

中国 农村市场信息 服务概论

◎ 郭作玉 著

所谓农村市场信息，可以从三方面理解：一是我国经济管理体制发生了变化，市场经济体制已经确立了；二是我国现在农产品的生产、加工、经营和消费活动已经是在围绕市场情况考虑和安排；三是我国已经加入了世界贸易组织（WTO），各个决策主体都需要掌握国际市场信息。

中国农业出版社

中国 农村市场信息 服务概论

◎ 郭作玉 著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国农村市场信息服务概论/郭作玉著. —北京: 中国农业出版社, 2005.9

ISBN 7-109-10077-4

I. 中... II. 郭... III. 农村市场—商业信息学—概论—中国 IV. F723.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 098820 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 傅玉祥

责任编辑 张国庆

北京智力达印刷有限公司印刷 新华书店北京发行所发行

2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月北京第 1 次印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 23 插页: 1

字数: 430 千字 印数: 1~3 000 册

定价: 46.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

推进信息服
务网络，有
助于加快农
村现代化。

杜润生

序

市场经济是信息引导的经济，在市场经济条件下建设现代农业离不开及时、准确、有效的信息服务。我国的农业信息服务脱胎于计划经济条件下的农业统计工作，发端于20世纪90年代初期，发展于建立和完善社会主义市场经济体制进程中。10多年来，农业信息服务出现了一系列可喜变化。但是，如何使“三农”所急需的信息下乡进村入户，尽快从根本上解决信息服务“最后一公里”问题，仍是我们加强农业信息服务能力建设的一项长期任务。

随着农村市场化改革的不断推进，农业信息服务工作也在深化改革、结构调整和产业升级中创新与发展。研究其发展的新动向，把握其发展的新趋势，对于提升农业信息服务工作思路和提高农业信息服务水平至关重要。当前，我国农业信息服务出现了四个趋势性变化：一是农业信息服务工作出现了政府主导化趋势。市场经济发达国家的成功做法和国内一些地区的成功实践都表明，提供公共信息服务作为政府的重要职能，政府必须高度重视、统筹规划、加大投入、加快建设，在推进农业信息化中必须发挥主导作用。二是农业信息服务需求出现了复杂化趋势。不同部门、不同行业，各类企业、合作组织、农户等主体有不同的信息需求。三是农业信息服务渠道出现了多样化趋势。由于社会信息化整体水平和经济实力存在区域性差异，农业信息化的推进方式也有所不同。既要充分发挥计算机网络等现代信息技术方面的独特优势，也必须充分利用电视、电话、广播、简报、会议等

常规信息传播手段，做到“土洋结合”、“中西结合”、现代技术与常规手段相结合。四是农业信息服务发展出现了交织化趋势。信息技术在农业领域的广泛应用，已经使农业信息化渗透到农业生产、加工、流通、科研教育、技术推广、消费等各个环节，使农业信息服务不再是一个孤立的、游离于农业生产及科技与流通领域之外的概念，而是与农业各产业紧密地结合在一起。这些趋势性变化，对于农业发展所带来的影响，不是短期的，而是长远的；不是局部的，而是全面的。这应该成为今后一个时期推进农业信息服务必须关注的动向。

新形势需要新思维，新实践呼唤新理论。新世纪新阶段推进农业信息服务，必须着眼指导实践，狠抓理论建设。多年来，农业信息服务的大量实践，一方面为理论建设提供了丰富源泉，一方面呼唤着科学的理论指导。坚持从群众中来，到群众中去，抓紧把基层同志们的成功创造和有益探索进行发掘、总结和提炼，把握农业信息服务的阶段性、规律性和趋势性，尽快建立适合中国国情的现代农业信息服务理论体系，并在指导实践的过程中进一步丰富与发展，是当前农业信息工作者面临的一个紧迫课题。《中国农村市场信息服务概论》一书既有作者对各地实践创造的梳理与提升，也有作者充满理性的见地与思考，必将对我国农业信息服务工作的实践发展与理论建设有所裨益。

牛伯

2005年8月12日

农业信息化需要理论出新

农业信息化贯穿于现代农业的全过程，是社会主义市场经济条件下加快建设现代农业的重要内容。新时期的农业信息化建设必须从我国国情出发，以推进面向“三农”的信息服务为核心，强化资源共享，健全应用系统，延伸服务网络，实现实践创新和理论创新。

