

“互联网+”时代下的农产品营销与农业 经济发展

■ 包永婧

(乐陵市丁坞镇人民政府, 山东 乐陵, 253600)

一、引言

在“互联网+”时代,农产品营销与农业经济的发展关系到国家的经济发展。农业生产方式越来越多样化,农村经济也呈多元化发展。本文分析了农产品营销与农业经济发展中存在的问题,希望在农产品营销与农业经济发展的过程中,政府可以加大扶持力度,改善生产环境,提供支持和有效的建议。

长期以来,农业一直是国民经济发展的重要组成部分,经历时代的变迁,农业始终占据着重要的地位,农村经济的繁荣也能使社会稳定,提高群众幸福指数。然而,随着经济的快速发展,农产品营销与农业经济发展出现了一些新问题亟待解决。

本文从实现农业可持续发展战略目标的角度审视土地和肥料问题,提出相应方案,希望能为我国农业发展的实践提供良好思路。本文将结合实际,浅谈基于农业可持续发展的土壤肥料问题及应对策略。我国土地辽阔,耕地丰富,但由于人口众多,农业发展的压力仍然较大,这意味着农业的可持续发展存在巨大压力。

21世纪以来,我国经济稳步提升,农业发展和农业经济发生了变化,因此,了解农村和农村经济状况,制订科学合理的农业政策,确保国家经济和经济环境的持续改善至关重要。现阶段,我国农业发展迅速,经济模式向市场型转变,但农产品营销与农业发展还存在一些困难,而灵活营销能够更好地促进我国农村经济的进一步发展。

二、农产品营销和农业经济现状

目前,中国农产品营销与农业经济发生了重大变化,可持续农产品供应有所提升,农业收入仍在增加。从当今农村经济和我国农村环境来看,农产品营销与农业经济仍有四个方面的问题没有解决。一是农民收入增长缓慢,二是农产品营销与农业经济结构不合理,三是农业基础设施薄弱,四是农业市场组织化程度低。解决这些问题的根本途径,是以工业化思维策划农业发展,建设高效农业、绿色农业、适应性农业、农业国际化、农村工业化、城市一体化的道路。

(一)基本农业现状

随着时间的推移,农业生产力稳步提高,粮食生产的效率越来越高,但也出现了一些问题。这体现在以下几个方面。

第一,地方支持力度不够。我国对农业科技的资金投入还需要加大。另外,高成本的技术让很多农民望而却步,且一些农民对技术持怀疑态度,不了解机械化种植的好处。出于经济原因,部分农民也不敢尝试新品种、新品种。

第二,农业本身抵御自然灾害的能力很低。我国是世界上自然灾害最严重的国家之一,气象灾害、地质灾害等自然灾害对农业的影响很大,如何应对自然灾害造成的损失也是亟待解决的问题。目前,我国应对自然灾害的农业生产行动大部分是直接赠款,因此需要改进和补充。

(二)关于农村经济的政策的现状

农产品营销与农业经济的发展关系到国家的经济繁荣。随着农业生产方式越来越多样,农村经济的发展也呈多元化趋势,因此地方经济的发展也成为国家重点关注的内容。为支持地方经济发展,国家几乎每年都在强调原有政策或提出新的优化政策,但“地方问题”依然阻碍着地方经济的发展。

第一,农民的受教育程度较低。目前,农业效率仍然较低,农村劳动力过剩,而农民工又受到城市人口的歧视。机械化生产解放了农民,使当地劳动力过剩。由于大部分农民受教育程度低,因此相关政策需要考虑到农民教育程度低的情况。

第二,农业纯收入太少。近年来,地方经济政策的发展更加多元。其他职业的收入与农业收入相比,农业收入远低于其他收入。大部分农民生产积极性不高,选择方向不同。农村发展缓慢,农产品市场限制较弱,农业生产对市场价格的影响明显,农业年产量常因人为和非人为影响而波动。食品供需和食品价格可能不合理,影响食品安全。

