

## 【三农问题聚焦】

# 农业生产“三品一标”促进农民增收的作用机理及实现策略\*

潘文轩

**摘要:**农民农业生产质量效益较低,是导致其农业经营增收乏力的重要原因。农业生产“三品一标”对提高农民的农业经营质量效益有积极作用,有助于破解生产成本高企、同质化低价竞争、分享全产业链增值收益不足、生产经营风险高的困局。实施农业生产“三品一标”促进农民增收,会遇到小农户较难直接对接“三品一标”行动且与“三品一标”的要求不够适应、规模农户投资“三品一标”的成本压力和收益风险较大、农产品“优质不优价”等难点问题。为此,要构建小农户与农业生产“三品一标”的有效衔接机制,适应农业生产“三品一标”的要求提升小农户发展能力,降低规模农户投资“三品一标”的成本压力和收益风险,建立健全农产品优质优价的良性机制。

**关键词:**农业生产“三品一标”;农民增收;农业经营性收入

**中图分类号:**F326.11

**文献标识码:**A

**文章编号:**1003-0751(2022)01-0037-08

## 一、引言

提高农民收入水平是乡村振兴的主要目标之一。尽管近年来我国农民收入实现了较快增长,但与城镇居民收入相比依然存在较大差距。尤其是数量众多的小农户,其家庭人均收入既低于城镇住户也低于规模农户,这是导致城乡之间以及农村内部收入差距的重要原因。所以,加快农民特别是小农户的收入增长,对缩小居民收入差距、实现共同富裕具有积极意义。农业生产经营是农民收入的主要来源之一,但近年来我国农民的农业经营性收入增长缓慢,其增速不仅低于非农经营性收入,也低于工资性收入和财产性收入<sup>①</sup>,成为农民持续增收的明显短板。农民的农业经营增收乏力,除了经营规模总体上较小这一客观因素外,另一重要原因在于其经营农业的质量效益偏低。所以,帮助农民农业生产提质增效,有利于加快农民农业经营性收入的增长,由此更好地实现农民增收的目标。

2020年12月,中央农村工作会议首次提出“要

深入推进农业供给侧结构性改革,推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产”。2021年1月,中央一号文件中又提出“深入推进农业结构调整,推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产”。2021年3月,农业农村部印发《农业生产“三品一标”提升行动实施方案》,明确了品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产的基本要求。目前,农业生产“三品一标”工作正在全国各地有序推进中。农业生产“三品一标”作为传统“三品一标”的升级版,对深入推进农业供给侧结构性改革与农业结构调整具有重要意义,为农民农业经营增收带来了有利契机。农业生产“三品一标”与农民农业生产提质增效究竟有何内在关联性?对促进农民农业经营性收入增长会产生哪些积极影响?如何使农民特别是小农户通过农业生产“三品一标”加快融入现代农业体系、促进农业经营持续增收?深入思考研究并科学解答上述问题,对作好农业生产“三品一标”工作、提高农业质量效益、促进农民增收以及实现农民共同富裕均具有重要的现实意义。

收稿日期:2021-11-30

\* 基金项目:国家社会科学基金一般项目“农民经营性收入质量的影响因素与提升路径研究”(19BJY147);上海市哲学社会科学规划项目“收入分配视角下农民共享经济发展成果的制度安排研究”(2018FZX015)。

作者简介:潘文轩,男,中共上海市委党校上海发展研究院研究员、硕士生导师(上海 200233)。

## 二、相关文献综述

由于农业生产“三品一标”是新提出的行动方案,尽管不少现有文献涉及“三品一标”的某一方面,但到目前为止还缺乏将品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产作为一个整体的系统性研究,仅有少数学者围绕农业生产“三品一标”的内涵、推进逻辑与实现路径作了初步探讨<sup>②</sup>,总体上处于研究的起步阶段。另外,在农业生产“三品一标”与农民收入增长的关系方面,已有一些文献分别探讨了农产品品种、农产品品质、农业品牌、农业标准化与农民增收之间的关联性。

在农产品品种与农民增收关系方面,有学者认为种子是农业价值链的起点,有什么样的种子就有什么样的产量、品质和效益,种子优劣影响农民增产增收<sup>③</sup>;培育优质高产多抗广适良种能促进稳产高产,使农民获得更高更稳定收益<sup>④</sup>。还有学者通过实证分析,认为作物育种的改善能够促进农产品单产增加<sup>⑤</sup>,品种质量改进能使农业生产率得到提高<sup>⑥</sup>。可见,良种对农业经营增效和农民增收有重要作用。

