
对贵州农经网信息服务产品的思考

令狐昌平 李庆亚 罗曦¹

（贵州省农村综合经济信息中心，贵州 贵阳 550081）

【摘要】 信息服务要有产品思维，信息就会发挥其价值。贵州农经网从 2000 年成立至今已有 19 年了，贵州农经网在为“三农”提供信息服务的过程中要提供各种各样的信息服务产品。随着新媒体时代到来，特别是融媒体时代的到来，贵州农经网为“三农”提供的信息服务产品也要有新的变化。以贵州农经网为“三农”提供的信息服务产品分析，得出作为“三农”提供的信息服务产品，一要真实可信；二要贴近需求，三要发挥效用。

【关键词】 产品思维 信息服务产品 新媒体时代 效用

【中图分类号】 C931 **【文献标识码】** C

贵州农经网成立至今，为“三农”提供了各种各样的信息服务产品，主要有农信通手机短信、用电子屏显示的农产品供求与价格信息、在杂志上编辑的农产品供求信息、为电视台提供的农产品供求与价格信息，为广播提供的农产品供求与价格信息，通过新媒体发布的“三农”相关信息，以及现有网站信息服务产品等。每种信息服务产品并不是一成不变的，而是随着时代在变，有些信息服务产品已经淘汰，新的信息服务产品又出现了。但无论如何变化，信息服务产品都要真实可信，贴近用户需求，要发挥效用。

1 贵州农经网“三农”信息服务产品种类

1.1 农信通手机短信产品

农信通手机短信是贵州农经网与中国移动合作推出的“三农”信息服务产品，只要是中国移动用户，订制了农信通手机短信业务，就会定时收到贵州农经网提供的“三农”信息。信息内容主要有农情气象信息、农产品供求与价格信息、农业政策、农业新闻、实用技术、致富信息。用户收到这些信息，能第一时间知道未来的天气情况，从而合理安排农事活动；能了解最新的农产品价格行情和农产品产销情况；能了解最新的农业政策和时事新闻；能收到一些种养殖和加工技术信息；能从致富信息中得到启发，提高自身的经营能力。

在非智能手机时代，用户收到的这些“三农”信息，确实对他们农事活动起到了很大的指导作用，也解决了信息最后一公里的问题，让用户足不出户，不用上网就能了解最新的“三农”相关信息。但是在智能手机时代，用户获取信息的方式更加多样化，手机短信虽然没有完全取消，但是发挥的作用越来越弱。现在还在订制这一业务的都是一些忠实用户，智能手机时代虽然获取信息更加多样化，选择性更多，但传统手机短信也有自身的优势，信息更加系统化。传统手机短信信息简单明了，省得用户再去搜索和选择。

智能手机时代信息来源的多样化毕竟是大势所趋，传统手机短信还需要提供更加贴近“三农”需求的信息，内容形式还需要多样化，不能提供纯文本信息，还需要提供图文结合、音视频兼有的信息。就用户发展而言，不但要稳住老用户，还要发展

作者简介：令狐昌平（1981-），男，贵州桐梓人，助理工程师，管理学学士，主要从事农业信息化工作。

新用户，创造潜在用户。

1.2 电子显示屏信息服务产品

贵州农经网曾利用自身的省、地、县、乡、村的五级信息服务体系，在农贸市场内、景区人流多的地方、集镇人流多的地方等建电子显示屏，专门发布农用天气预报、农产供求与价格信息等。这一信息服务产品刚开始发挥了很大的作用，用户获取这一信息付出的是零成本，信息又能在人流多的地方得到有效传播。而农信通手机短信需要订制才有，用户也需要付出低成本。电子显示屏信息服务产品不需要任何订制，只要出现在人流多的地方就能看到。但这一信息服务产品最大的问题是维护成本高，不断有电子显示屏需要维修，遇到打雷下雨等恶劣天气就无法查看。

现在贵州农经网电子显示屏信息服务产品虽然没有完全取消，但是发挥的作用也在弱化，在智能手机时代，用户获取信息完全可以从手机查找到。但电子显示屏信息服务产品也并非完全无用，还需要在信息内容加工，电子显示屏自身维护上下功夫。信息只有传播才能发挥价值，电子显示屏也是一种传播载体，多一个载体，也就多一种传播途径。

1.3 广播电视信息服务产品

贵州农经网将最有价值的农产品供求与价格信息通过广播与电视的形式播放出来，这一信息服务产品受到了电视用户和广播听众的青睐。用户获取这一信息，有了一定的选择权，用户可以选择收看或收听，也可以选择不看或不听。这一信息服务产品除了内容足够有吸引力外，还主要受用户数量的影响。毋庸置疑，新媒体时代的到来，让电视和广播的用户量在下降，新媒体吸引了大量的用户。但广播与电视也有自身的优势存在，相对于报刊杂志等，广播与电视信息内容更加丰富，而且与新媒体更接近，广播与电视的很多信息可以直接用在新媒体上。

贵州农经网广播电视信息服务产品只要做得好，就为贵州农经网上的“三农”信息在新媒体上的应用打下了良好的基础。虽然无法统计广播与电视的具体用户数，但可以肯定他们的用户数要比手机短信与电子显示屏的用户数要多得多。庞大的用户群成为“三农”信息服务产品在广播和电视中传播的必要。

1.4 纸媒信息服务产品

报刊杂志作为纸媒，发布在上面的信息具有专一化、正规化的特点，作为纸媒的信息一旦发布出去就收不回来，出现问题还有据可查。贵州农经网曾在某杂志的某一版块专门发布农产品供求信息，先不管其效果如何，其形式本身就是一件很严谨的事情。这些“三农”信息不但多了一个传播途径，让传播载体更权威可信，还让这些信息存档更便捷。但纸媒作为传统媒体，受到新媒体的冲击也很大。作为纸媒信息服务产品，可充分利用其专一化、正规化、权威性的特点，适当发布此类信息服务产品。

