

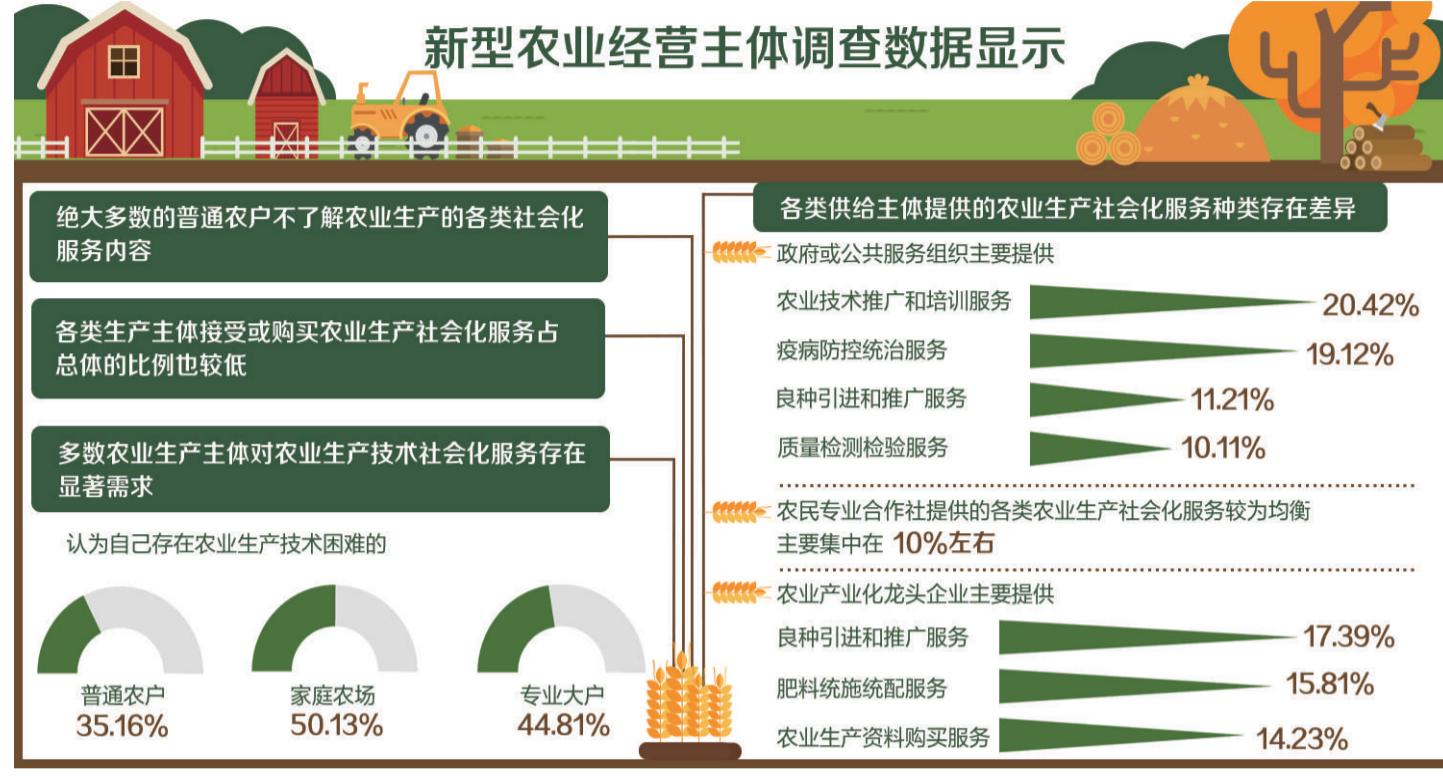
## 《新型农业经营主体社会化服务报告》发布——

## 健全农业社会化服务体系任重道远

经济日报社中国经济趋势研究院新型农业经营主体调研组

## 核心提示

《新型农业经营主体社会化服务报告》显示，目前我国农业生产社会化服务的有效供给能力还比较低，不能完全匹配各农业生产经营主体对农业生产社会化服务的需求。未来，应加快建立“以公共服务机构为依托、合作经济组织为基础、龙头企业为骨干、其他社会力量为补充”的新型农业生产社会化服务供给体系，促进公益性服务和经营性服务相结合、专项服务和综合服务协调发展，增强农业生产社会化服务的有效供给能力。



改革开放以来，党中央国务院高度重视农业社会化服务体系工作，从2004年开始，连续出台十个“一号文件”对“健全农业社会化服务体系”提出要求。2018年，中央“一号文件”着重提出，健全农业社会化服务体系，实现小农户与现代农业发展有机衔接。这说明，实现小农户与现代农业发展衔接成为未来一段时期内我国农业政策的目标，其主要途径便是健全农业社会化服务体系。