在农产品品质与农民增收关系方面,主流观点认为高品质有利于促进农民增收,其主要原因是优质农产品附加值高、价格往往高于普通农产品<sup>⑦</sup>,这也获得了一些经验研究结果的支持。然而,日常生活中时有出现的农产品“优质不优价”现象,使高品质促进增收的观点受到一定挑战。对于“优质不优价”的成因,代表性的解释包括市场质量标准不健全<sup>⑧</sup>、专业化交易市场尚未形成<sup>⑨</sup>、消费心理有模糊效应<sup>⑩</sup>等,上述原因综合在一起导致了由于农产品质量信息不对称从而消费者对优质农产品支付意愿不足的现象。

在农业品牌与农民增收方面,早期有研究论述了实施农产品品牌工程对提高农民收入的作用。<sup>⑪</sup>之后,学者们进一步阐述了农业品牌促进农民增收的原因,如农产品品牌有助于解决农产品市场上的逆选择现象,促使农民生产利润更高的优质农产品进而获得更多收入<sup>⑫</sup>;农业品牌化能增加价格刚性,实现产品溢价,由此促进农民增收<sup>⑬</sup>。有实证分析结果也显示,农业品牌化运营有助于提高农产品附加值,对提升农民收入有显著效果。<sup>⑭</sup>可见,农业品牌可通过价格途径,依托溢价效应带动农民增收。

在农业标准化与农民增收关系方面,学界普遍认同标准化对农民增收具有促进作用。代表性的观点主要包括:以标准为纽带、契约为基础而形成的龙头企业与农户合作生产方式,是实现农业增效、农民增收的有效途径<sup>⑮</sup>;通过控制投入品过度使用和促进农业技术转化应用,农业标准化有利于降低生产成本、增加经济效益,进而带动农民增收<sup>⑯</sup>;通过大规模开展农业标准化,将带动农业降本增效、农民收入较快增长<sup>⑰</sup>。

本文拟在以往文献基础上,着重从以下方面进一步深化研究:第一,将农业生产“三品一标”视为一个有机整体加以考察,在分析其对农业经营性收入的影响时,充分考虑品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产间的内在关联性。第二,基于农业供给侧系统框架的理论分析,阐释农业生产“三品一标”破解农业经营增收困境的内在逻辑。第三,更加系统化地厘清农业生产“三品一标”促进农业经营增收的机制与路径,克服以往文献偏重从某一角度观察作用效应的局限性。第四,针对小农户较难直接对接“三品一标”且适应“三品一标”能力不足、规模农户投资“三品一标”的成本压力和收益风险较大等实践难点,提出相应的解决办法,这是以往研究较少关注的内容,也是本文主要的创新点。

## 三、农业生产“三品一标”促进农民增收的作用机理

### 1. 农业生产“三品一标”破解农业经营增收困境的内在逻辑

农民农业经营性收入水平较低且增长乏力的直接原因之一,在于其经营农业的质量效益总体不高。这主要表现为以下四个方面:一是农业生产成本高企。进入 21 世纪以来,我国农业生产成本呈较快上升趋势,主要农产品单位成本的增速,相比美国等其他农业大国明显偏高。二是同质化低价竞争普遍。长期以来,中国农产品竞争走的是以高产量、低价格为特征的“以量取胜”的低端路线。<sup>⑱</sup>农产品大路货多、同质化程度高,缺乏品牌和市场竞争力,容易陷入低价竞争困境,农民增产不增收的现象较常见。三是分享农业全产业链增值收益不足。我国仍有相当一部分农户没有与农业产业化组织建立起利益联结机制,未能融入现代农业产业化经营体系,无法分享农业全产业链的增值收益,只能从初级农产品生产环节获得微薄收益。即使是已参与农业产业化经

营的农户,因利益联结机制不完善等原因,分享增值收益也比较有限。四是生产经营风险较高。农业生产受自然因素影响明显,其面临的自然风险远高于非农产业。此外,由于农产品需求缺乏弹性、农业生产盲目跟风等原因,农户容易遭受价格波动引发的市场风险损失,导致经营性收入增长不稳定。

无论是生产成本高企、同质化低价竞争、分享全产业链增值收益不足,还是生产经营风险高,本质上都属于农业供给侧的问题,是农业供给侧结构性矛盾在农民农业生产中的表现。引发这些问题的深层次根源,可从构成农业供给侧系统的要素投入、农产品产出、生产组织三个子系统<sup>⑨</sup>来认识:在要素投入方面,大部分农民缺少现代生产要素与高质量生产要素,配置和使用要素的效率偏低,这一方面直接推高了农业生产成本,另一方面从源头上制约了农产品质量提升与差异化发展,此外还削弱了农民抵御生产经营风险的能力。在农产品产出方面,品种结构、品质结构、功能结构与需求结构不够匹配引发的多维度结构失衡,使农民陷入同质化低价竞争的困境,并暴露在较高的市场风险之下。在生产组织方面,农民以独立分散的家庭经营形式为主开展农业生产,导致其生产组织化程度总体偏低,融入农业产业化和农业产业链比较有限,这既不利于其合理分享全产业链增值收益,也有碍于市场竞争力提升与经营风险分担。

