

# 现代农业产销

□ 舒惠国 著

中国农业出版社

农业生产关系着产品的生产和产品的销售。生产决定着销售，销售又反作用于生产。不论是中国还是外国的农业都是沿着产品的生产和产品的销售这个恒定的轨迹运行着。

由于我国历史上农产品长期处于短缺状况，又加上长期计划经济，造成人们根深蒂固的“重生产、轻销售”的观念。如今农产品的供求基本平衡，丰年有余，特别是随着社会主义市场经济的发展，我国加入世贸组织之后，农产品销售滞后生产的问题显得特别突出，生产与销售这个恒定的运行轨迹发生了严重的不平衡状态。因此，正确认识生产与销售的关系，树立生产以销售为前提的新观念，是十分重要的。当前，农业工作者，农业经济学者，以及关心农业、农村、农民工作的同志，都在研究和破解这个关系农业发展、农民增收的大问题。

适逢《现代农业产销》一书问世，有益于破解这道难题。这本专著着重论述我国农产品产销问题，比较系统地阐述了农产品产销的历史沿革，从当前我国农业所面临的新形势、新阶段出发，围绕着要解决的某些方面的问题，有针对

## 现代农业产销

性地提出了一些应对办法和措施，这对于探讨农产品的生产和销售问题有很好的启示和参考作用，值得一读。

作者是长期从事农业和农村工作的专家，又是曾经担任过省委书记的政治家，善于从农业与国民经济全局的关系上观察问题，分析问题，提出客观而又深刻的见解。专著的论据都是来自于实践，来自于群众，紧贴实际，紧跟时代，言之有物，表现出作者的一种使命感和责任心。作者对“三农”问题的研究范围之广，内容之深，论述之实，令人钦佩。

《现代农业产销》是作者近期研究农业的又一部力作，是从宏观层次上关注农业的又一成果，希望它的出版能对研究“三农”问题起到一定的推动作用。



2002年夏

# 目 录

序	
绪论	1

## **第 1 章 农业产销正处在历史性的转折时期 10**

第一节 农业产销的历史沿革	10
一、农业产销发展阶段划分	10
二、新中国成立后农业产销管理体制的 重大变革	12
三、高度计划经济下的农业产销	15
第二节 农业产销市场化改革的积极 探索	16
一、产销市场化是农产品生产的本质 要求	16
二、国家逐步放开农产品购销	18
三、新一轮粮食、棉花流通体制改革	21
第三节 WTO 下的农业产销前景分析	25
一、现行农产品对外贸易的主要政策	25
二、WTO 下的农业产销特点	27
三、农业产销面临的发展机遇	29
四、农业产销面临的挑战	30
五、积极应对，兴利除弊	31

**第2章 增强农业的市场竞争力****33**

第一节 发展优势农业 .....	34
一、什么是比较优势 .....	34
二、中国农业发展的比较优势及劣势 .....	36
三、推进农业结构的战略性调整 .....	40
四、重点培植农业主导产业 .....	44
第二节 推动农业规模经营 .....	46
一、农业规模经营 .....	47
二、促进土地经营权的有效流转 .....	49
三、推动农业企业化经营 .....	52
第三节 全面实施科教兴农战略 .....	53
一、科技在农业产销中的作用 .....	54
二、中国农业科技发展现状 .....	56
三、进行新的农业科技革命 .....	57
四、充分发挥科研院所的创新作用 .....	59
五、大力创新农技推广机制 .....	61
第四节 增加农业资金投入 .....	64
一、继续加大国家对农业的投入 .....	64
二、强调农民投入的主体地位 .....	66
三、多形式增加农业资金投入 .....	67

**第3章 把握现代农业发展方向****69**

第一节 发展生态农业 .....	69
一、生态农业的理论内涵 .....	69
二、发展生态农业的依据 .....	71
三、发展生态农业的措施 .....	75
第二节 推进农业国际化 .....	81
一、推进农业国际化的必然性 .....	82

二、推进农业国际化的主要障碍 .....	85
三、推进农业国际化的基本途径 .....	86
<b>第三节 推进农业标准化</b> .....	<b>88</b>
一、推行农业标准化的必要性 .....	89
二、推行农业标准化的原则及内容 .....	90
三、农业部公布的农业标准化体系 .....	91
四、推行农业标准化生产 .....	92
<b>第四节 推广精准农业</b> .....	<b>94</b>
一、精准农业的主要技术支持体系 .....	94
二、精准农业的主要作用 .....	95
三、发展精准农业的重点 .....	97