1.5 新媒体信息服务产品

贵州农经网目前用到的新媒体主要有微信、微博、抖音、手机APP等，发布的信息内容主要有农产品供求信息、价格信息、“三农”资讯信息、农旅信息等。这些信息如果还按传统媒体的要求发，肯定吸引不了粉丝。在新媒体时代，时间碎片化了，屏幕进入小屏时代。适应了新媒体时代，你的粉丝就会爆发式的增长，当然信息传播更快更有效。如果没有适应新媒体时代，你的信息就像沙漠里的一粒沙，或像大海里的一滴水，有你和没有你都一样。新媒体时代，既有机遇，又有挑战。如何让贵州农经网提供的新媒体信息服务产品发挥应有的“三农”服务作用，要很好地利用新媒体时代的机遇，扩大网站影响，又要迎接挑战，克服在新媒体时代遇到的种种困难。

1.6 传统网站信息服务产品

网站作为提供基础数据的地方，需要适当加工才能成为信息服务产品。如对“三农”资讯信息需要适当提炼文字，像手机短信一样提炼出来，让用户一看就明白，不用具体看内容就明白了。供求信息可以加入广播的语音，让信息可看，更可听。在供求信息中加入加工技术信息，让信息更实用。农业气象信息不能只分析，还要指导用户具体怎么做，信息才更有价值等等。网站虽然是一个汇聚数据的地方，也是传统媒体，但是只要能提供新的信息服务产品，就能完全将新媒体与传媒媒体融合在一起。

1.7 万村千乡网页

由贵州农经网建立的万村千乡网页，是指为贵州全省 1000 多个乡镇（街道办、社区）和 10000 多个村（居委会）建立的网页。信息遍及到贵州每一个行政村，在万村千乡网页刚建立之初，网页起到了很大的作用，尤其是外界获取贵州省内的信息，主要从这个万村千乡网页了解到。但是近年来，出现了信息采集的不规范，还出现一些敏感字，万村千乡网页发挥的作用越来越弱化。万村千乡网页出现的主要问题是信息采集的不规范和人工维护信息的成本过高。如何让万村千乡网页健康运行，让其发挥更大的作用，可走市场化发展道路，对一般的网页只做公益信息服务，对重点宣传打造的网页，需要双方共同维护，这样才能把网页做好，做出亮点来。

2 对做好贵州农经网“三农”信息服务产品的思考

从根本上说，信息无论在什么载体上传播，只要有用户，就会发挥其作用。但是具体的信息服务产品如果质量不高，不但不会发生作用，有时还会发生反作用。提高信息服务产品质量，尤其是“三农”信息服务产品质量，应从信息产品本身出发，要真实可信，要贴近用户需求，要能发挥效用。

2.1 信息服务产品要真实可信

贵州农经网“三农”信息服务产品真实可信是第一位的。比如价格信息产品，如果使用农贸市场的价格，其真实可信度不高。农贸市场的价格存在的问题主要有：没有明码标价，价格波动大，交易随意性大，人工采集农贸市场价格受采集者责任心的影响大。为保障农产品价格信息的真实可信，可采用农产品超市的价格，超市价格变动小，明码标价，采集方便。如果提供的信息服务产品，没有真实可信的保证，放在再好的媒体上传播也是无效的，相反还会对媒体本身的公信力造成影响，适得其反。

2.2 信息服务产品要贴近用户需求

用户的需求是千差万别的，如何贴近用户需求，就要从传播载体上着手。贵州农经网作为传统的网站媒体，单靠网站发布信息，是无法满足用户需求的。因此要在利用好传统媒体，如网站、报刊、广播、电视、电子屏的基础上，用好新媒体，如微信、微博、抖音等。要利用好各种媒体的优势，发挥融媒体的作用，才能更好地满足用户需求。

2.3 信息服务产品要发挥效用

发挥效用是信息服务产品产生作用的一个评估。如农产品供求信息产品，信息是真实可信的，也通过各种媒体传播了，贴近用户需求了，但是如果对实际农产品交易和宣传没有影响，那么这个农产品供求信息产品就没有发挥效用。我们在包装农产品供求信息产品时，可以用倒推的方法进行制作。如面对两个农产品供求信息，其中一个农产品打开了市场，不愁销，包装成信息服务产品时顶多起锦上添花的作用，而另一个农产品是新种植的，市场不了解这个农产品，如果加强包装和宣传就能打开

市场，我们就应该选择后一个农产品来包装信息服务产品，让信息发挥效用。只有能发挥效用的信息服务产品，才能达到信息服务的目的。

3 结语

贵州农经网从建网到现在，今年是第 19 个年头了，在这 19 年里经历了非智能手机时代，智能手机时代，新媒体时代，再到现在的融媒体时代。贵州农经网也为各种传播载体提供了各种信息服务产品，信息发挥了很大的作用，但也发现了不少问题。在如今的融媒体时代，如何更好地提供“三农”信息服务产品，应充分利用好传统媒体的优势，充分发挥新媒体的作用。最重要的一点是要做好“三农”信息服务产品本身，使“三农”信息服务产品是真实可信的，贴近用户需求的，能够发挥效用的。

参考文献：

- [1]朱建勇. 实施农经网入乡工程加快“最后一公里”建设[J]. 农村合作经济经营管理, 2002 (09).
- [2]陈运辉. 跨越农业信息化“最后一公里”之路径分析[J]. 中国农学通报, 2006 (09).
- [3]王来, 马鑫. 农村信息化发展“最后一公里”问题浅议[J]. 农业科技管理, 2011 (03) .