

2015 年西藏自治区公考《申论》真题（9 月下半年卷）

材料 1：

2014 年中央一号文件《关于全面深化农村改革加快推进农业现代化的若干意见》明确提出，要“开展公益性农产品批发市场建设试点。”2014 年 2 月，商务部等 13 个部门联合印发《关于进一步加强农产品市场体系建设的指导意见》，进一步明确要积极稳妥推进农产品市场建设。建设改造一批长期稳定提供成本价或微利公共服务，具有稳定市场价格、保障市场供应和食品安全等功能的公益性农产品市场。

2014 年 9 月 12 日，国务院颁布的《物流业发展中长期规划（2014-2020 年）》提出，加强鲜活农产品冷链物流设施建设，支持“南菜北运”和大宗鲜活农产品产地预冷、初加工、冷藏保鲜、冷链运输等设施设备建设，形成重点品种农产品物流集散中心，提升批发市场等重要节点的冷链设施水平，完善冷链物流网络。加强北斗导航、物联网、云计算、大数据、移动互联等先进信息技术在物流领域的应用。

2015 年中央一号文件《关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见》提出创新农产品流通方式。加快全国农产品市场体系转型升级，着力加强设施建设和配套服务，健全交易制度。推进合作社与超市、学校、企业、社区对接。支持电商、物流、商贸、金融等企业参与涉农电子商务平台建设。

材料 2：

农产品批发市场是我国农产品流通的中心枢纽。1984 年武汉建立了我国第一家产品批发市场。据统计，截至 2013 年底，全国共有农产品批发市场 4400 余家，我国 70%以上的农产品经过批发市场进入百姓的菜篮子。

黎明前，夜色中的 F 农产品批发市场在寒风中醒来。不到 6 点，大大小小的货车已经在新发地市场的主干道上汇成车流，它们赶着把新鲜的蔬菜、水果输送到这座城市的四面八方。算下来，每天平均有 3 万多吨新鲜蔬菜、水果从新发地市场流向各个二级批发市场，在经过超市、菜市场，最终端上千家万户的餐桌。为了保证供应，从 2009 年开始，立足本市的新发地市场，加快了向外走的脚步，目前已经在内蒙古、上海、山西等地，建立了 13 家分市场和几百万亩基地。2014 年，F 市场将建成一座国内自动化程度最高、物流设备规模最大，功能最齐全的第三方物流冷库。12 万吨的规模能在遭遇极端天气时保障农产品 7 天供应不中断，并能有效调节因供需变化造成的价格波动。

新发地市场从 2008 年开始的 F 市区内布局便民菜店，以减少流通环节，平抑市场价格，方便市民买菜。张月琳说，今年主推的菜篮子直营旗舰店是便民菜店的升级版，“面积、品种、服务、管理都要上一个档次。旗舰店里设有监控，从新发地市场就可以看到店里销售和供货情况。”一清早赶去看的店是第三家新发地菜篮子直营旗舰店。60 多平方米的铺面里，既有老百姓的当家菜，又有进口水果，品种超过 100 个。店里墙上有这样一句话：“把 F 市场搬到您家门口。”

营业第一天，韩建伟的生意特别好，店里挤满了附近的居民。选了两大包菜的赵德云老人说，“原来买菜要到一公里外的超市。这里不仅近，而且菜新鲜、便宜，一斤西红柿和外面差一块多钱。”韩建伟还承包了一辆新发地便民蔬菜直通车，箱式货车，定时定点开进社区销售。张月琳介绍，北京不少小区都有买菜不方便的问题，开便民菜店不好找铺位。

材料 3：

一辆辆运送豆角、茄子、尖椒的货车缓缓驶入 Y 农产品批发市场，车子停稳后，蔬菜刚搬运下来，在一个货品箱子上，记者看到上面有二维码，拿着手机扫描一下，结果显示这箱黄瓜采摘日期是 2015 年 4 月 3 日，3 月 6 日进行了灌溉操作，3 月 24 日进行了肥料管理……各种田间管理信息一目了然。记者跟随他们来到检疫中心，工作人员正在迅速取走各种蔬菜作为送检样品，贴签、切取可食用部分、提取样本、检测药剂混合、送检测仪器分析……检测结果出来后，合格，这些蔬菜就会被准许进入蔬菜批发市场交易。根据 Y 农产品批发市场总经理杜先生介绍：“商户被检出蔬菜、水果或肉类不合规格、残留农药超标等问，不仅会被不允许销售，清出市场，而且在以后的交易中