## **第 4 章 做大做强龙头企业 99**

<b>第一节 龙头企业产生的含义及作用</b> .....	<b>99</b>
一、龙头企业的含义及特征 .....	99
二、龙头企业的类型 .....	100
三、龙头企业的作用 .....	103
<b>第二节 发展壮大龙头企业</b> .....	<b>107</b>
一、加入 WTO 对龙头企业提出了新 要求 .....	107
二、重点龙头企业的认定 .....	109
三、大力培育龙头企业 .....	111
四、理顺龙头企业与农户之间的利益 关系 .....	114
五、扶持龙头企业发展 .....	116
<b>第三节 扶持龙头企业上市</b> .....	<b>118</b>
一、证券市场对龙头企业发展的功能 ..	119
二、龙头企业股票和企业债券上市应 具备的条件 .....	121

三、农业上市公司产生的背景及直接动力 .....	122
四、龙头企业上市的步骤 .....	124

**第5章 大力开拓农产品市场 127**

第一节 建设农产品市场体系 .....	127
一、我国农产品市场现状 .....	127
二、加强有形市场建设 .....	129
三、加强市场信息体系建设 .....	132
四、培育市场主体 .....	133
第二节 发展绿色营销 .....	135
一、绿色贸易壁垒 .....	136
二、绿色壁垒对我国农产品贸易的影响 .....	141
三、实施农业可持续发展战略 .....	141
四、绿色营销 .....	143
第三节 注重品牌营销 .....	145
一、品牌营销的主要特点 .....	146
二、创立农产品品牌的必要性 .....	148
三、创立农产品品牌 .....	150

**第6章 积极培植农村合作经济组织 154**

第一节 农村合作经济组织的发展回顾 .....	154
一、农村合作经济组织的发展历程 .....	154
二、发展农村合作经济组织的客观必然性 .....	157
三、农村合作经济组织的作用 .....	161
第二节 国内外的农业合作经济组织 .....	164
一、社区型合作经济组织 .....	164

二、专业合作经济组织 .....	165
三、股份合作经济组织 .....	166
四、我国台湾地区和欧美发达国家的 合作经济组织 .....	167
第三节 支持合作经济组织的发展 .....	173
一、我国合作经济组织存在的问题 .....	173
二、外国发展合作经济组织的经验 .....	176
三、因地制宜地发展合作经济组织 .....	177

## **第 7 章 充分发挥政府在农业产销中的作用 182**

第一节 政府在农业产销中的作用 .....	182
一、不同时期政府对农业产销的作用 .....	182
二、新的产销形势对政府提出了新的 要求 .....	183
三、加快政府在农业产销中的角色 转换 .....	185
第二节 进一步增强政府的服务功能 .....	187
一、加强政策支持 .....	187
二、加大依法治农力度 .....	189
三、加快农村信息网络建设 .....	190
四、注重各类示范园区建设 .....	191
第三节 推动农村各项改革 .....	192
一、改革农村行政管理体制 .....	192
二、改革城乡分割的管理体制 .....	193
三、改革农产品流通体制 .....	194
四、加快农村土地制度创新 .....	195
参考文献 .....	197



XULUN

## 绪 论

从河姆渡农业文明至今，中国的农业铸就了 7 000 余年的辉煌篇章。而当人类已站在 21 世纪的地平线上，中国刚刚跨入 WTO 的门槛，我们深深感到：中国的农业从未像今天这样面临如此巨大而深刻的挑战与机遇。社会主义市场经济体制目标的确立，使我国半自给自足的传统农业必须经过脱胎换骨的体制改革，才能与日益发展的市场经济相适应；上世纪末，我国人民生活总体上基本达到小康水平，城乡居民的消费结构正处于升级换代时期，传统的、温饱型的农业必须加快产业结构战略性调整，才能满足人们日益增长和变化的消费需求；我国已加入世界贸易组织，中国经济正迅速融入经济全球化大潮，面对国内、国际两个市场，分散的、小规模的中国农业的家庭经营规模必须加速组织结构的转换，才能在日益激烈的国际竞争中占据一席之地。这些矛盾和问题，最终归结于农业产销关系。可以说，农业产销既是当前农业发展中的一个重大实践问题，更是一个亟待探讨研究的理论课题。