农业生产“三品一标”是当前深化农业供给侧结构性改革的一项重要举措,对优化农业供给侧系

统、提升农业供给质量具有重要意义。通过促进农业经营提质增效,农业生产“三品一标”有望破解农民农业经营增收面临的瓶颈,其中的内在逻辑可表述如下:首先,从要素投入方面看,农业生产“三品一标”可带来生产要素升级与效率提升的效应。种子是农业生产最关键的要素之一,加快品种培优、打好种业翻身仗可为产出多样化、差异化的优质农产品提供源头保障;标准化生产在将技术、管理等现代要素导入农业生产的同时,还能促进要素配置和使用效率的提高,这自然有利于降低生产成本。其次,从农产品产出方面看,农业生产“三品一标”将形成产品结构优化与质量提升的效应。品种培优与品质提升是解决农产品品种结构、品质结构、功能结构和供需结构失衡的有效途径,以优良品种为基础、标准化生产为依托生产出优质农产品并进一步打造打响品牌,可帮助农民走向差异化的非价格竞争,降低市场价格风险。最后,从生产组织方面看,农业生产“三品一标”能发挥助推农民融入农业全产业链的效应。农业标准化是农业产业化的前提<sup>⑩</sup>,按标准化流程生产农产品,更符合后续分级、储运和加工的要求,这无疑为农民参与农业产业化、融入农业全产业链提供了有利条件,对农民分享全产业链增值收益具有积极意义。依托上述三大效应,农业生产“三品一标”有望帮助农民解决生产成本高企、同质化低价竞争、分享全产业链增值收益不足、生产经营风险高等问题,进而起到提高农民农业经营质量效益的作用。见图1。

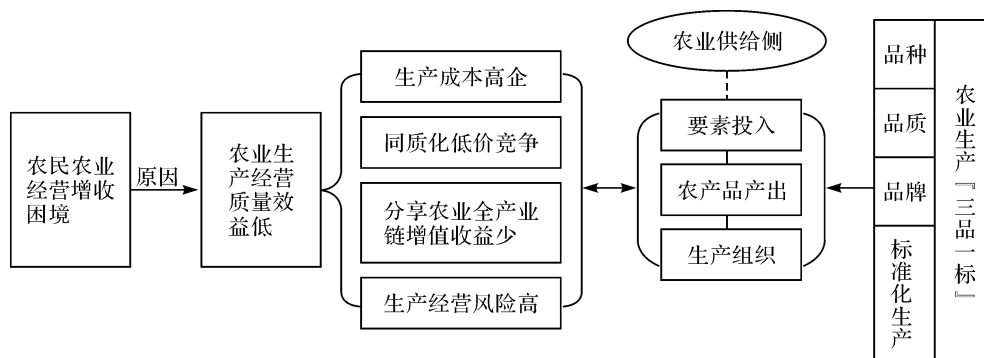


图1 农业生产“三品一标”破解农业经营增收困境的内在逻辑

## 2. 农业生产“三品一标”促进农业经营增收的路径

品种培优主要从优化供给结构、降低生产成本、提高产品质量、增强抗灾能力四方面发挥促进农业经营增收作用。首先,品种培优对农产品供给结构

调整有积极影响。选育、推广一批新品种,将促进农产品供给结构优化,更好适应城乡居民消费转型升级需要,充分满足消费者多层次、多样化与个性化的需求。由此,农产品供求关系就能实现高水平的动态均衡,农民的农业经营性收入有望在供求良性循

环中不断提高。其次,从生产成本角度看,良种自主繁育能降低对国外种子的依赖度,缓解目前高端蔬菜等部分领域进口种子成本高的问题。另外,一些新品种在减少农用化学品投入、节约灌溉用水上具有优势,这也有助于降低农产品的生产成本。再次,培育和使用绿色优质品种,可以提升农产品质量,夯实优质优价和农业经营增收的基础。最后,增强农产品抵御恶劣气候和病虫害的能力,是培育良种的一个重要目标,选用高抗品种能降低农业生产的自然风险,减少农民因灾造成的收入损失。

