

歙县家庭农场发展的现状与思考

方潇 (歙县农业技术推广中心, 安徽歙县 245200)

摘要 基于歙县家庭农场发展的现状, 分析歙县家庭农场发展过程中存在的问题, 包括土地流转规模小, 经营管理水平低, 农业社会化服务滞后, 经营农产品种类单一等问题。为使家庭农场成为歙县实施乡村振兴战略的重要抓手, 在借鉴各地家庭农场成功经验和结合本地实际的基础上, 提出了一些促进歙县家庭农场发展的建议。

关键词 家庭农场; 问题; 对策

中图分类号 S-9 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2019)15-0232-02

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2019.15.064

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



The Current Situation and Thinking of the Development of Family Farms in Shexian County

FANG Xiao (Shexian Agricultural Technology Promotion Center, Shexian, Anhui 245200)

Abstract We analyzed the problems in developing family farms in Shexian County based on current situation of the development of family farms. These problems included such as small scale of land transfer, low level of operation and management, lag in agricultural socialization services, and single type of agricultural products. In order to make family farms become an important starting point for implementing the rural revitalization strategy in Shexian County, we advance some suggestions for promoting the development of family farms in Shexian County based on learned the successful experience of family farms in various places and the combination of local realities.

Key words Family farms; Problems; Countermeasure

2013年中央一号文件首次提出“家庭农场”的概念。家庭农场是指以家庭成员为主要劳动力, 从事农业规模化、集约化、商品化生产经营, 并以农业收入为家庭主要收入来源的新型农业经营主体^[1]。2018年全国家庭农场数量已超过87.7万户, 显示出强劲的发展势头。家庭农场这一新型农业经营主体已逐渐成为当前农业先进生产力的代表, 成为现代农业发展的重要力量, 也是今后一段时间实施乡村振兴战略的重要抓手。笔者以歙县为例, 通过对全县家庭农场发展现状的剖析, 分析家庭农场发展过程中存在的问题, 针对性地提出一些对策建议。

1 全县家庭农场发展现状

据统计, 截至目前, 全县共有181家家庭农场在工商部门完成登记注册备案, 其中, 省级示范家庭农场16家, 市级示范家庭农场18家。全县家庭农场发展模式主要有种植业家庭农场、养殖业家庭农场、种养结合型家庭农场3种。现阶段全县家庭农场呈现以下特点。

1.1 发展快, 覆盖广 与2014年相比, 全县家庭农场增加152家。经营范围涵盖全县茶叶、柑橘、山核桃、蚕桑、食用菌、枇杷、蔬菜、畜牧、花卉、休闲采摘等特色产业。

1.2 经营方式多样 新型经营主体主要通过租赁、承包、股份合作等方式获取土地使用权。业主资本组织形式有合伙、股份合作、股份制、独资等。从事经营领域有种植业、养殖业、加工业、观光旅游业等, 已由传统产业向新业态拓展, “接二连三”产业融合发展显现。

1.3 发展程序规范 2017年, 全县被列入安徽省家庭农场基础台账建设试点县, 进一步规范家庭农场生产档案管理, 做到“管理有人员、生产有台账、操作有规程、检测有记录、去向可追踪、质量可追溯”。

1.4 经营规模较小 目前, 全县家庭农场经营总面积约0.173万 hm^2 , 但以小型家庭农场规模为主。其中经营面积在6.667 hm^2 以下的121个, 占了总数的66.8%, 6.667~33.333 hm^2 的50个, 占了总数的27.6%, 33.333 hm^2 以上的10个, 规模化经营趋势不明显。

1.5 辐射带动明显 乐耕堂家庭农场在郑村镇郑村流转土地33.333 hm^2 , 从事烟草、菊花、水稻、中草药种植和销售, 解决当地劳动力6200余人次。千百渡、佰胜、山中天谷等一批休闲农庄致力于打造成集餐饮、客房、度假、旅游、观赏、采摘、垂钓、种植、养殖为一体的精品休闲庄园, 目前已初具规模, 全县实施经营主体带动贫困户模式, 家庭农场为贫困户提供就业机会或收购贫困户生产的农产品, 为带动当地经济发展和解决农民就业作出了积极贡献。