农业产销问题，是市场经济的产物，是我国实现“两个根本性转变”进程中农业发展出现的新矛盾。

“国以农为本，民以食为天”。农业是人类社会最基本的物质生产部门，是人类社会的衣食之源和生存之本。自有了农业生产，便出现了农业的产销现象。但传统农业生产面小量少，销也只是提篮小卖，路边交易。当农业生产发展到一定程度，就出现

了集市贸易，以作为货物远距离批发销售的源头，生产的量和覆盖的面都有所扩大，但还未构成完整的产销关系。在生产力低下的条件下，农业的生产远远满足不了人口的消费增长需求，农业一直在为追求土地产出的最大化而不懈地努力。可以说，中国数千年的农业发展史，自始至终写满了“重产”两字，从政府到农民关注的是生产的增长和年成的丰歉。

新中国成立后的相当长时期内，国家对农业实行了高度集中的计划经济体制。一方面，国家十分重视和强调农业生产；另一方面，把粮、棉、油、猪等大宗农产品生产和销售纳入国家严格计划管理，构建了一个以生产为主导的农业产销格局。应该说也没有完全意义上的农业产销关系。

农村实行家庭承包责任制以后，极大地调动了农民的生产积极性，进一步解放了农业生产力，农业连年丰收，产品总量快速扩张，农产品供给逐步由全面短缺走向阶段性、结构性和地区性过剩，粮、棉、油、猪、蔬菜、水果、水产等出现“卖难”，农产品市场销售问题浮出水面，日渐引起人们的重视。

特别是近几年来，农业生产结构与市场需求结构矛盾加剧。我国农产品的 97.3% 处于供求平衡或供大于求的状况，其中供过于求的商品占 56.7%，大宗农产品积压滞销。目前，国家粮食储备高达 2 000 亿千克，接近全年粮食产量的一半，国家财政负担沉重，粮食经营部门亏损。棉花库存形势严峻，1999 年 8 月底，库存为 500 万吨，占同期世界储备总量的一半。农产品价格下滑。据农业部信息中心调查，1999 年，每千克粮食收购价与上年比较分别为：小麦定购价下调 13%，玉米定购价低 0.36 元，早稻定购价低 13.1%，大豆低 18.9%，棉花收购价降幅达 4 元/千克左右，油料、水果、肉类价格持续低迷。由此造成农民收入增长缓慢。1978—1985 年农村居民人均总收入平均每年增长 20.11%，1985—1996 年均增长 16.02%，而 1997—1999 年的三年间平均增长仅为 2.17%，2000 年增长 2.1%。农村居民

人均收入增长缓慢。农产品结构性矛盾突出，劣质品种“卖难”与优质品种“买难”并存。一方面是品质差的早籼稻、小麦、大豆大量压库；另一方面是优质大米涌入国内市场，国家每年还要进口大量的大豆和部分专用小麦。特别是随着城乡居民生活水平的提高，人们对于一般食物消费人均水平下降。从1994年到1998年，城市和农村居民每年人均消费的口粮分别从102千克、257千克下降到87千克和249千克，城市居民对肉类和水产品的购买量也下降了7%。与此同时，人们对农产品优质化、多样化的消费需求越来越强，消费市场正处于升级转型时期。在这种背景下，农产品市场销售日益成为农业产销关系的主导因素，成为农业发展的“瓶颈”因素。在某种程度上，销售决定生产的发展。由此，大力强化市场意识，改变传统的重产轻销，重量轻质的思维模式，按照农产品市场需求来组织农业生产，既是市场经济的必然要求，也是农业发展的必由之路。

我们研究农业产销问题，正是立于这个基点。围绕市场销售这个主导因素，把农业生产与销售有机结合起来，以马克思主义经济学、农业经济学、市场经济学为理论指导，以农业相关学科为支撑，以全国农业产销方面最前沿、最新鲜的经验为实践依据，探讨和研究市场经济条件下农业生产与销售这对基本矛盾的运行规律，以期形成一套比较完整的农业产销理论，用于指导农业实践。