目前，我国以家庭承包经营为基础、以公共服务机构为主导，多元化和社会化的市场主体广泛参与的新型农业社会化服务体系不断完善；各农业社会化服务主体在农业生产前、产中、产后的服务上与农民经营有机结合，创新发展出很多有效的农业社会化服务模式。

## 有效供给能力较低

农业社会化服务可以概括为生产、金融、信息、销售四大类服务。其中，农业生产服务又可以分为产前、产中、产后三个阶段。产前，包括农业生产资料购买服务、良种引进和推广服务；产中，包括集中育苗育秧服务、农机作业服务、机播机收等机械化服务、肥料统配服务、灌溉排水服务、疫病防疫和统治服务；产后，包括农产品加工服务、农产品运输及储藏服务、产品质量检测检验服务。从整体上看，目前农业生产社会化服务的普及度较低，仍处于较低发展水平。

2018年度新型农业经营主体调查数据显示，绝大多数的普通农户不了解农业生产的各类社会化服务内容，农户对各类具体服务的了解比例仅在2.74%到9.73%之间，家庭农场和专业大户了解程度相对较高，比例在12.55%到45.87%之间。各类生产主体接受或购买农业生产社会化服务占总体的比例也较低，普通农户接受或购买有关农业生产的服务所占比例在0.87%到6.68%之间，家庭农场在4.66%到23.03%之间，专业大户在4.38%到35.20%之间。

调查还发现，在了解农业生产社会化服务的基础之上，各类生产主体接受或购买相关服务的比例较高，达到50%到70%之间。其实，包括家庭农场、专业大户、普通农户在内的多数农业生产经营主体对农业生产技术社会化服务存在显著需求，有35.16%的普通农户、50.13%的家庭农场、44.81%的专业大户认为自己存在农业生产技术的困难。这说明，未来可通过加大宣传力度，让更多生产主体了解到农业生产社会化服务，更好地满足各主体对农业生产社会化服务的需求，促进农业生产社会化服务的发展。

从农业生产社会化服务的提供方来看，

政府和公共服务组织在农业生产社会化服务供给中扮演着重要角色。在包含政府或公共服务组织、农业产业化龙头企业、农民专业合作社、其他家庭农场或专业大户或普通农户在内的农业生产社会化服务供给体系中，政府或者公共服务组织的占比达到53.97%，远高于其他供给对象。

横向对比各类供给主体，其提供的农业生产社会化服务种类存在差异。政府或公共服务组织主要提供农业技术推广和培训服务（20.42%）、疫病防控统治服务（19.12%）、良种引进和推广服务（11.21%）以及质量检测检验服务（10.11%）。农民专业合作社提供的各类农业生产社会化服务较为均衡，主要集中在10%左右。

农业产业化龙头企业主要提供良种引进和推广服务（17.39%）、肥料统施统配服务（15.81%）和农业生产资料购买服务（14.23%）。

家庭农场、专业大户或普通农户主要提供机播机收等机械化服务（22.15%）、集中育苗育秧服务（11.39%）、农业生产资料购买（11.26%）、良种引进和推广服务（11.26%）。由此可见，政府或公共服务组织主要提供专业技术性较强、与产品质量安全密切相关的农业生产社会化服务，体现了政府或公共组织的专业性和公益性的主体特点。

而农业产业化龙头企业、其他家庭农场、专业大户、普通农户主要提供和实际生产相关的一些农业生产社会化服务，体现了其经验性与经营性的主体特点。

总体来看，目前农业生产社会化服务的有效供给能力还比较低，尚不能完全匹配各农业生产经营主体对农业生产社会化服务的需求。未来，应加快建立“以公共服务机构为依托、合作经济组织为基础、龙头企业为骨干、其他社会力量为补充”的新型农业生产社会化服务供给体系，促进公益性服务和经营性服务相结合、专项服务和综合服务协调发展，增强农业生产社会化服务的有效供给能力。

## 正规金融支持尚待完善

报告显示，在金融服务方面，不同类型的新型农业经营主体获得的金融服务存在显著差异。

与家庭农场和专业大户相比，龙头企业与合作社的规模更大、实力更强，因此他们无论在贷款渠道的数量上还是贷款数额上，实际贷款能力均比家庭农场和专业大户强。其中，龙头企业贷款能力最强，贷款期限更长。调查数据显示，近3年内，龙头企业通过正规金融机构或其他渠道所贷最大金额平均值为598.01万元，最大贷款期限平均值为2.39年；农民专业合作社通过正规金融

