

# 黑龙江七台河市畜牧业“互联网 +” 发展现状及建议

秦 璇

黑龙江省七台河市农业畜牧兽医局,黑龙江七台河 154600

**摘要** 七台河市畜牧业“量小链短”,畜产品品牌影响力不强,缺少营销渠道,通过建设“畜牧七台河”网络平台,可提高畜牧业经济效益。总结了畜牧业“互联网 +”发展的经验和存在问题,并提出建议。

**关键词** 畜牧业;“互联网 +”;发展现状;建议

七台河市畜牧业“量小链短”,但绿特色畜产品质量突出,由于品牌影响力不强,缺少营销渠道等因素,主要以“原字号”销售为主,高品质畜产品卖不到应有的价值,养殖效益不高。市委、市政府大力发展电子商务,由七台河市政府出资,市畜牧兽医局建设的“畜牧七台河”网络平台及线下产品体验店开业运营。使传统的畜牧业插上了“互联网 +”的翅膀,开启了七台河市智慧畜牧的新时代。

## 1 基本情况

“畜牧七台河”项目总投资 28.9 万元,是目前黑龙江省一家专门营销畜产品的 O2O 网络商务平台,由线上商城和线下体验店组成。可通过线下实体店体验相关产品,并通过互联网 PC 端和手机终端随时直播生产画面,目前共有 15 家企业入驻,产品主要为绿特色农畜产品。市民可以线下实体店体验相关产品,通过微信购买并送货到家,轻松便捷。运行 8 个月点击量超过 1.2 万余次,固定粉丝 270 余人,销售笔数 180 单,销售额近 21 万元。

## 2 存在的主要问题

1)畜牧业“互联网 +”整体理解不到位。广大干部群众对畜牧业“互联网 +”的理解只停留在电商平台和畜产品销售层面,对市场信息、质量追溯、包装物流、大数据应用等理解不到位。

2)专业技术人才匮乏。由于大部分养殖户文化水平不高,对互联网技术应用能力有限,严重制约畜产品互联网营销模式发展。

3)品牌影响力小。本市的畜牧品牌不强,“三品一标”认证少,“五方”“雪鸟”“春雨”等品牌虽然在本地有一些影响力,但是品牌在全省、全国的影响力小,供应量不足,品质不稳定。

4)地理优势不明显,冷链物流服务成本高。七台河市地处黑龙江省东部,交通处于东北部末端,物流不发达,冷链保存要求高,物流成本高,影响网上销售。

## 3 建议及对策

1)提高对“互联网 +”的认识,积极引进和培养人才。加强宣传和培训,提高广大干部群众对“互联网 +”的认识。从大专院校引进专业人才,提高干部队伍专业化水平,同时以“星创天地”、电商培训等载体,鼓励年轻农民创业,培养新型职业农民。

2)抓好市场营销和品牌建设。大力发展畜产品“互联网 +”营销,探索完善奖励或补贴等政策,支持加工、物流、商贸、电商等企业创办或借助畜产品电子商务平台,推广全生产过程展示性营销、“点对点”营销和定制营销等方式,把高品质产品卖出好价格。支持新型养殖经营主体申请“三品一标”认证,推进畜产品商标注册便利化,强化品牌保护。通