研究农业产销问题，首先要廓清对农业比较效益的认识，看到农业是一个充满希望的产业。

在市场经济条件下，生产要素自发地流向效益高的产业，是客观规律所使然。任何一个产业，如果它本身没有效益，很难发展壮大。如果农业的效益很低，支撑农业生产的土地、劳动、资金等要素自然会向非农产业转移，势必导致农业萎缩。重新认识农业的比较效益，对进一步巩固农业的基础地位，按照市场经济需求加快农业发展和加速农业现代化进程，具有十分重要的意

义。

传统农业经济学理论把农业看成是弱质产业，比较效益低的产业。讲它的弱质性，主要是基于农业对土地的依存关系、自然环境对农业的影响及农业生产本身的周期性和季节性而言。实际上，弱质的农业却孕育了一个强大的工业。我国在工业资本原始积累的过程中，农业作出了巨大的贡献。况且，一个弱质产业，绝不意味着每个领域都是弱质的，必然有强质的项目和领域。随着科学技术的迅猛发展，工厂化生产、节水农业、反季节生产等技术的推广和运用，加快了农业工业化进程，农业的弱质性正在逐步改善。讲它的比较效益低，主要基于对中国农民的现实经营状况作出的判断，并不是从农业的本质得出的结论，是不够准确，不够科学的。在市场经济背景下，必须从新的视角、用新的思维来探讨研究农业的比较利益问题。

国内国际大量事实证明：如果从基础生产到最终消费的产业化综合效益计算，农业是最有前途、获利最高的投资产业之一。只要选准项目，经营得法，投资农业不仅可以获取丰厚回报，而且能办成大企业。如全球排名前 10 位的大型财团企业里，就有 4 个是以农业为基础的食品企业集团。美国最大的 500 家企业中也有 24 家经营与农业相关的业务。目前，我国工业生产的平均利润率仅 10% 左右，商业流通利润率大体是 15%。而在农业领域，不仅粮、棉、油生产的利润率一般超过五成，瓜果、蔬菜及养殖业的赢利水平还普遍达到 1 倍以上，有的甚至是好几倍。在广东和海南等地已涌现上千家中外合资及外商独资的农业企业。在山东，仅美国一家大公司用于兴办超大型养猪基地的投资就高达 5 亿元。在浙江，相当一批工商业者重返农业，早几年走出田间地头从工经商的农民，有的又重操旧业。他们以农民特有的勤劳与务实，商人的精明与高效，像经营工商企业一样把田野办成“农业车间”，因而大部分人在短短的几年里都从土地上获得了可观的效益。实践证明，在市场经济条件下，农业完全是一个大有

可为的产业。

那么，为什么我国农民经济收入会比较低？问题的症结是农户占有土地规模小，经营水平低。据有关部门调查分析，我国农民每户经营耕地 1986 年为 0.61 公顷，1990 年为 0.53 公顷，1997 年为 0.51 公顷。大多数地方的家庭经营带有不同程度的自然经济、小生产的痕迹，存在规模小、分散生产、成本高的局限性。1996—1998 年，在有数据的 115 个国家中，中国农业劳动生产力水平为 307 美元，居 95 位。1988—1990 年，世界经济发达国家农业劳动力人均农产品产量为发展中国家的 18 倍。其中，仅粮食生产与我国对比，美国、加拿大等人均土地较多的国家，经营土地在五六十公顷以上，生产粮食高达 10 万千克左右；土地较少的如英国、原联邦德国人均经营土地一二十公顷以上，生产粮食 2 万千克左右。目前我国农村平均一个劳动力经营土地仅 1/3 公顷，产粮 0.1 万多千克，小规模农业生产，必然导致经营收入低。加上我国农村社会保障体系与城市职工差距甚殊，农民的经济状况比城市职工经济状况相差很大。1995 年城乡居民收入比值为 2.47:1，1998 年为 2.53:1，呈扩大趋势。而在经济发达国家，农民的收入接近非农产业劳动者的收入水平。在稳定家庭承包责任制的基本国策下，要提高农业效益，根本途径在于大力推行农业产业化。农业产业化是中国农民继家庭承包后的又一伟大创造。它有利于提高农民组织化程度，促进农业加工业和运销业发展，提高农业产加销环节的平均利润率，从而提高整个农业产业的比较效益。因此，必须把农业产业化作为新世纪农业发展的大战略，从法律法规、政策措施等方面促进农业产业组织化和农民组织化，加快农业与关联产业的融合进程，推动农业产业化经营进入新的发展阶段。