当前加快农业信息化建设，重在抓实基础设施、资源共享和服务创新三个着力点：一要加快信息基础设施建设，提高信息体系建设的规模 and 水平。要建立传统媒体与现代信息网络优势互补的信息服务网络，推进面向农民的信息服务。一方面要通过配备必要的计算机和网络通讯设备，提高农业信息基础设施科技含量和使用效率。另一方面，推进信息服务网络向县乡以及产业化龙头企业、农产品批发市场、中介组织及经营大户延伸，建立多渠道、多层次、多形式的主体信息发布窗口。二要着力开发和整合国际国内信息资源，推进农业信息资源的共建共享，提高信息服务的质量和水平，加快构建农产品市场预警、农业科技市场信息和农村市场监管三个应用系统。研究制定信息通用标准，建立跨部门、跨行业、跨地区的信息管理和协作机制，开辟稳定的信息交流通道，实现涉农数据的兼容和共享。三要深入探索和推广符合中国国情的信息服务模式，切实解决信息服务“最后一公里”的问题。实践证明，各地在实践中探索的电话、电视、电脑“三电合一”的信息服务模式，将传统媒体与现代网络有机结合，直面农村农民，符合我国实际，必须大力推进。

我国的农业信息体系建设是适应农村市场化改革而起步，并随着

市场化改革的深化而逐步健全完善的。作为农业信息工作逐步深入发展的亲历者，我高兴地看到，在农业信息服务工作经过10多年实践的基础上，出现了这部《中国农村市场信息服务概论》。该书具有一定的实证性、全面性、指导性和前瞻性，对于不熟悉农业信息的人员尽快熟悉农业信息、从事农业信息的人员从更高层面上思考农业信息服务都将具有积极意义。正如一般事物的发展规律那样，对农业信息化的实践探索 and 理论创新也必然是一个循序渐进的历史过程，发展着的实践催生新的理论，新的理论又指导发展着的实践，实践还会不断地给已有理论输送新的营养。在此，我衷心地期盼，随着我国农业信息化实践的推进，涌现出更多的具有指导性的新思维、新理论。

张玉香

2005年8月28日

本书摘要

本书共分四篇 21 章。四篇是绪论篇、实务篇、思考篇、展望篇。21 章的分布是绪论篇 2 章、实务篇 7 章、思考篇 6 章、展望篇 6 章。

绪论篇：主要阐述农村市场信息服务的主要概念、必要性、发展阶段划分和主要实践效果。第一章，对农业信息化、农村市场信息、农村市场信息服务、农村市场信息服务体系等几个主要概念的涵义，予以探讨和说明，并认为这些概念是形成本书立论与体系的基础；做好农村市场信息服务工作，是时代发展、我国经济体制与政府职能转变、落实科学发展观、农村经济发展进入新阶段、实现农业现代化、适应加入世界贸易组织（WTO）新形势、适应经济全球化发展的要求，是历史赋予今人的光荣使命。第二章，论述我国农村市场信息服务，迄今大体上经历了五个发展阶段：以统计信息服务为主的时期、以政策信息服务为主的时期、向市场信息服务过渡的时期、以市场信息服务为主的时期、以农业质量标准 and 食品安全信息服务为主的时期；目前我国的农村市场信息服务已经初见成效。

实务篇：分别介绍若干农村市场信息服务主体，各个主体的主要服务内容与方式，以及一些服务效果。介绍的方式，是依据现有资料，精选有代表性的案例，以农业部门的信息服务为主线，以微观信息服务为重点，全方位地展现农村市场信息服务情况，给读者一个比较全面的介绍，同时也为读者提供一个寻找农村市场信息服务的指南。其介绍顺序是农业部门、涉农部门、民间组织和经济实体四大块农村市场信息服务主体的服务情况，包括农业部信息服务工作概述，农业主要媒体单位的信息服务，农业科研院校的信息服务，农业科技推广系统的信息服务，地方农业部门的信息服务，涉农部门的信息服务，民间组织和经济实体的信息服务。

