

[各抒己见]

新型农业经营主体带动小农户还需“推一把”

新型农业经营主体是未来我国现代农业发展的生力军。但是,我们必须清醒地认识到,在未来相当长的时期内,我国农业在总体上都无法实现户均百亩或千亩以上的大规模经营,户均几十亩耕地的小农户经营将是我国未来农地经营的常态。也就是说,在未来相当长的时间内,小农户在我国的农业经营主体中将占据相当大的比例。这是由我国特定的人口、资源禀赋所决定的。

正是基于此,2018年中央“一号文件”明确提出,要“统筹兼顾培育新型农业经营主体和扶持小农户,采取有针对性的措施,把小农生产引入现代农业发展轨道”。2018年9月,中共中央国务院印发《乡村振兴战略规划(2018—2022年)》,在提出壮大新型农业经营主体的同时,再次强调要“促进小农户生产和现代农业发展有机衔接”。也就是说,中国特色的农业现代化发展道路,既要注重培育新型农业经营主体,又要注重扶持小农户。

相对于新型农业经营主体而言,小农户更需要依靠“外部经济”途径来实现规模经济。因此,社会化服务体系建设不仅要关注新型农业经营主体,还要特别关注小农户。从调查报告提供的数据来看,无论是对各类农业社会化服务的了解还是在农业社会化服务的实际获取方面,小农户都显著低于新型农业经营主体。数据显示,普通农户对于各类具体服务的了解比例仅在2.7%到9.7%之间,而家庭农场和专业大户对农业生产社会化服务的了解程度主要集中在20%到30%之间;普通农户接受、购买有关农业生产的各类社会化服务所占比例在0.9%到6.7%之间,家庭农场在4.7%到23.0%之间,专业大户在4.4%到35.2%之间。但是,这并不意味着小农户对农业社会化服务的潜在需求就小。例如,调查数据显示,35.2%的普通农户觉得存在农业生产技术困难,虽然低于家庭农场的50.13%和专业大户的44.8%的专业大户,但仍然属于一个比较高的比例。

农业社会化服务体系的建设,不仅要关注新型农业经营主体,也要关注小农户,不可偏废。调查数据也显示,新型农业经营主体和小农户对具体的农业社会化服务内容的关注、获取方式等存在一定的差异。

2018年中央“一号文件”和《乡村振兴战略规划(2018—2022年)》都提出,要提升小农户组织化程度,鼓励新型农业经营主体与小农户建立利益联结机制,带动小农户专业化生产,提高小农户自我发展能力。新型农业经营主体可以通过与小农户之间建立契约型、股权型利益联结机制,实现小农户与现代农业的有机衔接。在这一过程中,新型农业经营主体可以为小农户提供技术培训、市场营销、品牌建设、生产融资等方面的服务。对小农户而言,这些服务不仅是获取社会化服务的重要途径,而且由于高度契合农户需求、高度对接市场需要,往往具有很强的适用性。从调查提供的信息来看,现阶段各类新型农业经营主体在为普通农户提供服务方面,还比较薄弱,还有很大的提升空间。未来,必须要有针对性的激励政策,鼓励新型农业经营主体主动探索带动小农户发展的有效模式。
 林万龙

产业兴旺“龙头”带 联结农户促增收

伴随波澜壮阔的农村改革,我国农业现代化的进程不断深化。这其中,农业产业化龙头企业作为农业经营的关键主体,40年来迅速发展壮大,2018年底已达到8.97万家,比本世纪初增长2.3倍。与此同时,组织模式不断丰富,与农户联结日益紧密,龙头企业正成为带领农民闯市场、保障农产品供给的重要支撑。乡村振兴大幕已拉开,产业兴旺是首要任务;作为重要的引领者,龙头企业责任重大、使命光荣。

稳定农业生产保供给 调整产业结构提效益

龙头企业发轫于20世纪80年代,旨在解决农民分户经营与市场衔接的难题。一路走来,特别是21世纪到来前后,农业产业化得到中央认可而迅速发展,龙头企业也如雨后春笋般遍地开花,渐成燎原之势。

按照市场需求组织生产,龙头企业能有效带动农业结构调整,破解农产品买难、卖难问题,对保障国家粮食安全和重要农产品有效供给发挥了重要作用。

中央因势利导,成立由原农业部牵头的全国农业产业化联席会议,并在2000年认定第一批国家重点龙头企业。按地域划分,名单第一位是北京顺鑫农业,如今该公司已发展成集生物酿造、营养肉食、安全农产品于一体的上市公司,在首都农业中地位举足轻重。

国以民为本,民以食为天。今年下半年以来,稳定恢复生猪生产,着力保障市场供应是当前畜牧业工作的头等大事。作为农业产业化国家重点龙头企业,广东温氏食品集团股份有限公司积极响应国家号召,多措并举保供给,努力提升供应量。据统计,2018年,温氏股份生猪出栏量为2229.7万头,生猪销售收入达329.4亿元,二者双双位居全国第一;2019年1—10月,累计上市肉猪1642.43万头、肉鸡7.36亿只,体现了其承担保供给社会责任的能力。

党的十八大以来,龙头企业顺应农业供给侧结构性改革新形势,逐渐成为优质高端农产品供给的主力军。这一进程中,很多龙头企业将成熟的商业模式和经营理念引入农业,带动农户发展既适宜本地资源禀赋,又具有市场潜力的特色产品,成为农业供给侧结构性改革的排头兵。

