示

赵一夫

(中国农业科学院农业经济与发展研究所, 北京 100081)

摘要: 随着经济全球化与市场一体化的深入发展, 农业及农产品市场信息服务对农业发展的支撑和推动作用越来越突出。该文梳理和总结台湾农业及农产品市场信息服务体系发展历程和主要做法, 结合大陆市场信息服务体系的建设现状, 归纳分析了值得大陆学习借鉴的经验与启示。

关键词: 台湾; 农产品; 市场信息; 服务体系

中图分类号: F323.7

文献标志码: A

文章编号: 1637-5617 (2012) 05-0001-05

The Development of Taiwan Agricultural Products Market Information Service System and Its Illumination

ZHAO Yi-fu

(Institute of Agricultural Economics and Development, Chinese Academy of Agricultural Sciences, Beijing 100081, China)

Abstract: Along with the economic globalization and the further development of market integration, agricultural market information service is becoming more and more important to the development of contemporary agriculture. This paper summarized the course and main methods of Taiwan agricultural market information service system development, combined with the mainland market information service system construction situation, and analyzed the valuable experiences and enlightenment to mainland.

Key Words: Taiwan; Agricultural products; Market information; service system

台湾与大陆同属典型的小农经营体制, 但台湾的农产品市场信息服务体系建设起步较早, 形成了较为完善的运行机制, 对农业生产经营活动起到了积极、重要的推动作用, 成为小生产和大市场对接过程中有效发挥市场信息服务功能的典范, 其先进的经验和做法对大陆农产品市场服务体系的建设与发展具有一定启示作用。

1 台湾农业及农产品市场信息服务体系的演进

农业信息化在台湾称为农业资讯化。根据有关资料, 台湾农业信息传播服务开展起步较早, 20 世纪 50 年代中期, 农业信息推广教育模式就在台湾开始逐步开展起来, 并成为农民获取农业信息的主要渠道。以电子化或电脑化为依托的农业信息化的发展约在 20 世纪 70 年代开始起步, 起初主要应

用于肥料分配操作系统、毛猪统计调查、农机具贷款系统等方面, 在农产品信息服务方面仅涉及洋菇、芦笋等部分产品的外销业务电算化管理。20 世纪 80 年代, 台湾农业信息化开始以农业科技、农业统计及业务管理等应用系统开发为主要类型。90 年代以后, 农业信息化开始由电子化步入网络化时代, 凭借网络载体, 台湾逐步建立起了信息通畅、运转高效的农产品市场信息服务体系。粗略划分, 台湾农业及农产品市场信息服务体系的建设与发展大致经历了 3 个阶段^[1]:

1.1 第一阶段: 推广教育模式发展阶段 (20 世纪 50—70 年代)

20 世纪 50 年代中期, 农业信息推广教育模式开始逐渐在台湾全面铺开, 很快成为农民获取农业信息的主要渠道。这种方式通过农训会、讲习会、现场观摩会、示范会等集合方式进行, 在整个农业推广教育中, 各层次人员有机配合, 形成一个完整

有序的培训体系。在此传播方式下,农产品产销及市场信息方面的服务功能相对较弱,大多侧重于农技推广服务。

1.2 第二阶段:媒体应用及电子化传播发展阶段(20世纪70—80年代)

在此期间,随着大众媒体的覆盖面和影响力不断增强,由媒体和相关农业单位联合进行农业信息的传播服务逐渐兴起。台湾各电视公司和广播电台除了播报农业新闻、重大农业政策外,与农业有关部门联合制作农业节目是其传播农业信息的主要方式。在20世纪80年代,随着科技交互性水平的提高,原属独立、各自发展的电讯与电脑融合为新型电传视讯传播系统。在此基础上,台湾从1985年开始建立农业资讯服务中心,现在全岛共有5个咨询中心,农民可以免费进行咨询。

1.3 第三阶段:网络化信息传播服务发展阶段(20世纪90年代以来)

