

贵州乡村农产品商贸发展路径探究

饶穗琦 杨丽 王廷勇¹

(黔南民族师范学院, 贵州 都匀 558000)

【摘要】乡村振兴战略背景下,贵州农村产业革命正如火如荼地推进中,农村产业扶贫和产业结构调整取得重大突破,农产品商贸有效带动了农村经济建设。但受地形、劳动力水平等因素的制约,农产品商贸依然难以形成稳定的供求关系,好产品没有卖出好价钱的情况依旧存在。贵州农产品商贸需以“大市场”为主导思想,对农产品生产、流通、销售等各个环节实行统一管理,才能更好地推动“黔货出山”,进而长久、稳定地带动贵州农村经济的发展。

【关键词】乡村振兴 农产品商贸 产销对接 发展路径

【中图分类号】F592.7 **【文献标识码】**A

1 研究背景

1.1 文献综述

近年来,乡村振兴战略有效带动广大农民增收、脱贫、致富,解决“三农”问题成为振兴之路的重中之重,但由于我国地域辽阔,不同地区具有独特的地缘性和文化性,因此乡村经济的发展路径不能一刀切。许多学者关于如何发展乡村经济的问题都提出了自己的看法,邹勇(2018)认为随着我国现代科技的飞速发展,农村地区剩余劳动力的问题日益凸显,城镇化转移虽然一定程度上能解决农民就业问题,但不能解决土地撂荒、留守老人等问题,农产品商贸才是促进农民劳动力技能提升、带动农村经济发展、增加农民收入的关键所在。而如何通过农村商贸来增加农村家庭经营性收入,学者们有不同的看法。夏凤、郑文哲(2018)提出,加强产销对接对农村商贸的发展至关重要,农村专业合作社是目前我国农业经济发展中连接小农户与大市场的桥梁,一些地区依据区域经济发展的实际情况建立农村专业合作社,以此推动农村商贸流通业的发展。张丽丽、张亚宁(2019)则认为,我国传统的农村商贸流通中“农户+批发市场”“农户+龙头企业”等组织结构以及“农户+专业合作社+龙头企业”等创新组织模式,都不足以解决农户与企业信息不对称的问题,导致农产品在流通过程中效率较低,农产品商贸的发展应该与时俱进,“网上供销社”“淘宝村”等创新农业经营模式能有效解决信息不对称的问题,电商服务平台的发展也顺应了当今“互联网+”的时代发展背景,是乡村振兴战略“培育新型农业经营主体”的有力尝试。王鹏、高波(2016)则认为,贵州省发展农产品商贸的重点在于加强基础设施建设,特别是要改善农村地区物流交通情况,而现代物流业的发展需要依托电子商务平台的支持,地方政府应发挥农产品商贸主体地位,完善落后的基础设施建设,同时构建电子商务中介平台,加快建设农产品商贸流通体系,大力培养农村物流和电子商务人才,以更好地推动“黔货出山”,促进农村地方经济的发展。

1.2 贵州农产品商贸发展的意义

2015年贵州省有贫困人口623万,占全国贫困人口的8.9%,数量居中国第1位,农民生活富裕、农村产业兴旺的任务迫在眉

¹**基金项目:**本文系黔南民族师范学院协同创新项目“民族地区乡村振兴战略研究中心”(编号:qnsyxjxczx201701)系列成果之一。

作者简介:饶穗琦(1991—),女,贵州人,讲师,硕士,研究方向:经济与贸易;杨丽(1999—),女,贵州凯里人,本科在读。

通讯作者:王廷勇(1975—),男,云南宣威人,副教授,博士,主要从事“三农”问题、乡村振兴研究。

近年来,贵州农村经济稳步增长,如图1所示,2017年贵州家庭人均年收入为12864元,较2013年增长了77.9%,同时2017年贵州农村家庭人均经营性收入为6986元,较2013年增长了78.1%。可以看出,贵州农村近五年来家庭年人均收入和家庭年人均经营性收入增长态势较好,而家庭年人均经营性收入占年人均收入比重均超过一半,位列其他因素占比之首,说明贵州农村当前主要经济增长来源为经营性所得,以农产品商贸为主的经营性产业为农村经济发展的主要动能。同时从图中可以看出,2017年贵州农村经营性收入的占比较2016年有所回落,下降了1.61个百分点,经营性产业收入增速降低,动能不足,但整体波动不大,说明贵州农村产业经济贡献的结构有所调整,整体趋于平稳的方向发展,需要注入新的活力来促进新的增长。结合以上情况,贵州农村经济的发展在未来一段时间内主要还是依托经营性收入的增长,乡村振兴也要紧紧围绕提高农民经营性收入,以商带产、产商联动,摸索出一条符合自身特点和优势的经济发展道路,农产品商贸则是促进贵州乡村经济发展的主要动力来源。