品质提升促进农业经营性收入增长,体现在优质优价效应和支撑品牌作用两方面。根据特征价格理论,商品价格是商品特征的函数,而商品质量显然是商品最主要的特征,它对商品价格的高低会产生重要影响。质量调整价格模型表明,消费商品所获得的效用是数量因子与质量因子的乘积,质量越好效用越高,消费者愿意为高质量高效用商品支付更高价格。<sup>⑩</sup>不同农民所生产的同种农产品是有品质差异的,在理想市场环境中,如果农产品质量信息对交易双方均公开透明,质量更高的农产品将获得更高价格,生产高质量农产品的农民也会获得更高收入。所以,当农民所生产农产品的品质得到提升后,其销售农产品的价格将有望提高。这种反映质量差异的价差,能为生产优质农产品的农民提供激励,使农民走出普通农产品低价竞争的困境。除此之外,品质提升还能通过支撑品牌打造而对农业经营增收起到间接促进作用。品质是品牌的核心与灵魂,对于涉及食品安全的农产品,产品品质更是品牌获得市场认可的重要因素。品质的提升将使消费者对品牌农产品形成更高的评价与忠诚度,这自然有利于促进优质农产品的溢价和需求增长。

品牌打造对农业经营增收的作用路径主要包括实现品牌溢价、保持价格坚挺性以及促进需求稳定扩张。随着消费水平与层次的提升,品牌越来越成为影响消费的重要因素。根据品牌经济理论,品牌商品相比无品牌商品能为生产者带来额外的附加价值和附加收益。对于农产品而言,品牌向市场传递出绿色、安全、健康等质量信息,降低了买方的信息搜寻成本,使消费者形成溢价支付的意愿。因此,品牌打造是显现优良品种价值、实现农产品优质优价的重要途径。品牌对产品的需求价格弹性也会产生影响。有研究发现,价格敏感性会随着品牌忠诚度的

提高而下降。<sup>⑪</sup>因此,当农民生产的农产品形成良好的品牌效应后,即使该种农产品市场价格处于总体下行期,品牌产品价格依然能保持相对稳定性,这自然有助于减少收入损失。除此之外,品牌打造还可以起到促进农产品需求扩张进而带动农业经营增收的作用。其原因在于:一方面,品牌农产品有利于强化消费印象,留住回头客;另一方面,品牌经由多途径声誉传播后,还会不断吸引新消费者、撬动需求增量,由此带动生产规模扩张和经营性收入增长。

标准化生产对农业经营增收的促进作用,体现为降低生产成本、提升产品质量、创造融入产业化条件、扩大出口需求四条路径。首先,从降成本路径看,农业标准化管理是农业科学技术转化为现实生产力的最佳载体<sup>⑫</sup>,标准化能加快先进技术在农业生产中的推广运用,推动新技术导入农业生产,提高投入品利用率和农机使用效率,促进单位成本下降。其次,从提升质量路径看,标准化生产依托全流程规范化的操作与监控,改变农民不合理不科学的生产行为,这有助于生产出污染更少、安全性更高、营养更丰富的绿色优质农产品。再次,从融入产业化路径看,分散的农户在统一生产标准下进行种植养殖,能有效减少产品质量参差不齐的现象,增强农产品市场交易信息的透明度,便于农民与龙头企业或合作社以订单农业等方式结成利益联结体,从而促进农民衔接农业全产业链并从中分享价值增值。最后,从扩大出口路径来看,技术标准是影响农产品国际贸易的重要因素之一,接轨国际标准开展农业生产,将使农产品较容易进入国际市场,从而扩大农产品出口需求,由此带动农民农业增收。

#### 四、农业生产“三品一标”促进农民增收的实践难点

尽管从理论上讲,农业生产“三品一标”有助于破解农民在农业生产经营中面临的增收困境,但在实践中,由于农业生产经营活动与农产品市场运行中的一些特点,要使农业生产“三品一标”有效发挥带动农民增收的作用,仍面临若干难点问题和制约因素。

##### 1. 小农户较难直接对接“三品一标”行动

观察农业生产“三品一标”行动的实施主体可以发现,除了作为推动方的政府相关部门外,农业科研院所、种业科技企业等是品种培优的主力军,而各类新型农业经营主体和服务主体则是品质提升、品

牌打造和标准化生产的主导力量。通常情况下,小农户自己并没有能力去培育新品种、打造品牌和进行标准化生产,也缺乏改善农产品质量的有效措施。这决定了小农户不太可能成为实施农业生产“三品一标”的主体,直接对接“三品一标”行动的难度较大,通常只能以参与者和执行者的身份介入农业生产“三品一标”行动。