还会对其加大监管力度。为了提高检测质量，公司还引进具有国际公信力的第三方检测机构。刚开始实行水果蔬菜、肉类全检制度时，有些商户闹情绪，不理解。现在大家不仅接受了，而且商户进货也谨慎了，问题蔬菜、水果、肉类都不敢往这里运了。”

五年前，Y 农产品批发市场开始进军电子商务。对于电子交易中心办公室主任徐洋来说，经常加班已经是常态。一方面，要维护 B2B（Business To Business 的英文缩写，一种企业对企业的营销关系）平台，为产地的合作社、大户与新发地的批发商提供供求信息，让双方顺畅对接，避免市场行情出现大的波动；另一方面依靠知名电商平台，主攻 B2C（Business To Customer 的英文缩写，是直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式）业务。徐洋说，虽然目前线上交易远不及线下交易的规模，但成长速度让我们惊喜。

杜先生说：“我们必须保证市场产品的安全，现在线上交易量虽然不大，但影响很大，线上线下的产品必须都做到‘来源可追溯，去向可查证，责任可追究，安全可保证’！”

材料 4：

H 市是我国南方的一个近海旅游城市。该市统计部门的数据显示，H 市鸡蛋的价格在全国 36 个大中小城市排名第一，大白菜、土豆、白萝卜，在全国 36 个大中城市分别排名第一、第二、第三。市民李娟说：“五口之家一个月下来，光蔬菜类支出就达千元，再加上肉类等，花在吃上的钱就接近我工资的一半了。”

H 市市民吃的蔬菜包括外地菜和本地菜两大部分，记者追踪发现，从外地运来的小芹菜被一级批发商以 4 元/斤收购，当它出现在菜市场摊位上时已经达到了 12 元/公斤，涨幅高达 200%，而本地有近 30% 的蔬菜无销售渠道，缺少固定交易场地，本地菜种植户长期以来都是打“游击战”，这也是滋生马路市场的原因。市民说菜贵，而菜农、运输从业者、销售商也都在抱怨无利可图。2013 年，市政府投资 1155 万元，在 4 个区各建一个公益性蔬菜批发直销市场，用于批发本地蔬菜，不收取进场费、摊位费，为蔬菜交易提供免费经营场所，主要目的是减少流通环节，平抑蔬菜价格。

材料 5：

2014 年初，H 市 4 个区的公益蔬菜批发市场相继投入运营。到底情况如何？7 月初，某网记者对 4 个市场进行了调查。

A 区公益蔬菜批发市场是一个钢结构大棚。记者看到数千平方米的市场内的一角，几个泡沫箱搭成了一个简易菜摊，这是整个市场唯一的一家蔬菜摊位。摊位上摆满了茄子、豆芽、地瓜叶、空心菜、嫩玉米等近 10 种蔬菜。据摊主介绍，自己是今年 3 月份来这家市场卖菜的，当时还有 5 个摊位左右。但由于很少有人来买菜，批发来的蔬菜大多卖不出去，基本上辛苦一天，还要亏损 100 多元。其他几个摊主坚持不下来，一个月后全部走了。记者在市场里看到，整个市场空荡荡，没有设立固定摊位。市场管理处工作人员严华新告诉记者，因为 A 区蔬菜种植户比较少，市场又处于居民聚集区，做蔬菜批发不太合适。

在 B 区公益蔬菜批发市场，令记者没想到的是，几百米长的路段摆满了各种蔬菜，一直连接到批发市场内。路边到处停满了运送蔬菜的货车和三轮车，各种蔬菜一堆堆摆放在马路两侧，路中间留出的空间很小，仅能让小型货车和来回穿梭的三轮车通行。批发蔬菜的菜贩三三两两的聚在一起，装菜、卸菜的车辆走走停停，热闹非凡，这条路已彻底变成了马路市场。一位现场批发豆角的商贩告诉记者，新市场里面空间有限，来往的车辆经常堵在一起，很多商贩就把蔬菜放在马路上交易，市场内只有靠近外面一半的位置摆满了蔬菜，里面的另一半却非常空旷，市场里的商贩数量没有门前马路市场一半多。没有设置独立的进出通道，没有停车场，没有交通疏导，没有专业管理等，菜贩和菜农不方便也不愿意进场交易。

