

# 吉林农业发展战略探讨

张屹山, 齐红倩

(吉林大学商学院, 吉林 长春 130012)

**摘要:** 加入 WTO 将给吉林省农业带来冲击。本文从生态学理念出发, 探讨加入 WTO 后吉林省农业发展战略问题。

**关键词:** 农业; 发展; 战略

**中图分类号:** F327.34 **文献标识码:** A

**文章编号:** 1007-7685(2001)07-0053-03

加入 WTO 将给吉林省农业发展带来前所未有的挑战, 对此, 我们要适应新时期农业和农村可持续发展的要求, 从战略高度积极利用, 发挥吉林省农业发展潜力, 以弱克强, 因地制宜地走出一条适合本地区的发展道路。这不仅是避免冲击的有效途径, 也是解决农产品过剩, 适应市场变化, 实现农村经济协调发展, 实施农业和农村经济结构调整的关键所在。

## 一、从生态学理念出发, 调整农业产业结构

1 扬长避短扩展生存空间。以优势项目和农业专长开拓适合吉林省农业发展的生态空间和生存市场, 在市场细分中准确定位, 积极寻找尚未开拓、未被发现或被别人忽略的市场, 这是吉林省农业经济发展的当务之急。我们所讲的“市场生态空间”是指适合我们自身条件的生存空间, 包括: 国外优势农产品进入之外的自然生态空间、农产品市场夹缝中生成的空白生态空间、与强者之间结成相互协作的生态空间、利用符合自身资源条件、适当的技术获得竞争力的空间等。

随着农产品市场竞争日趋激烈, 尤其是加入 WTO 后, 我国的农产品市场会受到国外农产品

的冲击, 但并非所有的市场都会完全被外国农产品所挤占。如果我们充分发挥自身长处, 吉林省农业及农产品的发展空间还是很大的。(1) 种植业和养殖业相比, 养殖业具有优势。在养殖业中, 除禽肉和奶制品外, 我国的猪、牛、羊肉价格比国际市场价格低 50% - 80%, 这在价格竞争上我们占有相当大的优势, 可藉此扩大市场份额; 同时在可持续发展的概念上, 我们也有相当高的质量信誉和保证。为此, 吉林省实行由种植业向养殖业的适当转移是必要的。大力发展畜牧业, 不仅利用畜牧业、养殖业的价格竞争优势扩展农业生态空间, 促进农村经济的增长, 同时通过畜牧业、养殖业的饲料消耗, 也会一举解决吉林省粮食作物积压难销的问题。(2) 粮食作物和果、菜、花、药等经济作物相比, 后者具有优势。我国玉米、大豆等作物的国内市场价格比国际市场价格高 20% - 50%, 质量却低于国外同类产品。因此, 与国外农产品横向比较, 吉林省已经形成传统项目的玉米、大豆生产已失去优势生态空间, 应作出调整。从国际市场行情看, 我国农产品在价格上占优的多是一些劳动密集型农产品, 如水果、蔬菜、花卉、药材等, 其国内

收稿日期: 2001-06-06

市场价格比国际市场价格低 40% - 70%。吉林省具有得天独厚的自然条件,土地肥沃、土质好、污染程度低等,都能保证药材等特色产品的质量。因此,水果、蔬菜、花卉,尤其是药材的价格和质量会保持相当长时间的竞争优势,这是吉林省农产品走向世界的又一个突破点。

以上分析表明,在保持传统生产项目的基础上,开拓视野、扩展生存空间,有助于增强农业的适应能力和生存能力。充分发挥我们的后发优势和比较优势,把全部精力集中用到与国外农产品相比处于有利地位的项目上,提高自身的生存能力、站稳自己的优势领地是吉林省农业可持续发展的前提条件。

2 取长补短站稳已有领地 从当前看,吉林省农村经济增长还不能忽视和完全脱离传统产业,农村产业结构和产品结构调整在一定程度上还要以传统的优势产业为主。但同时不能忽略的一个事实是:市场需求状况的变化决定着我們能否长期生存和发展,农业要可持续发展,基本的生态空间必须根据市场需求变化不断地调整。(1)质优价宜的农产品要继续提高质量,扩大市场占有率。吉林省发展农业的目标之一是适当调减粮食作物的种植面积,调减普通玉米种植面积,大力发展专用优质型玉米和优质大豆以及其它粮食和经济作物品种的生产。实现这个目标的关键是如何在不增加成本的前提下提高农产品的质量。在此基础上要进一步扩大市场占有率,关键一点是要增强农产品的“符合性”。为此,要实现农作物品种多样化、优势化,结合市场需求,积极推进改善农产品质量的小范围变革,使粮食生产结构调整向高产、优质、低耗和生态农业迈进。(2)质次价高的农产品要引入科技与管理,增强市场竞争力。与国外农产品相比,吉林省以玉米为主的粮食作物次价高,没有竞争优势。要改变这种局面,必须借助农业科技力量,积极引进科技含量高的先进生产、加工技术和外资。积极引进外资要与引进国外先进技术同步进行。不可否认,在粮食方面的投资见效慢、回报率低,以及中国农村耕地零散,不适合搞农业综合企业等因素限制了外商的投资热情。但我国在劳动密集型产品方面占有相对优势,如渔

业、水果、花卉、家禽和蔬菜等,只要我们工作到位,便会吸引更多的国外投资。在引进技术的同时,对农业生产还要辅以科学的农业管理,这样农产品的质量才能上去,农业劳动生产率才能大幅度提高,农产品的价格才能降下来,农产品在市场上才能有竞争力。