在此情况下,小农户虽然成为农业生产“三品一标”的潜在受益群体,但从实践层面看,“三品一标”与小农户农业经营增收之间的关联度具有较大的不确定性。如果农业生产“三品一标”行动不能充分下沉至广大小农户群体进而有效渗透到小农户的农业生产中,就很难起到有效促进小农户农业经营性收入增长的作用。所以,农业生产“三品一标”破解小农户农业经营增收困境的实际效果如何,还取决于小农户农业生产与“三品一标”行动衔接的紧密程度,另外也要看“三品一标”实施主体带动小农户农业生产提质增效进而促进其农业经营增收的效能。

#### 2. 小农户与“三品一标”的要求不够适应

选育出优质品种后接着要在农民中推广良种良法,提高农产品品质要求保持清洁的产地环境并使用现代化农机设备和绿色高效生产技术,落实标准化生产的关键是生产者严格遵循标准化流程开展种植养殖和加工储运,这些活动均对农民的素质能力及生产条件提出了较高要求。因此,小农户的素质能力与生产条件状况,直接关系农业生产“三品一标”促进小农户农业生产提质增效和农业经营增收的最终成效。

从目前看,大多数小农户的文化与技能水平不高,受教育程度偏低且接受专业技术培训不足。根据第三次全国农业普查公报的数据计算,小农户中未上过学和小学文化程度的比例分别为6.5%和37.3%,高中或中专以上文化程度的比例仅为8.1%,另外,有高达89%的小农户未接受过农业专业技术培训。相当一部分小农户尤其是中西部地区小农户的生产理念与方式仍较为传统,农业生产中的质量观念和生态意识普遍不强,熟练使用现代农业技术装备的能力总体上较弱。除此之外,由于家庭资金短缺等原因,不少小农户在农业生产中还面临硬件设施投入不足和质量较差的问题。小农户素质能力与生产条件方面存在的上述短板,使其不能很好适

应农业生产“三品一标”的要求,制约了农业生产“三品一标”在小农户群体中的顺利落地实施。

#### 3. 规模农户投资“三品一标”的成本压力和收益风险较大

与小农户有所不同的是,以家庭农场、种养大户等为代表的规模农户,其经营规模相对较大、资金相对较充裕且有良好的市场化经营能力。在开展农业生产“三品一标”的过程中,他们不仅可以以执行者身份参与进来,还有条件在某些环节作为实施主体,主动投资“三品一标”建设并从中直接受益。当规模农户以投资主体身份开展品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产时,就需要进行大量的资金投入。投资的方向与用途主要包括:引入、选育和推广新品种,整理土地与建设高标准农田,购买新型农机设备和绿色投入品,建造仓储保鲜冷链物流设施,培育、营销及管理品牌,建设良种繁育基地和标准化生产基地等。

从生产经营周期来看,上述领域的各种资金投入大多集中在早期阶段(特别是固定资产方面的投资),导致该时期资金大规模流出。然而,“三品一标”对农业经营提质增效的作用存在时滞性,需要一定时间才能充分显现。此时,会出现成本现金流与收益现金流期限不匹配的现象,使规模农户在早期面临较大的成本压力。另外,采用新品种新技术蕴藏着生产风险与市场风险,家庭农场和种养大户的规模化生产经营还将产生风险放大效应。在早期沉没成本高企的情况下,如果中后期回报不足,规模农户就有可能蒙受较大的风险损失,最终影响到规模农户从“三品一标”投资中增收。

#### 4. 高品质农产品可能面临“优质不优价”问题

在“三品一标”中,品质提升处于核心地位,它既是品牌打造的基础,也是品种培优和标准化生产的主要目的。尽管从理论上讲,高品质农产品能卖出更高价格,进而增加农民收入,但现实中却经常发生农产品“优质不优价”的现象。提高品质却没有促进增收,无疑会使农民生产优质农产品的积极性下降,这显然不利于“三品一标”的顺利推进。

现有相关研究表明,农产品“优质不优价”的根源在于农产品质量信息不对称,这既源于农产品的自然属性,也同市场体系不完备、政府未有效干预密切相关。对于相当一部分小农户而言,缺乏品牌和未分类分级销售,是导致其优质农产品卖不上好价

钱的重要原因。解决这一问题,正是打造品牌、推行标准化生产的关键动因。然而,即便是已经获得品牌支撑并实行产品分类分级的那些小农户与规模农户,也会时常遭遇“优质不优价”的尴尬。究其原因主要在于:现行农产品质量标识、认证制度还不完善,未充分体现消费者关注的质量特征,影响了质量信息的准确传递;农产品市场监管缺失,农产品“以次充好”治理不到位;产销对接不够通畅,导致农产品销量增长缓慢甚至出现滞销现象;普通农户市场议价能力较弱,容易被收购方压价等。

