■时评

文·王 勉

信息化滞后是农产品“卖难买贵”的病根

广西北流，荔枝丰收，却烂在枝头无人问津；广东佛山，十万斤火龙果滞销，被倒入鱼塘喂鱼；甘肃榆中，成熟的杏子烂在地头；陕西周至，油桃滞销按筐卖，40斤卖5元……

“丰收烦恼”“增产不增收”……也许很多人对这种现象早已见怪不怪，因为近年来在三农领域发生了太多这样的事情，但是如果你仔细观察，有这样两个现象值得关注：一是某地出现农产品滞销，只要有影响的媒体关注，信息一旦传播出去，很快就会解决问题；二是某水果在南方滞销，北方常有人感叹“这么好的水果，我咋买不到？”或者“我们这儿怎么这么贵？”

很多人对出现滞销，直观、武断地下结论——供大于求。真是这样吗？如果真是这样的话，怎么会出现，只要媒体关注，消息传出去，就会很快化解滞销矛盾？怎么会出现，这边便宜到没人要，那边有人想买买不到？这充分说明所谓的“供大于求”，仅仅只是区域性的供大于求，小范围的供大于求，仅就国内而言，13亿人口的巨大市场，根本没有挖掘出来。

众所周知，除了质量外，品种单一、销售渠道单一，以及很多人盲目跟风种植等，都是造成农产品销售难的因素。但这些都不是主要矛盾，在互联网与人们生产生活日益交融的今天，“信息不对称”才是产生农产品“滞销、卖难、买贵”怪圈的根源。正是因为信息不对称，市场没打开，才会造成所谓的“供大于求”假象；正是因为信息不对称，销售渠道单一，才会导致“一条路走不通就无路可走”的现实；正是因为信息不对称，才会导致“一边价格奇便宜，一边想买买不到”怪象；正是因为信息不对称，才会出现只要信息传播出去，很快就会化解“卖难”问题；正是因为信息不对称，导致农业抗风险能力低。

要解决信息不对称问题，就要实现农业信息化。提起农业信息化，尤其是农产品销售信息化，很多人一点都不陌生。近年来中央出台的多个“一号文件”多次提到农业信息化问题。但农业信息化不是口号，要有载体，最基础的载体就是互联网。日前，国务院印发了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，明确了“互联网+现代农业”在内的11项重点行动。除了本身“互联网+农业”外，“互联网+电子商务”“互联网+高效物流”“互联网+便捷交通”这些，都与农业信息化有关。在火龙果滞销的广东佛山永恒丰种植场附近，另一家火龙果种植场却是一派生意兴隆的景象，原因就在于“我们做了电商，火龙果销售到北京、上海等全国各地。”种植基地何老板说。

对于历史欠账多、基础薄弱的中国农业信息化而言，无论是果农，还是销售商，要从内心深处认识到世易时移，在信息化几乎无所不能的今天，要彻底改变以往那种“跟着感觉走”“靠天吃饭”“靠小贩流通”“靠传统批发”“靠政府紧急成立的‘西瓜办’‘香蕉办’”等临时救急的观念，要真正认识到信息化，尤其是互联网对农业信息化的重要作用，酒香也要会吆喝，再好的品质，再怎么深加工，卖不出去，也只能是100+1=0。

微博微电商能比微信走得更远吗？

■将新闻进行到底

文·实习生 张 浩

近年来，随着微博、微信等社交媒体的发展，微电商也逐渐兴起。和传统电商不同的是，微电商是一种更注重社会化移动社交的商业模式。继微信微电商迅速蹿红后，新浪微博也不甘示弱，近日首次发布了微电商战略，推出了一款以兴趣为导向的移动社交电商产品——“微博橱窗”。

其实，由于缺乏电商DNA、透支信任关系、破坏用户体验……微信微电商已饱受诟病，此时微博微电商横空出世，会比微信微电商走得更好吗？

——新闻缘起——

新浪微博发布微电商战略

7月7日，新浪微博在北京发布了微电商战略，宣布将联合第三方售卖平台，其中包括电商巨头阿里和微卖电商手机客户端，建立一个以兴趣为导向的移动社交电商体系——“微博橱窗”，微博用户在刷微博的时候，可能会看到所关注的偶像、公众号或者某领域专家的微博账号对某商品的推荐，利用这种软广告刺激用户消费。

据了解，微博上各领域的2000多万达人都可以通过微博，直接发布自己推荐的商品，并添加推荐理由、库存量和商品链接等信息。同时，这些商品将在“微博橱窗”展示，用户可以在微博收藏商品或加入购物车，也可以通过中间页购买而无需跳转至其他应用。如果推荐的商品是其他商家提供的，达人可以根据事先与商家的约定获得分成，并且不参与交易过程，用户购买商品后的物流、售后等都由商家负责。