20世纪90年代,台湾农业信息传播开始由电子化步入网络化时代,互联网应用成为农产品市场信息服务的重要载体。1992年,台湾“农委会”就开始规划建立农业资讯系统,通过农业网站的建立推进农业信息网络化建设。至此,农产品产销和市场信息服务成为农业信息传播服务的重点,农产运销、市场交易、产销分析方面的信息系统开发和应用服务开始逐渐启动^[2]。进入21世纪以后,因应知识经济的发展,台湾进一步加快了农业信息化的步伐,致力于构建完整、面广、快捷、实用的农业资讯网络体系,先后建成一批服务于农业和农村建设的资讯网络,诸如全球资讯服务网、农业资讯社群网、农业产销班资讯网、农业电子商务网、农业金融监管资讯网、农业专家资讯网等^[3]。

台湾农业信息化服务体系经过50多年的发展日趋成熟,目前已形成由政府部门为主导,以网络技术为支撑,以农民合作组织为节点,农户广泛参与的信息传播、服务系统。按照台湾农业政策部门的规划设计,当前台湾的农业资讯体系主要以农业产销信息服务为核心,通过利用互联网和移动通讯技术整合产销信息,将农产品的产销数据调查、汇集和信息服务的提供,以及辅导农民、产销班、农会及分销经营者发展农产品电子商务应用全部涵盖其中,包含生产调查、市场交易、营销服务、农产贸易、产销分析、经营辅导及农业环境信息等七项信息应用服务机制^[4]。

2 台湾农产品市场信息服务体系架构及其主要做法

根据台湾农业信息化发展的历史演进过程,农产品市场信息的传播与服务在20世纪80年代中期以后借助电子化手段及网络化发展逐步成为农业信息化发展的重点。如今,随着现代网络和通讯技术的不断更新发展,特别是互联网应用的日益普及,台湾农产品市场信息的传播和服务已越来越便捷、高效。

2.1 服务体系架构

“行政院农业委员会”(简称“农委会”)作为台湾管理农业事务的行政部门,肩负着向农民、消费者及其他组织提供农产品市场信息服务的职责。在机构设置上,“农委会”下设农粮署、渔业署、动植物防疫检疫局、农业金融局、林务局、水土保持局、6个试验所、9个改良场、1个特有生物研究保育中心及1个屏东农业生物技术园区筹备处等直属机关。其中,试验所、保育中心、改良场和生物技术园主要承担台湾农业研发和农业技术推广等职能,在农业品种、资源、技术方面的信息服务提供较多,对农产品市场信息的服务提供很少。农业金融局、林务局、水土保持局基本上也不承担农产品市场信息采集和发布的职能。“农委会”内部单位包括企划处、畜牧处、辅导处、国际处、科技处、农田水利处、秘书室、人事室、会计室、统计室、政风室、法规委员会、诉愿审议委员会、信息中心。其中,畜牧处、国际处、统计室分别提供一部分农产品市场信息服务,而信息中心在农产品市场信息提供方面主要负责硬件和信息网络系统的规划与建设。“农委会”中对农产品市场信息服务承担较多的直属机关主要有农粮署、渔业署和“农委会”内设单位中的畜牧处和国际处。

由台湾农业行政主管部门支持或主办的农产品信息网站,除了针对市场销售行情信息的传播服务外,还包括农产品质量安全信息、精致农产品信息等,如“台湾农产品安全追溯资讯网”、“农情好礼”等也都是由“农委会”主导建设,并作为信息发布与推广的重要渠道。另外,台湾各县市农政单位和农民团体也会负责提供农产品市场信息服务,其传播与服务的渠道也主要以网络信息为主。

