

调整农业结构 重在面向市场夯实基础

如东县常务副县长 杨建忠

实现农业增效、农民增收的工作目标,关键在于加快农业结构调整。然而,怎样实现高效调整,仍是困扰不少农民和农村干部的难题。依我之见,积极有效的调整,必须在面向市场的同时,着力夯实基础,有重点地做好以下五个方面的工作:

一、必须把启动点放在因势利导、因户制宜推进上
现在,各地农业结构调整的口号喊得很响,但冷静地分析一下就会发现,一边是喊破嗓门的农村干部,另一边则是为数不少感到困惑和茫然的农民群众。究其原因,一是有关干部工作浮于表面,满足于

开会说套话喊口号,使相当一部分农民群众感到农村干部讲的似理非理,让人似懂非懂,导致个别农民把农村干部的这种要求等同于收缴农业税费,误认为是完成任务、交差事。二是因户因人难得适宜。一些农村干部习惯于过去的行政指挥,他们的主观愿望与农民的意愿脱节,为调整而调整的思想,凭主观想象搞规划、发号令,使得农民群众不得不为规划去顺从,为指令去服从,农户优势和农民个人长处得不到充分的发挥,出现了自己能干的不能干,希望做的不可以做,而不会干、不愿干的却要硬着头皮去重新学着干的现象,使本来可以因势利导事半功倍的调整,人为地变得事倍功半,最终只能导致调整进展缓慢,调整效果不佳。结果是农民群众信心越调越弱,政府的负担越调越重,个别农民甚至向农村干部索赔。三是典型示范带动作用发挥不够。现在少数村干部由于自身对结构调整的重要性、紧迫性一知半解,发动群众常常是有口无心,不能身先士卒,使少数群众心里感到很踏实,因而很难形成调整的强劲动力。同时,对众多农村种养能人的作用发挥不够,也最终导致调整目标的落空。这些都直接影响了农业结构调整动力的形成和增强。一些地方结构调整的成功经验表明,哪里的宣传发动工作深入细致,群众参与的程度就高;哪里的规划科学措施落实,群众调整时启动就快;哪里能从实际出发,因村因户所长去顺势推进,加上干部都带头,能人都牵头,哪里结构调整的进程就较快,农业增效、农民增收的工作效果就明显。

二、必须把切入点放在依靠科技、提高调整档次上

时下—提及结构调整,不少农民群众首先提出的问题就是市场在哪里,有谁要。其实,只要走出田头走进码头就会发现,众多农产品仍然有相当大的市场潜力,稍有一点规模和特色的农产品基本上都能找到市场空间。仔细琢磨一下农民的真实心理,担心卖不掉固然是一个方面,但更深层次原因是不少农民缺乏科技知识,跟不上结构调整的需求。具体表现在:一是特种、优质的种养品种无法引进,根本就不知道找什么人、进什么门,常常是人云亦云。二是新的种养技术无人指导,不少农民知道销售好的品种,种苗也可以买到,就是不懂怎样科学种养。三是只懂得常规种养而不思技术改进提高,导致农产品最终的品质退化、产量徘徊不前,结果往往是农产品越卖越贱,收入越来越少。因此,必须把科技兴农作为加快农业结构调整的重要切口,千方百计把科技引进农门。必须主动同农业院校、农科院所攀亲挂钩,引进技术,引进人才,加大农业适用技术推广力度,重点搞好特种经济作物栽培技术的推广,提高科技在农业中的贡献份额,使结构调整有可靠的科技后盾;必须潜心组织科技培训,把所有参与结构调整的农民群众组织起来进行技术培训,让他们在面对面的系统培训中转变观念、钻技术、抓市场;必须主动寻找优势产品、优势产业的不足,依靠科学技术提高品质,降低成本,提高产量,使其更加适应市场,优势更优。