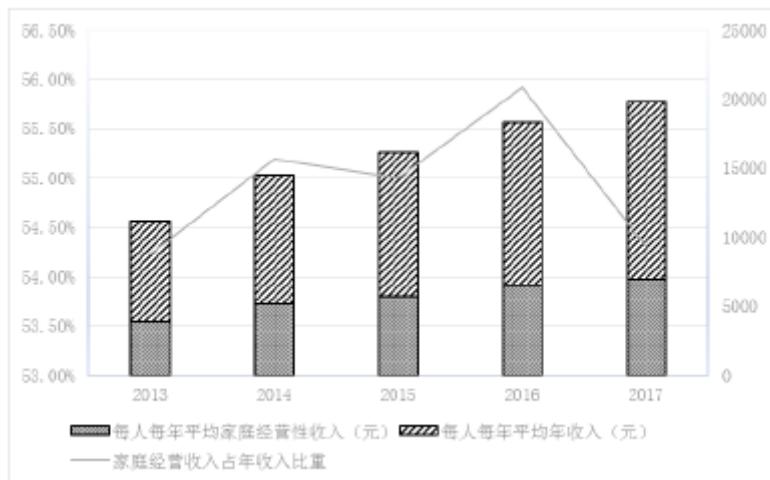


图1 贵州农村家庭人均经营收入及占平均年收入情况

数据来源:《2018贵州统计年鉴》

2 贵州农产品商贸发展现状

随着乡村振兴战略的推进,贵州也提出了选择产业、培训农民、产销对接等农村产业革命“八要素”,以期促进农村产业经济的发展。一年多来,产业改革成效显著。首先,贵州农村地区调减玉米、小麦、水稻、土豆等低效农作物的生产,革除小农经济的落后观念,生产了大量优质高效的农产品,如中药材、茶叶、食用菌等,高效农作物的规模种植点由2017年的3026个增加到了4208个,增长了39.5%,贵州新增高效经济作物667万亩;其次,创新农业经营方式,积极探索建立农村经济合作组织,有效贯彻落实乡村振兴战略“培育新型农业经营主体”的要求,推广“公司+合作社+农户”等产销对接模式,组织开展“农超对接”“农校对接”等,使农产品和消费者市场更有效地衔接,从而把自然经济状态下的小农生产引入大市场中去;最后,通过改革,贵州的城乡资源要素间流动速度加快,吸引了一些资本、人才和技术要素向农村回流,农村创业活力增强,电商等新型经营主体快速成长,促进了贵州乡村农产品商贸的发展,脱贫致富让农民的精神风貌焕然一新,农村活力持续增强,“三农”问题得到改善。

农产品商贸有效带动“黔货出山”,为带领农民脱贫增收、促进农村产业兴旺奠定了良好的基础。2018年贵州经济增长了9.1%,增速连续两年位居中国首位,贫困人口已锐减至155万人。土地产出率和产业效益得到提升,农业增加值增长6.8%,农民人均可支配收入增长9.6%,均为近年来最快增速。农产品商贸不仅有效带动了农产品产地经济发展,还促进了城乡一体化发展,为农村经济注入新的活力。

3 贵州乡村农产品商贸发展存在的问题

贵州乡村农产品商贸如火如荼发展的同时也存在着一些问题。

3.1 农业发展相对落后

贵州省和河南省的土地面积相近,分别为17.6万km²和16.7万km²,根据中国农业农村部提供的最新数据显示,与我国农业大省河南省相比,贵州省的耕地面积只有河南省的三分之一左右,截至2016年,贵州省农业总产值为1888.6亿元,而河南省的农业总产值达到4577.2亿元,贵州省农业总产值不到河南省的一半;河南省是农业大省,更是人口大省,贵州农村居民的人均可支配收入为8090.3元,远不及河南省的人均可支配收入11696.7元。