研究农业产销问题，要清醒地认识我国农业发展现状，看到与世界农业的发展差距。

加入 WTO，农业是受冲击较大的产业之一。这种冲击，主

要来自我国农业与世界农业发展的差距。

首先，表现在农产品竞争力弱。目前，发达国家在农产品竞争上拥有雄厚的实力。不仅产品质量具有高水平的统一标准，如美国，其食品 FDA 标准在多数国家都能得到接受；相比之下，我国农产品生产尚缺乏一套行之有效的质量统一标准。而且发达国家政府对农业的高额支持，产品价格也有很强的竞争优势。按 WTO 农业协议要求，国内对农业的支持不能超过 1986—1988 年平均农业总产值的 10%，美国是 191 亿美元，日本 283 亿美元，而我国仅 57 亿美元，是发展中国家最低的。并且，我国以往出口国外的一些农产品，大多属中低档产品，价格优势正在逐渐消失，小麦、玉米、大豆等大宗农产品的国内价格已高出国际市场价格二至五成，这将不利于农产品出口。

其次，表现为经营水平低。我国的“十亩农户”与美国的“千亩农户”，欧共体的“百亩农户”相比，规模太小，竞争力差。农业产业化、组织化程度不高，农民难以从加工和销售环节获取经营利润，难以从可共享生产环节和生产要素上降低生产成本。且农产品市场中的商业组织发育程度偏低。分散的、小规模经营的农户难以从有效的服务组织中获取准确的市场信息。在日本，农协所提供的产销信息利用率较高，大米、小麦 65%，生乳 94%，水果 82%，畜产品 51%，蔬菜 56%；由农协组织批发的农产品为 60% 以上，比较典型地区达到 90%~100%。在荷兰 75%~95% 的蔬菜、花卉和奶制品，40%~63% 的牛肉都是由合作社销售的。

再次，表现为农业发展后劲不足。世界发达国家对农业的投入始终保持较高的水平，科技因素在农业发展上的比重也增长较快，目前高达 70%。我国受财力的限制，农业投入一直维持在较低的水平线上，近几年甚至有下降的趋势。我国农业在很大程度上还是一种靠天吃饭的产业。农业生产建设欠账多，基础设施落后，大量的农业资源没有得到充分利用。中国农业科研投入大

约占农业 GDP 的 0.2%，远远低于发达国家 80 年代中期 1.5%~2% 的水平，而且低于印度、墨西哥等发展中国家，就是与世界低收入的 30 个国家的 0.65% 水平相比，也有较大差距。农业科技水平不高，科技在农业增长中所占的份额不高，仅相当于发达国家的一半；约 2/3 的科研成果没有全面推广；多数农民靠传统技术维系农业生产，现有耕地中有 40% 的中低产田；农产品大都是老品种，品质差；农业劳动力的素质比较低，农业技术推广体系不完善。

其四，表现为生产流通体系不完善。西方一些发达国家现行农业制度已历经上百年，家庭农场、合作社等形式早已成熟，农业生产高度企业化、市场化，生产有统一标准、统一规格，销售有固定渠道、固定网络，农业的产销全过程及政府的行为与责任，都有法律的保障或约束。我国农业标准化、市场化程度还很低。农产品流通体系不健全，导致农产品卖难问题长期得不到根本性解决。

看到中国农业与世界农业的差距，并不是妄自菲薄。而是要进一步强化我们的危机感、紧迫感，加快农业改革、农业产业化和农业现代化步伐，加速改变农业现状，增强农业的国际竞争力。从总体和长远来看，只要我们加速农村产业结构调整，改善农产品品质，完善农业经营体制，提高农产品自生产到消费各个环节的效率，加快现代农业企业和组织的发育和成长，建立健全与农产品出口相配套的质量标准等体系，中国农业必将得到更大、更快发展。尤其要看到，“入世”和开放农产品市场，有利于我国与其他国家建立稳定的农产品贸易、经济技术合作关系，促进农业资源的合理配置，提高经济效率和人民富裕程度，将给中国农业带来新的发展机遇。