三、必须把立足点放在围绕市场、培育特色规模上

农业结构调整能否主动顺应市场经济发展的要求,关键是看调整后特色和规模的形成情况。只有特色产品才能最大程度地赢得市场,只有具备了一定规模才能吸引各方客商。因此,在推进结构调整的过程中,必须紧紧抓住形成规模和培育特色这两个重点,锲而不舍地推进。首先要坚持以市场为导向,抓特色培育和形成。根据市场的潜在需求,确立形成特色的调整内容,发挥自身的农副产品资源优势,引进形成特色的生产技术,创造形成特色的品牌。树立人无我有,人有我优,人优我新,人新我转的市场经济新观念,不断进行适应性调整,加快培植新的区域特色。其次要坚持以市场为导向,抓规模扩张。从市场需求的走向出发,确立形成规模的工作思路,采取骨干滚动和组织同种类型农户联合等行政引导措施,促使规模迅速扩展。与此同时,必须注意利用市场的牵引力推动规模特色基地的形成。一方面要认真研究特色产品的市场需求,积极引导需求相对集中地向特色产品生产基地靠近。另一方面,又要大力开拓市场,通过多种渠道,最大限度地特色农产品引向市场。

四、必须把连接点放在深度加工、培育产品品牌上

农业产业化经营是一个系统工程,而加工就是这个系统中连接基地与市场的轴心,其上端能使农民种养产品有个就近可靠的销售去处,下端能使农民放心,农产品得到更多的收益。实践表明,注意研究和突破农产品深加工环节就会使农业结构调整迅速形成一定的特色规模,这是因为深加工的启动,也会促进盘活闲置资产、拓宽农民就业门路和增加乡镇财源,加快农产品品位、档次的升级提高,更加有效地适应市场需求,达到结构调整良性循环的目的。兴办农副产品加工企业,必须十分重视组织运筹。一要最大限度地同当地生产基地相结合,发展具有牵引能力的农副产品加工龙头企业,努力实现优势放大,促进农产品升级提高。二要最大限度地争取大专院校和科研院所的支持,引进实用可靠的先进加工技术。三要最大限度地与盘活资产和吸收社会资金相结合,使有限的增量投入带动大量的资产盘活。四要最大限度地同市场需求的高品位、高档次结合起来,着力培育名牌农产品。只有把农产品加工搞活了,农业结构调整才能提高升级,农民才能在调整中真正得到更多的实惠。

五、必须把着力点放在研究市场、建立适应机制上

农业结构调整的最终目标是通过市场经营获取效益,研究市场已成为决定结构调整成败的关键。事实上,凡是市场研究充分的地方,结构调整的成效就显著,不仅种养的项目适销对路,而且加工的产品也畅销。研究市场不仅要知晓宏观的市场走向,同时还要谋求微观适应市场能力的提高。从当前农业发展形势看,既要积极研究加入世贸组织以后农业发展所必须采取的应对措施,加快农业对外开放进程,大力开发农业高新技术产品、拳头名牌产品;又要适应农业阶段性变化和粮棉体制改革(下转第46页)

(上接第 45 页)的客观要求,解决农业种养结构区域性趋同、地区比较优势不能得到充分发挥的问题,主动适应市场、服务市场。针对传统农产品数量大、质量差,市场销售不畅的现状,当务之急要建立农产品适应市场的生产机制,完成由卖方市场到买方市场的转变。重视从市场需求出发,考虑本地的客观实际,充分研究市场变化规律,按照经济规律确定发展农业的工作思路。生产名优特新农产品,削减大路货和品质一般的品种,努力改善储存、保鲜和运输能力,提高农产品生产与市场需求的对接率。与此同时,努力建立农产品经营适应市场的新机制。一方面要超前谋划,对未来的市场走势进行充分的预测,做到见事早,行动快,争取赢得农产品市场经营的主动权;另一方面要形成信息迅速反馈机制,不断培养乡村干部和农民捕捉信息和分析筛选信息的能力,根据市场的不断变化,适时调整经营策略,快速适应市场需求。此外,还要形成强有力的市场营销网络。巩固内地市场,建立外地销售网点,重点扶持一批专业批发市场,抓好设施的完善配套,增强市场的辐射带动能力。进一步培育农民流通组织,组建乡镇农民营销协会,发挥农民经纪人大户较强的牵动作用,支持和引导更多的农民进入农产品流通领域,形成市场经营的整体竞争力。