

完善农村现代流通体系建设的对策研究

——基于对河北省“万村千乡市场工程”实施情况的调查研究

张亚瑛, 张亮亮 (中共张家口市委党校, 河北张家口 075000)

摘要 对河北省张家口市涿鹿县实施“万村千乡市场工程”的情况进行调研, 分析了河北省目前在构建农村现代流通体系进程中存在的问题, 找出制约其发展的因素, 并依托“万村千乡市场工程”的深入实施, 尝试构建能够与河北省的经济发展和人民生活需求相适应的农村现代流通体系, 以达到激活农村市场, 改善农民消费环境, 促进农民增收, 实现城乡统筹发展的目的要求。

关键词 “万村千乡市场工程”; 农村现代流通体系; 存在问题; 对策

中图分类号 S-9 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2014)07-02132-02

1 “万村千乡市场工程”实施运行的基本情况

“万村千乡市场工程”是构建农村现代流通网络的一项重点工程, 其主要内容是, 通过安排财政资金以补助或贴息的方式, 引导城市连锁店和超市等流通企业向农村延伸发展“农家店”, 力争用3年的时间, 孕育出25万家连锁经营的农家店, 构建以城区店为龙头、乡镇店为骨干、村级店为基础的农村现代流通网络, 使标准化农家店覆盖全国50%的行政村和70%的乡镇, 满足农民消费需求, 改善农村消费环境, 促进农业产业化发展。

“万村千乡市场工程”是商务部于2005年2月在全国范围内选择试点开始正式启动实施, 运行8年来, 截止到2013年2月底, 河北省共建设农家店45 565个, 覆盖了全省90%的乡镇和75%的行政村, 日用品农家店统一配送率达到50%, 农资农家店统一配送率达到75%。2012年新增销售额5.44亿元, 新增营业面积13.6万m², 带动就业5 039人。其中张家口地区共建设农家店1 748家, 包括1 632家村级店, 116家乡级店, 6家配送中心。农家店营业总面积103 780.2 m², 配送中心仓储面积11 200 m², 解决就业5 407人。2012年我市围绕基层建设年活动, 将扶贫工作与工程运行相结合, 取得了良好效果, 共改建197家农家店, 其中新建180家。目前张家口市正在积极推进农家店信息化改造工作, 以进一步加快推进“万村千乡市场工程”信息化建设。

“万村千乡市场工程”通过将日用品、农资服务送下乡, 将农产品送进城的模式基本上改变了农村“酱醋油盐在村里, 日常用品赶大集, 大件商品跑县城”的生活现状, 放心农家店保障了商品质量, 为农民的消费系上了“安全带”。在当前扩大内需尤其是促进农村消费需求的背景下, “万村千乡市场工程”发挥了重要的作用,

2 “万村千乡市场工程”运行中存在的突出问题

“万村千乡市场工程”实施运行8年来, 确实在很大程度上改善了农村消费环境, 有效地缓解了农民消费不安全、不方便、不实惠的问题, 农村现代流通体系的基本框架已初步

确立, 部分地区农家店的行政村覆盖率达到70%以上、乡镇覆盖率达到100%, 初步形成了基于市、镇、村的一体化流通网络。随着农业现代化的进程不断加快, 客观上要求建立并完善与之相适应的农村现代流通体系, 但是在实际运行中, 现行的体系并不能满足现代农业发展的需要, 农村流通发展仍然滞后于现代农业的发展, 农业生产和农民生活仍存在着很多不便利、不安全、高成本、低效率等问题。通过对张家口市“万村千乡市场工程”实施情况的调查发现, 目前仍然存在着一些突出的问题, 制约着农村现代流通体系的健康发展。

2.1 政策的宣传力度有待加强 通过此次走访调研情况来看, 大部分农民对于“万村千乡市场工程”的目的、意义、内容并不清楚, 甚至有些农民根本没有听说过“万村千乡市场工程”。当被问及该工程与普通商店相比有何不同时, 农民多数选择“不知道, 不清楚”。由于政策的宣传力度不够, 再加上农家店是以加盟、直营等连锁的方式经营的, 店铺中也没有对“万村千乡市场工程”加以张贴宣传, 所以在农民的意识中只把它当作是一般的商店, 因此这对于改善农民的消费习惯和消费行为上存在一定偏差。

