

小农户对接市场的模式优化研究

——以河北省谷子种植户为例

马玥 侯金慧 董海荣

摘要：本文针对目前河北省谷子种植户面临的市场不稳定的情况，基于实地调研获取信息基础上，对河北省谷子种植户对接市场的模式及其问题进行了探讨，发现了四种主要模式运行中存在着的固有问题，并从强化小农户与经纪人的联系、提升农民组织化程度、构建小农户与企业间稳定的合约关系以及加强农村基础设施建设和农民技能培训等方面对优化小农户对接市场模式提出了对策建议。

关键词：谷子种植户 市场对接 河北省

在人多地少的国情下，小农生产长期存在已成为不争的事实，目前，小农户与现代农业发展之间有机衔接的问题受到持续关注，我国很多地区的小农生产和农产品销售打破了传统的限制，呈现出不同主体共同参与的多样化局面。近年来，河北省尤其是谷子主产区涌现出多种小农户与市场有机衔接的具体模式，为小农户与现代农业之间的有机衔接提供了新的发展思路。基于此，本文将谷子种植户、各级中间商和相关杂粮企业为调查对象，对河北省谷子主产区和杂粮集散地进行实地调研，结合小农户对接市场的典型案例，提炼出河北省谷子种植户对接市场的四种模式，在问题分析的基础上，对小农户对接市场的模式优化选择提出合理化建议，以期为其他地区的小农户对接市场提供一定的借鉴和启示。

一、小农户对接市场的模式分析

根据实地调研和获取的资料汇总情况来看，目前就谷子而言，常见的小农户对接市场的模式可以简单概括为如下四种：

（一）“农户+经纪人+市场”的流动贩运模式

经纪人是河北省谷子市场流通销售的主要参与者，数量多、贴近农户的特性使其可以深入大部分缺乏合作社、龙头企业的偏远农村，收购谷子种植散户、种植大户的原粮，并集中运输到谷子加工集散地，而后运送到全国各地的批发市场，由批发商向零售店批发，最终由零售商销售给消费者。这是目前河北省谷子种植户对接市场最普遍的方式。

（二）“农户+合作社+市场”的合作组织模式

合作社是小农户与现代农业市场衔接最为普遍的组织载体，农民专业合作社将分散的农民组织起来，提供技术、信息等相关服务，统一组织农业生产和销售，形成“农户+合作社+市场”

的衔接模式，这一模式的流通途径主要是合作社与小农户签订合同或协议，对小农户的谷子进行统一生产管理、统一收购，统一出售。在销售方面，合作社对原粮进行初级加工、简单包装后通过本地市场或网络平台进行出售。这一模式是河北省谷子主产区的农户广泛应用的一种对接模式，比如张家口市阳原县揣谷镇帅家梁村党支部书记为解决当地农民种植杂粮产量低、销路不畅、收入微薄的问题，组织村民成立了阳原县昊然种植专业合作社，通过电商平台和订单打造“原上皇”小米产业品牌，种植、销售帅氏黄金小米，与其社员设定了大白谷的收购保底价，保证以不低于市场价或高于市场价格统一收购农户的谷子，解决了小农户的销路问题；邢台南宫市众创农业冀科合作社则与冀科种业公司合力为种植谷子的社员提供统一的种子、化肥等生产资料和技术指导，高于市价统一收

项目来源：河北省二期现代农业产业体系杂粮杂豆产业经济研究（HBCT2018070301）

购农户的谷子，减少了小农户的生产成本同时解决了销路问题。可见农户借助合作社的组织优势在不同程度上获得了生产或销售上的优势，直接或间接降低了对接市场的风险，起到了促进增收的效果。

（三）“农户+基地+企业+市场”的辐射带动模式

“农户+基地+企业+市场”模式是以市场为导向，以谷子加工销售企业与农户结成利益共同体来进行生产经营活动，龙头企业通过自建基地与谷子种植户签订产销合约，农户按合约生产，龙头企业按合约收购农户的原粮，也称为“订单模式”，企业将收购的原粮经过加工、包装销往批发市场、超市及外地市场等。比如，张家口罗川贡米公司采取“公司+基地+农户”的运转模式，实行订单农业，品牌营销。一方面和农户签订种植协议，统一供种、统一种植，统一标准，以市场价低于保护价按保护价收购、市场价高于保护价按高于市场价的10%-20%收购的原则对农户的谷子进行统一收购，同时通过农业农村局为农户提供培训会等技术帮助；另一方面企业将谷子经过加工包装后以绿蔚、翠屏金谷等品牌对外销售并实行盈利反补机制，将销售产品的部分利润反补到贫困户并建立儿童助学基金，在为农户的产品拓展销售渠道、提高收益方面起到了重要作用。

（四）“农户+新媒体+市

场”的社群营销模式

“农户+新媒体+市场”是小农户以互联网为基础，借助微信朋友圈、业主群、微博、手机APP、直播平台等移动新媒体手段发布农产品信息，吸引消费者的模式。这种模式下，小农户依托个人社会关系直接对接消费群体，身边的亲朋好友往往是第一批消费者，通过熟人口碑相传，形成了从点对点到点对面的社群营销模式。

这一模式是随着互联网新媒体发展应运而生的一种新型对接模式，因其进入门槛低、操作简便的特点，越来越多的小农户通过此种方式进入市场，推销自己的农产品。典型案例如河北省承德隆化县步谷沟镇东曹碾沟村的谷子种植大户，通过微信将自己的产品推广给北京的亲朋好友，再由其宣传扩散，成功将自家小米以10元/斤的高价销往北京。这种模式快捷方便，不仅为小农户的生产提供了直接的支持，减少了流通环节和交易成本，还降低了小农对接市场的风险。