新浪微博将注重对商品的推荐，在商品和用户之间搭建一座桥梁，通过微博达人们的推荐，以互动的形式建立起达人与粉丝之间的关系链，将商品营销出去。

——核心关注——

微博媒体功能带来更大信任度

业内专家指出，曾经人们纷纷表示看好微信微电商的原因是因为看到了，熟人之间的信任度能够对消费决策起到很大的影响。但是后来微信微电商逐渐暴露出一些弊端，比如由于入行门槛低，其从业人员多以微信用户本身的个体散户为主，鱼龙混杂，职业素质参差不齐，从而引发商品出现质量、售后服务、虚假宣传等问题；而且“刷脸”只是一时的，跟熟人做生意反倒容易被“杀熟”砍价等等，使得公众对微信微电商的信任度大打折扣。

“而微博作为一种社交媒体，除了拥有强大的粉丝市场外，在社交和媒体这两种功能上，更注重媒体的功能，其拥有的公信力给微博微电商带来了良好契机。”电众数码营销总监方继德在接受采访时如是说。

据微博公司财报显示，截至今年一季度，微博月活跃用户达到1.98亿，其中86%来自移动端，同时有4500万用户的微博账号和支付宝绑定，可以在微博上直接购买商品。

四川成都某互联网公司职员骆志成就是这近两亿微博大军中的一员，平日里他喜欢刷微博以最快时间获取热门信息。当前，像骆志成一样，热衷于从微博了解最新时讯的人与日俱增。此外，越来越多的传统媒体也开始通过微博来发现新闻线索。

西曙科技总经理王泳衡说：“媒体本身是具有较强的公信力的，微博通过这种弱社交、强媒体式的发展模式，在联合阿里、微卖等专业的第三方电商平台后，在微电商领域将比微信微电商更有可信度，人们可以更放心地通过‘微博橱窗’这类微电商平台购买商品。”

方继德认为，“微博橱窗”其营销的基础就建立在粉丝对这些微博大V和达人们的信任上。“通常情况下，微博大V和达人们在为某商家推荐商品时，除了看产品方给自己的推荐费外，还会权衡该商品推荐出去之后，商品的质量对自身形象的影响，因为这是一个长期营销过程。”

连接电商和消费者让交易更靠谱

“我原来喜欢使用微信，就是因为里面都是熟人，比较简单、干净，但现在充斥着商品信息，经常被各种营销推广刷屏。”在华夏银行工作的陆小姐对泛滥于微信“朋友圈”的微电商不胜其烦。相信和陆小姐有一样怨言的微信用户不在少数。

业内人士认为，微信朋友圈微电商的泛滥和无组织性的管理，影响了微信用户对微信产品本身的体验。而“微博橱窗”则是微博联合专业的第三方电商平台，进行专业化的微电商营销，因此，对用户对微博产品本身的体验感不会造成太大的影响。

近两年，在微信微电商数量呈现几何倍数增长的同时，产品质量参差不齐、退货渠道不畅，商品质量和售后服务问题也在成倍增长。

家住福建厦门的孔令仪是一名微信微电商，主要经营定制化高端文玩产品。他说，目前微信微电商有80%以上采取代理层层分销模式，只有20%的企业与个人将微电商作为一种渠道，正规卖货。

而微博则将货源来自正规厂商的专业电商作为第三方网售平台，与之进行合作，从源头保证了商品的品质，微博用户便能够放心购买了。

进军微电商，微博给自己的定位是专注于连接商品和消费者。微博CEO王高飞指出，微博微电商的最终交易、现金流、物流、售后等由合作平台完成。看起来，微博的微电商模式更像是微博搭平台，达人扮演催化剂，加速商家与用户发生化学反应。

对此，方继德表示：“‘微博橱窗’建立后，微博用户们通过对微博的浏览，发现感兴趣的微电商信息，然后再下单并支付，最后进行分享。通过‘微博橱窗’，用户找得到售后，商家找得到商品流向。”

