
通州农产品接轨上海的调查与思考

王梦琪¹

跨江融合,接轨上海,努力建设上海“北大门”,是江苏省委、省政府对南通发展的最新定位,也是通州区今后工作的重中之重。为此,通州区要发挥自身优势,深化研究上海,使通州区成为南通接轨上海的前沿,谱写好上海北大门的通州篇章。服务上海,是接轨上海的应有之义,通州区要进一步强化配套服务意识,在服务当中更好地发展自己。上海是农产品及其加工品的大市场,也是通州区农产品及其加工品的主销区,推进通州农产品接轨上海有巨大的发展空间。

一、通州农产品接轨上海的现状

2016年,通州区粮食种植基地46万亩,粮油生产量52.6万吨,销往上海1.2万吨;蔬菜基地面积15万亩,其中设施蔬菜面积10万亩,蔬菜总产量115万吨,销往上海11.9万吨;畜产品养殖基地(场)生猪饲养量80.3万头,销往上海5万多头;羊及羊肉销往上海5万头、三黄鸡150万羽;禽蛋生产量2.4万吨,销往上海0.8万吨。全区共有规模以上农产品加工企业129家,年产值194.96亿元。2017年一季度对上海实现销售额6.1亿元,同比增长8%左右。

为深入贯彻实施“跨江融合,接轨上海”的战略部署,进一步深化通州区对接服务上海工作,通州区政府特制定《2017年通州区对接服务上海工作实施方案(讨论稿)》。在此方案指导下,通州区农产品接轨上海在2017年第一季度主要完成以下工作:一是指导、扶持南通宝优农业有限公司、通州东社顾汉军家庭农场等农业企业在上海和景瑞公司对接合作学习,创建强化企业品牌,在上海开设农产品直营门店,增加上海市场销量。二是筹划组织好通州品牌农业企业参加4月的南通农产品上海展销会,在上海推广展销通州优质农产品。三是对接通州农业基地、企业和上海批发市场、企业洽谈合作,促成通州区东社镇开心田园生态农场等企业同上海食全食美有限公司等公司达成战略合作关系。分析现实情况,通州农产品接轨上海有诸多优势:

(一) 区位优势

南通和上海同属于长三角城市群,共处于长江经济带和江海联运的交汇点,靠江、靠海、靠上海是南通城市区位最通明的表达。南通位于长江入海口“T”字形北岸,东抵黄海,南依长江,与上海隔江相望,集黄金海岸与黄金水道于一身,地理位置优越。通州区位于南通市的核心位置,三面环绕南通市区,滨江临海的区位优势加上发达的水系,货物可方便运抵包括上海在内的沿江各大城市。近年来,随着苏通大桥和崇启大桥的相继贯通以及沪通铁路长江大桥的即将建成,通州区将全面融入上海1小时都市圈、经济圈和生活圈。不仅如此,南通兴东国际机场位于通州区兴东街道,具备成为上海浦东机场主要辅助机场的地理区位,未来规划成为上海的第三大空港。得天独厚的海陆空优势为通州区农产品接轨上海创造了有利条件。

(二) 自然生态优势

通州区全境横宽纵窄,土地平坦,耕层较厚,适耕性强。地势西北部较高,东南部和沿江、近海垦区较低。高程一般在3.8-4.5米,近海处最低为2.2米。通州区位于中国大陆东部沿海,处于亚热带与温带的过渡性气候带中,具有明显的季风特征,四季分明,雨热同步,雨量集中,光照充足,自然条件优越,气候资源丰富。明显的自然生态优势,为通州区农产品的生产提供了适宜的条件。通州区是农业大区,是著名的“鱼米之乡”,种植品种多,是全国粮食生产先进县(区)、全国农业综合出口商品产地,连续7年获省发展高效设施农业先进县(区)。