记者经过一番寻找，来到了位于秀英区海秀镇儒益村东北侧、临椰海大道的秀英区公益性蔬菜批发市场。在市场内记者看到，尽管里面设有几排空摊位，但只有一个名为“阿龙蔬菜批发专业户”的摊位前有蔬菜销售。据销售人员介绍，每天早晨 9 点前还有几个摊位销售蔬菜，但全天销售蔬菜摊位只有这一家。之所以在这里买菜是因为摊主本身就是批发蔬菜的，就住在附近，所以白天也专门摆了摊位销售蔬菜，以方便附近的村民。“生意一天天好起来了，以前每天只能卖几十元的菜，现在每天可以卖几百元的蔬菜了。如果我不一直卖下去，附近群众守着这个大批发市场就买不到蔬

菜了！”摊主表示，会把这个唯一的“全天摊位”坚持下去。一位陈女士表示，菜农其实很愿意在海口市内销售蔬菜，但 4 个区的批发市场都没有建立摊位，宣传也不到位，希望政府能真正为市民考虑，发动菜农进场直销蔬菜，这样市民才能真正受益。

和其他 3 个区新建市场不同的是，D 区公益蔬菜批发市场白天从来不营业，只有凌晨 3 点至 6 点，才有商户进场批发蔬菜，平时都是闲置的。这和建设的初衷相差甚远。“夜间蔬菜批发其实和我们的关系并不大，即使批发价能每斤便宜 5 毛钱，菜贩也不会把这点利润让给我们，更不会降低菜价销售，我们希望能直接到市场买到平价蔬菜，这才能体现公益性。”家住 H 市文明东路的市民黄先生直言不讳。

材料 6：

4 个区的蔬菜批发市场建设之初，政府安排了 4 家不同企业来分别经营。

H 市加旺现代化农业有限公司是 C 区公益性蔬菜批发市场的管理方，该公司总经理严永红告诉记者，由于批发市场远离市区，销售对象主要以附近村民围住，所以零售蔬菜的市场很小，目前主要以每天晚上批发蔬菜为主，营业时间集中在凌晨 2 点至 7 点。

严永红介绍说，政府同时投资兴建的公益性蔬菜批发市场规模不大，只有一个 2000 余平方米公益摊位大棚，由于面积小，无法大规模批发蔬菜。公司经过向政府申请，专门自建了北菜南运蔬菜批发大棚、农副产品批发区、2000 吨归农的冷库作为配套。除了经营本地菜，还批发北菜，比如土豆、洋葱、胡萝卜等。C 区公益性批发场所配套的北菜销售设施，已经是朝着一级批发市场定位去发展。

根据知情人士透露，现在 C 区公益菜市场对接的北菜批发商越来越多，很多白菜批发商开始主动联系 C 区公益菜市场。更多的北菜通过 C 区公益菜市场进入 H 市，人们担心，如此下去，各大公益性蔬菜批发市场有可能把本土菜的公益运营边缘化，市民在公益市场也难买到半价菜。

根据从事蔬菜流通行业的专业人士认为，作为 H 市，需要建几个一级批发市场？几个二级批发市场？在哪儿建？应该是根据 H 市消费者区域划分和消费量来确定的。H 市这 4 个市场由不同企业经营，无法形成合力，批发量太小。量上不去，无法形成规模，成本降不下来，批发市场的优势就发挥不出来。

材料 7：

日本有一部分市场叫中央批发市场，是公益性市场，中央和地方政府出钱建市场，建了一套管理体系再进行招标。日本批发市场的运作模式是实施市场准入制，进行会员制管理。日本《批发市场法》规定，20 万以上人口的市场都可以建立中央批发市场。同时相关法律规定，各城市的运货车终点站、批发市场、仓库等流通基础设施，都要建立在周边交通条件较好的地方，并在用地等方面优先保障。该法还规定了在有关批发市场的各项活动中，哪些事必须做、应该做，哪些是禁止做、不准做的，违反了哪一条就要受到何种处罚等。

韩国现代化的公营性农产品批发市场是由中央和地方政府共同出资建设。一般情况下，中央政府无偿投入 30% 的资金额，其余部分由市场所在的地方政府出资解决；当地政府无力将资金全部到位时，可向中央政府申请贷款，这种贷款一般为 5% 的低息贷款，还贷期可延长至 20 年。市场建成后，由政府公职人员组成管理团队，负责整个市场的管理和服