思考篇：主要是对目前农村市场信息服务情况的分析，对所存在的突出问题进行对策研究，同时注意可操作性。其主要内容，包括农村市场信息服务情况分析，农村市场信息资源开发，农村市场信息分析预测，农村市场信息发布，农村市场信息传播，农村市场信息利用。

农村市场信息服务情况分析，认为当前宏观信息服务做得要好些，效果也要好些，微观信息服务做得相对弱些，效果还不够理想。存在的突出问题是农村市场信息质量不高，信息指导性和适用性不够，农业网站发展存在偏颇，信息传播渠道不畅和覆盖面窄，农民使用信息的能力有限，体制不顺与政策支持不够。

农村市场信息资源开发，首先是要做好农村市场信息资源的整合工作，加强农村市场信息采集工作，建设农村市场信息大型数据库，与此同时解决科学加工、开发机制、政策支持等问题。

农村市场信息分析预测，目前需要进一步明确思路，根据形势确立分析预测的

主要内容，要利用和不断创新科学的分析预测方法，拿出更多更有分量的市场分析报告，注重建设一支专家队伍。

农村市场信息发布，在保证国家政治稳定和经济安全的前提下，树立“发布为常规、不发布为例外”的新理念，按照准确、及时、适用等原则，采取多种多样的形式发布信息，切实发挥农村市场信息在我国农业和农村经济发展中的重要作用。

农村市场信息传播，要发挥好农业信息网站的作用、争取开设农业和农村经济专用电视频道、完善有关报刊信息专版专栏、进一步发挥中央农业广播电视学校的作用、加大中央人民广播电台农村市场信息发布力度、发挥好地方媒体作用。

农村市场信息利用，要掌握利用信息资源的方法、利用信息要多动脑筋，做好信息利用计划、强化多种形式的培训工作、努力培育农村信息员队伍、增强农民利用信息的能力、建立基层综合信息服务站。

展望篇：主要是对农村市场信息服务的性质、热点问题、难点问题以及未来的发展趋势进行深入的分析探讨。其主要内容，包括再认识农村市场信息服务，解决“最后一公里”问题，与国际贸易体制相适应的信息服务，发挥农业信息技术的重要作用，发展趋势：多元化市场化网络化，借镜模本：主要发达国家农业信息服务。

再认识农村市场信息服务，认为解决决策主体“信息不对称”的问题是信息服务的本质和主要任务，做好信息服务有利于解决经济与社会发展的矛盾，信息服务与其他工作的关系是龙头与龙身的关系，农村市场信息服务具有长期性和创新性。

解决“最后一公里”问题，是当前和今后长时期内农村市场信息服务的难点和热点问题。其解决思路，首先是要摸准需求保证供给，需要发挥多重力量的作用，运用多种服务手段。

与国际贸易体制相适应的信息服务，是当前和今后农村市场信息服务值得研究的专门课题，是必须加强的工作内容。要积极应对挑战，摸清信息需求，明确供给主体，培育良好的信息服务机制。要加强这方面服务的组织与规划工作，增强信息服务的有效性，创新信息服务的形式。

农业信息技术，目前在农村市场信息服务实践中已经收到显著的成效。进一步发挥好农业信息技术的重要作用，是今后推进农村市场信息服务上新台阶的一个关键，是传统信息服务方式向现代信息服务方式转变的重要决定因素。

我国农村市场信息服务发展的总体性趋势，是多元化、社会化和网络化。目前我国农村市场信息服务已经初步呈现出这样的发展趋向。应该发挥好政府与市场的双重作用，政府部门应该发挥主导作用，信息市场主体应该找准自己的角色定位，农业部门应该多做推动社会化信息服务的组织与协调工作。

主要发达国家的农业信息服务，其做法和经验对我国社会主义市场经济条件下的农村市场信息服务事业有着良好的借鉴作用。本章对主要发达国家农业信息服务的特征予以评述，并具体介绍美英法德日五国农业信息服务的情况。