2 全县家庭农场存在的问题

2.1 土地流转规模难扩大 全县地处山区, 耕地面积少、地块小, 土地集中连片困难, 加之土地的潜在价值不断变化, 农民守地意识强, 新型经营主体的土地流转工作十分艰难, 不能流转到大面积连片的耕地, 造成农业机械化普及率较低, 土地生产效率较低。

2.2 经营管理水平待提高 全县家庭农场从业人员年龄偏大, 文化程度低, 从业素质不高, 了解和掌握农业新政策、新理念、新知识有所欠缺, 品牌意识不强。家庭农场与农民之间利益链接呈松散状态, 没有形成“风险共担、利益共享”的利益共同体, 未能真正发挥辐射带动的能力。总体来看, 全县家庭农场主的学历水平不高, 综合素质低, 限制了家庭农场的产业化现代化发展。

2.3 农业社会化服务滞后 一个家庭农场经营几十亩甚至上百亩土地, 必须要有农技、农经、产品信息、销售等配套社会化服务, 而且家庭农场层次越高, 对配套的社会化服务要求就越高。目前, 全县许多农业社会化服务的缺失, 成为了制约家庭农场发展的重要因素。

作者简介 方潇(1990—), 男, 安徽歙县人, 助理农艺师, 硕士, 从事农业及农村经济发展研究。

收稿日期 2019-03-08; **修回日期** 2019-03-18

2.4 经营农产品范围雷同 全县家庭农场产品大部分属于初级产品,如粮食作物、园艺作物或部分苗木等,具有很高的雷同性,特色品牌较少,很难形成产业规模,导致产品市场竞争力弱,经济效益不高。

2.5 缺乏合理科学的规划 全县家庭农场基本上是农场主基于自身对于未来发展的认识而成立的,缺乏科学长期的规划,即使部分农场主对家庭农场在规模、布局、经营产业上有想法和打算,但也大多没有落到实处。全县整体上对家庭农场发展缺乏规划必然会造成结构单一、布局不合理、缺乏整体竞争力等问题。单个家庭农场缺乏规划也会影响到自身的持续发展。

3 对全县家庭农场建设的几点建议

3.1 完善土地流转机构,激活农村土地流转内在动力 一是建立健全县乡村3级土地流转服务机构。充分利用歙县农村产权交易中心这一平台,为农村土地流转提供政策咨询、信息提供、合同审查等服务,确保在土地流转过程中切实保护农民的利益。二是完善农村土地承包仲裁委员会机构职责,使之能够切实成为化解土地流转中各种纠纷和矛盾的权威机构。同时要加大培育和发展农村土地流转中介组织,特别是农村土地价格评估机构的培育,为农村土地使用权公平有序流转提供依据。三是引导土地经营权向家庭农场流转,形成合理的经营规模。通过大力发展第三产业及推进户籍制度改革,改变农民对土地的过度依赖。同时制定激励措施在资金、技术、税收等方面提供政策,通过土地入股、土地托管等形式,将离农户的土地转移到需要土地资源的家庭农场经营者手中进行产业化、规模化、集约化经营。

3.2 加强人才培育力度,提高家庭农场主的综合素质水平 大力实施人才强县战略,培养和引进农业高层次人才,加强全县农技人员业务知识的储备,不断提高人才队伍整体水平。继续实施好新型职业农民培训工程,精选优选培训教师和培训内容,适当提高“家庭农场经营管理”培训课程比重,为提高家庭农场主的经营管理水平打下坚实基础。