¹作者单位:中共南通市通州区委党校

（三）人文资源优势

通州是教育之乡，义务教育早已普及，中等以上职业教育较为发达，有一所专业农技学校。全区 15 个镇（园、区）农业服务中心现有编制 183 人，目前实有 134 人，有高级职称的技术人员 15 人，. 中级职称的 70 人，基本满足了农技推广工作对人才队伍的需求。近年来，通州区一直将职业农民培训列为民生实事项目，根据《江苏省中长期农业农村人才发展规划（2010-2020 年）》文件精神，每年都制定详细的实施方案，多层次、多渠道、多形式地开展农民教育培训，着力培养一批爱农业、有文化、懂技术、会经营的新型职业农民和农村实用技术人才。截至 2016 年年底，通州区共培育新型职业农民 36657 人，新型职业农民培育度达 32.58%。

（四）市场需求优势

上海地产的大部分农产品自给不足，需要从外地输入。通州区与上海相邻，消费习惯相近，注重开展上海市场调研，主动了解上海市民的习惯、需求和上海市场的供给状况，分析市场的营销环境，不断变先产品后市场为先市场后产品。经调研，上海对农产品的需求已由温饱数量型向优质高效型转化，上海需要优质粮油、生鲜果蔬、禽肉禽蛋等农产品，要求农产品获得绿色、无公害等认证。目前，通州区已有 227 个有机食品、2 个绿色食品和 338 个无公害农产品获得认证。通州区更是围绕上海市民需求，建设特色化生产基地，重点发展蔬果基地、水生蔬菜基地、山羊养殖基地、三黄鸡养殖基地、长江鱼虾养殖基地，进一步提高基地产能，努力把现有的适销对路产品打入上海市场。

二、通州农产品接轨上海劣势分析

（一）品牌稀缺，农产品在沪占有率较低

通州区农产品在上海有一定知名度。比如，江苏景瑞农业科技发展有限公司以“景瑞”为蔬菜品牌，在上海大润发、沃尔玛、易初莲花、家乐福等上海大型超市、大卖场设立销售专柜，产品进驻上海 300 多家超市，实现了通州基地与上海超市的有效对接。景瑞牌蔬菜也是连续十年获得最受上海市民欢迎品牌。但除此以外，能叫得响的品牌寥寥无几。就整体而言，通州区农产品的品质和规模有待提高，供给能力较弱且供给不均衡，核心竞争力薄弱，在上海市场的占有率较低。

（二）土地约束，农产品生产规模偏小

通州区土地面积广阔，全区耕地面积约 79 万亩，但人均耕地面积较少且不能连片。截至 2016 年，全区累计流转土地 42.7 万亩，占农户承包面积 79.52 万亩的 53.7%。随着土地流转的快速推进以及高效设施农业的大力发展，通州区农田零碎分散的田块虽有所改变，但农业规模生产的水平还不够高，零碎分散的农田还大量存在，制约了农业机械化和土地产出率的提高。再加之农民需要耕地的传统观念，对土地流转心存顾虑，尤其是长期流转的意愿不强，成为制约规模化生产的障碍。总之，因土地约束和传统观念，农户分散、粗放种养所占比重较大，规模化生产程度不高，产业化经营层次低，还没有适应大市场 and 现代农业的发展要求。

（三）技术制约，农产品附加值较低

科技是现代农业发展的重要支撑，而目前通州区的政策关于产业发展的实用型科技引导和扶持较弱，通州区的农业科技投入不足，农业科技化水平提高不快，科技惠农力度不够，农产品品种更新换代速度慢、档次不高。通州区现有 1 个省级农产品加工集中区和 4 个区级农产品加工集中区。但是，通州区的农产品加工力量不强，仅限于以产品分割、清洗、包装、冷藏为主的农产品初加工，属于农业产业链的低端，农产品附加值较低。随着农产品产出规模的扩张，需要相应的加工消化载体与渠道，但目前规模化的加工企业、深加工项目仍然较少。

