

甘肃中东部特色农业

经营现状及对策

□ 蔺全录 王翠琳 梁青玉等

农业产业化是提高农产品竞争力和实现农业现代化的重要途径。面对激烈的国际市场竞争,积极开展特色农产品产业化,形成生产、加工、销售有机结合和相互促进的机制,提升农产品的附加价值,推进农业向商品化、专业化、现代化转变,对充分发挥特色农产品资源优势,实现农业和农村经济的可持续性发展,增加农民收入具有重要的意义。甘肃是农业大省,有特色农业资源,为发展特色农产品产业化提供了有利条件和广阔空间。

特色农产品产业化经营现状

一、依据特色农产品资源优势,突出主导产业

在农业产业化发展过程中,甘肃省部分地区特别注重发挥本地农业资源优势,促进区域特色经济的形成,逐步确立了符合当地实际的主导农业产业。如位于陇中黄土高原东端的平凉地区静宁县,长期以来,干旱少雨,农业落后,曾被列为全省41个国扶县之一。近年来,静宁县依据本地优势的地理条件(光照充足、日照强、昼夜温差大、土层深厚)大力栽培果树,果树产业得到迅猛发展。平凉地区成为甘肃省乃至全国优质苹果生产基地,静宁县被誉为“中国苹果之乡”,果

品收入占农业总收入的20%以上,成为当地农村经济的支柱产业。并在此基础上开发了苹果蒸馏酒这一销路良好的拳头产品。中部的平凉市、崇信县、华亭县一带则利用当地丰富的草水资源,大力发展黄牛、红牛、肉牛、小尾寒羊的养殖。东部的泾川、灵台等县则利用川水地优势,调整产业结构,把原来居于次要地位的蔬菜产业逐渐发展起来,使之成为当地农民增收的支柱产业。平凉地区依据市场导向、因地制宜、突出特色、形成规模的原则对区内特色农业资源合理布局,突出主导产业,有的产业已带来明显的经济效益,有的初具规模,有的则崭露头角。

二、着眼市场,龙头企业得到一定发展

龙头企业是农业产业化的关键。兴建农产品加工企业,走产加销、贸工农一体化的道路,对提高农产品附加值,带动相关产业发展,转移富余劳动力,增加农民收入、推动农村经济发展具有深远意义。近几年,平凉地区围绕特色农业产业,形成了一批优势产业群和上规模的龙头企业。这些农产品加工企业依据本地丰富的原材料资源优势,着眼于省内外,国内外需求市场,以经济效益为中心,不断发挥其辐射、带动作用。

三、结合龙头企业,培育特色农产品

生产基地

农产品生产基地是特色农业产业化的依据,要形成主导产业就要有上规模的生产基地。生产基地对农产品加工企业,特别是龙头企业的发展有着重要奠基作用。没有基地的支持、没有基地农户的拥护,龙头企业就只能神龙见首不见尾。根基不牢,发展必受限制。据此,平凉地区已形成静宁、平凉、灵台、泾川50万亩果品基地,形成265万亩优质商品粮基地,建立关山百万头肉牛养殖基地,10万亩蔬菜基地、15万亩牧草基地和崇信县小尾寒羊繁育基地。

特色农产品产业化经营存在的问题

生产基地建设,龙头企业的培育,“一体化”经营体制的构建,将直接影响特色农产品产业化的实施进程,直接影响甘肃农村经济的增长。目前,甘肃特色农产品的优势还没有充分发挥,特色农产品产业化还处于低水平的阶段,没有形成或形成脆弱、较短的产业链,很难带来增值效益。其主要表现为:

一、特色农产品生产基地建设方面存在的问题

(1)特色农产品种植基地规模普遍偏小。其一,甘肃中东部大部分地区山大沟深,山多地少,再加上国家实行退耕还

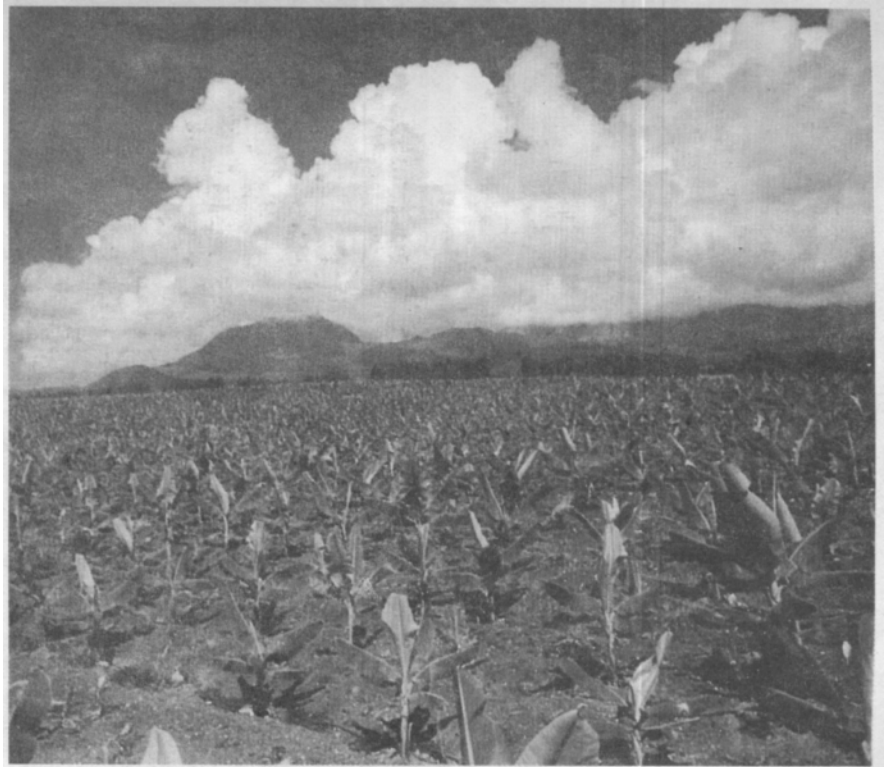
区域经济

林政策,山全封闭、禁牧、禁种、禁采,可供特色农产品种植的面积受到限制:其二,一些独特的农产品如油橄榄、因其对气候、土壤等自然条件选择性强,宜种地域不能盲目扩大;其三,农户的传统耕作意识根深蒂固,认为调整种植结构就有可能失败,一旦失败就得不偿失,不如种粮食稳妥,很多农民不重视技术指导,从而导致产量不高,形成恶性循环:其四,政府注重形式主义,不能真正为企业、农户服务,有的政府部门先拍脑袋规划产量,然后下达任务,层层分解,把乡镇干部的政绩与种植面积挂钩,又把种植面积与干部工资奖金挂钩,这种强制手段和作表面文章的工作方法导致农户有抵制心理。

(2)农户及基地种植技术水平低。特色农产品种植基地是推进农业产业化经营的基础和依托,因配套政策、地区分割及投入的不足,特色农产品种植基地布局分散、规模小、种植技术水平低。以平凉地区中草药为例,许多药材属于野生,进行大面积、大规模和庭院种植,基本没有严格的育种、栽培技术,处于经验性栽培阶段。又如平凉市蔬菜产业,全市蔬菜生产整体布局不太平衡,商品基地过于分散,且以家庭经营为主,规模化程度不足,产品档次低,市场竞争力弱,没有一定的比较优势。

(3)绿色生产意识淡薄。很多农民因盲目追求产量而忽视质量,滥用化肥和农药,导致绿色健康价值严重下降。如果树种植,果农施肥以化肥为主,农家肥、有机肥施用较少,果树防治病虫害多以化学防治为主,很少使用物理、生物防治,个别还使用高毒性、高残留农药。加之对果品不进行套袋、打蜡、保鲜等工序,致使绿色健康果品比例偏低。

(4)特色农产品普遍档次不高。有“中国苹果之乡”之称的静宁县,苹果的主要品种为20世纪60-70年代培育的秦冠、普通富士、黄元帅、金冠、国光等老品种,多属中、晚熟。又如平凉市蔬菜产业,在种植结构上,常规菜、大路菜、露天菜面积过大,约占80%以上,精细菜、地方特色菜、反季节蔬菜、无公害蔬菜发展