3.3 发展社会服务组织,完善农业社会化服务体系建设 从国外经验看,包括美国在内的发达国家的家庭农场,无不需要社会化服务组织的帮助与扶持。如拥有农协的日本,拥有农业推广局、农场主家计管理局和其他社会服务组织的美国^[2]。歙县家庭农场想要更好地发展,单靠农业技术推广中心是不够的,建议一要组织科研院所多多开展农业专业人员“三下乡”活动,深入一线为农场主做技术指导服务,鼓励科研、科教人员下沉到基层运用自己所学知识为家庭农场解决实际问题^[3]。二要加强农民专业合作组织培育与发展,构建政府、合作社和私人公司多层次的社会化服务体系。在当前政府机构为服务主体的现况下,主体能力有限、覆盖面窄,无法承担农业社会化服务的众多内容。多元化的组织形式可以发挥各主体优势,以满足家庭农场农户等经营主体的服务需求^[4]。三要因地制宜,建设多层次跨区域服务平台。可以通过广播电视、互联网、手机等媒介或以文艺汇演、送戏下乡等群众喜闻乐见的方式,为农民提供高效便捷简明

直观、双向互动的服务^[5]。

3.4 调整家庭农场经营方式,拓宽家庭农场增收渠道 在生产销售过程中,将不同的环节交由不同的专业化组织来完成,不但技术和管理水平得到了保证,而且有利于提高农产品质量和农场收入。四川船山区唐家乡西堰村的朝阳家庭农场在乡政府支持下,于2013年流转土地2.2 hm²种植时令蔬菜,因产品上市时间集中,销售压力大,为了及时高价将自己的菜卖出去,动员全体工作人员既当生产工人,又当销售人员,还采用过“压任务、包任务”的方法,但农场效益却不好。2014年农场主调整思路,投资修建了蔬菜大棚,生产价格高、市场走俏的香葱,实行生产人员与销售人员分开,定岗定责定目标,农场收益大为好转,实现销售蔬菜多获利1.0~1.2元/kg^[6]。由此可见,家庭农场的经营管理模式应该向企业化、正规化发展,对农场工作人员实施定岗定责,完善奖惩机制,以提高农场经营收入。

3.5 因地制宜调整经营范围,打造特色农产品品牌 在巩固提升现有茶叶、菊花、枇杷、柑橘、杨梅等特色农产品发展优势的基础同时,因地制宜扶持有想法的农场主发展中药材、芥菜、石河蜜桃等特色农产品。支持“黄山贡菊”申报国家地理标志证明商标,支持“三口柑橘、富岱杨梅、上丰雪梨”申报国家地理标志保护产品。谋划在北京、上海、杭州等大中型城市举办的特色农产品展示展销会,遴选优秀家庭农场的特色农产品参加展销活动,扩大特色农产品品牌影响力。

3.6 组织引导做好家庭农场发展规划 县政府应积极联系相关高校尽早编制全县家庭农场的总体发展规划^[7],结合本县县情,对全县家庭农场发展的总体目标、发展布局、用地方案、保障措施等方面进行统一规划^[8-11]。引导农场主结合自身资源优势、功能定位,对本家庭农场的发展定位,发展目标进行科学谋划,为家庭农场的长期发展打好基础。

4 结语

家庭农场的发展模式增加了农民的生产积极性,能够有效增加农民收入,并能在市场动荡、自然灾害来临时帮助农民有效应对风险。家庭农场的快速发展为歙县乡村振兴提供了强大的动力,是加快推进农业现代化发展的必由之路。