（四）营销瓶颈，农产品销售模式传统

通州区重视农产品的在沪销售，在上海的营销上也取得一些成绩。比如：一些规模蔬菜基地与“上蔬集团”旗下的江桥市场、江阳市场建立了销售渠道；一些加工企业上海建立了贸易公司、销售门店；一些小杂粮加工作坊在上海市场设立了销售商铺；一些专业合作社、经纪人与驻沪经营主建立了长期的合作关系。但整体而言，通州区农产品的销售模式较为传统，存在专业化、企业化的营销和配送少，农产品直销上海的比例低，抗风险能力差，营销人员自身的文化素质不高等问题。

三、推进通州农产品接轨上海的对策建议

（一）更新产品品种，培育特色农产品

更新产品品种，培育特色农产品，有助于推动通州农产品更好接轨上海。为此，一是启动种子工程，与包括上海在内的国内外知名科研院所建立广泛的协作关系，积极引进优良品种，大力发展名特新稀品种，加速农产品品种的更新换代。二是加强农业科技成果的转化，鼓励农户应用农业新品种、新材料、新技术，提高良种覆盖率。三是保护并培育特色农产品。通州区现有景瑞蔬菜、银河面粉、新中乳腐和西亭脆饼等特色农产品，在对其进行保护和发展的前提下，大力推动具有地方特色的优质稻米、特色畜禽、特种水产等的科学开发，合理利用地方资源，努力培育更多的具有通州特色的优质农产品。

（二）严抓质量安全，打造农产品品牌

农产品质量是农产品市场竞争的核心。严抓质量安全，事关与上海农产品市场接轨工作的成败。一是农业生产方面，大力发展无公害农产品生产基地，做到“优良品种+无公害饲料”，大力推广先进生产技术和防治方法，保证安全高质农产品的生产。二是农产品质量安全监管方面，一方面要制定和完善农产品质量标准，实行产前、产中、产后全程质量控制，利用现代科技手段实现追溯信息远程管理和通查通识，确保“生产有记录、信息可查询、流向可追踪、质量可追溯、责任可界定”；另一方面要加大农产品质量检测力度，强化风险分级管理和属地责任，各乡镇建设标准检测室，更新仪器设备，配备专门的农产品质量安全检测员，为市民餐桌上的安全提供保障。三是有机、绿色和无公害农产品的认定方面，鉴于农业部全面启动“无公害食品行动计划”，并确立了“无公害食品、绿色食品、有机食品三位一体，整体推进”的发展战略，通州区要鼓励并组织企业开展无公害农产品、有机食品和绿色食品的认证、认定申报工作。在保证质量安全的基础上，通州区要进一步创建农产品品牌，发展适销对路的“一村一品”，在上海市场叫响“产地通州”。例如，可以借鉴景瑞公司的做法，开展商标注册和地方特色农产品认定，以产品的核心竞争力吸引上海市民的购买欲望。也可以广泛开展联技术、联标准、联市场活动，努力实现品牌联创共享，扩大品牌涵盖范围，从而提升产品的市场竞争力，让更多通州品牌进军上海，叫响上海。

（三）推进规模生产，提高农产品供沪能力

规模化生产是主动适应上海大市场和现代农业发展的必然选择。一是健全土地流转制度，扎实推进高标准农田建设，加强通州农产品生产基地建设，逐步形成通州优质稻米基地、双低油基地和省“菜篮子”工程万亩蔬菜基地，继续实施“十扩万亩工程”，以此推动基地规模的扩大。二是鼓励发展家庭农场、专业大户、农民专业合作社、农业龙头企业等新型农业生产主体，推广“龙头企业+专业合作社”“行业协会+家庭农场”等新型经营组织模式，发展多种形式规模经营，改变当前粮食生产“小而散”的现状。三是大力实施现代农业园区建设，使生产要素快速聚集，优化资源配置，统一规范管理，通过现代农业园区这一载体，使通州农产品生产规模再上一个新台阶。四是加快粮食作物优良品种的研制开发和高产高效栽培技术的推广应用，使粮食增产的科技贡献率不断提高，用科技手段挖掘粮食单产的潜力，确保粮食的稳产高产，提高通州区农产品的供沪能力。

