

按需定制与开放供给侧让农业插上时代“新翅”

【观点摘要】新的农业生产经营模式在克服传统农业市场和自然两种风险上,在解决资本和人才两大短缺上,都能够充分借助新的技术手段和传播方式,改变产业弱质地位。

□安钢

对传统农业的改造最先在销售环节展开,相当多的农业生产者借助互联网完成销售。但更本质的是有些新典型成功地利用网络把传统农业的产后销售变为产前预售,生产一开始就按客户要求有计划安排,实现了按需定制的理想。它意义在于,消费者获得个性化消费满足的同时,生产尚未启动生产者就已避开了市场风险。新典型几乎全是从这里起跳变革经营的。这是惊险一跳,也是农业转型中最难的一关。

按需定制展现了人性、科学、经济、合作等多种商业和社会优势。客户需求得到满足;合同确保了回款,利润有了明确预期;跳出了传统农业流通从批发到零售环环不畅的长链,采用了直链条模式。使传统农业在运输、储存、销售以及市场讨价还价中的消耗,全部变成了资源节约,直接转化为利润。据专业人员介绍,传统农业在这个环节上的价值损失高达50%,而按需定制销售的损耗仅为5%。我们这个对比惊讶不已。

IT技术把传统农业难以想象的复杂的客户需求管理变成规范流程,把这种更为人性和逻辑的思维过程系统化、程序化,每一步都量化,在互不见面的网络沟通中充分展现出市场销售的人性。谁会对这种“一对一”的个性服务不欢迎不放心呢。最重要的,由此培育的信任关系,对预售的长期稳定具有决定意义。销售是随机的一时的,预售却是长期稳定的;销售每年打一仗,预售理论上一次就与客户建立一世交情。这个性质差别在传统农业和农业变革间的意义就是时代差别。

有专家说,基于互联网的信任,是一种新的最宝贵的市场资源。借助互联网的信息是通过朋友圈向外发散,像水波一样,一波一波扩散到一个非常广的范围,它利用熟人间长期的信任关系,分类出有共同兴趣点和价值取向的人群。它的影响半径取决于信息传递的广度,形成大数据趋势下的一种真实。从市场学角度,这是一种基于关系的、去中心化的散点传播;从经济学意义上,这是共享经济在农业领域的实践应用。

与此同时需求在升级,供给侧在变革。互联网影响农村产业,首先是大量人才闯入,同时带来大量资本,冲击惊人。没有时代变迁,人才资本进入农村就没有多少可能。

在一些新经营组织里包括农业、水利、植保、网络、大数据、设计、策划、营销、资本运作、文化创意、培训、管理、饮食、服务等多门类的专业人员从事农业和与农业相关的事情,他们被称为“新农人”。即便有的团队只有1~2个人,后台支持的智力和社会网络也是强大的。这部分人中的一些人和乡村基层干部组合的团队,这是传统农业最为羡慕又无能为力的差距。还有就是从本地走出的,在市场中积累起经验、资本和人脉资源又回到本地的农民企业家,这更可宝贵。农业缺钱其次,缺人为首,社会越发展,农业农村就越缺人,几乎成为定律。当我们看到这个日新月异的大都市边缘的农村,闯入这么多高新人才,当在第一线面对这些年轻人,见识他们的创造力,感知他们的激情时,内心充满对这个时代的敬意。

基于互联网的这种信任,农业经营者另辟蹊径,打开了调动资源的“魔幻之门”。农业天然就缺钱,有一类被他们自己定性为“轻资产运行”的农业企业,以切块出租有限期土地使用权的方法,从土地租赁者变成出租者,最后仅以“打工者”身份留在这里。谁自愿来做这个地主呢,是跨国公司、世界500强企业、大型国企等众多实力强劲的实体。凡是对优质农产品有需求,凡是有信任关系的客户,无论公司与个人都可能成为土地有限期租赁者。在生产者看来这是“众筹”,在消费者看来这是“共享”,其有效地把消费者购买力转化为提前投资,以受益者良好的回报预期和产品品质作为交易条件,改变了投资者被动地位,这也是传统农业想都不敢想的,但是在互联网时代实现了。