应中央经济劳动委员会和全国农业劳动委员会的要求,增加农业收入成为农业和农业经济活动的

重点。各地区应采取城市经济、劳动经济等多种有效措施,拓宽农民就业渠道,扩大农业发展空间,释放增收潜力,释放第一产业潜力,以达到农民非农收入比重历史增长的最高级别。各地区应强调“主线”,即强调农产品营销与农业经济结构战略协调的主线。高效农业、绿色农业、发展适应性农业要面向国内市场,并与我市农业结构紧密协作,带动市域内其他产业的发展。

三、农产品营销与农业经济发展建议

(一)加强农业政策建设

第一,农业发展必须以科技为基础,农业科技发展必须得到国家农业政策的支持。在营销方面,人们需要关注农业科技。我国新世纪农业科技发展的目标是提高主要领域的技术水平,不断完善农业科技体系,推动农业产业革命。因此,相关部门需要制订适当的战略来促进科学技术在农民中的传播,加强农业科技的推广,发放科普读物,提高农民文化素质水平,还需要支持在各地设立农业科技展定期组织农民观摩,让他们了解和接受机器生产的便利。有关部门还应在相关地点设立科技试点,让农民看到成果,看到科技的力量,让农民放心使用科技产品,提高科技在农业生产过程中的渗透率。

第二,政府不仅要制定补贴政策,还要制定改善生产条件的战略,制定节水措施,提高各地区的农业抗灾能力,并针对不同地市提出不同的自然灾害应对政策。政府将在提供财政担保、与灌溉机构合作实施灌溉措施、在自然资源丰富地市安装灌溉工程系统等方面发挥主导作用。各地政府应实时监测天气和水势,及时加强河岸和农田排水、农田灌溉等相关工作,要向农民传授自然灾害的基本知识,还要为之提供自然灾害的预警,并将自然灾害的影响降到最低。各地区也可以多培育抗旱和抗洪涝的品种,以提高植物在自然灾害期间的存活率。

第三,各地区应制订相关指南,密切监测农药剂量,并要求遵守农药使用说明。各地区不能过度使用或滥用农药,特殊情况下需要对农药产品进行特殊处理和管控。此外,各地政府要制订生态农业政策,加强水土保持,建立多种形式的循环利用措施,合理利用水土资源。农业产生的废弃物应进行特殊处理,尽可能减少环境污染。农村可以建立相应的监督制度,让农民形成土壤保护意识,自觉保护土地和环境。

(二)加强农村经济政策建设

我国农业转移人口流动已进入了家庭化迁移阶段,农业转移人口的市民化是在家庭效用最大化偏好影响下形成的决策。实证结果显示,农业转移人口市民化意愿仍处于较低水平,这与家庭的不完整迁移密切相关。家属随迁和省内迁移显著提升了农业转移人口的城市定居意愿,同时存在以流动距离为表征的制度成本的差异化影响。未来的政策应当以尽量促进农业转移人口家属随迁和近距离安居为目标,保证农业转移人口能在不同地域实现家庭层面上的完整迁移,从而契合“以人为核心”的城镇化要求。

地方经济发展与相关政策的支持息息相关。第一,政策要引导农村经济多方向发展,使其能够吸引大量劳动力,形成自己的产业链。同时,政府要制订相关战略,解决移民工人就业相关问题,鼓励企业留住移民工人。政府还应制订相关福利制度,加快城市发展,为移民工人创造更多的就业机会,可以定期举办相应的资格培训班,特别是针对移民工人的,以此提高移民工人对城市的适应能力。第二,政府要强化农民补贴政策的落实工作,确保资金足额投到农民手中,逐步增强农民对农产品的信心。

四、加强农产品营销与发展农村经济的策略

建设现代农业,加快发展农产品营销与农业经济,需要针对当前存在的问题,特别是从以下几个方面考虑和制订解决方案和对策。

第一,加大农业投资力度,适应农业生产一体化。农业投资要坚持多元化、多渠道、局部投资的原则。国家和地方企业正在努力支持农业发展,以营销引导、倡导和治理机制、农民的力量和动员、社会各方面的发展和开放作为农业的主要活动。地球农业生态市和林网建设,中低农用地改造开发,耕地改良,即农业生产设施的改善,能够维持当今集约化农业的发展。

