

農業龍頭企業概論

農業出版社

顾 问:钟伯荣 沈吾泉 徐万山 王栾生

主 编:赵宗英

副主编:钱宝荣

编 委:赵宗英 钱宝荣 余思忠 吴金华

曹一清 陆 益 张弘琦 李文胜

李亚平 应国方 罗国强 王永根

刘克勤 王华杰 朱灿轩 戴成满

苏朝安 陈效治 金锦达

序

根据建立社会主义市场经济体制新形势的要求,浙江农村加快了改革的进程,许多地方以改革粮食购销体制为突破口,在调整农业生产结构,优化品种结构,发展“一优两高”农业上迈出了重要的一步。但是,由于长期受传统计划经济体制的影响,不少的干部和农民习惯于老一套的做法,缺乏市场经济的意识,缺乏在市场经济中发展生产的经验,往往是“想市场、盼市场,不知到哪里去找市场”,“产前想得好,产中心里跳,产后卖不掉”,左右为难,无所适从。因而,如何引导农民走向市场,尽快实现千家万户的小生产与千变万化的大市场联结,已成为当前农村改革与发展所面临的一个亟待解决的问题。

引导农民进市场,不可能期望千家万户的农民一朝一夕就能在市场中搏击自如。制约农民走向市场的因素除了经济因素外,自然因素的影响又往往不是人们的主观意志所能左右的,因此也增加了农民参与市场的风险性。近年来,浙江农村广大干部和群众在发展商品生产中,创办了一批各具特色的农业龙头企业。实践证明,发展农业龙头企业意义重大,它是联结产销的桥梁和纽带,具有开拓市场,引导生产,深化加工,搞好服务的综合功能,可以使千家万户的小生产与国内外大市场联结起来,实现生产、加工、销售一条龙。它又是提高农产品生产和流通组织化程度的有效途径,是农民进入市场,抗御市场风险和自然风险的有效载体。它还是各级政府在市场经济情况下领导农业的重要方法。

我们编辑出版《农业龙头企业撷英》一书的目的,一是为了总结各地创办农业龙头企业的实践经验,使这批率先进入市场的农业龙头企业更上一层楼;二是使广大农村干部和农民从这些农业

龙头企业发展、壮大的经验中得到一些有益的启示。

我们相信,随着社会主义市场经济的确立,各级领导对农业龙头企业的重视,各有关部门的支持,浙江的农业龙头企业一定会象钱江潮一样,后浪推前浪,掀起一个新的高潮。必将对进一步深化农村改革,发展农村经济,引导农民进入国内外大市场起到巨大的推动和促进作用。

赵宗英

一九九三年十月

目 录

序.....	赵宗英(1)
--------	--------

综合篇

1. 农业龙头企业概述	(1)
2. 政府抓“龙头” “龙头”带农民	沈吾泉(16)
3. 创办“龙头”企业 为农民走向市场搭桥铺路	黄兴国(19)
4. 大力兴办农业龙头企业 加快“一优两高”农业 发展步伐	陈仲方(24)
5. 做好服务工作 培植农业龙头企业	慈溪市人民政府(33)
6. 努力发展农业企业 加速农业达到高产优质高效	绍兴县人民政府(36)
7. 建设农产品龙头企业 引导农民进入市场	萧山市农业委员会(42)

企业篇

8. 为农民服务 做蔬菜生产的龙头	(48)
9. 办好加工企业 发展创汇农业	(53)
10. 产供加销配套 发展蔬菜生产	(56)
11. 创办龙头企业 推动“绿色革命”	(58)
12. 兴办龙头企业 拓展国际市场	(60)
13. 办好辣椒加工厂 为农户致富出大力	(62)
14. 上挂工厂下联户 蕃茄大王出大力	(64)
15. 建一个龙头企业 带一村百姓致富	(66)
16. 抓好基地建设 争当农业生产龙头	(67)