目前,全国有一亿多农户与龙头企业签订订单,形成了粮食产业的“新雁阵”;超过50%的省级以上重点龙头企业获得绿色、有机、地理标志等认证。

紧密联结农户促增收 承担社会责任助扶贫

离农业最近,联农民最紧。带动农民增收致富是龙头企业区别于一般工商企业的本质所在,也是政府支持龙头企业发展的初衷所



在。

自产生以来,龙头企业不断创新优化联农带农机制,带动农户数量越来越多,增收效果越来越明显。从最初简单的产品收购,发展出订单合同、合作经营等方式;从让农户挣薪金、收租金、得售金,发展到享返利、分股金。

新希望集团的协同产业链模式就是其中的好做法。为保障农户利益,一方面集团与农户协同,向其提供种猪、饲料和养殖技术、金融担保服务,以及后期收购与屠宰加工、销售服务;另一方面与交易伙伴协同,形成稳定的供应链。对农民而言,扩大了规模,降低了风险、提高了利润。

截至目前,新希望集团已在山东、江苏、四川等地创建了七大特色培训基地,在全国25个省的330余个县完成了1100余场新农民培训,涉及农村电商、乡村旅游、产业经营等多个方面。

打赢脱贫攻坚战,产业扶贫是关键。近年来,广大龙头企业积极响应中央号召,以产业扶贫为重点,通过托管代养、培育产业、创造就业、吸收入股、服务支持等方式,积极带动贫困地区发展特色产业,深入推进精准扶贫、精准脱贫,逐渐成为产业扶贫的重要贡献者。

截至2018年底,以龙头企业为主体的农业产业化组织辐射带动超过一半农户,农户年户均增收超

过3200元;省级以上重点龙头企业与国家级贫困县合作创建绿色有机基地超过1300万亩,直接带动建档建档立卡贫困户超过9700家;832个国家级贫困县共培育市级以上龙头企业1.4万家,这些企业更是直接对接贫困户,帮助他们脱贫致富。

在带领农民合作社、家庭农场和广大农户抱团发展中,在带动贫困户脱贫致富中,龙头企业也在不断聚集产业要素,构建起龙头企业、新型经营主体和农户分工明确的体系,形成了培育一个企业、壮大一个产业、致富一方农民的格局。

打造现代农业促转型 推进三产融合展活力

龙头企业是引领农业科技创新、推动农业现代化建设的重要力量。龙头企业充分发挥创新机制灵活、研发针对性较强、成果转化率较高的优势,推动产业链延伸、价值链提升、核心竞争力增强,并带动产业链各主体打造完整的现代农业产业体系。

河北雪川农业通过马铃薯产业链,建立起以政府组织为监管、雪川农业为纽带、农民合作社家庭农场为基础、雪岩农业联合社为利益联结分享平台的马铃薯产业联合体。投资7000万元建成总储量8万吨的现代化仓储库,免费提供技

术管理和仓储业务,使得当地的马铃薯产业链日趋完善,成为助农增收的特色产业。

随着改革开放不断深入,我国城乡居民消费结构升级、消费方式变化以及信息技术快速发展,龙头企业积极践行产业融合发展理念,推动农业与文化旅游产业“联姻”、与“互联网+”深度结合,发展休闲农业、创意农业等新兴产业,拓展电子商务、网络互联等新兴业态,成为乡村产业转型升级的重要引领者。

截至去年底,省级以上重点龙头企业科技研发投入同比增长超过15%,拥有研发科技人员超过60万名,近三成的龙头企业科技研发投入占年销售收入的比重超过1%;超过四成的龙头企业建有专门研发机构;1/8的龙头企业获得国家高新技术企业称号。同时,超过4成的省级以上重点龙头企业通过互联网渠道开展农产品销售,互联网销售收入同比增加15.64%;1/6以上的龙头企业发展休闲农业等。

持续用力,久久为功。面对新时代的新机遇新挑战,需要继续坚持深化农业农村改革,释放龙头企业发展活力,坚持发挥企业主体作用,坚持以农为本理念,坚持发挥政府引导作用,为构建新时代乡村产业体系、夯实乡村振兴产业支撑注入源源不断的强大动力。

王壹

[选载·建设管理]

发展农民专业合作社,是市场经济条件下推进农业产业化经营的重要举措,是创新农村经营体制、提高农民组织化程度的有效方法,更是实现农业增效、农民增收,促进农村经济发展的重要途径。

所采用。农产品生产者将其产品出售给批发商,由批发商再转售给零售商,最后由零售商销售给最终消费者。这是一种传统的分销模式,我国大部分农产品通过这种渠道流通。农产品由产地批发商收购,然后再转手批发给零售商,或者转手批发给销地批发商做二次批发。

4.生产者—收购商(或加工商)—批发商—零售商—消费者

这种模式又称3层渠道,是包含3个环节的分销渠道。即在生产者和批发商之间又有一个收购商,收购农业生产者的农副土地产品,或者是因某些农产品原始形态不适合消费者直接消费,必须经过加工而增加的加工商,

如食品加工等。

5.层数更多的分销渠道

还有层数更多的分销渠道,如上述农产品销售渠道模式图中的后两种,但是,相对来讲比较少见,因为这意味着有更多的中间环节参与农产品的销售活动。从生产者的观点来看,渠道的层级越多越难以协调和控制,并可能导致流通过程中加价过高。尤其是大部分的农产品具有生鲜和不宜长时间储存的性质,所以应该减少不必要的中间环节,缩短分销渠道。

农业企业分销渠道的选择,既要保证农产品及时到达目标市场,又要求分销渠道有高的销售效率,少的销售费用,以取得最佳经济效益。
 (未完待续)



农民专业合作社建设与管理

主编 杨 磊 副主编 任永强 主审

中国农业科学技术出版社

本书对于指导农民专业合作社健康发展、规范经营具有重要参考价值。

农民专业合作社基础知识(一百零八)

3.生产者—批发商—零售商—消费者

这种模式也称二层渠道,分销渠道有两层中间环节。这种模式多为小型企业和零售商