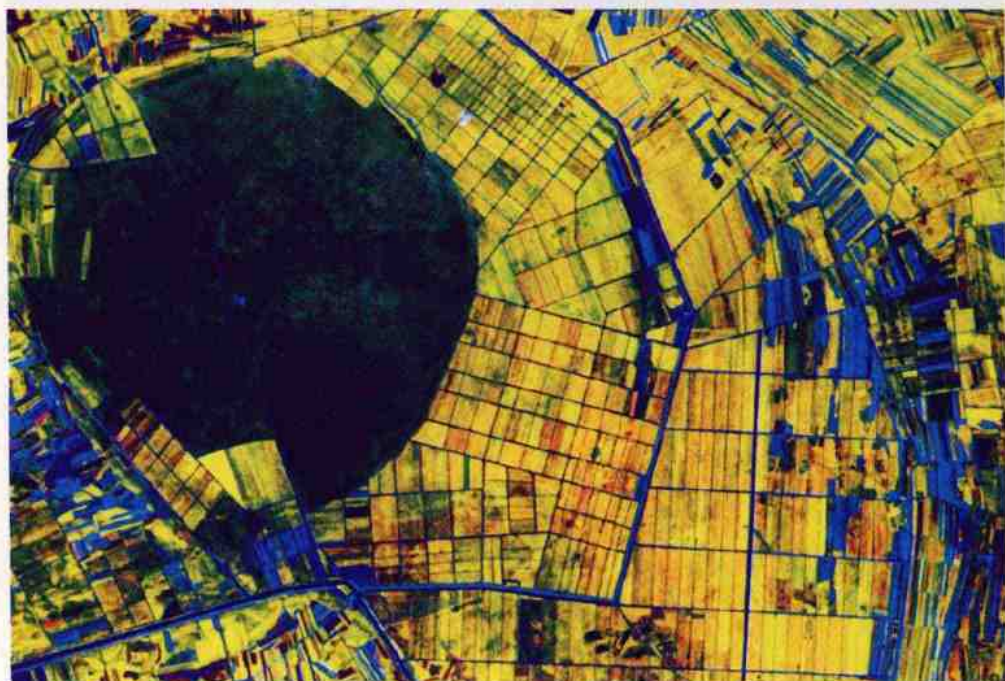
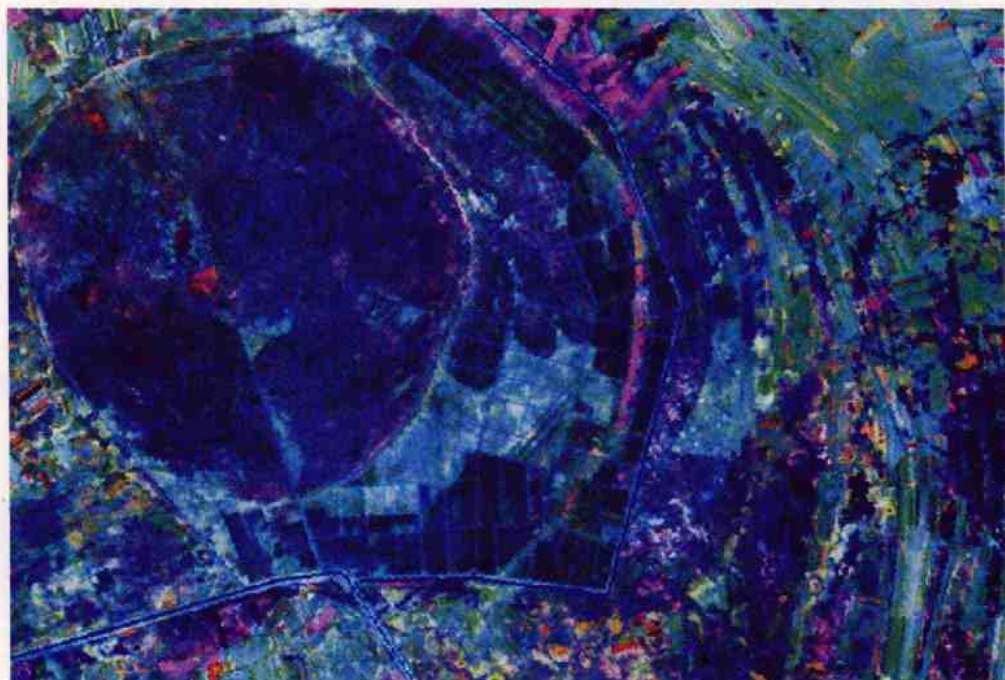


图 19-2 关于耕地开荒情况的卫星图

长江中游湘、鄂、赣三省气象卫星汛情图象

(1998年8月4日15时13分)

