

供给侧改革视域下新型农业经营主体 高质量培育策略研究

张茜¹ 李伯辰²

摘要：新型农业经营主体是相对于传统小而分散的小农而言，是传统农业经营主体的发展，具有集约化、专业化、组织化和社会化、创新性的特征，新型农业经营主体面临着前所未有的新形势和新机遇，本文梳理了新型农业经营主体面临的发展困境，就其深层次原因进行分析，提出了健全新型农业经营主体政策支持体系，提升支持效能，培育新型农业经营主体内生发展能力的政策建议。

关键词：供给侧改革 新型农业经营主体 高质量培育

我国农业农村发展已经迈上了新阶段，由长期短缺向总量平衡、丰年有余再到当前阶段性过剩的转变，农产品供给过剩与供给不足并存，呈现出阶段性、结构性供需不对称的基本特征。2019年中央一号文件明确提出围绕“巩固、增强、提升、畅通”深化农业供给侧结构性改革。2020年中央一号文件指出，重点培育家庭农场、农民合作社等新型农业经营主体。2021年中央一号文件提出推进现代农业经营体系建设，突出抓好家庭农场和农民合作社两类经营主体，鼓励发展多种形式适度规模经营，支持农业产业化龙头企业创新发展、做大做强。在此背景下，深入研究新型农业经营主体高质量培育策略对于发展农业意义重大。

一、新型农业经营主体总体情况分析

（一）新型农业经营主体的特征

新型农业经营主体是相对于传统小而分散的小农而言，是传统农业经营主体的发展。传统小农户经营规模小、较为分散，在生产经营过程中标准化、科技化程度低，经济效益低。在此背景下，规模化的新型农业经营主体应运而生。党的十八大对新型农业经营体系的构建还提出包括集约化、专业化、组织化和社会化在内的要求，并具有创新性。新型农业经营主体按其经营规模可分为：家庭农场型、农民合作社型、农业企业型三类。家庭农场型经营主体是家庭成员既为主要管理者又是劳动者和销售人员，甚至在分工上并不明确。农民合作社通常由农业带头人组织实施，其他农户共同参与，具有一定规模的农业生产经营主体。相对家庭农场和农业合作社而言农业企业型经营主体的市场性

更强，体现了更为先进的经营理念，产业链条更为完整，专业化程度更高，分工更为仔细，经营管理模式更为高效，与传统小农户的区别更大，可以说是农业经营主体较为高级的阶段。

为促进新型农业经营主体的发展，中央和地方政府出台了一系列具体支持政策，三类主体迎来了蓬勃发展，截至2020年1月底，已有家庭农场60多万家，农民专业合作社220多万家，农业企业9200余家。但不难发现，新型农业经营主体在快速成长的同时，也面临一些问题，如三类主体发展水平还相对较低，抗市场风险能力差，支撑现代农业发展能力较弱，在现代产业体系的作用不明显。特别是受新冠肺炎疫情的影响，有相当多的新型经营主体遭受到了发展阻力，在供应链产业链发挥作用不明显。

（二）新型农业经营主体面临的新形势

基金项目：本文系2020年天津市社科界千名学者服务基层活动大调研自选（一般）项目，项目编号：2007016

随着人民生活水平的提高,农业信息化、智能化等现代技术的应用与发展,居民消费水平和结构加速提升,食品安全受到越来越多的重视,市场需求也发生了巨大的变化,新型农业经营主体面临新形势。

1. 对农产品品质要求数量需求向质量提升转变

随着人民生活水平的不断提高,人们对农产品的消费需求发生了显著变化,由单一的“吃饱”向“吃好”“价廉”向“质优”转变。高质量的消费需求得不到满足,“米没有米味”“菜没有菜味”“水果没有水果的口感”,甚至都没有小时候的味道,消费体验降级。因此,面对需求端的转变,新型农业经营主体应从农产品品质着手,提高农产品质量,根据市场的变化,适应消费市场转型,适当调整普通供给、增加中高端供给,将绿色农业、生态农业的发展理念贯穿于农业活动的始终,满足安全、绿色、有机的市场需求。

2. 对农产品种类由生产目标向消费导向转变

消费者不仅要求农产品品质优良,同时也希望获得更多的选择,即品类丰富,包括“吃的种类丰富”“加工方式多样”“服务体验新颖”“个性化定制产品”。需求的多样性,要求新型农业企业在生产中进行革新,以技术创新为驱动,提高竞争力。单纯的以生产目标为导向的经营方式,