参考文献

- [1] 廖金秀,黄金绿,谭贤杰.家庭农场的优势·存在问题与发展对策[J].安徽农业科学,2018,46(34):205-211.
- [2] 何劲,黄瑾.成都市家庭农场发展现状及对策研究[J].安徽农业科学,2016,44(22):212-217.
- [3] 赵蕾,李争,韩杨.关于发展渔业家庭农场的思考与建议[J].中国农学通报,2015,31(10):285-290.
- [4] 虞华,刘琳,陈玉林,等.家庭农场引领盐城农业转型升级[J].中国农村科技,2014(9):64-67.
- [5] 张道明.关于发展家庭农场相关问题的探讨及建议[J].河南农业,2013(15):6-7.
- [6] 熊红军,谢小蓉.家庭农场增收机理与实现路径:基于四川省遂宁市的调查分析[J].安徽农业科学,2016,44(26):183-188,223.
- [7] 刘红光,骆新燎.江苏省县域家庭农场发展面临的问题与对策分析:以泗洪县为例[J].安徽农业科学,2018,46(10):220-222,231.
- [8] 王微,董宏林.家庭农场在我国农业现代化中的作用[J].安徽农业科学,2015,43(30):290-291,294.
- [9] 林华妹,王厚俊.我国家庭农场发展存在的问题及对策研究[J].安徽农业科学,2014,42(2):599-601.

政府授权,参与或主导农业区域形象品牌的管理、运营、推广和监管工作。两模式下品牌的运营主体都是专门的运营中心(运营公司),采取市场化方式进行运作。农业区域品牌形象注册集体商标、证明商标、网络域名一般是以协会或运营主体的名义。无论采取何种产权模式,地方政府与农业行业协会、运营企业之间产权清晰,分工明确,共同作用,确保区域农业品牌形象既有政府背书的公信力,又有市场主体的灵活性,搭建政府与市场完美结合的品牌公共运营平台。

3.3 创建科学的运营管理体系 塑造区域公用形象品牌的终极目的是提升产品竞争力、参与竞争,而科学的经营管理能有效提升农产品区域品牌的组织化水平和竞争力,影响品牌发展的效率^[11]。农业区域形象品牌的运营以“产品质量”为核心,以“绿色、安全、健康”作为生命线,遵循“统一品牌、统一标准、统一监管、统一宣传”四位一体的品牌管理办法,逐步形成品牌经营管理优势。品牌经营管理优势对农产品区域品牌发展成为区域名牌起着显著的正向促进作用。品牌经营管理优势的充分发挥依赖于品牌授权、监督规范、服务指导和营销推广等农产品区域品牌管理机制建立。

3.3.1 建立区域农业品牌形象认证标准体系。首先科学规划产品体系,精选符合品牌调性的农产品。以贵州毕节市为例,该市通过精心评选,授予该市 79 家企业生产的 113 个产品“毕节珍好”品牌使用权,涉及茶叶、辣椒、蔬菜、经果、粮油、畜牧、中药材 7 大类。其次应建立区域农业品牌形象地方标准和认证标准体系,从产地生态环境、种(养)殖环节、产品加工过程等环节把控产品质量。认证标准体系的建立解决品牌构建过程中缺乏规范性管理,质量标准模糊,加盟公司品牌产品质量参差不齐的问题。建立的标准应为农业产品提供了环境友好、生态文明、精耕细作的生态农耕理念,同时体现了方法合理、设施先进、加工科学、信息追溯等现代农业特征,传承地域特色农耕文化、引领特色农业实现品牌化发展、生态化发展、可持续发展,并逐步与国际接轨。第三,建立完善区域品牌形象年检制度,对获得品牌使用权的农产品展开年度质量资格检查,对存在产品质量事件或影响区域品牌发展的事件依法依规处理。

3.3.2 完善全产业链一体化公共服务体系。全产业链一体化的农产品服务体系,为区域形象品牌的发展提供金融、科技、物流支撑。在生产端,应逐步提升产业发展的组织化程度,通过把相同产业的经营主体和服务主体组织起来,着眼于同一产业的共性需求,提供针对性、标准化、可复制的服务,实现产品的适度规模,解决“小散”问题。在贮运配送端,依托科研团队,制订贮运操作手册,促进标准规范化操作。配套先进农产品分拣、加工设备、冷链仓储设备,与第三方物流合作,打造农产品上行通道。在监测端,高标准设立农产品检测站,为农产品质量安全提供检测保障。与专业追溯机