## 五、农业生产“三品一标”促进农民增收的对策措施

育种创新有突破、产品品质有提升、品牌建设有影响、标准化生产得到实施,将促进农业生产提质增效、拓宽农业全产业链的增值空间,从而为农民农业经营性收入增长提供新的源泉。因此说,品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产本身取得良好成效,是农业生产“三品一标”促进农民增收的先决条件和关键环节。然而,由于现实中存在前文所述的四大实践难题,仅仅做好品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产,并不能自然而然地使农民的农业经营性收入实现快速增长。从农业生产“三品一标”与农民农业经营增收间的实际因果关系来看,有好的品种、品质、品牌和标准化生产体系,只是“三品一标”促进农民持续增收的必要而非充分条件。要有效发挥农业生产“三品一标”促进农民增收的作用,还须解决好小农户与“三品一标”有效衔接、小农户发展能力与“三品一标”相适应、降低规模农户投资“三品一标”的成本压力和收益风险、建立健全农产品优质优价机制这四大关键问题。《农业生产“三品一标”提升行动实施方案》已经对如何推进品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产作出了较详细的部署安排,此处重点针对前述的四大关键问题提出一些解决思路和具体对策。

### 1. 构建小农户与农业生产“三品一标”有效衔接的机制

第一,围绕“三品一标”要求,完善面向小农户的农业社会化服务体系。以打造农业全产业链服务模式为方向,推动社会化服务覆盖小农户农业生产的产前、产中、产后各环节。重点提供良种等优质农资集中采购、农机田间作业、绿色高效技术推广、病虫害绿色防治、优质农产品认证、仓储冷链保鲜、农

产品营销等方面的服务。通过提供全方位、高质量的服务,将现代生产要素导入小农户的农业生产活动中。

第二,在“三品一标”行动中充分发挥新型农业经营主体带动小农户的作用。支持新型农业经营主体推进品种选育、品牌锻造和标准制定,引导他们通过发展订单农业、提供社会化服务、开展反租倒包、共享销售渠道等方式,将更多小农户纳入“三品一标”行动中来。鼓励新型经营主体加快新品种、新技术、新标准在小农户农业生产中的推广应用,帮助小农户解决好采用新品种新技术、执行标准规范中的难题。

第三,顺应后脱贫时代乡村产业振兴的要求,构建小农户产业帮扶新机制。进入后脱贫时代,产业帮扶对象要从贫困户向农户全覆盖转换<sup>④</sup>,增强产业扶持政策的普惠性。为此,应着力优化产业帮扶资金使用模式,更加突出效益到户而非简单资源到户的目标导向。建议重点针对不稳定脱贫户、相对贫困户实行“菜单式”产业帮扶,指导小农户自主合理选择经营项目。

第四,建立健全使小农户充分分享农业品牌增值收益的体制机制。鼓励品牌创建主体与小农户建立合作关系,引导小农户遵循标准化规范生产符合品牌要求的优质农产品。同时,从完善制度安排入手,支持小农户通过溢价收购、利润分成等途径合理分享品牌红利,促使小农户与品牌创建主体间形成利益共同体。

### 2. 适应农业生产“三品一标”的要求提升小农户发展能力

第一,加快改善小农户农业生产条件。要按照农业高质量发展的要求,从完善生产性基础设施、提高物质装备水平两方面入手,对小农户相对落后的农业生产条件进行改造升级。在基础设施方面,要高标准建设“小农水”并加强后续管护,进一步提高田间道路硬化率,推进产地仓储冷链公用设施建设,适时升级改造信息基础设施;在物质装备方面,要加快研发和推广适用于小农户的实用轻简型农机具,健全针对小农户的生产技术装备补贴政策,鼓励有条件的小农户使用智能化生产设备,不断提升小农户的农业生产效率。

第二,培育和提升小农户五大核心能力。一是信息获取能力。深入推进信息进村入户工程,不断

健全农业信息服务体系,着力打通信息服务“最后一公里”;积极开展智能手机应用技能培训,使小农户更方便地获取农产品新品种、农业生产技术、农业品牌推广等信息。二是在于中学的能力。加强田间地头的现场培训和指导,多采用新品试验示范、实地观摩等方式,调动小农户的学习兴趣,引导小农户边学边干,促进学习内容向实际技能转化。三是合作经营能力。努力培养小农户的合作意识,鼓励小农户参加专业合作社实现抱团发展;组织引导小农户以多种方式对接农业龙头企业,增强小农户在合作中的履约和维权意识。四是新技术吸纳应用能力。采用补贴方法鼓励小农户接受新技术培训,指导小农户用好“中国农技推广”信息化平台;畅通农业科技人员与小农户的联系,提高科技服务针对性,着力满足小农户的生产需求,解决小农户的技术难题。五是标准化生产能力。面向小农户开展农业标准化生产知识的普及宣传,将标准化规范以简明手册形式呈现出来,使广大小农户易学、易懂、易操作,全面准确地掌握技术要领。