已经不能满足生产发展的需要。

二、新型农业经营主体的发展困境及原因分析

(一) 新型农业经营主体的发展困境

资金问题成为制约新型农业经营主体发展的关键因素。以农业企业为例,规模化和专业化的生产需要更多的资金支持,但是由于发展规模及农业产业特色的制约,对社会资本吸引力不足,在金融支持方面获得不足,企业易出现“融资难”的问题,制约了进一步的发展。

农业雇工问题是影响新型农业经营主体发展的重要因素。农业属于劳动力密集型行业,随着生产规模的扩大,需要雇工完成具体的农业生产活动。雇工问题最主要的表现是雇工成本高和专业技术人才少。雇工成本也成为农业经营主体的一项重要支出,而专业技术人才缺乏也是农业经营主体面临的突出问题。

品牌问题成为影响新型农业经营主体发展的制约因素。品牌建设是一个系统工程,有些经营主体为了眼前的利益,对农产品盲目“挂牌”,忽视品牌的持续建设,而且在品牌建设只局限于商标注册等基本工作,没有将品牌与主体文化紧密结合。品牌建设过于单一,品牌宣传不到位,没有将品牌作为无形资产进行运营。多数品牌在一定地域内有一

定影响,在全国市场上的影响力微弱。地域性品牌的建设与维护不到位,不同主体间的质量参差不齐,产品层次无法区分,地域性品牌建设受到影响。

(二) 深层原因分析

1. 对需求侧变化认识不到位

农业经营主体对市场需求的认识不到位,无法根据市场多元化的需求变化及时调整生产结构和经营模式。由于缺乏专业化的经营管理人才,经营管理理念滞后,农业生产容易出现盲目跟风、扎堆生产的情况,往往根据前一年的市场情况安排下一年度的种养殖计划,没有整体考虑和全局安排,过多的追求普通农作物的产量和已有的市场份额,生产上存在盲目性,对市场的开拓不足,导致高品质、高质量的有效供给不足,供需错位。

2. 农产品“质优价不优”

新型农业经营主体向消费者提供高端、优质农产品,但是效益不明显。优质农产品也意味着高成本、高价格。在市场交易时,短时间内消费者难以鉴别农产品品质,农产品营养等隐形因素无法实时展现,在不具备价格的显性优势的情况下,高品质、高成本的农产品更容易被市场淘汰,这也导致了消费者的高质消费需求得不到满足,而在供给端高端供给又被挤出市场的情况,这在一定程度上也打击了生产端新型农业经营主体开展高端生产的积极性。

3. 供需市场信息不对称

农副产品交易多基于信任完成，消费者更愿意购买有信任基础商家的产品，尤其是对高质量农产品而言，更是如此。消费者不掌握农产品生产过程的信息，由于缺乏信任，市场上的高品质农产品市场受到挤占，消费需求受到抑制；而在需求端，消费者从保护自身的角度也会尽量压低价格以避免信息不对称造成的损害，尽量降低自己的损失。

三、健全新型农业经营主体政策支持体系，提升支持效能

（一）创新财政支持政策，缓解企业资金紧张的问题

根据新型农业经营主体资金需求的特点，农业管理部门应出台相应的扶持政策，鼓励金融机构创新信贷产品。同时，应鼓励社会资本广泛参与，可以农业产业化周转金的形式，通过股权融资、债权融资等方式，帮助转型升级势头好、发展有潜力但当前融资有困难的企业渡过难关。在财税金融支持政策措施方面，根据新型农业经营主体的财务状况，适度降低门槛要求，切实帮助经营主体解决资金紧张的难题。

（二）完善基础设施，补齐农村基础设施短板

农业的基础地位，决定了其外部性、公益性的特征，因此要加大对基础设施的持续投入力

度，补齐农村基础设施短板，促进城乡融合发展，基础设施实现互联互通。加快构建农村物流基础设施网络，推进通信网络的覆盖，以满足农业物联网的需求。在物流仓储方面，进一步完善农村物流基础设施，推进仓储配送中心、农村物流快递等建设，打通农村物流“最后一公里”。着力构建农村水利基础设施网络，在农田水利等基础设施建设方面给予产业补贴，招商引资，为农业产业化发展营造良好的招商环境，做到抓重点、补短板、强弱项。

（三）政府引导与市场化并重 农业的基础地位要求政府加强政策机制化、制度化、管理。信息不对称可能导致市场失灵的情况，在农业领域政策的引导更为需要，应充分发挥财政政策、货币政策的作用，降低农业经营主体的风险。政府应该从供给侧改革的角度出发，谋全局、布全篇、促发展，加强政策机制化、制度化、管理，确保政策的连续性和稳定性，为新型农业经营主体提供政策保障和支持。如稻田蟹补贴政策，为稻米生产做了新的尝试。

