

农产品流通“最初一公里”建设有待加强



日前在京津冀晋蒙等泛京津冀区域调研了解到，河北、山西、内蒙古自治区作为京津重要的农产品供应地，农产品流通“短板”明显，大多数农产品作为初级农产品流通到市场，创造的附加价值相对较低。专家认为，泛京津冀区域农产品种植在稳定数量的同时，应进一步加强“最初一公里”环节建设，重点加强农产品质量，完善深加工环节和加强品牌建设，提升农产品的附加值。

●深加工： “三分长相七分妆”

在河北、山西、内蒙古部分地区，普遍存在农产品种植重生产、轻加工现象，导致这一区域农产品销售量多价低、优质不优价。

河北省蔬菜占北京市场的50%以上，占天津的40%以上，居外埠进京津蔬菜市场份额之首。但蔬菜种类以大路菜为主，精特菜和包装菜占有量较少，效益低下。

据河北省农业部门介绍，2013年，河北省蔬菜在北京中高端市场占有率比2011年提高11个百分点，但也只有33%左右。不重视采后处理，观感品质不整齐，商品增值空间被大大压缩，这是进京河北菜的主要缺陷。

河北农业大学科技处处长李博文说，河北省蔬菜与京津市场的需求与定位存在脱节现象。目前京津市场以无公害蔬菜为主，约占50%-60%，绿色食品蔬菜为辅，约占20%-30%。京津市场蔬菜总体发展趋势是高质量、高档化、绿色食品与有机食品。而河北省供应的产品仍以不加工或粗加工的产品为主，蔬菜供给的60%-70%销售在农贸市场。

内蒙古乌兰察布市是我国马铃薯生产大市，每年的种植面积稳定在400万亩，产量在450万吨左右。乌兰察布市商务局副局长苏东说，每年有100多万吨的土豆经过当地龙头企业做成薯条等产品销售，价格很高。剩下的除了一部分用来留种、自食，其它大部分从地里直接卖给了土豆贩子，价钱就上不去，行情最好的时候卖到1.2元一斤，最差才3毛钱。

同样，山西省是全国马铃薯生产的10个大省之一，但加工转化率只有产量的20%左右，且以家庭式小作坊粗淀粉、粉条初级加工

居多。蔬菜同样如此，据大同市农业部门介绍，目前全市大棚蔬菜已发展到20万亩，并以每年3万亩的速度增加。产地建设起来了，销售却是很初级的，由于没有龙头企业，蔬菜基本是以农户自销为主。

中国农业大学经济管理学院教授翟留栓说，泛京津冀区域农产品种植重生产、轻加工的现状应尽快改变。最近几年，我国城乡蔬菜的消费量已趋于稳定，这一现象在京津等大都市表现得更为明显。当消费数量趋于天花板时，消费者肯定会对农产品的品质提高要求，这就需要农产品生产者把粗放农产品提升为精细农产品。

●品牌效应： “一个好名声价涨”

农产品缺乏品牌效应是另一“短板”。作为京津重要的农产品供应地，品牌效应的缺失导致了河北、山西、内蒙等地农产品“本地生产，外省贴牌”的现象，也造成这一区域的农产品对接京津高档市场的问题相当突出。

目前，河北省有中国名牌蔬菜3项，省级农业类名牌产品82项，优质产品42项，但缺乏在市场上叫得响的品牌和龙头企业。河北农业大学教授马永青说，许多农产品生产者没有品牌意识，他们将农产品看作产品而不是商品。首先表现为商标注册不及时，如沧州生产的金丝小枣，几年前商标被别的省抢注，致使沧州金丝小枣的生产、销售非常被动。其次不重视宣传应用，很多品牌进行名称注册后就没事了，成为“哑巴”商标，如大多数人都知道迁西板栗，却很少有人知道其注册商标是“紫玉”。

李博文说，近几年来，河北省树立本地农

产品品牌的意识在增强，但并未彻底改变“本地菜，外省卖”的现象。河北省永清、青县、固安等县接壤京津，供应京津的蔬菜很多，且多数直接对接超市，但很多用了北京的品牌。

北京新发地蔬菜批发市场董事长张玉玺说，尽管河北菜已经在京津占据越来越重要的地位，但横向看来，河北菜所占的市场份额却低于距离较远的山东。他认为，河北农业的问题在于缺少山东那样的规模效应，进而影响到品牌建设。“有了地区名片、规模效应、细分品牌之后，山东菜在市场上更有价格优势，甚至很多河北的蔬菜先到山东寿光蔬菜批发市场‘滚一下’，贴上山东菜的标，再进京。”