2.2 农民的消费观念亟待提升 由于农民的消费观念是受收入、整体素质、受教育程度等诸多因素影响的, 长期以来形成的消费习惯很难在短时间内得以改变。本身由于张家口地区属于经济欠发达地区, 农民的收入中用于日常消费的支出有限, 因此对于价格的敏感度要远远高于对于质量的敏感度。通过对配送企业的访谈得知, 在一些地理位置稍偏远地区和青壮年外出务工居多的村镇, 企业的配送率就较低, 品牌质量有保证的商品销量一般, 农民的消费还是以便宜、低档为主, 其中也包括一些假冒伪劣商品在内。这样以来就使得“万村千乡市场工程”的实施效果大打折扣。

2.3 政府补贴政策有待完善 在张家口地区, 根据国家的补贴政策标准, 对乡村新建和改造的农家店的支持政策政府均下放给龙头企业实施。这在某种程度上出现了资金不能及时到位, 使得龙头企业对于改建和新建的农家店前期投入比较大。而且补贴资金有限, 很难满足现实改造的需要, 补贴资金仅能用于简单刷房、购置少量货架, 对于新建的农家店而言就更是杯水车薪, 为此一些实力弱的龙头企业就很难有积极性去改造新建农家店。另外在调研过程中普遍反映的一个突出问题就是, 补贴资金是在启动时一次到位, 而对

基金项目 2013年度河北省社科联民生调研课题最终成果(2013-01435)。

作者简介 张亚瑛(1983-), 女, 河北张北人, 讲师, 从事经济管理研究。

收稿日期 2014-02-07

于后续的维护,如货架的更换、门牌的维护、信息终端的维护等等,需要一笔很高的维护费用,农家店依靠零售所得的微利很难有实力完成,单凭龙头企业也很难实现。

2.4 农村基础设施依旧薄弱 尽管中央不断加大对农业农村的投入,但是农村基础设施薄弱的问题依然存在。交通不方便,通讯不发达,农村流通发展严重滞后于现代农业的发展。此次通过对“万村千乡市场工程”实施情况的调研分析,由于受农村基础条件和生产力的制约,农村现代流通网络的建设依旧很缓慢,甚至在有些偏远地区和“空心村”严重的地区基本处于停滞状态。尽管在各级政府和社会各界的共同努力下,把城市商业延伸到了农村,但受到农村购买力有限,农村基础设施薄弱等因素的影响,“万村千乡市场工程”并未收到与其投入成正比的实际效果。

2.5 市场信息化程度不高 由于张家口地区属于经济欠发达地区,尤其像坝上地区地广人稀,信息网络覆盖面窄,再加上农民受教育程度低,懂网络、会电脑的人为数不多,而且有知识有文化的青壮年大多外出求学或打工,唯有老人妇女在家务农,即便是有电脑也无人会用,因此依托“万村千乡市场工程”实现一网多用,铺设信息终端尚有困难,这就使得利用网络实现信息反馈存在困难,制约着农村市场信息化程度的提高。据从市商务局和实地调研的情况了解,张家口地区目前仅局限于日常用品的销售和部分农产品的买卖,对于像信息化程度要求高的通讯、保险、邮政、代收费等领域尚未延伸至农村地区。

2.6 市场主体参与积极性不高 “万村千乡市场工程”本身是一项惠民、便民的好政策,各级政府和市场主体均对此非常认可。但是在实际运行中,由于受到农村人口密度低,消费需求分散的影响,一些人口少的村镇尚不具备铺设农家店的基础条件。还有一些村镇虽有农家店,但是因为规模偏小而无法形成规模经济,从而严重影响了龙头企业的配送效率,配送成本居高不下。加上农村购买力相对低下,大多为日常耐用品的消费,企业利润空间非常小,即便是很有实力的企业也很难负担高昂的物流费用,这种“赔本赚吆喝”的买卖很难维持企业的正常运转。同时,由于农村商业基础设施薄弱,缺乏农村物流系统,从而导致大中型流通企业在农村建立商业网点缺乏经济效益。在这些因素的影响下,经过市场的检验,市场主体降低了原有的积极性。

3 完善农村现代流通体系建设的对策建议

改革开放以来,我国农村市场流通体系得到了一定的发展,但总体依然十分落后,存在着网络不全、渠道不畅、成本过高、消费不便等一系列问题。从整体上看,长期以来受城乡二元经济结构影响和农村生产力水平低下的制约,我国在商品流通体系建设中“重城市、轻农村”,在农村工作中“重生产、轻流通”,致使农村商品流通体系建设滞后,商品双向流通不畅。农村流通体系的不健全在根本上不适应扩大农村消费、发展现代农业和建设社会主义新农村的需要。因此必须把建设和完善农村现代流通体系放到关乎农村经济、社会面貌改善的高度来抓,改变社会意识深处的“重城轻