研究农业产销问题，还必须研究作为产销活动中最活跃因素农民的组织结构问题。

我国自实行农村家庭承包责任制以来，就确立了农户经营的

主体地位，恢复和肯定了农户经济的生产功能，形成了具有中国特色的农户经济。中国目前农户经济具有四个基本特征。一是经济关系上的依附性。我国农村实行的是统分结合的双层经营体制，以土地为基本生产资料归集体所有。农户经济是一种个体经济，依附于集体经济，是社会主义经济的重要组成部分。二是思想观念上的保守性。分散的、半自给自足的农户经济，产生了封闭保守、避让服从、小心谨慎等心理特征。这些心理特征利弊兼有：利处是一种较为明智的生存方式，有利于规避风险，有利于社会稳定。弊端是不利于农村经济的进一步发展。三是成员关系上的血缘性。农户成员之间以血缘关系为基础，对劳动力的自觉性起着很重要的作用。农户成员的积极性和主动精神，往往弥补了手工操作、设备简陋的不足，使农户经济获得了较高的生产效率和效益。四是生产决策上的自主性。农户是生产经营的基本单元，具有自我调节的能力，能根据生产和市场的变化，自动地选择适当的发展方向和组织形式，以调节其经济活动，确保生活和生产的需要。农户经济的这些特征，构成我国农村家庭承包责任制政策的重要社会基础。

同时，必须看到，我国农业在组织化方面的一个缺陷是农户经营行为过于分散，大多数农户至今仍然处于分散经营状态，还停留在农产品短缺时代的户自为战阶段。加入各种农民专业协会和专业合作社的农户不到全国农户总数的3%。农业产业化经营覆盖率不到全国农户的15%。组织化程度低，成为中国加入WTO后，不利于参与国际竞争和提高农户经济收入的关键制约因素。

市场经济不是放任自流的经济，市场竞争要求各个市场主体都必须具备较高的组织化程度。市场竞争能力的强弱与组织化程度的高低成正向关系。当今世界农业竞争能力较强的国家，不仅农户经营规模较大，而且农户经营行为的协调性较强。在这些国家，农户一般都参加了农民合作性的经济组织或者农业行业性协

会。加入世贸组织将使我国农民面临的市场环境发生巨大的变化。我国农民更需要有效地组织起来，致力克服或者缓解经营规模过小所产生的种种不利影响，逐步改变和消除农户在市场竞争中单打独斗所遇到的障碍因素，从而较快地增强我国农业的整体竞争能力。

从目前我国农村的现状来看，提高农民组织化程度的途径主要有三条：第一条，大力发展产业化经营。以农业产业化为载体，将一家一户组织起来，实现区域化布局，专业化生产，一体化经营，社会化服务。这其中，重要的是要发挥龙头企业的聚集和辐射作用，通过“公司+农户”，“市场+农户”等多种形式，构建龙头企业与农民的共同利益关系，降低农民进入市场风险。第二条，努力培育和发展农民合作经济组织。世界农业经济发展的历史表明，农民合作经济组织的形成、运行、发展与完善是农业最成功的创新。其成功的秘诀在于，通过农业组织化程度的提高获得第二层含义的规模经济。规模经济的第一层含义，主要是从扩大生产规模来实现，只适用于少数拥有更多土地资源的经营大户。对相当多数的农户来说，则要通过合作组织，共同分享和使用大型农用生产资料，引入先进生产要素，统一销售，开拓市场，搜集信息，处理市场，以降低生产成本。所以，必须重视农业合作化和行业协会建设，大力培植合作组织或代表农民利益的流通中介服务组织，逐步建立起结构布局合理、功能齐全的初级农产品市场网络体系。第三条，进一步强化政府的服务功能。在市场经济条件下，政府对农业的作用是不可替代和不可或缺的。政府要适应市场经济发展的要求，积极主动地转变职能，强化服务，探索新的领导农业方式，着力解决千千万万独立的农户与千变万化大市场的矛盾，使中国的农业企业和广大农民，以更加积极的姿态参加国际经济循环，充分发挥比较优势，不断增强农业在国际、国内市场的竞争力，争取更多的比较利益，让古老的农业在 21 世纪创造出新的辉煌！