2.2 农产品市场服务的主要做法

2.2.1 结合农产品运销模式提供针对性的农产品

市场信息服务 台湾农产品销售渠道主要包括五个方面：第一，共同运销单位或农民委托在批发市场进行拍卖或议价交易；第二，贩运商（批发商）收购；第三，直销量贩店、超市及消费者；第四，贸易商收购出口；第五，其他。其中农民委托批发市场拍卖或议价交易为最主要渠道。共同运销单位和农民将农产品拿到批发市场上进行交易，在市场中以电脑拍卖交易为主、议价交易为辅，市场信息电子化发布。在农产品直销模式下，台湾行政部门提供农产品市场信息服务的主要落脚点在于通过农产品市集网站整合当地农产品市场信息资源，并通过市集网站进行发布。

2.2.2 搭建网络化、电子化的农产品信息服务平台 第一，台湾大力建设农产品产销信息系统，搭建农产品市场信息的专用数据查询系统。政府部门公务人员利用数据系统完成数据采集和录入，再通过系统进行数据信息发布，农民和其他用户直接登陆网站在数据查询系统里掌握农产品市场信息。除了面向农民的农产品市场信息之外，零售渠道的农产品市场信息也被整理收集发布。各地的市场处负责将农产品零售市场信息进行整合，通过网站开发查询系统进行发布。第二，以政府为主导创办各类农业和农产品市场信息电子报，通过电子报传递农业和农产市场的最新动态。

2.2.3 通过出版农产品市场统计系列刊物提供农产品市场信息服务 目前，台湾农委会按照月度出版的月报有农业统计月报和畜产价格月报两种，按照年度出版的书籍包括农业统计年报、农业统计要览（年报）、粮食供需年报、水产品趸售物价指数、林产品趸售物价指数、农民所得物价指数（年报）、农民所付物价指数（年报）几种，不定期出版粮食供需统计分析、养猪头数调查报告、农产品产地价格变动分析、其他农业统计专文等。农民可以通过查阅这些统计出版物获得农产品市场信息。

2.2.4 提供农产品市场行情信息的同时也注重质量信息服务 台湾农产品市场信息虽然以价格信息和供求信息为主，但近年来，随着消费者对农产品的质量与安全提出更高要求，农业生产逐步向有机农业、无公害农业和绿色农业发展，台湾农民生产大量优质农产品向市场供应。农产品的质量与安全信息也日益成为农产品市场信息的重要组成部分。目前台湾对农产品实施产销履历（农产品身份证，缩写为TGAP）制度，该制度的目的是推动农产

品从生产到流通都有记录和验证，实现农产品可追踪和追溯，提升农产品安全，保护消费者利益。通过“台湾农产品安全追溯资讯网”网站，农民可以了解到加入产销履历的价值、加入产销履历的基本手续、加入产销履历的网点、产销履历的相关法令以及加入到产销履历成功人士的经验分享等信息，同时网站还提供“询价”、“下载TGAP申请表格”及问题解答等功能。台湾还开发了“台湾优良农产品”认证、“吉园圃安全蔬果”认证、“有机农产品”认证等多项，分别建立“台湾优良农产品网”、“吉园圃安全蔬果资讯网”、“有机农业全球资讯网”等，专门向农民（及消费者）传递农产品质量与安全的管理规章制度、具体政策以及潜在价值等信息。

3 台湾农产品市场信息服务体系建设的经验及启示

台湾农产品市场信息服务体系经过多年的演进与完善，目前已形成规范化、现代化、便捷化的运行机制，为台湾农业生产、农产品流通、市场管理及农业政策的制定与落实提供了的重要支持，其发展中的成功经验及做法对大陆进一步加强农产品市场信息服务具有一定的启示作用。