二、小农户对接市场中存在的问题

（一）“农户+经纪人+市场”模式存在的问题

该模式中，小农户与经纪人之间的关系较为松散，缺乏相对紧密的联结形式或契约关系。经纪人往往凭借自身的信息优势，根据市场需求的变化来调整交易

价格、交易数量及交易对象，以实现自身利益最大化。由于信息的不对称，小农户在交易中明显处于劣势，造成小农户的农产品销路和收益相对不稳定。

（二）“农户+合作社+市场”模式存在的问题

该模式中，部分合作社组织化和规范化程度较低，一些合作社管理人员的素质不高、能力不足，辐射带动小农户的能力有限。例如合作社与农民往往是简单的劳动雇佣和产品买卖关系，在组织运行、生产管理、盈余返还方面的规定不够规范，利益联结机制不够稳定，导致小农户通过参与合作社分享农业现代化发展成果的效应有限。

（三）“农户+基地+企业+市场”模式存在的问题

该模式中，一是企业与小农户关系不稳定，龙头企业以长期和相对紧密的契约关系协助小农户与市场衔接，但公司和农户的关系仍受制于市场，市场价格的多变性以及合同约束的脆弱性非常容易导致违约行为，从而发生企业占有资源并侵蚀小农户生产经营利润的问题，如一旦出现市场风险，企业可能向农户转嫁风险，以质量不符合要求为由压价拒收农户的谷子，给小农户带来经济损失；另一方面，企业受到自主研发、深加工能力的限制，影响市场开拓和企业效益，难以有效带动小农户对接市场。

（四）“农户+新媒体+市场”模式存在的问题

该模式中,一方面,小农户由于缺乏生产管理能力和产品外观、包装、质量配送上表现出一定的随意性,不能较好地适应消费者的标准化习惯,影响销路;另一方面,农村网络基础设施较差,农民缺乏网络应用技能,缺少适应市场的加工、物流设施。虽然大多小农户都有上网销售产品的意愿,但往往受到经济实力、网络技术能力和农村基础设施的限制,发展受限。另外,乡村配送成本和信息服务成本较高,对于本身利润率偏低的小农户而言,这种日渐增加的交易成本可能会抵消掉产销衔接所节省的成本。

三、小农户对接市场模式优化的对策建议

(一) 加强小农户与经纪人的联系

一方面,政府对经纪人行业体制进行规范,充分利用其分散、贴近农户的特点进行网络式布点深入农村,给予一定政策支持,鼓励经纪人与小农户建立相对紧密的联结关系;同时经纪人自身加强诚信建设,提高信誉,杜绝欺诈等损害小农利益问题。另一方面,加强农户间的联合和农村内部的组织合作,增加小农的话语权,提升议价能力。

(二) 支持专业合作发展,提高组织化程度

应引导小农户通过专业合作社等组织方式实现区域生产的规

模化来降低成本、扩大市场、增强话语权,尤其要注意化解小农户对接市场的困境。首先,必须加强合作社的组织化建设和规范化程度,完善小农户与合作社的利益连接机制;其次,加大对合作社管理人员和普通社员的培训力度,增强管理人员的管理能力和普通社员的监督意识;最后,在促进农户通过合作社对接市场过程中,需有效动员地方组织,加强合作社与地方政府、相关企业、科研院所之间的合作,借助集体智慧和成熟的组织优势,拓展产业发展,增强内生动力,以更好地姿态带动小农户走向市场。

(三) 加强企业自身能力建设,构建与小农户的稳定合约关系

首先,加工贸易企业可根据规模经营情况选择建立种植基地保持货源稳定,通过增加投资和与科研院所之间合作增强自主研发和深加工能力以延长产业链,增加产品的附加值,提高企业效益。其次,企业应构建与小农户稳定的合约方式,依照法律法规认真签约、严密履约,尽量避免因约定不明确不规范发生争议,重点明确有关农产品的质量、价格和违约责任等条款,保护好小农户的利益。最后,小农户应增强市场风险意识、产品质量意识,严格按照企业订单要求生产履责,减少因信誉和产品质量问题带来的违约风险。

(四) 加强农村基础设施建设和农户技能培训

一是加快谷子加工设备、物

流配送中心的建设,扶持农村物流产业发展,加快谷子的流通,建设覆盖全国的道路运输设施,降低物流运输成本;二是加快农村网络设施全覆盖和网络信息平台建设,充分利用互联网技术,提高各种信息资源的利用率;三是大力加强农户技能培训,以开展培训讲座或成立相关培训机构为农户开展多种形式的农技培训、生产管理等咨询服务,增强小农户的内生能力,同时加大微信、微博、移动客户端平台建设,培训小农户网络应用和手机应用技能。■

参考文献:

[1] 陈健,苏志豪.小农户与现代农业有机衔接:结构、模式与发展走向——基于供给侧结构改革的视角[J].南京农业大学学报(社会科学版),2019,19(5).

[2] 朱华友,谢恩奇.区域农产品流通模式研究——基于浙江省金华市的实地调查[J].农业经济问题,2013,34(10).

[3] 叶敬忠,豆书龙,张明皓.小农户和现代农业发展:如何有机衔接?[J].中国农村经济,2018,(11).

[4] 郑鹏.基于农户视角的农产品流通模式研究[D].华中农业大学,2012.

[5] 牛静静,张国栋.“互联网+”赋能小农户有机衔接现代农业的困境与对策路径[J].农村经济与科技,2019,30(15).

(作者单位:河北农业大学经济管理学院)

责任编辑:康伟