通过对比分析,一方面,河南省因地处黄河中下游以南地区,平原和盆地有9.3万平方公里,占总面积的55.7%,黄河横贯中部,水量丰沛,地形地貌和气候条件均适合农业发展。而贵州则属于典型的喀斯特地貌,其中山地和丘陵占总面积的92.5%,具有地形破碎、山高谷深的特点,受地形地貌特殊影响,耕地小而散,规模化生产的基础条件差,加上农村各地区种植的农产品都不尽相同,农产品的种植难以形成规模,产量小、分布散等不利因素限制了农产品商贸的规模化发展。

3.2 农产品商贸流通环节较为薄弱

我国农产品在商贸流通过程中,现代化程度普遍偏低,农村缺乏完善的加工、储存、包装和运输技术,农产品在物流运输过程中总体的损耗超过25%,远超过发达国家5%的损耗,这严重制约了农产品商贸的效率。因此,流通环节对整个农产品商贸过程起着至关重要的作用。

对于贵州而言,首先,贵州山地崎岖,农业发展落后于我国大部分地区,基础设施欠账多、交通不便、运输时间长、物流成本高,这让许多物流企业不愿进入到偏远农村、设立物流服务网点,落后的物流运输更加重了农产品流通过程中的损耗。且目前贵州农产品商贸流通主要还是由单个批发商来承担,个体批发商的组织规模、组织程度以及管理水平远远达不到企业的统一化管理水平,个体难以承担农产品商贸流通主体的责任,更难以起到必要的保障作用,这会加大农产品在商贸流通过程中的损耗,既不利于农民增收,也不利于农产品商贸的长效发展。其次,目前贵州乡村农产品在商贸流通中的主体主要为农产品的生产者,大多数农户的生产规模比较小,且大量青壮年劳动力外流,农产品生产者主要由留守老人和妇女承担,此类个体农民作为卖方,增加了农产品商贸交易成功的难度,而农产品商贸流通过程中的销售渠道单一,几乎被批发商垄断,农民缺乏议价的能力,只能被迫接受农产品的价格。尤其是一些偏远地区,会因信息不对称、交通不便等因素使得农产品生产与销售脱节,增产不增收,高效农产品也卖不出好价钱,农产品经常遭到压价出售,严重打击了农民生产和销售的积极性,降低了农民对农产品收入的预期。再者,由于农产品在流通环节要求新鲜以保证产品质量,这就需要使用冷链物流或者恒温物流,特别是贵州地形复杂、运输路程和时间比较长,运输过程中对设备和交通工具的要求更高,这又进一步提高了物流成本,加大了贵州农产品商贸的难度。

3.3 产销对接有待进一步加强

一方面,贵州农业发展相对落后,农产品生产由于标准不统一,生产出的农产品质量参差不齐,加上农产品生加工技术相对薄弱,农产品时效性很强,农产品在流通中的损耗率较高,销售过程中抗风险能力较弱,黔货虽好,但难以保障长期稳定的货源供应,不利于推动“黔货出山”和形成持久稳定的产销关系。

另一方面,贵州农村产业调整后,政府部门通过推进“农超对接”“农校对接”“农社对接”等模式,以及“公司+合作社+农户”等创新农业经营模式,来加强农产品商贸过程中的产销对接。但贵州农村农产品种植调整后,各地区纷纷投入高效农产品的种植,导致高效农产品集中上市,虽然现有销售渠道能解决一部分农产品销售,但毕竟市场渠道消化能力有限,还是会存在农产

品积压的风险。仅依靠市场的调控力量,在市场经济条件下,高效农产品供过于求必然会导致产品价格下跌,出现好产品卖不出好价钱的情况,这样就没有达到调整农业结构、促进农村经济发展、帮助农民增收的目的。因此,要进一步加强产销对接是促进贵州农产品商贸长期稳定发展的重要保障。