3.1 明确政府主导职能，积极培育市场信息服务的多元化主体

农产品市场信息服务体系的建设是一项长期性、投资大的系统工程，同时农业信息产品中多数具有公共产品性质，因此单靠市场的力量无法建立完善的农产品市场信息服务体系，必须由政府或行政部门主导建设。台湾农产品市场信息的汇集、整理、发布以及信息系统的建设基本上全部由“农委会”负责，“农委会”把农产品市场信息管理和服务的职能与其行政业务密切联系起来，根据不同职能部门的工作范围对农产品市场信息进行分类管理，并由“农委会”将各类信息以一致口径统一汇总和发布。大陆目前农产品市场信息多部门管理和现象较为严重，涉及农产品市场信息的部门不仅包括农业主管部门，还有物价部门、统计局、发改委、商务部等。各个部门各自设计农产品市场信息调查方案，分别收集和发布农产品市场信息，内容不仅重复，数据口径也难以统一，既浪费了社会资源，又削弱了信息的权威性和可靠性。大陆有必要将农业生产和农产品市场信息进行统一归口管

理,由农业部门分专业、分领域实施信息采集、汇总、发布,在口径一致的前提下充分利用各部门的信息传播优势形成多元化信息服务体系。在农产品市场信息服务体系建设方面,建议集中力量进一步强化农产品信息服务系统的软硬件基础建设。

3.2 完善农产品市场体系建设,夯实农产品市场信息服务基础

农产品市场信息来源于市场,同时也作用于市场,市场体系的完善程度直接影响到市场信息的采集效率和服务效果,因此进一步完善农产品市场体系建设,是强化农产品市场信息服务的基础和前提。台湾通过市场体系建设巩固和强化市场信息服务功能的经验值得大陆学习和借鉴。基于农产品批发市场是公用事业这一基本认识,台湾各级“政府”和农政单位对批发市场的建设高度重视,各地主要批发市场基本全部实行电脑化拍卖制度,大大提高了市场信息的汇集和传递效率。大陆应当进一步加大市场体系建设力度,完善和提高市场交易的电子化、网络化程度,在有条件和具有指标意义的区域市场试点开展拍卖交易,为提升农产品市场信息服务的现代化水平巩固基础。

3.3 加强信息网络的建设与管理,完善市场信息服务系统功能

从长期的发展实践来看,台湾非常注重农产品市场信息网络的建设与管理,从20世纪90年代初,台湾就开始建立农业产销数据仓储系统,整合“市场情报服务查询系统及数据库”、“农产品交易行情系统及数据库”、“农产品物价查报系统”等五个系统的电子数据库,后来又增加了“农产品生产成本调查系统”、“稻米生产量及面积调查”、“畜产品市场交易及进出口数据”等系统,在线实时整合不同信息。经过多年发展,目前已经建设成功一整套行之有效的基于网络应用的标准化信息服务系统,信息网络成为沟通产销的重要渠道。同时,台湾在农产品市场信息管理方面也十分规范,市场信息的采集和整理以及到最后的发布都遵循一整套流程,大型农产品批发市场和零售市场各种信息向政府部门传递的渠道十分顺畅。目前,大陆农产品市场信息采集的标准化水平较低,信息体系内部各信息采集渠道缺乏合理的整合与规范,各信息采集主体的农产品市场信息采集缺乏统一的规划和标准,信息采集的指标体系不健全,影响了信息系统运行的效率。同时信息发布也不规范,农产品市场信息发布

缺乏统一部署和协调,没有形成规范化的市场信息发布模式,并且现有的信息发布渠道少、形式不够灵活,不能顺畅地延伸到农村,农民难以及时获取信息。因此,加强和完善农产品市场信息系统的建设必须要加强信息系统的标准化和规范化建设,才能提高市场信息的真实性、准确性和有效性。