四、培育新型农业经营主体内生发展能力

（一）强化新型农业经营主体内生性经营机制

引进现代化的经营理念，

改变小作坊式的生产经营，在管理上做到先人一步，做好企业中长期发展谋划，运用现代化的技术手段，引进新品种，使用新技术，运用新方法，使用农业机械设备，紧跟数字经济的发展要求，降低生产成本，提升经营效率。同时改变各自为战的经营理念，寻求联合与合作，不断提升新型农业经营主体的规模化、组织化、产业化水平。如天津市水稻产业，成立了小站稻产业联盟，众多主体加入寻求发展。深入挖掘农业产品的地域文化价值，提升自身产品价值，让消费者由购买产品向购买服务方面转变，促进新型经营主体和数字化技术高度融合，以数字化为手段，充分运用电子商务、直播购物、社群服务等现代商业模式，加快推进新型经营主体生产经营活动的精准化、管理服务的智能化，产品营销的现代化，增强新型农业经营主体发展能力。

（二）以科技创新成果转化引领农业生产

新型农业经营主体应充分认识科技创新在生产实践上的重要作用，联合科研院所、高校开展产学研合作，有针对性地对特色、优势品种进行繁育和改良，在开展研究的同时，培养农业专业技术人才。加强农业新技术的应用，提高农产品质量，深入拓展农业产业链条，开展农产品深加工，有步骤有计划地开展三产融合。使用现代农业机械设备，



提高农业精细化水平，充分利用现代化的智能手段，发展数字经济，适应“互联网+农业”新体系的需求，发展具有特色的智慧农业，打造从农业生产加工、流通到销售的新型农业经营体系。

（三）加快推进标准化体系建设

新型农业经营主体应该提高对农业标准化认识，农业标准化生产对稳产、提质、高效、增收等方面具有重要的作用和意义。构建农业生产标准体系，学习与应用标准化技术，开展育种、生产、加工、销售等各个环节的标准化技术培训。加强农业生产标准执行，按标准、流程进行施肥、用药，确保生产、加工、销售等环节均实行标准化。

（四）加强品牌建设和推广

新型农业经营主体应紧密结合区域文化与产品特色，挖掘品牌自身内涵，赋予品牌文化价值和内涵，设计农产品品牌符号，塑造鲜明的品牌个性，并加强对品牌的产权保护，借助各种平

台，加强品牌宣传，提高品牌影响力。加强品牌保护，维护产品品牌形象，发挥农产品品牌的产业集聚效应。

（五）建设营销策划体系和营销渠道

充分利用电视、报刊、电台、互联网和直播、短视频等媒体，进行优势产品的推广和销售，打造网红产品和网红品牌，积极参加地方特色农产品展会，全力塑造农产品整体品牌形象，提高市场知名度。推动农产品品牌与第二、第三产业相融合，延长农产品价值链，提升品牌价值，为经营主体发展注入源源不断的活力。直接与终端消费者建立联系，通过建立专卖店，专柜专销、直供直销，建立稳定的销售渠道，创新农产品营销方式，大力发展农产品电子商务、直配配送等新型营销模式，实现线上线下相结合，生产消费无缝对接，健全完善农产品的现代营销体系。■

参考文献：

[1] 杨健，邹富良. 供给侧结构性改革视域下农民专业合作社产业结构调整研究——基于江苏镇江 426 个合作社的调研 [J]. 改革与战略，2020,(11).

[2] 赵祥云. 嵌入性视角下新型农业经营主体的适应性调适 [J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版)，2019,(11).

[3] 张社梅，陈锐，罗娅. 公证嵌入下农业高质量发展的路径探讨——基于新型农业生产经营主体微观视角 [J]. 农业经济问题，2020,(6).

[4] 李宁，周琦宇，汪险生. 新型农业经营主体的角色转变研究：以农机服务对农地经营规模的影响为切入点 [J]. 中国农村经济，2020,(7).

[5] 郭庆海. 新型农业经营主体功能定位及成长的制度供给 [J]. 中国农村经济，2013,(4).

[6] 李栓，陈秀萍. 新型农业经营主体影响因素分析 [J]. 安徽农业科学，2020，48(22).

（作者单位：1. 天津农学院科技处；2. 中国农业银行天津分行奥城支行）

责任编辑：康伟