——专家建言——

“微博橱窗”想走好就不能偏离本质属性

微博以“微博橱窗”的方式进军微电商，在用户的信任度和营销模式上都较有优势。那么，接下来微博微电商要怎样做才能避免重蹈微信的覆辙，拥有更大发展呢？

西南科技大学管理科学与工程系主任周中林说：“微博需要盈利，微博微电商是一种与时俱进的尝试。微博微电商的出路在于用户体验、用户口碑还有达人们的信誉度，不能过分偏离其本质属性，如信息分享与交流的即时性、随意性，如果目的性太强，往往会适得其反，引发用户的反感。”他建议，微博营运商在运营微博微电商时，可通过技术手段，如大数据分析，对除“微博橱窗”以外的微电商用户，进行信用评级，据此限定微电商用户的信息发布权限；营运商要从构建规则入手，改变当前微电商自发形成的局面，且微电商的商品要由可信的第三方平台认证提供；培养微电商及用户的商品甄别素养；政府要进行相关法律法规的研究制定。

此外，“由于用户是根据自己的兴趣自由关注某微博账号，因此微博达人要避免粉丝流失可能得做好信息分享与商品推荐的平衡。”方继德补充道。

■相关链接

制定管理规范 促微电商可持续发展

“对于微电商这样一个新兴事物，必须尽快制定管理规范，才能促进其可持续发展。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛说。

微电商的本质是在移动终端平台借助移动互联技术开展商业活动。不论是线上还是线下的商业经营，我国都有相关法律法规，但总体还是滞后于移动购物的发展。“由于大多数消费者不能确定真实交易对象信息、无法提供相应的消费凭证，所以对微电商的投诉举报往往无法受理，消费者的合法权益不能得到有效保护。”对外经贸大学电子商务系副教授程絮森说。

目前，有关法律法规正在完善中。今年5月，商务部下发《无店铺零售业经营管理办法（试行）（征求意见稿）》（简称《办法》），向社会公开征求意见。该办法对于网店等无店铺经营者的行为提出了更细致的管理办法，严禁其弄虚作假，泄露、篡改、出售或非法向他人提供消费者个人信息。同时，电子商务平台的“卖家”，需提交营业执照、经营许可证、授权经营证明等证照信息。

引人注目的是，该《办法》对狂轰滥炸式的广告推送做出明确规定：未经消费者同意或请求，不得以短信、微信、电子邮件等形式推送广告。

针对移动互联渠道开展商业活动的特点，工商部门也将出台措施，落实经营者、移动互联渠道提供者的相关责任，规范网络交易环境，维护诚信市场秩序，营造安全放心的消费环境。

中铁四局用新技术打造汽车试验场

科技日报讯 近日，中国中铁四局凭借着在国内汽车试验场施工领域的实力，将一汽大众汽车有限公司新建试验场项目及试验场扩建工程收入囊中。至此，该局参与承建的大中型国内汽车试验场工程已达19座，在这一领域份额占到了75%以上。

据介绍，1987年，中铁四局承建了国内第一座拥有高速环道的汽车试验场——解放军总装备部定远汽车试验场。此后，该局先后承建了交通部北京通县、上海大众、保定长城、重庆长安等十余座大中型专业汽车试验场和洛阳一拖拖拉机试验场、常州铃木摩托车试验场两座特种车辆试验场，并已掌握了曲面混凝土施工的SAS技术、智能刷坡技术，以及“驼背”弯道、“薄饼”障碍道、“拱形”不平整路面和“比利时”大型曲面及圆凸起路、高精度曲面沥青路面施工技术等多项国内领先的汽车试验场核心施工技术。近几年，随着国内汽车工业飞速发展，中铁四局与德国和日本的同行紧密合作，在国内率先引进使用了3D测量系统控制摊铺、计算机数据建模测量曲面摊铺厚度、使用熨平板加热处理沥青纵缝等新工艺，继续引领国内这一领域施工技术的发展和进步。 （舒郁仁）

华昌铝厂打造新型铝材产业链集群

科技日报讯 目前，作为广东有色金属交易中心的首批大型综合项目——广佛国际商贸城中心重大示范工程、华昌铝厂总部大厦建设进展顺利，总体工程已经过半。

华昌总部大厦项目规划包括地上27层和地下3层，高129.5米，总建筑面积达91000多平方米，地下车库可提供400多个车位。项目建成后，将成为集办公、商业、展示、研发等多功能为一体的大型综合体。

华昌铝厂市场部总监袁毅介绍，华昌总部大厦除部分用于自身办公外，还将推出优惠的招商政策，吸引铝材行业上游产业链及下游产业链优秀企业进驻，做好长产业链优质资源集群，让行业资源再聚焦布局，形成高效的集群效应。中国有色金属加工工业协会副理事长、华昌铝业董事长潘伟深介绍，近年来铝型材整体行业处于调整期，潜在需求不断增长。行业需要走向规模化和标准化，优秀的企业集群效应将会在市场竞争中占据先机，华昌铝厂基于华昌总部大厦综合体打造新型产业链集群就是出于这样的战略思考。华昌铝厂大厦项目的落成将进一步推动佛山南海铝型材产业软实力的升级。 （冯丽）