机构或其他渠道所贷最大金额平均值为60.64万元，最大贷款期限平均值为1.70年。

就借款渠道和结构而言，龙头企业与农民专业合作社均以人情借贷和商业银行借贷为主。在存在借款需求的企业中，亲朋好友成为企业第一大借款来源，商业银行位居第二。家庭农场和专业大户借款结构中，私人借款则明显占据主导地位，银行和信用社贷款处于次要地位。具体而言，2016年及2017年，家庭农场私人借款平均占比34.65%、34.69%，专业大户私人借款平均占比41.42%、40.02%。

总体来看，尽管新型农业经营主体拥有多元化的贷款渠道来满足融资需求，但是非正式私人借贷或人情借贷所占比重突出，正规金融机构对新型农业经营主体的金融支持尚待完善。

调查发现，在信息服务方面，有相当一部分新型农业经营主体完全没有获取过任何类型的信息。较之于其余三类新型农业经营主体，龙头企业没有获取过任何信息的比重是最低的，但也同样达到了22.40%。

统计新型农业经营主体获取信息的类型、数量前三类为：农技推广类、疫病疫情类和生产经营类。从信息获取来源来看，主要信息来源前三位分别是：县级及以上政府部门信息服务机构、市场、乡镇信息站。整体来看，新型农业经营主体信息获取对政府部门的依赖性较强，市场缺位严重。这说明，我国当前的新型农业经营主体信息供给模式以自上而下的政府主导模式为主，该模式的信息供给与新型农业经营主体的信息需求可能存在脱节，导致信息无效。

就购买农业保险的比例来看，家庭农场、专业大户、普通农户三类经营主体中，大多数主体没有购买农业保险，其中家庭农场购买比例最高、普通农户购买比例最小。2017年，家庭农场、专业大户、普通农户购买农业保险的比例分别为28.36%、22.26%和10.64%，龙头企业购买农业保险的比例略高，为30.68%。

总体来看，四类经营主体对农业保险购买的意愿不是很强烈。对龙头企业的农业保险购买需求进行分析可知，农业保险供给存在险种供给不足、缺乏专业组织、保险条款宣传不到位等诸多问题。

销售服务的需求方主要包括家庭农场、专业大户、普通农户三类经营主体。从调研数据来看，三类主体通过集体和合作社的代

销获得的收入占总收入比重均未超过7%，对代销服务依赖程度较低；就市场营销服务的接受或购买程度而言，家庭农场、专业大户、普通农户接受或购买过市场营销服务的比例分别为9.39%、7.65%和1%，这说明市场营销服务的供给也没有普及。

就市场营销、销售服务的提供主体来看，政府、合作经济组织等公益性质服务比重较大，而龙头企业这个社会化服务的“骨干”提供的经营性服务却没能很好满足各类主体需求，存在改进空间。

## 新型农业经营主体发展指数调查

“新型农业经营主体发展指数调查”项目由经济日报社中国经济趋势研究院负责总体组织与协调，中国人民大学负责调查设计。2016年至2017年开展了“新型农业经营主体发展指数调查”第一期调查，调查涵盖了农民专业合作社、家庭农场、专业大户和农业产业化龙头企业四类新型农业经营主体，对新型农业经营主体的基本情况、经营绩效、发展前景等方面进行了深入调查，共计获取样本5191个。2017年至2018年第二期调查在第一期抽样基础上，从已有的5191个样本中抽取3000个新型农业经营主体样本进行追踪回访，并在新型农业经营主体所在地区选择一定数量的普通农户进行调研，以形成与新型农业经营主体的对照。

调查通过科学抽样、采用现代调查技术和调查管理手段保证调研数据。两期调查均根据调查问卷专门开发了APP应用软件，同时在调查过程中运用了GPS定位、录音和拍照等技术手段，调查地点涉及23个省（区、市）。

本报综合“全国新型农业经营主体发展指数调查”两期数据，从新型农业经营主体整体发展状况、融资、土地流转、新业态、产品品质、社会化服务、精准扶贫七个方面对当前我国新型农业经营主体的发展状况展开系统性分析。



更多  
扫描  
二维  
详情  
请码

## “四轮驱动”提升新型农业经营主体服务力

郑风田 阮荣平 高杰

当前，各类主体尤其是新型农业经营主体提供的农业社会化服务还不能充分满足广大农民的需求，公共服务能力不够强，农业公益性服务能力特别是农技推广、动植物防疫、农产品质量监管等方面还有待提高。此外，还存在农民专业合作社的服务能力有待提升、龙头企业社会化服务供给不足、全盘意识不够、定位水平较低等问题。要提升新型农业经营主体服务能力，需要从以下几方面发力。