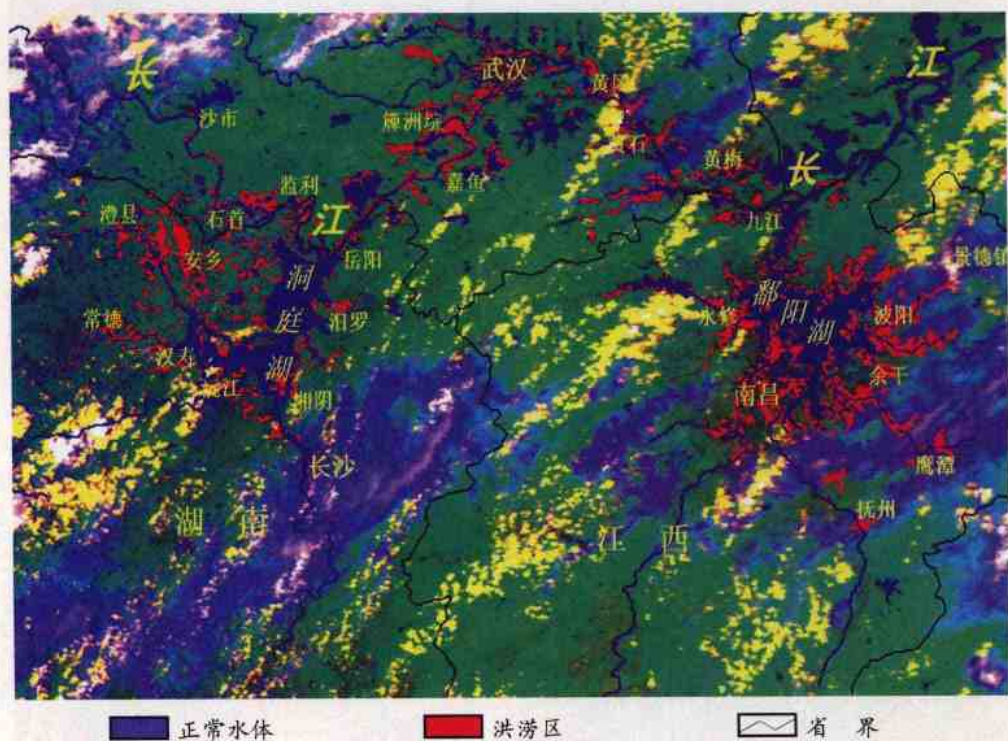


图 19-3 气象卫星涝灾监测图象

目 录

序

农业信息化需要理论出新

本书摘要

| 绪 论 篇

第一章 农村市场信息服务概念及必要性	3
1.1 农业信息化	4
1.2 农村市场信息	6
1.3 农村市场信息服务	7
1.4 农村市场信息服务体系	8
1.5 宏观信息服务与微观信息服务	9
1.6 农村市场信息服务的必要性	10
第二章 农村市场信息服务发展阶段及主要成效	15
2.1 以统计信息服务为主的时期	18
2.2 以政策信息服务为主的时期	18
2.3 向市场信息服务过渡的时期	19
2.4 以市场信息服务为主的时期	20
2.5 以农业质量标准和食品安全信息服务为主的时期	21
2.6 农村市场信息服务的主要成效	24

| 实 务 篇

第三章 农业部的信息服务	31
3.1 与信息服务相关的工作职责	32
3.2 有关工作方面的信息服务	33
3.3 建立和运行“三农资料数据库”	33
3.4 各行政司局建立和运行行业信息网	34
3.5 市场与经济信息司的信息服务	44