社会资本进入乡村方式多种多样,租赁居多。或房屋、或土地,雇工农民,生产经营。从土地上的 一份收入变为土地租金和工资两份收入,农民很欢迎。还有一类投资者更值得称道,以良好的回报预期,指导农民自己投资,继而租赁他们的资产经营,

农民投资以合作社的方式,有房出房,有钱出钱。集体、农民和资本各尽职责良性互动。当地政府部门相当配合,完善公共服务、补贴乡村保险、支持融资担保、组织同业联盟、宣传推介、经验推广和技艺大赛等。乡村建设不再是一个主体单打独斗或独木支撑,而是多主体在积极合作,这也是时代产物。

良好的回报预期是,营业收入30%~40%分给村里作纯利。分账方式不是一年一结,而是一把一结。付款方式,则是手机即时支付。客户结账,营收收讫,即刻相应份额划到集体账内,农民三年收回自己的投资。有人总结,农民投资、村企合作、“收入”分利、农民先得,真是好模式。据有些区统计,乡村旅游的人均消费比十年前提高了7~8倍以上。

农业的进步是互联网技术和信息革命推动的结果,互联网的作用就如同刀耕火种年代的“拖拉机”。新的农业生产经营模式在克服传统农业市场和自然两种风险上,在解决资本和人才两大短缺上,都魔术般借助了时代进步的新成果,改变着产业弱质地位。

(作者系北京市人大常委会委员、农村办公室主任,标题系编者所加,有删节)

新产业再好也别一哄而上

【提示】发展壮大农村新产业,要有热情和干劲,也要有冷静心态,再好的产业也要防止一哄而上。一些地方没有科学规划,村村搞农家乐,家家办小旅馆,“村头吃饭、棚里摘果”,乡村游简单模仿、千篇一律,引发恶性竞争。

□赵永平

尽管乡村游市场红火,但开农家乐的余老板却乐不起来。在中部某县采访,老余道出困惑:就两三年时间,周边村庄几乎都搞起乡村游,逛古村、看花海、吃土菜,农家乐一家接一家,光他们一个小村,就开了20多家菜馆。店多了,游客一分流,谁的生意都不好干,农家乐也有点“产能过剩了”。时下,不只是乡村游,农村电商、休闲农业、特色农业等许多农村新产业都备受青睐。日前发布的《中国农村发展报告(2017)》显示,80%以上返乡创业人员的企业涉及新产业、新业态、新模式和产业融合。在当前农产品价格走低、外出农民工数量减少的背景下,快速发展的新产业新业态,成为农民增收的新动力源,成为农业增效的新增长点。

然而,再好的产业也要防止一哄而上。一些地方没有科学规划,村村搞农家乐,家家办小旅馆,“村头吃饭、棚里摘果”,乡村游简单模仿、千篇一律,引发恶性竞争。不少地方一上特色产业,离不

开草莓、葡萄、食用菌,动辄几万亩、十几万亩,产量多了,难免“果贱伤农”。发展壮大农村新产业,要有热情和干劲,也要有冷静心态,如何让其健康发展,是摆在眼前的一道新命题。

跟紧市场,对接新需求。推进农业供给侧结构性改革,要以市场为导向,消除无效供给,增加有效供给,拓展高端供给。一个地方发展什么产业,不能靠“拍脑袋”,市场有多大,定位是什么,既要因地制宜,又要科学调研,做好规划引导。比如休闲农业,城里人希望体验田园情趣、“洗肺”放松,你把民宿建得像宾馆,农家乐办得像饭店,肯定不对路。

跳出农业谋农业,打好融合牌。一个鲜丝瓜只能卖三四元钱,但丝瓜瓤可以卖到十元钱,这一价格上的跃升,得益于丝瓜瓤制成保健鞋垫带来的加工增值。打开视野天地宽,有的农场融入观光体验,有的农民对接“互联网+”,“在外东跑西跑,不如在家淘宝”,有的地方利用“旅游+”“生态+”模式,让农业与旅游、教育、康养等产业深度融合,实现全环节升级、