## 二、站在战略高度积极开拓市场

1 充分了解消费者的需求 随着人民生活水平由温饱走向小康,消费者的消费需求也发生了新的变化,对粮食产品的无污染、多样化、优质化、品牌化等方面的要求不断增加。对此,我们应积极适应这种变化。例如,改正过去对玉米成熟期的认识,可在不到产品成熟季节采摘,利用现代化的运输方式和高科技保鲜手段,将玉米带皮、带穗销售,积极将北方的农产品打入南方,在满足南方人消费特点的同时,整体性地渗入关东文化,带动和引导消费时尚;对于已经成熟的玉米可以开发玉米方便面、玉米冷面等;用玉米的种皮、秸秆为原料,加工可降解餐具。

2 推行品牌战略 知名品牌产品的竞争力不仅包括有形产品,更主要的还包括现代化科技管理手段、先进的经营理念和社会、文化等方面内涵的无形产品。这一点从改革开放 20 年来发达国家农业制品大举进入我国市场的轨迹可看出。如麦当劳、肯德基、雀巢咖啡等,它们不仅科学地将种植、加工、流通与服务融为一体,同时也将高科技、独特的地域文化、科学的管理进行整体性的渗透,牢牢地占领了中国市场份额。吉林省玉米的销售也完全可以立足我国本土这个巨大的消费市场,将玉米制成品的加工过程与时尚、文化、保健、环保等现代消费理念及行为融为一体,用拳头产品体现自身的特色。可利用流通环节少以及交通运输上的优势,缩短时间、空间的距离,将新鲜、环保的农产品辐射到全国。如速冻粘玉米在北京、上海等地就很受消费者欢迎;延边冷面已在全国数十省市具有相当高的声誉;长春豆腐等系列豆制品也享誉全国。这些已是公认的品牌,是一个巨大的无形资产。在这个基础上,以东北农产品口感独特、营养价值高、绿色保健等品牌特点来吸引南方消费者,开拓南方市场,进而占领全国市场,进军

国际市场

3 注重畅通流通渠道 超储现象是吉林省由来已久的问题,这种现象不仅说明吉林省的存储能力不足,也说明在流通渠道上还有差距,出现了卖难问题。而没有及时将过剩的农产品通过畅通的流通渠道转移出去,又出现了储难的情况。为此,搞好农产品市场体系建设是解决农产品生产与市场脱节、农产品卖难、储难的关键。一方面要积极培育农民自己的流通组织,提高农民进入市场的组织程度;另一方面要依据区域资源比较优势,围绕主导产业和主导产品,培育和建设初级市场、批发市场、特色专业市场,采取公司加农户的运作方式,形成统一、竞争、有序的农产品流通体系,形成覆盖全省、辐射全国的流通网络。

### 三、利用政府职能进行前期扶持

1 努力提高信息扶持水平。当前农民在与千变万化的市场对接中,至少有三个问题需要得到指导与帮助:一是发展什么样的产业才会把握住机会?二是怎样规避发展中的风险?三是生产出来的产品怎样才能赚钱?解决这些问题要靠政府及相关部门提供信息。为此,政府职能要向为农业服务的方向转变,特别是要积极建立信息传导机制。首先,加强农产品市场信息网络建设,准确地向农民提供价格信息、生产信息、库存信息、中长期市场预报,同时还要及时将省内重要农产品信息向全国和国外发布,进入国内外市场,使千家万户的生产经营与千变万化的市场连在一起,以适应市场需求。其次,要通过专业人才去解释政策信息,避免出现政策信息的中断和失真。由于我国农民的文化素质普遍偏低,居住高度分散和信息闭塞等特点,向农民做信息的解释工作尤为重要。从信息经济学的角度看这个问题,在信息化的社会中,政府制定一系列政策和信息发布的过程可看作是编码过程,若让生产者准确理解、读懂这些信

息码,就必须有相应的解码机制来动作。否则,由于惯性生产方式的延续,农民不会主动地解码,因而导致信息传递不完全甚至扭曲。因此,政府不仅要把握宏观政策,同时也不能忽略建立、培养一个承上启下的服务于农民的中介机构。

2 加大政策法律扶持力度。政府不仅要有步骤地制定一系列护农、养农的规章制度及实施措施,为农民进入市场创造条件和提供好环境,而且还要完善法律、法规,下大力气依法惩治坑农、害农的不法行为。

3 扶持发展农户合作组织。结合吉林省农村经济的特点,将分散的小生产与社会化大生产接轨,将农户与市场连接起来的最有效办法是在政府的推动指导下,将在市场经济中处于不利地位的农民自愿联合起来,在分户、分散的基础上形成生产型、流通型、服务型等形式的合作组织。这种合作组织是农民自己的经济组织,农民既是生产主体,又是加工和经营主体,农民连利连股连心,既可保证农业产业化经营的利润回到农民手里,有利于增加农民收入,提高农业的比较效益,又能聚集农民的智慧,依据本地区生产和运输的实际情况,集中生产、销售优势产品,降低生产成本和交易成本,解决分散农户无力解决的问题,使农民受益。在此基础上,政府可进一步帮助合作组织明晰产权关系,明确法律地位,建立农民协会,架起沟通农户和市场的桥梁。从生产过程开始,指导农户调整种植结构,安排有序生产;大力推广农业科技成果,带动农户发展优势高效农业,提高种植、养殖产品的科技含量;在产后销售环节,积极为农户牵线搭桥,帮助农户与加工、运输销售企业建立稳定的产销关系,扩大产品销售;建立销售网或兴办经营实体,将农产品打入市场,实施生产、加工、销售一体化经营。

(责任编辑:郭连强)