美国农业部在 15 个州的主要农产品市场设有农业市场信息办公室及市场调研员，通过定期调查向种植者提供农产品市场价格信息，以满足农场主了解市场供求情况的愿望。这些机构的工作人员根据农业部要求专聘，对农业部负责，工资完全由政府承担。调查员被派驻到各地农产品批发市场，按照严格的市场调查、工作程序和要求，以电话访问、现场调查、网络问卷调查和收集电子计算机原始记录等方式调查收集农产品市场价格信息，并在规定时间内报告给农业部，经农业部审定和汇总，通过媒体公开向社会发布。

材料 8：

不去菜市场、超市，还能去哪儿买菜、买米？去年，姚女士开始尝试网上“定制”农产品。“请帮我把猪肉准备好，就要之前预定的那头个儿小点儿的猪！再把地里没放化肥的白菜、黄瓜、辣椒也都准备 5 斤。”这是姚女士在网上给甘棠村老宋的留言。原来去年春节，亲戚给他家送来了几斤

猪肉，吃着味道不错，详谈中得知这些肉是在农户家专门“定制”饲养的，卖家从仔猪的挑选到饲养的各个环节，都可以提出要求，比如小猪不能喂工业饲料，只能说吃萝卜、青菜这些“绿色食品”，每天还要保证猪在野外活动。姚女士心动了，也为自己向农户“定制”养殖了2头猪，还种植一些蔬菜。那如何保证定制产品是按照要求生产种植的呢？姚女士告诉记者，他可以通过手机客户端、电脑实时查看老宋农场里的生产种植情况。“这样按要求种养的猪和菜知根知底，虽然贵点，但是吃得放心。”姚女士说。而老宋认为，“消费者总有各种各样的需求，这种定制模式最大特点是以销定产，有消费需求，然后按要求去生产，作为一种市场导向，避免了以前盲目生产的情况。对生产者来说，所承担的市场风险就会小很多。”

3月的江汉平原，乍暖还寒。在洪湖六合水产养殖基地，鱼塘24小时水温度、溶解氧、PH值的实时监测与调节，养殖户王青华打开手机就一目了然。远距离精确测量与控制池塘的各项指标，鱼池增氧、投饵一键搞定，再也不用靠老一辈的“眼看、手摸、鼻子闻、试着来”了。通过互联网技术，养殖基地还降低了劳动量的40%，节约电量38%左右。这里的网上综合信息服务平台，不但可以通过远程视频与农业专家进行视频咨询交流，为农业生产提供网上智力支持，还为农民提供当前的农业生产、经营和市场的最新信息，以及网上农资销售业务，使农民买到更便宜、更优质的化肥、种子、农药等生产资料。

王青华和为他提供物流服务的途安公司合作已经有十年了，途安总经理高峰深有感触：“现在物流服务要求发生了很大变化，大规模、大批量、成批次运输需求呈明显下降趋势；多品种、小批量、小规模、多批次的运输需求在不断上升，而且要求有明确的到达时间。以水产运输为例，从湖北运一批水产到北京，接受货物的一方如果没有实现通过互联网技术，得到这批水产在途中的氧气、温度、湿度以及水产成活率的相关信息，就不好根据货物质量状态进行定价。”“我们只有通过先进的、智能的、更具科技含量的物流装备，改变原来物流行业通过人海战术处理物流各个环节的传统作业方式，才能解决人力成本较高的难题，增加物流服务内容，使物流真正变得快捷高效。”

材料 9:

上网娱乐、上网购物、上网开店，这对于在城市生活的人来说，早已成为了生活的一部分。但在很多农村地区，其实网络生活还并不是那么普及。虽然目前我国农村人口占总人口近一半，但农村网民比例不到30%，占网络消费者的比例不到10%。阿里巴巴最新预测，2016年全国农村网购市场规模将突破4600亿，呈现爆发式增长。阿里巴巴表示，将投入100亿元，建立一千个县级运营中心和10万个村级服务站。苏宁云商则表示，在5年内，建设一万家苏宁易购服务站，覆盖全国四分之一的乡镇。此外，京东也宣布，未来三年，京东帮服务店将在全国区县毯式铺开，四至六线城市的线下店将达到一千余家。