农”思想,统筹城乡发展,进一步为繁荣农村市场,扩大农村消费需求,改善农村消费环境,促进农民增收提供体制机制保障。

3.1 继续加强“万村千乡市场工程”政策的宣传力度 一项好的惠民政策必须是服务大众、深入人心的政策。“万村千乡市场工程”作为构建农村现代流通网络的一项重点工程,其最终服务对象是广大农民。如果农民对该工程不了解、不清楚,就会导致政策的运行出现偏差,最终将会与服务“三农”,改善农村消费的宗旨相背离。因此在深入构建农村现代流通体系建设的同时要做好宣传工作,这是保证一项政策如期落实的前提。一方面要深入农村做好宣传,另一方面要对龙头企业做好宣传,在店铺显著位置张贴宣传,发挥其带动示范作用。

3.2 因地制宜,科学规划,建立与农村生产力相匹配的流通体系 农村现代流通体系的建设必须与其生产力相匹配,只有生产力水平达到一定程度,才能从根本上改变农村流通体系滞后发展的问题,反过来农村流通体系的发展才能促进农村生产力的提高。构建适应现代农业要求的农村流通体系首先要因地制宜,科学规划。各地的经济发展程度,生产力发展水平,人的综合素质都是不一样的,尤其在像张家口地区这样的欠发达地区,不可能使用同一个标准来推进农村市场建设。再加上张家口市广大农村地区人口密度低,消费需求分散,在有些农村地区就不适宜建设农家店,为此必须要做好市场调研,因地制宜,科学规划。一项政策不可能满足全部需求,针对特殊人群采用特殊办法,建议不适宜地区可以采取流动配送车定期将农村所需商品送下去,以满足农民的生产生活需求。

3.3 积极扶持农村流通基础设施建设 要将农村流通基础设施建设放在社会主义新农村和国家基础设施建设同等重要的位置来抓,从制度层面上来推动并加以支持。建议国家应重点扶持欠发达地区农村基础设施的建设,要鼓励和引导社会资本投入,要做到农村基础设施的建设与农业生产和农民生活需求相匹配。要继续加强“万村千乡”和“双百”市场工程建设,扩展“万村千乡”的网络功能,发挥一网多用的功能,进一步将农业生产资料、医药、通讯、邮政、保险、文化服务等业务范围延伸至农村,同时将农产品输向城市,实现城市农村网络的协调发展。同时要发挥农家店服务基层一线的作用,提升自我发展能力。要合理选址,将配送中心龙头企业建在辐射范围广、配送成本优的位置上。要进一步加强农村市场信息化建设,将农家店信息化改造深入做实,不能只成为一种摆设,要充分发挥信息网络功能,为农业生产和农民生活做好服务。

3.4 提高农民综合素质,引导农民合理健康消费 要提高农民的综合素质,一方面在做好农村基础教育工作的同时,另一方面要定期将知识、技术送到农村,组织农民学习培训,培养有技能、有知识的新型农民。转变农民消费观念,培养健康合理的消费习惯,一方面要千方百计拓宽农民增收渠道,增加农民收入,另一方面要做好市场引导,培育农民质量

律知识等方面的文化进行普及,进而提高农村人力资本存量水平^[4-6]。随着农业市场的发展,越来越多的因素促进或者限制了养殖户的发展。如今的农业市场需要复合型、全面型的人才,养殖户更应该学会把握市场规律,做好自身的能力提高。因此,在做好技术培训的前提下,农产品营销和法律知识等方面的文化进行普及,保证养殖户自身利益。

(2) 重视需求调研的重要性^[5-10]。要科学的组织养殖户培训工作,就要做好前期的培训准备,尤其是针对养殖户的个人需求方面,与养殖户进行深入的沟通,把握好农村现状,使农户对培训有一个积极向上的认识。

(3) 提高农村信息化水平^[7-9]。在充分利用如今信息技术培训渠道的同时,还要努力发现打造其他的渠道,使得养殖户接受网络远程教育成为可能,满足养殖户对信息的需求。

综上所述,参加北京市创新团队的家禽养殖户在技术培训方面的需求得到了满足,在非技术层面还有待加强。但是,北京市创新团队给予家禽养殖户的帮助是显而易见的,养殖户的满意程度很高,具体取得了什么样的效果,还需要研究者进一步的深入社区进行调查,从农户的视角对北京市创新团队的培训进行了评估,并提出了进一步的生产管理需

(上接第 2133 页)

意识、品牌意识、食品安全意识、以及诚实守信意识。要提升农民对农业产业化理念的认知,要把发展现代农业和农村现代流通体系的构建相结合,只有生产力提高了,农村流通才有发展的可能,农民消费能力才有可能提升。