17. 公司开发特质米 农民种粮可放心	(69)
18. 强化服务功能 发展食用菌事业	(71)
19. 以贸带工 以工促农 发展食用菌生产	(73)
20. 发展食用菌生产的得力助手	(76)
21. 创办食用菌公司 加快香菇生产发展	(78)
22. 以服务为龙头 加速果业经济发展	(80)
23. 围绕农业办工厂 办好工厂促农业	(83)
24. 兴办原料基地 加强为农服务	(86)
25. 加强基地建设 拓展外贸市场	(88)
26. 果脯厂成为青梅生产的靠山	(90)
27. 产供销一体 开发玉环柚	(92)
28. 创办集团公司加快发展常山名果	(94)
29. 科技靠山 致富财神	(95)
30. “花果之乡”的水果贩运队	(97)
31. 办集团公司 使蔺草生产联结国际市场	(99)
32. 引来“致富草” 编织“致富席”	(101)
33. 大洲茶叶销路好 茶协引导有功劳	(103)
34. 外联市场内联茶场 走贸工农一体化之路	(105)
35. 开发名茶 致富安山	(108)
36. 农民欢迎的黄红麻联合社	(110)
37. 开发加工毛竹 造福山区人民	(113)
38. 花园岗的花木公司	(115)
39. 发挥营林公司作用 与林农联合造林	(117)
40. 发挥龙头企业作用 促进兔业生产发展	(118)
41. 当好发展兔业生产的龙头	(121)
42. 接市场之轨 扬科技之长 供优质服务 促禽畜腾飞	(123)
43. 肉猪生产的龙头 农民致富的益友	(127)

-
44. 依托种猪试验场 发展“杜大”供港猪 (129)
 45. 以公司为龙头 积极发展供港良种猪生产 (130)
 46. 拓宽服务领域 发展畜禽生产 (132)
 47. 实行牧工商一体化 促进奶牛业发展 (135)
 48. 发挥奶牛协会作用 提高饲养奶牛效益 (138)
 49. 白洋村养鸭从联合体到畜禽公司 (141)
 50. 康联禽蛋产供销合作农场的成功实践 (143)
 51. 开展全程服务 促进禽蛋生产发展 (146)
 52. 发挥“龙头”作用 发展白毛乌骨鸡 (149)
 53. 开展系列服务 为养鸡户排忧解难 (150)
 54. 一个为养鸡生产提供一条龙服务的种禽场 (153)
 55. 村办养殖场 带动农民养肉鸭 (156)
 56. 兴办蛋制品厂 稳定发展禽蛋生产 (157)
 57. 鸭司令勇挑重担当龙头 (159)
 58. 带领农民发展家庭养禽的专业户 (160)
 59. 农民致富养牛蛙 全靠服务一体化 (162)
 60. 乡办水产养殖场 带动农民养对虾 (163)

市场篇

61. 黄岩市禽蛋批发市场 (166)
62. 江山浙西鹅市 (169)
63. 天台平桥牲畜市场 (170)
64. 丽水碧湖小猪市场 (172)
65. 黄岩柑桔果品批发市场 (173)
66. 金华果菜批发交易市场 (176)
67. 温岭河边茭白批发市场 (177)
68. 嵊县前村豆腐皮市场 (178)
69. 瓯海粮食批发市场 (181)
70. 庆元香菇市场 (183)

-
- | | |
|-----------------------|----------|
| 71. 温岭松门水产品批发市场 | (184) |
| 72. 诸暨山下湖珍珠市场 | (186) |
| 73. 磐安新渥药材市场 | (188) |
| 74. 龙泉福源茯苓市场 | (190) |
| 75. 金华罗店香花市场 | (191) |
| 跋 | 徐万山(193) |

农业龙头企业概述

浙江省农研室产业发展处

党的十四大提出建设社会主义市场经济,使我国农村改革进入了一个新的发展阶段——这就是要引导农民走向市场,将农村经济、农业生产全面纳入社会主义市场经济发展的轨道。就浙江农村的实践和农业生产的特性来看,要使千家万户的小生产与千变万化的大市场较好地联结起来,最现实、最有效的选择,就是大力发展农业龙头企业(包括农业龙头市场,下同)。