缓慢,精细加工后上档次、附加值高的产品更少。

二、龙头企业培育壮大,拉动地域经济增长方面存在的问题

特色农产品龙头加工企业是开拓市场、引导生产、深化加工、取得增值效益,带动相关产业、延伸产业链和增加农产品附加值的关键环节。近年来,在国家政策与市场需求推动和企业自身的努力下,特色农产品加工企业得到较快发展,龙头企业的发展势头看好,龙头企业的辐射带动作用日趋突显,但甘肃特色农产品加工龙头企业数量少、产业化组织程度更低,抵御市场风险能力弱。系列加工、精深加工、多极增值、辐射带动能力强的龙头企业更少。大多数企业发展速度慢,缺少资金和新技术、新工艺,难以开发新产品,更难提高特色农产品质量。导致特色农产品加工转化增值率低,大多数农产品商品化程度低,以初级品的形式进入市场,致使特色资源流失。

(1)龙头企业研发能力明显不足。衡量企业创新的常用指标是研发投入占销售收入的百分比。国际上一般认为此比例为2%,企业方可维持生存,而占到5%的企业在市场上才有竞争力,依据我

们课题组对省内农产品龙头加工企业的调查,此比例超过2%的企业仅占调查总数的12%,不足2%的占88%。另外,大多数企业没有自己的研发机构,自有研发人员专科以下学历者占95%以上,外聘研发人员多为兼职,总体研发水平较低。

(2)特色农产品生产方式和加工程度不高。农业产业化发展需要龙头企业的推动,而龙头企业的发展需要有较高的加工技术。如果没有精深加工,特色农产品附加值很难提高,企业也就没有长足发展。许多农产品加工的企业都处于分选、清洗、压榨、切片、分装等粗加工阶段,而利用当地资源进行提炼、分解的精深加工企业极少。另外,从调查看,大多数企业的生产技术落后,有的设备较为陈旧、老化。

(3)市场营销方式落后,无法适应市场激烈竞争的要求。不少龙头企业市场拓展能力弱,广告促销力度不大,效果欠佳,销售网络不是很健全,产品销售不畅,市场占有率低,品牌意识淡薄,很多企业占据原材料优势,但却不能将其转化为知名品牌,只能低价出售。

(4)龙头企业管理水平低,与建立现

代企业制度要求差距较大。从管理机制看,家庭式民营企业,老板一人说了算或家庭式的管理。从管理制度看,许多龙头企业管理规章制度不完善,不成体系。由此导致企业生产经营重大项目的随意性,特别是有的企业不是从自身实际出发,而是照搬一些国有企业甚至欧美企业的现成规章制度,致使管理与实际脱节。从管理者素质看,大多数高层管理人员学历低,管理理念落后、管理水平低。

(5) 地理环境、交通条件、地方政府等因素的制约。大多数龙头企业交通不便,信息不畅,远离大城市运输成本、交易费用高。企业原始资本积累少,政府很难拿出资金扶持龙头企业发展。多数当地龙头企业老总有小富即安的思想,能维持企业的生存,并小有发展是很多管理者追求的目标。

三、“一体化”经营体制构建方面存在的问题

实现特色农产品产业化经营,龙头企业(含农产品加工企业)+基地+农户的经营模式具有重要作用。一方面它能克服大市场和小生产的矛盾;另一方面,又能通过与农户结成共同体,降低经营风险,保护农户利益。而甘肃省特色农产品生产基地与农户之间未形成紧密的、利益共享、风险共担的连带关系,农民积极性没有调动起来,农村社区合作经济组织、市场中介组织和产供销、贸工农、农科教等一体化服务实体少,导致特色农产品产业化难以形成规模,市场竞争能力差。