在电商看到巨大商机时，挑战也同时存在。“樱桃太不适合快递了。”一位济南网友抱怨：“收到的时候软了大半，已经变色了，口感真的差很多。”卖家对此也很无奈，“冷藏货车太少了，而且，承运大宗货物，我们发货量少，根本就排不上，蔬菜、水果这些保鲜期短的货品不用冷藏货车，根本就保证不了新鲜。”冷链物流是生鲜农产品触网的一大门槛。我国现有的冷藏货车、冷库、保鲜库的数量严重不足，导致我国果蔬冷链流通率仅为10%，果蔬损耗率则高达30%。电商自建冷链基础设施则大大提高成本，据中国农产品电子商务研究中心的报告指出，目前国内农产品电商接近4000余家，因为存在成本高，标准不一等问题，只有1%是盈利的，90%以上是亏损的。

数据显示，未来两年县城网商对于电商人才的需求量将超过200万。年过五旬的葛玉明是茶叶种植大户，去年他去看望一位年轻的种茶同行，得知对方网上茶叶销售额达170多万元。回家后，他一直也想开一家网店，但由于不懂网络，至今还没开成，“想聘请一两位大学毕业生帮忙，可找了一圈也没有合适的。”

运用先进技术（比如互联网遥感遥测技术）进行数据收集、监控的成本较高，如果建立产品可追溯体系，前期投入就要几十万几百万，不是任何企业都能承担的，对于普通用户得更为困难，目前这些技术还仅限在大中型农业企业中应用。

材料 10:

2015年3月，在第十二届全国人民代表大会第三次会议开幕会上，李克强总理在政府工作报告“新兴产业和新兴业态是竞争高地”部分提到：“制定互联网+行动计划，推动移动互联网云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。国家已设立了400亿元新兴产业创业投资引导基金，要整合筹措更多资金，为产业创新加油助力。”农民的理念也是一个问题，早在2002年，我国就开始尝试采用电力设备监测水产养殖，但水产在线监测系统产品至今也未能打开市场，一个重要原因在于国内养殖者大多信奉经验主义，特别是养殖效果一直都不错的养殖者，容易形成不借助电子设备仪器也可以养好鱼养好虾的理念，观念一旦形成，短时间难以改变。

今年初，山东润泽公司老板张具祥请专业人士设计了网店。按他的设想，下半年要在滨州市开五六个加盟店，把种的蔬菜卖出去。“线上线下结合，多一条腿走路，可能更稳当些。”张具祥盘算。经过一段时间磨合，张具祥意识到，“互联网+农业”绝非把农产品放到网上那么简单。他说，“通过互联网可提供超过用户想象的极致产品，但很多传统农业企业是差不多先生。做好生意的根本还是在于产品，标准化生产是不可避免的难题。农业产业链包括农产品从种苗培育，到大田管理、农副产品加工、保鲜直至流通、市场销售等所有环节和整个流程。农产品从田间到餐桌链条很长，让千家万户都真正参与标准化生产，不是件容易的事。互联网+还真不是简单做加法！”

在“互联网+”行动计划的牵引下，对于传统行业来讲，互联网的助推器和润滑剂的作用更为显著，甚而创造一种新的经济形态——将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

三、作答要求

（一）根据给定材料2-3，归纳F、Y两个农产品批发市场建设运营过程中的成功经验。（25分）

要求：内容全面、准确，语言简洁，字数不超过300字。

（二）根据给定材料4-6，分析指出H市农产品公益批发市场运营所存在的问题及其原因。（25分）

要求：问题和原因分别阐述，分条作答，内容全面，表述准确，针对性强，字数不超过300字。

（三）参考给定材料，联系实际，以“互联网+农业不是简单做加法”为主题，自选角度，自拟标题，写一篇议论文。（50分）

要求：角度合理，论述充分，结构完整，逻辑严谨，语言流畅，总字数1000-1200字。

参考答案：

F市场：①立足本市批发市场，建立外地分市场和基地，保障市场供应；②建设第三方物流冷库，完善冷链物流网络，应对价格波动；③市区内布局便民菜店，减少流通环节，平抑市场价格；④主推菜篮子直营旗舰店，实时监控销售和供货情况，提升服务管理档次；⑤设立便民直通车，定时定点进社区销售。