第五届北京国际武交会开幕

科技日报讯 7月18日，由中国武术协会主办的“全球金融集团”杯第五届北京国际武术文化交流大会暨“全球功夫网”杯第四届国际功夫交流大会在北京开幕。本届大会吸引了来自美国、英国、俄罗斯、德国、法国、日本、意大利等60多个国家、国内31个省市自治区及港澳台地区的300多支代表队，近万名运动员报名参赛。

据悉，自2011年首届北京国际武术文化交流大会成功举办以来，经过4届的锤炼，武交会已经发展成为国内外武术活动顶级品牌，吸引了海内外数万名武术爱好者前来参赛，成为全球武术赛事中参赛国家最多、参赛队伍最多、参赛选手最多的国际武林盛会，国际影响力与日俱增。本次大赛组委会设置了武术套路比赛、散打比赛、跆拳道比赛、太极推手比赛、摔跤以及各种民间传统武术项目。在大会期间，组委会还将同步举行国际功夫高峰论坛、国际功夫联合会代表大会等活动，以此宣传和展示中华武术的运动理念与文化内涵，让参与者充分感受北京的特色与魅力。 （张成）

多家汽车企业展开7座SUV争夺战

科技日报讯 近几年，7座的概念正逐渐渗透到SUV领域。继广汽丰田新汉兰达、长安福特新锐界于2015年上半年上市之后，北京现代2015款全新胜达也于7月初上市。3款产品接连出招，让人十分期待在这场合资品牌7座SUV争夺战中，究竟谁将胜出？

业内人士表示，中国汽车市场正在逐渐形成成熟且理性的消费时代，谁能了解用户最实际的需求，解决真正的用户痛点，才最有希望在新的一轮竞争中获得主动，脱颖而出。

全新上市的汉兰达和锐界的入门门槛价格对于消费者来说形成了不小的吸引力。但全新胜达增加了3款2.0T车型，使其T动力车型达到5款，并将合资T动力豪华SUV的价格锁定在20万元左右的档位，和汉兰达、锐界等顶配车型40多万元的价格相比，价格优势明显。2015款全新胜达2.0T 7座起步车型的配置也很丰富。一些消费者看重的真皮方向盘、行李架、超级仪表盘、定速巡航、后排侧遮阳帘等舒适配置，都出现在配置单上。 （段佳）

■图说

航模达人造“飞虎队战机”

为了纪念抗战胜利70周年，河北省石家庄市航模爱好者许伟龙与他的团队耗时3个月，按原比例打造了一架“P-40C战斗机”。据了解，“P-40”系列战斗机是抗日战争中后期对抗日机的主力，由著名的飞虎队驾驶。图为许伟龙正在介绍“P-40C战斗机”的发动机、驾驶舱和飞机搭载的机枪等相关信息。 翟羽佳摄

烟台动物避暑有“凉”方

入伏以来，山东烟台持续高温，天气闷热。烟台南山公园动物园工作人员为河马、黑熊、松鼠猴等动物投放西瓜、冰块等，帮助动物们降温消暑。 任羿摄

“防空洞”开放供市民避暑

近日，南京市人防办开放8个人防工程供市民免费纳凉，据了解，这次开放的“防空洞”内部条件相对较好，并且还提供饮用水、书刊和WiFi信号等。图为市民在人防工程内纳凉。 中新社发（泱波摄）

3D打印别墅现身西安

7月17日，一个由3D打印的模块新材料建造的别墅现身西安。在别墅的建造现场，有独立的客厅、卧室、厨房、卫生间等模块，工人们陆续将这些建筑模块用起重机吊起来，拼接安装。不到3个小时，一栋2层别墅就落成了。

负责设计生产的企业卓达集团研发工程师安永亮介绍，90%的建房工序已经在工厂完成，即所有的建筑模块在工厂流水线生产，现场只是对这些模块进行拼接、组装、搭建。“修建传统的别墅大约要花费半年的时间，而3D打印模块搭建别墅从生产到搭建只需要十几天的时间。”安永亮说，目前这套精装别墅有6个模块，每平米重100千克，成本价格在每平米2500元—3500元。尽管房屋建造时间短，但每个模块都能够独立承重，能够抗9级地震。同时，钢制笼式结构还能够充分填充保温材料，达到很好的保温效果。

太原公园出现“树洞画”

7月18日，山西太原某公园内，一些树木的树干上被画上了“树洞画”，引得来此游玩的民众纷纷围观拍照。据悉，这些卡通彩绘，是当地一所高校的大学生们实践活动时创作的。 张云摄