一、农业龙头企业的产生和发展

农业龙头企业和龙头市场,是党的十一届三中全会以来农村经济体制改革的产物,是伴随着农产品购销体制的改革应运而生并发展壮大起来的。从三中全会至今,大致经历了两个发展阶段。第一个阶段,是1985年前后至1991年。这个阶段,由于国家放开了除粮棉油等少数几个有关国计民生的大宗农产品之外的其它农产品的统购统销,各地陆续兴办了一批农产品加工、经销企业和农产品市场;第二个阶段始于1992年。至1993年全国先后有28个省、市、自治区全部或局部放开粮食购销,各地随之又发展和涌现了一大批包括粮食在内的农产品加工、经销企业和农产品市场,还有不少正在积极兴办或筹建之中。如在全国有很大影响的北、南“两只鸡”,就是农业龙头企业的典型代表。一个是北方的山东省诸城市,从1985年开始发展的肉鸡贸工农一体化,由该市外贸公司与日商建立比较稳定的贸易关系,引进国外优良品种和先进设施,

先后建立了良种鸡繁殖场、饲料加工厂、屠宰冷冻厂。公司对养鸡户提供“四到门、三赊销”的配套服务,即苗鸡送到门,饲料供到门,防疫和技术指导到门,收购到门,赊销苗鸡、饲料、防疫药物,待肉鸡宰杀后一次性结算,使养鸡户的生产和收入有了可靠的保障。8年间,全市年肉鸡饲养量由200万只扩大到4000万只,出口分割鸡从740吨增加到1.6万吨。农民养1只鸡,纯收入1元左右,许多农户年年养鸡1万只,年年都是万元户。另一个是南方上海的“大江公司”(系松江县与泰国正大集团合资企业),通过公司加农户,发展肉鸡产加销一条龙,已成年生产饲料100万吨、苗鸡1亿只、肉鸡3000多万只、鸡肉产品6万多吨的规模,年创汇达5000多万美元,成为当地一项重要产业。

据浙江省部分市、地统计,一般每个市、地已拥有农产品加工企业千家以上,其中上规模上水平,能发挥较大作用的龙头企业,多的达百家左右,少的也有五、六十家。而各类农副产品专业市场,截止1992年底,已有1263个,年成交额69亿元,其中批发市场162个,年成交额29亿元。

二、农业龙头企业的含义及分类

(一)农业龙头企业的含义

农业龙头企业,指的是以国内国际市场为导向,以农产品基地和农户生产为依托,以服务为纽带,与生产者结成利益共同体,实行贸工农技一体化、产供加销一条龙运行机制的经济实体。

农业龙头企业是一种适应商品性农业生产的新的生产组织形式,它与生产者的关系不仅仅是简单的收购产品的关系,还有着保护生产者利益及进行利益反馈的责任。其两者的具体关系表现为:龙头企业根据市场需要,向生产者(农场、农户等)提供市场需求和价格变动的信息,签订收购合同,帮助建立农副产品生产基地,提供配套生产技术服务,培植货源并进行加工销售,并将所得利益的

一部分返还给生产者,以帮助农户扩大再生产。农副产品生产者则信守合同,进行定向生产,并按时、按质、按量向龙头企业交售产品。由此可见,龙头企业与生产者之间的关系是十分紧密的。这也是龙头企业区别于一般农产品加工、经销和自产自销企业的主要标志。企业与农户的这种互惠互利、风险共担的协作关系,既有利于保护生产者利益,使他们避免难以预测的市场风险,也使龙头企业解除了农副产品加工原料供应时多时少、时紧时松的后顾之忧。

(二)农业龙头企业的分类

农业龙头企业在产生发展过程中,由于举办主体、股份联合方式、经营内容和发育程度的不同,呈现出类型多样,形态各异景象。据对浙江省部分龙头企业的分析,大致可以作以下分类:

1. 按举办主体分类。总的来说,举办主体是多元化的,即农业龙头企业既有国家和部门办的;又有集体办的,包括群众性的专业协会,如养鸡、养鸭协会等办的;也有个体办的;还有多元合股办的,包括国家与集体,集体与集体,个人与个人,以及国家、集体、个人之间合股办的。举办主体大体上可以划分为以下六类:

(1)企业集团协作型。即以实力较强的企业为主,围绕一种重点产品的生产、加工、销售,联结农户和有关各方,采取厂村挂钩,厂与基地挂钩,厂与厂之间挂钩等形式,形成或紧密或松散的联合与协作关系,实行产供加销一条龙经营。如淳安县新安江罐头厂,是国家轻工部、经贸部定点的罐头生产厂家,这个厂一方面积极帮助农民建立原料基地,八十年代以来先后在当地农村建起了柑桔、黄桃、芦笋、竹笋、猕猴桃等基地 17.7 万亩,蘑菇基地 100 万平方米,另一方面,还扶持一些原料产地建立初级产品加工厂,在资金、技术、销售、信息等方面提供服务,形成了一个以罐头厂为主体,基地和初级产品加工厂为附翼的协作集团,成为促进淳安县农村经济发展的一个重要的龙头企业。

(2)部门实体型。近年来,政府有关部门,特别是涉农部门转换

职能,组建经济实体,为农户生产提供产前、产中、产后等各项服务,成为龙头企业。如浙江柑桔的重点产区衢县,针对近年来柑桔生产迅猛发展的势头,该县科委柑桔研究所、农业局柑桔技术开发中心、县供销社三家联合组建了集柑桔研究、技术开发、生产销售于一体的服务性经济实体——柑桔产供销服务社,为广大桔农提供生产信息,培育供应优质苗木,供应适用化肥,进行系列加工、保鲜、包装、运销等多种服务,成为衢县桔农可以依赖的“龙头”。

(3)科技开发型。即以科研单位为依托,以推广应用实用技术和新产品为纽带,向农户提供良种和技术服务,成为龙头企业。如黄岩食用菌开发公司,与上海农科院食用菌研究所、浙农大等科研院校攀亲合作,凭借这些单位的科研成果,三年来共开发引进了23个新品种,并通过与16个乡农科站、科协建立的协作关系,把这些新品种推广到千家万户种植,使当地的食用菌生产一直处于持续稳定发展之中。

(4)协会经营型。就是围绕某种农产品生产组成的专业协会,通过开展内部服务,即向会员提供技术、良种、信息,采购供应生产资料和帮助销售产品等服务,形成龙头企业。如建德市大洲镇茶叶协会,除为茶农提供生产信息和栽培技术服务外,还举办名茶炒制培训班,为茶农推销茶叶,使大洲茶叶“滞销之年不减收,畅销之年大增收”。

(5)合作社带动型。如仙居县大战乡车头村经济合作社,为了发展蕃薯面生产,组建了经营实体,他们挑选了50多位农民,组织采购原料和销售产品。1992年全村加工销售蕃薯面300多万公斤,净收入达150多万元,使该村仅蕃薯面加工一项人均就增收1200多元,成为当地蕃薯面生产的“龙头”。

(6)能人牵头型。主要是由种养大户或贩销大户牵头形成的龙头企业。这些大户中,有的在自己发展种养业的基础上,逐步扩大规模,向产品的加工、销售领域拓展和延伸,为其他农户提供各种

服务,发展成为龙头企业。有的虽然自己不直接搞种养,但有经营才能,能为农副产品的销售找到稳定的渠道,他们与众多农户签订产销合同,在发展当地某项农业生产中,起到了“龙头”作用。如临海农民金鹤松创建的台州兔业开发公司,由原自己办的国光兔场100只兔子起家,以后逐步扩大规模,先后办起了种兔场、饲料厂、毛兔诊所、兔毛收购站和兔毛分拣加工场等,吸引了温岭、椒江、黄岩、临海、三门等市、县1233户兔农与其紧密挂钩,初步形成兔业生产分户饲养、统一经营服务的格局,表现出显著的能人效应。

2. 按经营内容分类,龙头企业又可分为加工、经销、产加销一体三种类型。一是加工型,即以加工为主,联结产销的农产品加工企业;二是经销型,即以销售为主,联结产销的农产品经销企业;三是产加销一体型(或称产加销综合经营型),即集生产、加工、销售于一体的综合经营的农业企业。

3. 按股份要素的组成分类,龙头企业有资金合股,技术和设备入股,劳力和土地参股等类型。从发展的趋势看,越来越多的龙头企业,尤其是具有一定规模的龙头企业,大都采取各种股份联合的形式共同举办。

4. 按发育程度分类,龙头企业还可分为松散不完善和紧密较完善两种类型。其中松散不完善的,是指企业与生产者(农户)之间的关系尚不紧密,利益共同体还没有形成。紧密较完善的,是指企业与生产者(农户)已经结成了比较紧密的利益共同体,能正确处理双方关系,合理分配经济利益,做到利益共享、风险共担。后者大都是一些产供加销一体化的龙头企业。