“本地菜，外省卖”的窘境不仅在河北省存在，在山西省、内蒙古自治区也有体现。乌兰察布市距北京不到400公里，但当地一定数量的土豆要“进京”，首先需绕到800多公里外的山东寿光市，然后再绕行约500公里进京。乌兰察布市商务部门说，出现这种舍近求远的现象，主要原因是本地土豆没有把品牌整合起来，寿光本身已经形成了一个品牌效应，寿光批发市场有完善的清洗、分拣、装运、包装等配套的产业链，而这是乌兰察布市所缺乏的。

业内人士表示，泛京津冀区域农产品品牌薄弱，导致了这一区域的农产品对接京津高档市场遇到难题，这也是优质不优价的主要原因。事实上，一个品牌可使一种农产品的身价倍增：据工商总局2011年对220个种植类地理标志农产品调查显示，2010年，地理标志农产品附加值比注册保护前平均增长105%，最高增长达6倍；种植标志农产品的农民人均收入占其总收入的41%，比注册保护前增长90%，最高达10倍。

李俊义

金融扶贫： 致富增收的“助推器”

创业什么最难？这个问题对于浙江省衢州市衢江区莲花镇黄家堰头村的草莓种植户黄林生来说，答案莫过于“起步最难”。创业初期，设施搭建需要钱，农资需要钱，种子、秧苗需要钱……现实沉重的资金压力，几乎让老黄喘不过气，种了三四年草莓，可规模一直上不去，说到底，还是钱不够！

“现在政策好了，有了低收入农户贴息贷款，不仅办理方便，而且利息很低。这真是及时雨。”领到贷款后的黄林生，话语间喜上眉梢，“明年我就准备扩大规模，信心十足啊。”

一直以来，像黄林生这样的农户，尤其是低收入农户，想发展缺资金的比比皆是，而同时，许多农村金融机构想服务，却没有平台。针对于此，衢州、丽水等地近年来积极探索，搭建融资平台，多渠道、多形式地引导财政、金融机构、农户及社会各类资金投入扶贫开发，有效地拓宽了贫困村建设的融资渠道。

临近的高家镇划船塘村村民何柑土，就从这样的探索中尝到了甜头，以前务农年收入仅5000元只够温饱的他，2010年从村里组建的农业担保公司获得银行贷款30万元，开始黄牛养殖，如今养殖场中有百来头黄牛，年收入达50多万元。

这样的致富故事在划船塘村还真不少，自担保公司成立4年多来，已成为村里的低收入农户提供担保214批次，贷款额500多万元，村里种植养殖、来料加工等产业发展得风生水起。

除了贴息贷款和担保贷款，以扶贫资金互助会为代表的金融扶贫模式，也在浙江大地上蔚然成风，其主要形式是以财政专项扶贫资金为引导，由村内农户自愿入股组成，为会员提供资金互助服务，所有借款申请、审核、发放、回收、股金分红等均在互助会内部进行，被形象地称为农户自己的“创业银行”，这大大缓解了农户发展资金短缺的困境。

位于浙闽赣边境的龙泉市，是浙江的重点欠发达地区，2007年在全省率先开展村级资金互助会后，如今入会农户达3800多户，累计发放借款2000余万元，43个试点村中，有16个成功摘掉“低收入农户集中村”的帽子。

而聚焦到龙泉所辖的兰巨乡官埔垵村，原本其是远近闻名的落后村，成立互助会后，快速发展乌龙茶产业，茶叶种植面积从2005年的195亩，迅速发展到目前的1048亩，单茶叶一项，人均增收就有4000多元，这些年还吸引了20多户外出打工的农户回村发展。

利用金融扶贫解决燃眉之急的还不止农业。今年5月，衢州成立省内首个来料加工担保互助会，采用“股份制+合作制”全新运行模式，短短半个多月，就向28位会员发放贷款1680多万元，既解决了大多数普通会员的小额贷款，又解决了转型期大户的资金需求。看到效果显著，现在浙江不少地方也都开始探索组建互助会。