全链条升值。

政策加把力。政府要干的不是“建温室”“造盆景”,而是减少对市场的干预,激活市场,激活要素,激活主体。解决用地难题,一号文件提出,允许通过村庄整治、宅基地整理等节约的建设用地,采取入股、联营等方式,重点支持乡村休闲旅游养老等产业和农村三产融合发展。解决融资难题,财政资金作“药引子”,吸引金融和社会资本更多投向农业农村,通过设立基金、贴息、担保等途径,支持产业发展。总之,就是为新产业发展营造宽松的环境,加快“生产导向型”向“消费导向型”转变。

新产业离不开工商资本参与,但资本下乡是带动老乡,不能代替老乡。农民怎么干?要培育多元化经营主体,全国175万家农民合作社,专业大户和家庭农场超过430万户,扶持这些新型主体,通过合作、联合强筋壮骨,让他们在市场中真正说了算。紧密利益联结,鼓励新型主体带动更多普通农户,让农民获得更多收益。培养思想新、观念新、技能新的“三新”农民,使他们成为带动新产业发展的生力军。

莫把权微当小事

□李冥晓

村、社区干部,是群众在日常生活中遇到困难时接触最多的人,群众的利益诉求、意见建议的提出,最初受理的地方就是村、社区,第一阶段都是与村、社区干部打交道。自然而然,在村、社区干部手中,就掌握着不少的权力,权力的大小虽然有限,但都关系着群众最直接最根本的利益,村、社区干部能否正确履行职权,也影响着群众生活生产发展的方方面面,关系到社会的和谐稳定。

群众的幸福感、获得感,需要从党的干部为民服务的质量中去得到,基层干部开展工作,与群众面对面、手牵手、心贴心,才能听到群众的真心话,取得群众的信任和依赖,将工作做到群众的身边去,将群众的问题解决在基层。要管住微权力、正确发挥微权力作用,还

是需要依靠干部队伍建设,需要不断加强基层干部教育管理,创新开展群众工作的举措,强化解决实际问题的能力。面对漂浮的作风,干部自身要有敢于抱石下沉的勇气;面对不作为、乱作为的干部,上级检查机关要有敢于亮剑及时纠正的作风态度。

权力始终还是应当关进制度的笼子。村、社区虽然机构最小,但如果办事程序混乱,没有工作制度章程,没有形成对权力的无缝监管,受到伤害的始终还是人民群众。不断健全完善村级事务管理的工作流程,将该公开的党务、村务、财务做到全面公开,受到群众的充分监督,村、社区干部严格按照制度规矩办事,权不乱用一分,坚决杜绝用权办人情事的现象出现,那么群众的幸福感、获得感便会增进一寸,社会的和谐与发展便能继续上升一层。

当心“状元酒”伤农

□曹玉林

笔者从农村老家了解到,近年来村里喝“状元酒”的现象比较普遍,因为怕面子上过不去,村民们往往是别人送了人情自己也得送,而且一份人情没有三四百元拿不出手,要是赶上几个孩子同时考上大学,几千块钱的礼金就送出去了。对此,不少村民也很无奈。

农民的孩子考上大学,是件值得高兴的事,办酒席庆贺一下也未尝不可,但必须要是有一个度。可事实上,“状元酒”的档次逐年提高,规模逐年放大,都快赶上婚丧嫁娶了。其实,办“状元酒”的农

民正是要用钱的时候,不说为了培养孩子已经花费不少,进大学的门还要一笔不小的费用。家庭经济状况不好,已经颇有压力了,如果再攀比着大操大办,那就得借债了。另一方面,应邀赴宴的人也攀比成风,从前些年的一二百元,已逐渐抬高到目前的三四百元,有的甚至更多。

农村大操大办“状元酒”现象,与建设新农村很不协调。如果不采取措施加以引导,有效遏制,就会成为农民的一项负担。农村基层组织要正视这个问题,引导农民大力弘扬勤俭节约、艰苦奋斗的优良传统,反对铺张浪费。