3.降低规模农户投资“三品一标”的成本压力和收益风险

第一,打好政策“组合拳”,减轻前期成本压力。进一步加大对农产品新品种选育、农业新技术引进的财税支持力度,适当提高建设高标准农田的补贴标准,推动农机具购置补贴向节能高效的现代农机设备倾斜,为新型农业经营主体建设标准化生产基地提供财政奖补。鼓励金融机构针对不同类型的家庭农场与种养大户,合理放宽抵押物范围及其他贷款条件,结合“三品一标”工作完善财政贴息政策。保障农产品仓储保鲜冷链设施的用地需求,并落实好使用上述设施的电价优惠政策。

第二,构建投资风险的多主体分担机制。探索建立由政府部门、规模农户、银行、保险公司、农业龙头企业及其他相关主体共同分担“三品一标”投资风险的体制机制。地方政府可试点牵头设立农业领域创新的风险补偿基金,明确补偿范围和标准,规模农户在投资新品种、新技术发生风险时,可向基金申请补偿损失。积极开发适合家庭农场、种养大户等新型农业经营主体需求的保险产品,鼓励规模农户参与“订单农业+保险+期货”试点以提高风险化解能力。

第三,积极拓宽并优化农产品销售渠道。政府

部门与行业协会要通过举办农产品博览会、展销会和推介会等方式,为优质农产品的营销搭建更多平台,助力品牌宣传推介和市场开拓。充分运用大数据技术,综合线上线下消费数据进行深入挖掘和分析,实现对消费者的精准画像,引导家庭农场和种养大户对品牌农产品开展精准营销。

第四,推动新型农业经营主体联盟抱团发展。为解决单个家庭农场和种养大户实力有限、抗风险能力偏弱等问题,要大力支持各类新型农业经营主体建立联盟,形成具有规模经营优势、分工合理、优势互补、高效联合的利益共同体<sup>⑤</sup>,通过抱团发展实现降低成本、分散风险的目标。

4.建立健全农产品优质优价的良性机制

第一,完善农产品质量—价格信号传递机制。健全农产品质量标识制度,标识要素应包括地域品牌、质量等级、产地环境等对农产品质量有重要影响的因素;推广使用农产品质量追溯标识,将绿色食品、有机农产品等全面纳入追溯管理。健全农产品质量认证制度,推进认证体系的一体化建设,统一认证标准;建立质量认证采信机制,提高质量认证结果的权威性。开展农产品质量主题宣传,向社会公布农产品质量安全信息,提高消费者对农产品质量的识别能力。

第二,加强对农产品市场的监管。强化地方政府在农产品质量监管中的职责,建立农产品质量绩效考核与责任追究制度。农业农村部门要协同市场监管部门开展联合监管,覆盖农产品生产、加工、流通、销售全过程。对生产或销售假冒伪劣农产品的行为加大打击和处罚力度,严格执行不合格产品退市制度和行业禁入制度,杜绝农产品市场“劣币驱逐良币”现象。

第三,构建农产品产销有效对接机制。农业农村部门要与商务、交通等相关部门加强合作,提高农产品产销对接的组织化水平,引导产销对接各环节经济主体实现长期稳定合作。通过发展电商销售、开展订单农业、建设直供直销中心、开设专卖店、单位定点采购、“农超对接”和“农社对接”等途径,促进农村特色优质农产品产区与城市销区的对接,提高优质农产品向中高端消费市场的渗透能力。

第四,增强农民出售农产品的议价能力。引导农民尤其是小农户采用“农户—合作社—其他”模式销售农产品,依靠合作社改善农民在农产品交易

中的弱势地位,提高其同收购商、龙头企业等交易方的议价能力;在有条件的地区,还可鼓励农民采用“农户—最终消费者”的直销模式,使农民议价权得到更好体现。在订单农业中要稳定农户与农业企业的利益联结机制,政府可通过奖励联农带农优秀的企业、惩罚和淘汰缺乏社会责任的企业等办法,促使企业维护订单收购价的公平合理性。