将金融扶贫与产业扶贫相结合，农村合作金融组织化，大大解决了有产业、有技术、有市场但没资金的低收入农户、扶贫龙头企业、扶贫合作社等的发展之困，放大了扶贫资金的效益，也为欠发达地区开辟了一条可持续发展的致富道路。数据显示，去年浙江29个欠发达县，已组建620个扶贫资金互助会，累计借款2.4万户（次）、2.8亿元，其中低收入农户借款1.2亿元、1.1万户（次），入会农户人均增收1280元。 朱海洋

【专家建议】

充分挖掘农产品潜在附加价值

专家认为，农产品市场已经进入以质取胜的阶段，精细农产品、品牌农产品代替粗放农产品，是增加农产品附加价值，促进区域经济发展的重要途径。

一是完善农产品标准化建设制定，使农产品生产过程规范化、系统化。马永青说，就河北省来说，农业标准化体系存在不健全或者标准老化滞后的问题。一些产品虽然已有某个环节的标准，但还缺乏从种植、生产、加工、销售到流通全过程的标准，体现农产品优质、安全及市场准入方面的标准更少。因此，在生产过程和流通过程中，要推行“产地准出”和

“市场准入”制度，构建从“田地”到“餐桌”全过程的质量监控机制和质量追溯体系。完善农产品标准化建设，确保农产品质量是占领京津市场的生命线。

二要建设标准化生产示范基地和龙头企业，以规模化和产业化推进农产品向精细化转变。李博文说，泛京津冀区域应积极吸引外部社会资金投入农产品开发，大力培植龙头企业，形成生产、加工、销售一条龙的经营模式，带动农产品的提质增效。同时推进优势农产品基地建设，实现农产品生产基地的规模化布局、安全化种植、标准化生产、商品化处理

和产业化经营，实现规模质量效益。

三要抓好农产品品牌建设和建立农产品品牌提升服务机构。马永青说，农产品生产企业缺乏品牌管理和策划的专业人才，因此有必要通过政府、高校、品牌策划的专业机构或个人，建立专门的农产品品牌提升服务机构。服务机构面向农产品生产企业，以服务为主，可以按品牌管理的成效收取适当费用，或者给予一定的股权，同时承担经营的风险。服务机构要努力整合地区品牌资源，在农产品的品牌命名、品牌定位、品牌战略和策略制定、品牌文化、品牌个性的打造，以及整合营销传播、品牌关系和品牌资产管理等多个方面对品牌进行系统规划和管理，建设更多突出产品的地方特色和文化内涵的优质名牌农产品，提升区域农产品品牌的整体档次和规模效益。 叶健

我国农作物耕种收综合机械化水平今年将超过61%

农业生产已进入机械化为为主的历史新阶段

农业部部长韩长赋日前表示，今年全国农作物耕种收综合机械化水平将超过61%，我国农业生产已从人力畜力为主转到以机械化为为主的历史新阶段。

韩长赋在“农业机械化促进法实施十周年座谈会”上介绍，《农业机械化促进法》颁布实施十年来，我国农业机械化实现跨越式发展，呈现出速度、质量、效益同步推进的特征。

“2013年全国农作物耕种收综合机械化水平达到50%，2014年预计超过61%，比十年前提高27个百分点。”韩长赋介绍，目前我国三大粮

食作物耕种收综合机械化率均超过75%，小麦生产基本实现全过程机械化。水稻机械种植、收获水平分别比十年前的6%、27%，提高到现在的38%、81%，玉米机收水平从2%提高到55%。

此外，农机装备也实现了总量增长、结构优化的特点。农业部数据显示，2014年全国农机总动力预计达到10.5亿千瓦，比2004年增加4.1亿千瓦，增长64%，装备结构加快向大马力、多功能、高性能方向发展，大中型拖拉机、联合收获机、水稻插秧机保有量分别是十年前的5倍、3.7倍和9.8倍。

农业机械化的发展也带动了我国农机工业的振兴与发展。目前我国农机工业总产值连续十年保持两位数增长，从2004年的854亿元增加到2013年的3571亿元，位居世界第一。目前我国农机产业集群初步形成，科技含量、产品质量和售后服务水平不断提高，主要农机产品已经能满足国内市场九成以上的需要。

农业部预计，到2020年我国农作物耕种收机械化水平有望提高到70%，粮食生产主要环节将基本实现机械化，粮油糖等主要经济作物田间机械化水平也将大幅提高。 王宇