3.4 农村劳动力综合素质偏低难以管理

随着城乡一体化发展的推进,农村大量劳动力外流,大多数青壮年及高素质人才转移到城镇地区就业,农村主要劳动力为留守的老人、妇女及小孩,这部分群体对农产品商贸的认知程度较弱,综合素质普遍偏低,行为的随意性较高,农产品流通各个环节缺乏专业的商贸人才和有效的管理机制,这一定程度上阻碍了贵州农产品商贸的发展。目前,为践行培育新型农业经营主体,很多农村地区都在积极尝试互联网电商平台的建设,家家户户都开起了淘宝店,各个地区纷纷建起了淘宝村,互联网极大促进了农产品商贸流通的发展,农民的生活也因此发生了巨大的变化。由于开网店的门槛低,操作较为简单,经营模式容易被模仿和复制,农民纷纷积极投入其中以期获得更高的经营性收入。但农村劳动力的综合素质偏低,运营过程中又缺乏专业的路径与规范化管理,单单依靠个体农户的粗放型农村电商不具备持续发展的条件。此外,农产品商贸市场经营不规范,缺乏政府有关部门的监管,在经营过程中,有的不良商家为了提高销量,不惜以次充好贩卖质量不过关的农产品,不惜恶性竞争以低价打压竞争对手,或通过刷单、盗用他人文案和图片等方式来赢得消费者。这些无品牌、缺个性、欠管理的方式都无益于农业创新的健康发展,个体经营如果过分看重眼前利益得失,不顾大局整体发展,脱贫致富之路也不会走得长远。

4 贵州乡村农产品商贸发展路径的建议

农产品商贸在推动贵州农村地区的经济发展方面具有重要作用,是践行乡村振兴战略、解决“三农”问题的重要力量。但是改革不能一蹴而就,为更好地促进贵州乡村农产品商贸的发展,需要根据地方的实际情况,克服小、散、弱等先天条件的不足,站在全局的角度,有针对性地建立长效的管理机制。

4.1 政府主导成立国有农产品商贸公司(以下简称公司),统一对全省农产品商贸进行调控与管理

当前,“小农户”的个体生产流通方式已经难以适应“大市场”的贸易环境,地方间农产品的生产必须统一管理、相互联合,有计划、有组织地进行规模化生产,才能将地方农产品与大市场需求进行有效联结,实现农村产业兴旺。贵州农产品商贸依托于市场,因此农产品的销售也不能违背市场经济的客观规律而存在,为了更好地衔接市场,政府在农产品商贸的管理中应适度发挥引导作用,商贸流通的过程主要由公司来承担,以市场需求为中心,充分发挥市场经济的调控作用。

首先,公司要以“大市场”为主导思想,建立平台统一管理、调配全省农产品种植和销售。不仅要什么赚钱种什么,还要及时掌握市场需求,合理分配各地区农产品种植,统一管理,实现规模化产出。当一个地区农产品供应出现问题时,公司要及时调配其他地区农产品,保障农产品能够按时保量供应,稳定货源输出,这也是供求关系得以长久维系的前提。公司统一管理可以有效避免各地方由于信息不对称而过度集中种植某些高效农产品,导致高效农产品卖不出好价钱的情况。其次,政府要充分发挥好后勤保障作用,在探索发展阶段以“先扶持,后放手”为中心思想,出台相关政策对公司的需求予以帮助,对公司的管理调配予以支持。充分发挥好兜底作用,对生产过剩的农产品统一收购,同时也与其他省市农产品市场建立友好合作关系,在农产品生产不足时能保证货源供应。农民只管种,政府和企业联动包销,这样农产品价格就不会过分受到市场供求关系的影响,农民收入得到保障,生产积极性得以调动,农产品商贸得以稳定发展。

4.2 加强农产品商贸源头的把控

首先,公司要对农产品种植的生产流程、加工标准和品质控制严格执行标准化管理,包括对生产资料的购买、对农业种植技术的指导、对农产品种植过程的把控等等积极推广先进的农业科技,以提高贵州农产品在市场中的竞争力。不仅要保证生产出