构合作,成立“优质农产品追溯监管”平台,开发农业信息化服务系统,开展全过程溯源,所有产品一品一码,让公开透明的生产数据向消费者传递信任。

3.3.3 健全多元化的营销推广体系。建立线上线下统筹的品牌营销体系。线下依托品牌经营公司在各大中城市开设农业品牌形象体验店或直营店、品牌形象店,在各县(市、区)组建旅游地商品体验店等线下营销体验店,为消费者构建极致的消费场景。线上在各大电商平台建立农业品牌形象旗舰店,通过农集商城微分销系统,转化业主为产品微商。打通店商、电商、微商渠道数据,实现线上线下渠道的有机融合。

区域农业品牌形象成长期所采用的推广方式恰当与否关系区域优势形象的形成。品牌推广方式的选择应从客观出发,针对产品目标地位、渠道模式、发展战略进行多元组合。区域农业品牌形象的推广造势以品牌运营中心(经营公司)为主,利用广告、网络、展会、终端等方式,整合各种资源,组织农特产品参加农博会、农展会、农交会,举办农艺大赛,农事节庆、农事体验活动等带动消费者对区域农产品品质和农业文化的认同,为口碑传播的奠定基础。利用新媒体开通官方微博、开发微信公众号甚至主题 APP 创新推广方式。进行建立激励机制,鼓励龙头企业进行形象品牌的宣传。

4 结语

区域农业品牌形象作为有效传递农产品质量信息新途径,是我国农业品牌发展中的新生事物,是新时期现代农业发展的必然选择。区域农业品牌形象的成功需要政府扶持、品牌战略、品牌管理、品牌传播等因素的合力,需要区域内利益主体采取统一行动、传递一致信息,兑现统一品牌承诺。只有长期的正确努力、探索、创新和积累才能成就区域农业品牌形象的公信力和美誉度。

参考文献

- [1] 武志军. 2018 中国区域农业品牌发展论坛在山东临沂举行[J]. 中国品牌, 2019(1): 40-43.
- [2] 赵一鹤. 农产品区域公共品牌 2.0 打造正当时[J]. 声屏世界·广告人, 2017(12): 140.
- [3] 谢朝政. “乌蒙山宝”是个宝“毕节珍好”真好[N]. 贵州日报, 2018-01-18(05).
- [4] 周绪元, 卢勇, 解辉, 等. 地级市层面全域农业品牌化发展模式与路径研究[J]. 江西农业学报, 2017, 29(11): 141-145.
- [5] 任荣. 关于我国农业品牌战略体系架构的思考[J]. 北京农业职业学院学报, 2012, 26(3): 13-16.
- [6] 潘超. 基于特色农业产业的区域品牌构建: 以“丽水山耕”为例[J]. 江苏农业科学, 2018, 46(5): 312-316.
- [7] 韩志辉, 刘鑫淼. 农业区域品牌价值战略[M]. 北京: 中国农业出版社, 2017: 184.
- [8] 周成刚, 孟庆会. 临沂: 地理标志商标全覆盖 推动品牌富民兴农[N]. 临沂日报, 2018-11-02(03).
- [9] 陈亮. 对农产品区域公共品牌的冷思考[N]. 福建日报, 2016-09-02(003).
- [10] 宋蕾. 农产品区域品牌整合中地方政府职能研究: 以江西省茶叶品牌整合为例[D]. 南昌: 江西农业大学, 2017.
- [11] 张传统. 农产品区域品牌发展研究[D]. 北京: 中国农业大学, 2015.
- [11] 谢玉梅, 关蒙. 家庭农场发展研究综述[J]. 安徽农业科学, 2015, 43(27): 328-331, 334.

(上接第 233 页)

[10] 蒋辉. 苏南地区进一步发展家庭农场的探讨[D]. 苏州: 苏州大学, 2008.