甘肃省特色农产品产业化经营对策

一、大力扶持农产品龙头企业

扶持龙头企业就是扶持农民,扶持农业产业化就是扶持农业。大力培育扶持龙头企业,不断提高龙头企业的竞争力、带动力,是实现农业产业化的关键。与农业发达国家相比,我国农业在劳动密集型产品上具有一定优势,但让单独户生产经营的农民直接与国外现代农业企业竞争是不现实的,我国农产品的

品种、品质、质量标准等不适应国际市场的要求,而且农户经营规模小,组织化程度低,生产、加工、流通形不成竞争合力。改变这种状况,最有效的途径就是龙头企业以市场需求为导向,引导农场、基地及农户进行生产结构调整,培育或种植优质特色农产品,引导产业向深加工、高附加值方向转移,带动延伸相关产业链,提高农产品质量,继而形成特色优势产业,实现农业增效、农民增收的目的。

二、加大投资力度

如果依靠传统的农业积累方式来完成投入,势必要经历漫长的过程,这是当前激烈竞争的现实所不允许的,更何况传统农业的经营管理模式也难以适应市场经济的要求。如果把工商资本引入到农业中,不仅能迅速解决农业投入问题,而且能把工商企业的管理方式引入到农业经营管理中,再根据农业的特点加以完善,从而较快地实现农业生产的专业化和规模化。

三、建立“农户+基地+公司”的紧密的、利益共享的、风险共担的连带机制

高质量特色农产品的形成,不仅受企业规模、技术、市场开拓等的制约,也受农产品自身的技术含量、质量、规模等的制约。龙头企业面对千家万户分散经营的农民,很难组织他们提高农产品的技术含量和质量。如果龙头企业仅仅交给农民一个农产品的标准,农民很难生产出符合要求的农产品,这其中既有生产技术方面的原因,也有种子、种苗等方面的因素。改善这种状况的一条有效途径,是建立农业专业合作组织,由专业合作组织指导农民生产,提高农业的组织化程度,沟通产销渠道,提高信息技术,提供种子、种苗及技术。加强农村社区合作经济组织、市场中介组织,发展产供销、贸工农、农科教等一体化的龙头经济。同时也可指导龙头企业、贩销大户、基层农技部门等兴办农业合作社或专业协会。

四、大力发展有特色资源优势的品牌,走名牌战略之路

当今的市场竞争在很大程度上是品

牌的竞争。从事特色农产品加工、销售的龙头企业要注重品牌的打造。有特色资源优势的品牌是无价之宝,是地域经济的旗帜,是特色农产品进入市场的通行证,是提高农产品附加值和产业化发展的必然选择,是特色资源辐射和带动作用的核心。

五、坚持以质取胜,走可持续发展之路

特色农产品的产品质量是特色农产品进入市场、参与竞争的主题。要提高特色农产品质量,培育质量树立牌意识是提高农产品质量的前提,提高职工队伍素质是保证,全员参与是根本,合理的检测手段和质量改进是有效措施,完善售后服务是必备环节,推行ISO9000标准是坚实基础。

六、坚持技术创新

产业化是技术创新成果的转化,特色农产品产业化要不断随着顾客需求和市场的变化进行技术创新。尤其是产品基地、农业园区及龙头企业要技术创新,起到孵化器、助推器的作用。

七、加大宣传力度,提高特色农产品的无形价值

地方政府及龙头加工企业要不断宣传附加值较高的特色农产品。要善于洞悉顾客的消费心理,选择适当的广告媒体,设计独特的广告语言,策划优美的广告意境,安排最佳的广告时间进行广告突破。

八、树立以消费者为中心的营销观

龙头企业要实施“消费管理”。以消费者为导向,培育忠诚顾客,全心全意为顾客服务,营造稳定的消费公共环境,在此基础上不断创新和发展特色品牌,力求持续壮大发展。

九、采用信息技术推动龙头企业上规模、大发展

龙头企业可以运用虚拟技术,以特色资源优势和自身的核心优势为依托,突破企业有形的界限,全方位借用外部资源优势进行整合,来改善或弥补其内部劣势,使特色农产品产业化获得超常规发展。**发展**

(作者单位:兰州理工大学国际经济管理学院)