（四）促进精深加工，提升农产品接轨上海的层次传统农产品的加工，是产品价值的新延伸。大力

促进通州区农产品的精深加工，必然会提升其接轨上海的层次。一是大力建设农产品加工集中区。围绕“有健全的组织机构，有科学的发展规划，有完善的配套设施，有灵活的运行机制，有较强的产品竞争力，有良好的发展基础”的省“六个有”标准，引导资金、项目、政策等要素向集中区集聚，推动农产品加工业集聚发展。二是壮大农产品加工企业，拓宽产业链。农产品加工企业要抓住全面对接上海的有利时机，不断放大品牌效应，不断推出新产品，建立起符合上海市场要求的加工与消费间的新关系，延伸产业链条。三是提升农产品精深加工水平。支持农产品冷链、仓储、初加工等设施建设，推广一批农产品精深加工实用技术，推进农产品副产物综合利用，挖掘农产品加工潜力，不断提升通州区农产品接轨上海的层次。

（五）培育营销主体，创新入沪销售模式

近年来，全国各地尤其是上海周边区市的农产品都在抢占上海市场，通州区农产品要在激烈的竞争中占据优势，必须重视营销，创新入沪销售模式。

首先，要培养和壮大营销队伍。一是通过建设农村股份合作制度、建立专业合作组织、建立农业产业化企业来培育市场营销主体。二是鼓励和扶持农业经营主体以上海市场为目标，与农产品批发市场、超市、卖场、大型企事业单位建立供销关系，在上海开农产品直营店，形成一个多层次的立体的销售网络。三是培训农民经纪人，进行资格认证，助其掌握现代营销技巧。

其次，在销售模式上：一是瞄准上海集团消费，主动与上海大型企业、高校的后勤服务中心、餐饮服务集团挂钩联系，建立稳定的农副产品购销合作关系；二是瞄准超市等销售市场中的新生力量，搭建农产品电子商务直销平台，借助农超对接、电子商务等新兴模式来推动产销一体化；三是瞄准上海农副产品市场集散功能这个“窗口”，借船出海，借力登高，让通州区农产品销往全国各地，甚至走出国门。

为了保证销售质量，还要做好三项工作：一是优化农产品运输方式，开设绿色通道；二是加强物流仓储设施建设，完善冷链运输机制，保证农产品的新鲜程度；三是建立农业信息共享平台，充分发挥手机APP“农技耘”的作用，为通州农业企业、种养业大户等及时提供有效市场信息。

（六）加快科技对接，提升通州农业科技水平

推进通州农产品接轨上海，提高农产品的科技含量，需要加快科技对接，推进农业大数据建设，探索科技惠农新模式，从而不断提升通州农业科技水平。

一是加强与上海农业科研院所的沟通与合作。加快农业技术更新步伐，建设农技示范田来推广新技术和新品种，邀请专家与乡镇联合开展科技助农行动，让上海的先进科技有效对接通州区情，让科技力量有效对接农业需求，使农业科技成果更好转化成生产力。

二是推进农业大数据建设。在“互联网+农业”背景下，大力建设农业信息综合服务平台，以重点品种全产业链数据的采集、分析、发布、服务为主线，以数据共享为突破口，依托中国农业信息网改造和提升，整合已有信息资源和平台资源，建立面向农业生产经营者的重点农产品“一网打尽”式农业信息集中发布平台，提升通州农业的信息化水平。

三是探索科技惠农新模式。利用大数据平台，整合社区资源，通过“说写演教”四步力图让农民用简单的方法掌握复杂的农业技术。首先要“说给农民听”，利用村居广播将具体的科普种植要求、技术要点，以通俗易懂的方式讲给农民听。其次要“写给农民记”，科技站工作人员每月编制一份最新农技科普简报发给农民，解决农民听不清、记不牢的问题，让农技知识牢记心中。再次要“演给农民看”，将新产品、新技术的使用方法拍成视频影像宣传片，配上方言解说，以这种生动形象的方式帮助农民掌握新技术。最后要“教给农民做”，组织开展兴农科技使用观摩会，邀请示范户将田间管理、新产品和新技术的使用

方法手把手教农民使用，教会更多农民掌握科技要领。