Y市场：①建立田间管理信息数据库，实行农产品二维码追踪管理，保障来源；②引入第三方检测机构，实行农产品全检，保障质量；③严格市场准入和市场监管，不合格产品决不允许销售，保障安全；④进军电子商务，维护B2C电子交易平台，沟通供求信息；⑤依托现有电商平台，扩大线上交易规模，推动B2B的业务。

参考答案：

（1）问题：①A区市场没有固定摊位，顾客少，闲置率高；②B区市场门前变成马路市场，交易秩序混乱；③C区市场营业时间短，营业摊位少，缺少本地菜农进场销售；④D区市场变成夜间批发市场，居民白天难以买到平价蔬菜；⑤市场大量经营北菜，挤压本地菜空间，公益运营边缘化。

（2）原因：①选址不合理：A区本地蔬菜种植户少，且市场位于居民聚集区内，不适宜做批发；②设计不合理：B区市场空间小，缺乏独立的进出通道、停车场、交通疏导和专业管理；③宣传不到位：摊位数量少，未积极发动菜农进场直销蔬菜；④功能定位不合理：批发市场和直销市场含混建设，功能交叉；⑤市场分由不同企业经营，规模小，成本高，向北菜南运寻求利润。

参考答案：

“互联网+农业”，怎么加？

2015年3月，李克强总理十二届全国人大三次会议上首次提出：要“制定互联网+行动计划”，互联网发展进入“产业互联网”阶段。农业作为最重要的传统产业之一，互联网的助推器和润滑剂功能更为显著。

农业如何连上互联网，互联网如何带动农业的转型升级，进而创造新的产业链条，引发了广泛的思考和实践。在山东，种养大户们的农产品早早触网，凭借自己家的网店把大量的蔬菜等农产品放置到网上售卖，头天还在地里的白菜大葱，两三天就能通过物流传送到千里之外的餐桌上。这样的“互联网+农业”看上去很美，现实却很骨感，张老板的生意好了，效益却并不高。农产品到餐桌的链条除了农业大户把关的田间管理和市场销售环节之外，还包括农副产品加工、保鲜、储藏、流通等环环相扣的流程，这各个环节的衔接合作。“互联网+农业”不单单是把农产品放到网上售卖的简单叠加，还需要将互联网深度融合到农业的各个领域、各个环节中，做到“互联网+农业”有机结合：一是创新人才培养，培育具有互联网思维的新型农民和农业工作者。改革发展，理念先行。农业拥抱“互联网+”，需要各个参与主体意识和观念的逐步转变，当前企业拥抱互联网的意识、农民对于互联网的整体接受和适应的意识都比较弱。要综合利用政府和社会培训资源，完善新型农民培训体系，向农业大户、家庭农场、专业合作社等新型农村主体普及互联网和电商知识，带动农村居民整体的互联网意识和观念的转变。同时，鼓励具有互联网创新思维的年轻一代投身到农业建设中来，培育新型的农业工作者队伍。

二是加强顶层设计，完善农业标准规范体系。农业是典型的传统行业，具有地域性强、季节性强、产品标准化程度低、生产者分散等特点。农业拥抱“互联网+”，要充分利用互联网的优势来改造农业，同时也要符合农业行业本身发展的特征，要加强顶层设计，加大对“互联网+农业”创新的政策扶植力度，加大资源倾斜力度；要进一步完善标准规范，建设和利用好各类农业服务平台，营造“互联网+农业”的大氛围和大环境。

三是加强农村物流基础设施建设，完善农村物流网络体系。尽管我国正在推进农村现代流通网络建设，农村物流体系也在逐步完善，但是我国农村流通产业缺乏统一规划，物流基础建设发展不平衡、企业经营粗放、“最后一公里”配送难题等问题仍然突出。要加强农业物流基础设施及物流技术装备建设，提升农业现代物流技术水平，积极培育和发展第三方农业物流，加快农业扁平化物流交易集散模式，完善冷链物流体系，促进农业物流标准化建设。

农业是国家之根本，农业稳则国家稳，农业强则国家强。只有切实以巩固农业的基础地位为出发点，以培育互联网式的新型农民、完善现代物流以及建设标准化农业服务平台为抓手，将互联网的创新成果深度融合到农业的各个领域、各个环节中，才能真正形成互联网为基础设施的农业产业新形态，实现“互联网+农业”的新发展。