3.4 推动农民合作组织建设,提升农民接受信息服务的素质和能力

台湾农产品能够实现高效快速流通以及市场信息能够及时、便捷传递,农民合作组织在其中发挥了重要作用。台湾在上世纪90年代初开始推动农产品信息网络化建设时,就非常注重农民合作组织的作用发挥,通过补贴农民组织和团体推动农民电脑化应用,甚至向农民提供免费的应用软件和上网优惠。如今,台湾农民家庭普遍拥有电脑,农民上网率达到100%^[5]。目前大陆农民了解农产品信息主要是通过电视、广播、报纸书刊、收购商贩和亲戚朋友等渠道获得,拥有电脑的农民家庭比例较低,而且农民文化程度普遍偏低,对电脑操作和网络利用不够熟悉。政府在加强农产品市场信息资源整合开发的同时,也应当重视充分发挥农民合作组织的功能,加强农民培训,提高农民对农产品市场信息的接受和应用能力。例如,通过农业专业合作组织汇集农产品市场信息,分享给广大农民;探索在落后的农村建立农产品市场信息服务中心,配备电脑和网络,安排专门人员负责农产品信息的搜索查询,向农民统一提供信息服务;在通讯设施建设良好的农村,与当地通讯公司合作开发农产品市场信息手机套餐业务,开发手机上网信息查询系统,开通农产品市场信息查询热线服务,促使农产品市场信息及时有效地传递到农民手中。

3.5 创新市场信息服务模式,增强农产品信息系统服务功能

台湾农产品市场信息服务体系虽然主要由农业行政部门统一归口管理,但农民合作组织甚至农民本身的参与程度都比较高。同时,农产品市场信息涵盖的内容也比较广泛,除了农产品生产和市场交易行情信息外,农产品质量安全信息和品牌信息的内容也比较丰富,大大提高了决策部门和农民对信息的掌握和利用效率。大陆农产品市场信息服务体系建设也应当以市场为导向,改变农产品信息服务主体单一、服务内容面狭窄、服务手段落后的现状,加快信息服务主体社会化进程,确立政府推

动、市场引导、多元参与的农产品市场信息服务主体构成模式。另外，推进服务内容多元化发展，除了提供农产品产量、价格等基础信息的服务外，拓展农产品质量和安全信息在市场中有效传递，将农产品质量和安全的政策法规文件、申请各种认证的程序和制度、认证带来的潜在收益、成功案例、申请材料等信息传递至农民^[6]。农业部和相关部门还应继续加快农产品标准信息制定与推广，地方各级政府严格实施。在农产品的生产、加工、流通、消费的每一个环节，向广大农户、农产品生产加工企业、农产品消费者、农业中介组织等市场主体，普及农产品标准信息知识，确保信息对农产品市场主体决策具有较强的相关性。

参考文献：

- [1] 林夏竹. 台湾农业信息传播方式及对大陆的启示 [EB/OL]. (2007-01-01). 中国新闻研究中心, <http://hi.baidu.com/tag/献策亿农/feeds>.
- [2] 严志业. 台湾农业信息化的经验及其启示 [J]. 福建论坛：人文社会科学版, 2010 (5): 134-137.
- [3] 单玉丽. 台湾农业的信息化管理及启示 [J]. 农业经济问题, 2010 (1): 20-24.
- [4] 台湾“行政院农业委员会”. 农业e化的发展策略 [EB/OL]. <http://www.coa.gov.tw>.
- [5] 林大伟. 台湾农业资讯的发展现状 [J]. 华夏星火, 2009 (1): 26-27.
- [6] 张萍. 市场经济条件下我国农产品市场信息体系建设问题探索 [D]. 西安：西北大学, 2008.

ECFA 效益扩大台湾屏东风梨在大陆销量

据台湾“中央社”报道，台“陆委会”表示，ECFA 签署后，台湾凤梨外销数量持续成长，2012年1至7月屏东风梨外销量比2011年成长近5成，在大陆的销量更首度超越日本。

台“陆委会副主委”刘德勋说，ECFA 助力台湾产品销往大陆，2011年1月1日至2012年6月底为止，台湾产品出口大陆已节省约3.6亿美元的关税，2012年元旦开始，已经有94%的早收项目出口大陆享有零关税，ECFA 早收效益将持续扩大。

[摘自：海峡农业网。(2012-09-26). http://www.agrihx.com/agri/tw_agri/tw_agri_czdl/2012/0926/84653.html]