第四章 农业主要媒体单位的信息服	53
4.1 农业部信息中心的信息服	54
4.2 农民日报社的信息服	62
4.3 中国农村杂志社的信息服	65
4.4 中国农业电影电视中心的信息服	66
4.5 中央农业广播电视学校的信息服	70
第五章 农业科研院校的信息服	77
5.1 农业科研院校信息服概述	78
5.2 中国农业科学院的信息服	78
5.3 中国水产科学研究院的信息服	82
5.4 中国农业大学的信息服	83
5.5 其他农业科研院校的信息服	85
第六章 农业科技推广系统的信息服	89
6.1 农业部全国农业技术推广服务中心的信息服	90
6.2 全国畜牧兽医总站的信息服	92
6.3 全国水产技术推广总站的信息服	93
6.4 农业机械化技术推广总站的信息服	94
6.5 农业部科技发展中心的信息服	96
6.6 农业部优质农产品开发服务中心的信息服	97
6.7 中国绿色食品发展中心的信息服务	98
6.8 农业部农产品质量安全中心的信息服	99
6.9 全国农业展览馆的信息服	101
6.10 中国农业出版社的信息服	103
第七章 地方农业系统的信息服	107
7.1 省(区、市)级农业部门信息服概述及实例	108
7.2 地(市)级农业部门的信息服概述及实例	119
7.3 县(市)、乡(镇)域内的信息服概述及实例	126
第八章 涉农部门的信息服	135
8.1 国家发展与改革委员会的信息服	136

8.2	国家财政部的信息服务	139
8.3	国家水利部的信息服务	140
8.4	国家林业局的信息服务	140
8.5	国家气象局的信息服务	141
8.6	国家科学技术部的信息服务	142
8.7	国家统计局的信息服务	144
8.8	国家粮食局的信息服务	146
8.9	期货交易所的信息服务	147
8.10	主要媒体的信息服务	151
第九章	民间组织和经济实体的信息服务	155
9.1	民间组织和经济实体信息服务概述	156
9.2	社团组织的信息服务	156
9.3	批发市场的信息服务	166
9.4	龙头企业的信息服务	170
 思 考 题		
第十章	农村市场信息服务情况分析	175
10.1	宏观信息服务分析	176
10.2	微观信息服务分析	177
10.3	存在的突出问题	182
第十一章	农村市场信息资源开发	185
11.1	整合信息资源	186
11.2	加强信息采集工作	188
11.3	建设大型数据库	189
11.4	科学加工	191
11.5	开发机制	193
11.6	政策支持	196
第十二章	农村市场信息分析预测	199
12.1	主要思路	200

12.2	主要内容	202
12.3	主要方法	203
12.4	市场分析报告	207
12.5	队伍建设	208

第十三章 农村市场信息发布..... 211

13.1	新的观念	212
13.2	发布中的问题	214
13.3	发布的原则	215
13.4	发布的思路	217
13.5	发布的内容	218
13.6	发布的时间	219
13.7	发布的方式	220

第十四章 农村市场信息传播..... 223

14.1	发挥好农业信息网站的作用	224
14.2	开设农业和农村经济专用电视频道	230
14.3	完善有关报刊信息专版专栏	230
14.4	强化农业广播电视学校的功能	230
14.5	加大广播电台信息发布力度	233
14.6	发挥好地方媒体作用	233

第十五章 农村市场信息利用..... 235

15.1	掌握利用信息资源的方法	236
15.2	利用信息要多动脑筋	237
15.3	利用信息的范例和启示	239
15.4	信息利用和培训计划	241
15.5	加强多种形式的培训工作	241
15.6	培育农村信息员队伍	241
15.7	提高农民利用信息的能力	242
15.8	建立基层综合信息服务站	242

| 展 望 篇

第十六章 再认识农村市场信息服务	247
16.1 信息服务：解决“信息不对称”问题	248
16.2 有利于解决经济和社会发展的矛盾	250
16.3 与其他工作的关系：龙头与龙身	252
16.4 长期性与创新性	254
第十七章 解决“最后一公里”问题	255
17.1 摸准需求 保证供给	256
17.2 发挥多重力量的作用	257
17.3 运用多种服务手段	263
第十八章 与国际贸易体制相适应的信息服务	265
18.1 积极应对挑战	266
18.2 主要信息需求	267
18.3 信息服务主体	272
18.4 信息服务机制	280
第十九章 发挥农业信息技术的重要作用	285
19.1 农业信息技术	286
19.2 农业信息技术与数字农业	290
19.3 农业信息技术与调查通信	295
19.4 农业信息技术开发与推广展望	299
第二十章 发展趋势：多元化社会化网络化	305
20.1 多样性与多元化	306
20.2 双重作用与社会化	307
20.3 “金字塔形”与网络化	307
20.4 政府的主导作用	310
20.5 信息市场主体的角色定位	313
20.6 农业部门的组织任务	314