### 注释

①据《中国统计年鉴》相关数据测算,2013—2020年,我国农民的农业经营性收入年均增长4.9%,而非农经营性收入年均增长9.7%;同期,农民的工资性收入、财产性收入的年均增速分别为9.7%和11.6%(均为名义增长率)。②尹昌斌等:《农业生产“三品一标”的内涵、推进逻辑与实现路径》,《中国农业资源与区划》2021年第4期。③张延秋:《中国种业发展回顾及展望》,《种子世界》2012年第10期。④余志刚、崔钊达:《中国种子战略的内涵、特征、难点及其进路》,《新疆师范大学学报》(哲学社会科学版)2021年第1期。⑤Donald N. Duvick. The Contribution of Breeding to Yield Advances in Maize. *Advances in Agronomy*, 2005, Vol. 86, pp. 83-145. ⑥李唐、程虹:《品种质量改进与农业生产率提高——基于近代棉业调查的实证研究》,《湖北大学学报》(哲学社会科学版)2016年第3期。⑦郭德林、刘凤朝:《农业技术创新促进农民收入稳定增长的困境与对策》,《经济纵横》2017年第2期。⑧王洪亮、徐翔:《关于农民增收问题的理论思考》,《经济问题》2004年第2期。⑨周适、刘泉红、付文飙:《实现优质优价的问题、根源和对策研究》,《价格理论与实践》2018年第9期。⑩沈兴兴、段晋苑、刘帅:《普通小农户绿色农产品优价路径初探》,《中国农业资源与区划》2021年第8期。⑪郭守亭:

《对我国实施农产品品牌工程的几点思考》,《农业经济问题》2005年第12期。⑫张可成、王孝莹、杨学成:《农产品品牌化经营战略研究》,《经济纵横》2008年第12期。⑬张玉香:《牢牢把握以品牌化助力现代农业的重要战略机遇期》,《农业经济问题》2014年第5期。⑭雷平、詹慧龙:《新形势下农民收入增长影响因素研究——基于国家农业示范区面板数据》,《农林经济管理学报》2016年第6期。⑮宋明顺、王晓军、方兴华:《标准化在农业合作经营中的作用分析——以浙江省为例》,《农业经济问题》2007年第4期。⑯金爱民:《农业标准化作用与机理研究》,上海交通大学博士学位论文,2011年,第35页。⑰陈萌山:《发展农业标准化 促进农民收入增加》,《农民日报》2011年2月24日。⑱陈文胜:《乡村振兴战略目标下农业供给侧结构性改革研究》,《江西社会科学》2019年第12期。⑲要素投入和农产品产出是农业供给侧系统的投入端和产出端,农业生产必须依托一定的组织形式才能完成,生产组织也是农业供给侧系统的构成部分,它影响要素组合使用方式以及产出效果。因此,农业供给侧系统是生产要素、农产品和生产组织的有机综合体。⑳范家霖、袁国强、王法云:《农业标准化与农业产业化》,《地域研究与开发》2004年第4期。㉑Robert C. Johnson. Trade and Prices with Heterogeneous Firms. *Journal of International Economics*, 2012, Vol. 86, No. 1, pp. 43-56. ㉒Tülin Erdem, Joffre Swait, Jordan Louviere. The Impact of Brand Credibility on Consumer Price Sensitivity. *International Journal of Research in Marketing*, 2002, Vol. 19, No. 1, pp. 1-19. ㉓胥献宇、摩崇琦、李旭光:《农业标准化管理——我国农业应对“入世”冲击的有效对策》,《软科学》2002年第4期。㉔朱汝胜:《广西巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的路径研究》,《改革与战略》2021年第5期。㉕赵军洁、徐田华:《新型农业经营体系的创新实践和改革思考》,《现代经济探讨》2019年第3期。

责任编辑:澍文

## Mechanism and Implementation Strategy of Increasing Farmers' Income through "Sanpinyibiao" of Agricultural Production

Pan Wenxuan

**Abstract:** The low quality and efficiency of farmers' agricultural production is an important reason for the weak increase of their agricultural income. The "Sanpinyibiao" of agricultural production plays a positive role in improving the quality and benefits of farmers' agricultural operation, and helps to solve the dilemma of high production costs, homogeneous low-cost competition, insufficient sharing of value-added income of the whole industrial chain, and high production and operation risks. The implementation of the "Sanpinyibiao" of agricultural production to increase farmers' income will encounter some difficult problems, such as it is difficult for small farmers to directly connect with the "Sanpinyibiao" and adapt to the requirements of the "Sanpinyibiao", the cost pressure and income risk of large-scale farmers' investment in the "Sanpinyibiao", and the "high quality but low price" of agricultural products. Therefore, we should build an effective connection mechanism between small farmers and the "Sanpinyibiao" of agricultural production, adapt to the requirements of the "Sanpinyibiao" of agricultural production, improve the development capacity of small farmers, reduce the cost pressure and income risk of large-scale farmers' investment in the "Sanpinyibiao", and establish and improve a benign mechanism of high quality and good price of agricultural products.

**Key words:** "Sanpinyibiao" of agricultural production; farmers' income increase; agricultural operating income