第二,开发城市能源,促进农村的城市化发展,这是研究农业生产产业化和农村生活城镇化的途径之一,是促进农业经济发展和农民步入富强社会的有效途径。因此,各地政府要通过地方经济发展项目,巩固主体地位,发布规划和实际发展规划,用市域利益和资源推动劳动力发展。一是抓住机遇、投资机遇、吸引机遇、发展机遇、突破机遇。二是依靠自身利益,实现市域发展和规模发展的中断。农业园市和沿线农业园市的建设,推动了金融社会的突围。各地区以参与式协作、城镇体系改造工程

为重点,着力提升城镇整体工程质量,力争更上一层楼,提高效率。各地区要壮大集体经济力量,促进工业化和城镇化发展,引出富余劳动力,支持农业产业,促进工业建设和农业发展。

第三,继续坚持农业科教总体规划,提高农业生产者科技文化素质。科技进步是促进农业发展方式转变的有效手段,是增产增收的关键。为此,各地政府要着力提高劳动者文化技术素质,着力推进基础教育、职业教育、成人教育建设,以转变农业增长方式和快速转化农业科技成果为重点,培养科技型农业专业人才。增强农民的科技兴趣,培养其汲取和应用科技技能的能力,并加快农业转型,优化农业生产经营体制、农业科技产品和手工业,提高科技对经济的投入能力,实现由传统农业向现代农业的转变。

第四,深化改革,发展生产部门,加快发展农业经济,这是加快农产品营销与农业经济发展的动力。相关人员需要理解并掌握“两农两林”概念,优化农地资源配置,整合土地权属,稳定土地承包权,活跃土地使用权,推进庄园建设。为适应经济和产业市场需求,相关部门需要进一步完善现有各类社会服务机构,切实加强以农工企业为核心的行政服务机构和服务主体的能力,发挥村级综合服务功能作用,发挥各类群众性专业协会的服务作用,为广大农民自给自足而加强市场体系建设。各地政府还要着力开展市场建设,为农副产品生产要素营造畅通、良好的环境。

第五,加快实施农业产业化战略。结合国家农业发展规划和地方农业产业化发展战略,各地区一方面要立足于地方,扩大产业原料基地建设,发展农牧业园市,坚持打造优秀品牌,促进可持续发展,

建设当地农业,形成生产基地。农业种植和养殖业发展的初步基地应该因地制宜建立园林、公园和水产蔬菜生产基地,建设产品生产基地。另一方面,各地政府要积极发展“一流”企业。一是鼓励有技术、有业绩的企业利用当地资源发展第三产业及相关产品。二是增强农副业转化和传播能力。三是加强跨市域、跨市域的横向一体化合资和股份合作,形成以农产品和副业产品深加工、销售为一体的企业集团,扩大公司规模,夯实基础。有前景、有竞争力的农产品和副业和项目,应秉持“大、长、名、特、强”五项原则,立足于表面预测和科学论证,敢于实施贸易和销售,同时,各地区还要积极扶持和发展龙头加工企业,并对运输和销售系统进行补贴。按照商、工、农一体化的商业模式发展,大企业和农民已经形成了非常紧密的联系,形成了经济模式,扩大了农业的经济优势,扩大了农业经济领域。

五、总结

在“互联网+”时代,我国的工业化和市场化正在逐步加深,促进农产品营销与农业经济发展的因素很多。因此,相关部门需要为农业考虑,优化农村经济结构,自觉应对农村经济波动,切实提高农村经济发展水平。在营销上,相关部门既要强调农产品营销与农业经济发展,又要保护农民自身利益,保障农民生产动力,并在政府的领导下,建立以企业和农民为主体的农业生产关系,促进农产品营销与农业经济长期稳定发展。

【作者简介】包永婧(1985—),女,内蒙古通辽人,本科,中级农业经济师,乐陵市丁坞镇人民政府,研究方向农业经济。