(三)农业龙头市场的特征与分类

1. 农业龙头市场的特征。

市场也是龙头。农业龙头市场,是除龙头企业外又一个极为重要的使千家万户小生产与大市场相联结的载体。它与一般农贸市场相比,具有四个特征:(1)规模较大。产品上市交易量大,与此相

适应,市场场地和服务设施的规模一般也较大;(2)专业性强。市场以当地“一村一品”、“一乡一品”的农产品基地为依托,因此上市交易的农产品大多为单一产品,有的还包括由该农产品派生出来的系列加工品,以及为生产该产品提供配套服务的生产资料等;(3)经营方式以批发为主;(4)产品销售辐射面广。设在产地的批发市场,其农产品在当地销售的仅占很少一部分,绝大部分销往外地。设在销地的批发市场,其农产品来自外地的比例一般都相当大。这是因为农贸市场主要是满足当地人民日常生活需要,而龙头市场的功能则在于吸纳转移大批量的农产品,平衡产地、销地的供需。从上面的分析可以看出,农业龙头市场其实是指对一定区域一种或几种农产品的生产和销售发挥较大集散功能的专项农产品批发市场。

2. 农业龙头市场的分类。

(1)按举办市场的主体分类,主要有国家政府部门办的,农村集体经济组织办的,以及部门和集体组织合办的等三种。在目前的龙头市场中,有许多是工商部门办的。如黄岩市工商局,针对该市头陀镇历来有养鸡传统,在头陀镇建了一个禽蛋市场,促进了当地养鸡业的迅速发展,现在全镇养鸡户已达 2800 多户,养鸡 140 万羽,每年在市场上商品蛋多达 2 万多吨,鸡蛋远销全国 10 多个省市,该市场已成为浙江省唯一的专业蛋品市场。在集体经济组织办市场方面,如嵊县富润镇前村经济合作社,为了解决当地家家户户生产豆腐皮外出销售困难的问题,在村旁建了一个拥有固定摊位 360 个、临时摊位 300 个的豆腐皮市场,吸引了大批当地和外地购销专业户进场交易,日成交量达 5000 公斤左右。现在全村有 600 多农户、5000 只盘灶生产豆腐皮,年产豆腐皮达 1260 吨,产值 860 万元。

(2)按市场的发育程度和运作时间分类,可以分为常年性市场和季节性市场两种。常年性市场的主要特征是运作时间长,市场机

制健全,软、硬件条件较好。如场地设施较完备,交通运输方便,通讯、计量、贮藏、食宿等服务设施齐全,工商、税务、银行、检疫等部门大都进驻市场等等。这些优越的条件,便利的服务,提高了市场在流通中的可信赖程度,使得市场货源充足,交易稳定发展。季节性市场的特征是,上市场交易的都是季节性的产品,受销售时间的限制,市场运作时间短,而且市场设施大都不全,有的就是利用公路作市场来集散农产品的。

(3)按市场的举办地点分类,可以分为设在产地的市场,设在销地的市场和设在非产非销地的市场三类。①设在产地的市场。这类市场较为普遍,其下联千家万户生产、上联国内外市场的作用比较明显。对产地的生产者来说,市场上的供求比例和价格信号是决定下一轮生产的重要晴雨表;而对流通领域而言,相对集中的生产地域和产品品种,相对集中的上市时间和充足货源,可以使运输、贮藏成本大为降低。②设在销地的市场。销地市场是指设在大中型城市(也包括一些城镇)或其周围的批发市场,它上联产地批发市场,下联城镇农贸市场和其他商场,是农产品最终转为消费品的枢纽。③设在非产非销地的市场。这类市场的购销活动,犹如田径比赛上的接力跑,即专门有一部分购销户将收购来的某一农产品运往并非销地的某地市场,再由另外一部分购销户接货(当然也是买卖关系),把这些农产品运至销地市场出售。