3.5 大力培育多元化的市场主体 以“万村千乡市场工程”为例,培育多元化的市场主体,一方面要继续发挥传统流通业态的优势,尤其是现有的供销合作社和邮政系统的网络优势,发挥其与农村联系密切的优势,拓展为农服务领域,提升服务能力。如此次调研的涿鹿县供销合作社,大力搭建企业平台,既为农民送日用商品,将服务延伸至农村,又为农民送服务,鼓励农民发展农民专业合作社,解决生活生产难题,实现经济效益与社会效益双赢。另一方面要鼓励和吸引社会资本,引导国内外大中型商贸流通企业向农村延伸,同时要引导和扶持个体商业,形成多业态共同发展的局面。

3.6 进一步完善和落实政府相关支持政策 “万村千乡市场工程”实施 8 年来在改善农民消费环境,促进农村市场繁荣上确实取得了一定效果,但是在实际运行中不可避免的存在一些偏差。例如由于管理和监管的不到位,个别企业在收编改造“夫妻店”时并非真正发展农村商业,而是借机套取国家补贴资金。因此,对此类情况要完善监管政策,确保资金和支持政策真正用到“万村千乡市场工程”的建设上,保证

求,为北京市创新团队接下来的培训工作提出了意见和建议,更好地解决了“最后一公里”的问题。

参考文献

- [1] AMANOR K S. Wenchi farmer training project: social/environmental baseline study [M]. ODA, London: ODA Assignment, 1993.
- [2] FEDER G, MURGAI R, QUIZON J B. The acquisition and diffusion of knowledge: The case of pest management training in farmer field schools, Indonesia [J]. Journal of Agricultural Economics, 2004, 55(2): 221-243.
- [3] 北京市农业局 北京市财政局关于印发《现代农业产业技术体系北京市创新团队建设实施方案(试行)》的通知,京农发[2009]44号[Z]. 2009.
- [4] 郭君平,任钰,何忠伟. 都市型现代农民培训的需求与对策——基于北京市的调查[J]. 湖南农业大学学报: 社会科学版, 2010, 11(3): 42-45.
- [5] 刘芳,王琛,何忠伟. 北京新型农民科技培训的需求及影响因素的实证研究[J]. 农业技术经济, 2010(6): 61-66.
- [6] 李干琼,许世卫. 以色列农业科技·农民培训及科技政策研究[J]. 安徽农业科学, 2005(10): 1950-1952.
- [7] 陈宗丽,李俊龙. 农民参加现代农业技术培训意愿的影响因素研究——基于安徽巢湖市的实证分析[J]. 安徽农业科学, 2012, 40(6): 3621-3622.
- [8] 张亮,张润清,张岩峰,等. 新型农民培训供需分析——基于河北省农民培训问卷的调查[J]. 西北农林科技大学学报: 社会科学版, 2010, 10(2): 26-29.
- [9] 张峭,王克. 北京市农民培训的需求分析[J]. 中国职业技术教育, 2009(31): 26-28.
- [10] 李彤,董谦,刘秀娟. 中国农民培训需求状况调查分析[J]. 中国农学通报, 2008(9): 528-530.

农村市场的健康发展。同时针对后续运营维护费用太高的问题,建议国家应建立后期维护专项补贴资金,要实现投入的连续性,以确保农村商贸流通的正常运转。针对农业生产的不确定性,政府应鼓励和引导社会资金支持建立农业保险,这既对农民的生产是一种保障,同时对农民的生活也是一种保障,这将有助于农村市场的稳定,促进农村商贸的繁荣流通。此外,完善农村现代流通体系要与城镇化建设同步推进,市场的繁荣必定是以人口达到一定规模为前提的。因此,在新建农家店等农村商业模式时必须要考虑经济效益,在完善村镇规划的前提下再来发展农村商业,才能避免国家投入巨大却收效甚微的情况。要确保农村现代流通体系建设的政策与社会主义新农村建设的各项政策相配套,避免重复建设,实现现代农业的发展与农村现代流通体系的发展相适应、相协调的良好局面。

参考文献

- [1] 纪良纲,刘东英. 中国农村商品流通体制研究 [M]. 北京: 冶金工业出版社, 2006: 79-80.
- [2] 许铭仁. 关于“万村千乡”市场工程的研究综述 [J]. 农村经济与科技, 2011(8): 88-89.
- [3] 常晓村. “万村千乡市场工程”: 扩大内需的重要支撑 [J]. 求是, 2012(13): 36-37.
- [4] 司瑞婕. 浅谈“万村千乡市场工程”对我国农村经济的影响 [J]. 经济视角, 2010(2): 37-38.