的农产品的数量充足、品种丰富,更要保证质量上乘、安全放心,以高品质的农产品打造贵州特色的品牌,以良好的口碑开拓市场。

其次,政府要为农村基础设施建设提供保障。随着乡村振兴战略的推进,贵州农村交通和基础设施情况得到有效改善,截至2017年全省已实现所有行政村通公路,三年内公路将修建到自然村寨和村民小组,实现农村“组组通”,打通交通筋脉的同时,政府部门还要着力提高物流效率,降低农产品流通成本,以及减少运输损耗率。一是要在产地建立农产品生产加工基地,让农产品在源头就得到初步处理加工,尽可能延长农产品保存时效;二是要建立全省范围的物联网,在全省范围内搭建方便畅通的销售渠道,加强信息互通,从而降低农产品商贸流通费用,以争取更合理公平的农产品价格,提高贵州农产品的市场竞争力;三是要加强冷链建设,在流通环节最大限度保障农产品新鲜度,减少农产品在流通环节的损耗率,因为贵州受特殊地形影响,农产品商贸的运输时间较长,因此政府部门要加强农产品在流通过程中的冷链物流建设。

4.3 依托互联网,加强农产品产销对接,以形成稳定的供销关系

在科技飞速发展的今天,信息化为我们的生活带来了很多便利,互联网平台使农户与市场信息不对称的情况得到一定改善。随着“宽带乡村”工程和“智慧广电”工程的大力推进,贵州已实现光纤网络、4G网络全覆盖,农村信息化进程大大加快。通过互联网将“小农户”联合起来,能及时地互通信息,有效对接市场,形成良好的产销对接关系,极大提高农产品商贸效率。

对于公司而言,一方面要充分利用互联网的便利,建立实时监控统筹平台,根据市场需求,在全省范围内统筹调配农产品,将过去单一化、散乱化的零售经营和流通模式向统一化、标准化的模式转变,面向市场提供稳定的农产品供应。另一方面,公司应积极探索建立电商平台,通过电商平台宣传介绍贵州农产品的信息,让外界了解到贵州农产品绿色、有机和环保等特色,并通过农产品销售反馈及时掌握市场需求的信息,调整市场竞争策略,可以通过天猫、京东、微博等媒体和电商平台进行销售,打破地域限制扩展销路,打开农产品消费市场,提高市场的占有率。

对于政府而言,一是要大力培养农产品商贸的复合型人才,加大政策扶持力度,积极鼓励贵州农村的大学生和外出务工的青壮年返乡就业,并将其作为农村商贸人才的重点培养对象;二是政府部门要与地方高校、电商企业建立联合培养机制,培育专业人才,服务农村地方经济发展;三是要多渠道引入研发、运营、管理等高层次人才,积极招商引资,为农产品商贸各个环节的顺利完成奠定基础;四是要加强对农村商贸各环节从业人员的管理,对农村劳动力进行说服、引导和培训,使其在思想上引起高度重视,在行为上高度统一服从管理,从小农经济的旧观念中跳脱出来,提升商贸过程的专业化程度和农产品的市场竞争力,切实帮助农民脱贫增收。

5 结论

农产品商贸对贵州农村经济的发展具有重要意义,是实现乡村振兴战略的重要保障。本文基于当前贵州乡村农产品商贸发展的基本情况,结合地方的实际情况,提出要以市场需求为依托,以公司为主体,政府适度支持引导,对农产品商贸中从生产、流通到销售等各个环节进行管理。但同时,贵州农产品商贸的改革也非一时就能见成效,需要结合具体问题,通过进行长期的观察评估来不断进行探索和调整。这对贵州农村产业调整,农村地方经济的发展,以及广大农民脱贫、增收、致富具有十分重要的作用。

参考文献:

- [1]梁圣.全省农村产业革命取得突破性进展[N].贵州日报.2018-12-15.
- [2]孙志刚.书写中国减贫奇迹的贵州篇章[N].贵州日报.2019-04-01(001).
- [3]王鹏,高波.电子商务环境下贵州省农产品物流发展研究[J].物流工程与管理,2016(07).

[4]夏凤,郑文哲.农民专业合作社建设对促进农村地区商贸流通业发展的路径探究[J].商业经济研究,2018(21).

[5]杨守德,赵德海.农村商贸流通业市场化发展阶段研究[J].技术经济与管理研究,2015(10).

[6]张丽丽,张亚宁.“互联网+”对农村商贸流通业发展的影响分析[J].商业经济研究,2019(05).

[7]赵伊娜.城乡统筹视角下农村商贸流通主体培育研究[J].商业经济研究,2016(12).

[8]邹勇.商贸流通业发展对农村地区剩余劳动力转移的影响[J].商业经济研究,2018(14).