三、农业龙头企业的作用

农业龙头企业与龙头市场,虽然发展历史还不长,其发育的形态和运行机制还不十分完善,但由于它具有开拓市场、引导生产、深化加工、搞好服务的综合功能,从诞生之日起就显示了强大的生命力。它冲破了旧的计划经济体制下农业产供销人为分割的束缚,把农业生产、加工、销售联结起来,沟通了一家一户的分散生产经营与大市场的联系,在更广阔的空间里以更大的规模把分散的生

产要素合理有序地组织配置起来,形成新的生产力。因此,农业龙头企业与龙头市场的发展,对进一步深化农村经济体制改革,提高农民进入市场的组织化程度,加快农业产业产品结构的调整,推动农业先进科学技术的推广应用,促进农村社会化服务体系建设和农业生产向区域化、专业化及适度规模经营方向发展,进而提高农业效益,带动农村经济的全面发展,都具有十分重要的作用和意义。

(一)有利提高农民进入市场的组织化程度

考察我国农村、农业、农民的历史和现状可以看出,农村经济长期处于小农式自给自足状态,生产的农副产品又受计划经济统购包销的“保护”,加上农民居住分散,文化相对落后,市场信息不灵,决定了他们与发展商品生产和市场经济的高要求有很大的差距,并且在维护自身利益上缺乏足够的组织力量。因此,农村要发展市场经济,零星分散的农民要参与市场竞争,需要有一个组织来作为靠山和后盾,作为他们进入市场的“牵头人”。当前,各地农村迅速发展的农业龙头企业和龙头市场,作为农村中先进生产力的代表和组织形式,可以把农民分散的、零星的、单个人的经济行为,纳入到有组织、大规模、现代化的市场经济活动之中,从而较好地发挥了组织的整体功能,增强了在市场经济中的竞争实力。

提高进入市场的组织化程度,是农民的迫切要求,也是农村改革和经济发展的需要。因为,党政机关不能靠行政领导的办法把农民直接带进市场,与农民有关的其他部门如供销合作社、信用合作社等,受自身经济利益的驱使,现阶段也难以帮助农民进入市场。而要组织农民进入市场,就需要依赖中介经济组织。当前迅速发展的各种类型农业龙头企业与龙头市场,绝大部份属于中介经济组织的范畴。农业龙头企业与龙头市场是以利益机制为媒介,将生产、加工、销售几个环节较紧密地结合在一起,围绕着市场利益与风险的分配,通过各种契约关系组合而成的,作为农村由计划经济

向市场经济转变过程中的一种新的组织形式,将极大地提高农民进入市场的组织化程度。

(二)有利于促进农业产业产品结构调整,加速“一优两高”农业的发展

随着粮食购销的全面放开,一方面农民的眼光虽然开始转向市场,但一时又难以适应,需要有一个实践和适应过程。他们往往看到哪种农副产品市场价格高,销路好了,大家就争着去种养,生产多了,卖不出去,又很快一哄而下,使刚从计划经济束缚下走向市场经济的农民,常为农副产品“贵一年、贱一年、销路不好就赔钱”而叫苦不迭。另一方面从追求自身经济利益出发,城市与乡村、工商企业与农民、部门与部门、内贸与外贸之间的利益矛盾和摩擦日趋尖锐,往往有利的事大家抢着干,不利的事又都不愿插手。某项农产品少了,大家为争夺货源各显神通,多了则又纷纷撒手不管,任其“谷贱伤农”。结果是生产者受害,经营者也受损,几方争利,又都失利。

实践证明,各行各业发展各种形式的农业龙头企业与龙头市场,大家都把腿伸向农村,围绕某一项农副产品,从提供配套服务入手,通过定向投入,定向收购等方式,开发资源,增加产出,因地制宜建立起一批各具特色的商品生产基地,能够扶植农民生产,带动一个村、一个乡甚至更大区域范围农产品专业化生产的发展,促进农业的产业、产品结构调整,既提高了生产者的经济效益,又满足了企业的需求,大家得益,皆大欢喜。浙江省不少农业产业结构调整得好的地方,往往也是农业龙头企业与龙头市场发展得较快的地方。如临海市汛桥食用菌罐头厂开发加工食用菌,促进了当地食用菌生产。1992年全镇食用菌销售收入346万元,不仅菇农获利80万元,全镇215户菇农仅此一项,户均纯收入3500元,罐头厂也获利35万元。

(三)有利于使分散的家庭生产与规模经营有机结合,形成适