一是加快改革政府农业服务机构体制。应以公共服务机构为依托完善其公益性服务职能，进一步确立县级农业服务机构的公益

经营和发展，为农户提供综合且系统的服务。

三是加快提高农业龙头企业的服务能力，完善企业与农户的利益联结机制，进一步加强龙头企业在农业生产社会化服务中的骨干作用。在我国农村经济发展的现阶段，提高农业产业化和农业现代化水平，很大程度上取决于龙头企业的发展状况。首先，龙头企业应该树立服务意识，品牌意识，为农民提供全方位高质量的社会化服务；其次，政府应明确扶持方向，把龙头企业产品的定位放在依托地区资源优势、生产高端产品和具有国际市场竞争力

的品牌产品上，重点支持能够带动地区发展、农民致富的优质企业，并在组织、机构、人员、资金等方面提供并全面落实相关政策。

四是要进一步提高农业社会化服务需求主体尤其是农户对农业社会化服务的认识。通过增加技术指导的频率，引导服务内容与农民需求一致，扩充实用技术指导的内容，提高产前和产后的市场信息服务及产中生产技术指导，从而切实提高服务的效能。

（作者单位：北京习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心）

## 专家观点

新型农业经营主体是未来我国现代农业发展的生力军。但是，我们必须清醒地认识到，在未来相当长的时期内，我国农业在总体上都无法实现户均百亩或千亩以上的大规模经营，户均几十亩耕地的小农户经营将是未来农地经营的常态。也就是说，在未来相当长的时间内，小农户在我国的农业经营主体中将占据相当大的比例。这是由我国特定的人口、资源禀赋所决定的。

正是基于此，2018年中央“一号文件”明确提出，要“统筹兼顾培育新型农业经营主体和扶持小农户，采取有针对性的措施，把小农生产引入现代农业发展轨道”。2018年9月，中共中央国务院印发《乡村振兴战略规划（2018—2022年）》，在提出壮大新型农业经营主体的同时，再次强调要“促进小农户生产和现代农业发展有机衔接”。也就是说，中国特色的农业现代化发展道路，既要注重培育新型农业经营主体，又要注重扶持小农户。

发展社会化服务体系在本质上是实现规模经济的一种手段。规模经济有两种表现形式：一是壮大单个经营主体的经营规模，二是将多个经营主体有机联结、形成集群优势。在经济学上，前者称为“内部经济”，后者称为“外部经济”。长期以来，在探讨我国如何实现规模经济，促进现代农业发展时，往往只关注了如何实现“内部经济”，却相对忽视了如何实现“外部经济”。从我国现实国情看，即便是新型农业经营主体，其单体经营规模与美欧农业发达国家（特别是美国、加拿大等国）相比，仍属于小规模经营。

新型农业经营主体发展指数调查报告的数据显示，家庭农场、专业大户和普通农户平均经营的耕地面积分别是210亩、130亩和12亩。无论是家庭农场、专业大户还是普通农户，如此小的经营规模，在大型农业机械的使用、市场信息的获取、营销渠道的开拓等方面，都很难做到亲力亲为，必须依赖社会化服务网络，通过社会化服务体系，节约交易成本，实现规模经济。因此，在中国特色农业现代化发展道路中，社会化服务体系建设具有重大意义。

相对于新型农业经营主体而言，小农户更需要依靠“外部经济”途径来实现规模经济。因此，社会化服务体系建设不仅要关注新型农业经营主体，还要特别关注小农户。从调查报告提供的数据来看，无论是对各类农业社会化服务的了解还是在农业社会化服务的实际获取方面，小农户都显著低于新型农业经营主体。数据显示，普通农户对于各类具体服务的了解比例仅在2.7%到9.7%之间，而家庭农场和专业大户对农业生产社会化服务的了解程度主要集中在20%到30%之间；普通农户接受、购买有关农业生产的各类社会化服务所占比例在0.9%到6.7%之间，家庭农场在4.7%到23.0%之间，专业大户在4.4%到35.2%之间。但是，这并不意味着小农户对农业社会化服务的潜在需求就小。例如，调查数据显示，35.2%的普通农户觉得存在农业生产技术困难，虽然低于家庭农场的50.13%和专业大户的44.81%的专业大户，但仍然属于一个比较高的比例。

农业社会化服务体系的建设，不仅要关注新型农业经营主体，也要关注小农户，不可偏废。调查数据也显示，新型农业经营主体和小农户对具体的农业社会化服务内容的关注、获取方式等存在一定的差异。这就要求政府在制定农业社会化服务政策时，要注意到这种差异，采取更有针对性的政策举措。

2018年中央“一号文件”和《乡村振兴战略规划（2018—2022年）》都提出，要提升小农户组织化程度，鼓励新型农业经营主体与小农户建立利益联结机制，带动小农户专业化生产，提高小农户自我发展能力。也就是说，建立和完善农业社会化服务体系，包含了两个层面的含义：一是要建立健全面向各类农业经营主体的农业社会化服务体系，二是要把新型农业经营主体建设成小农户与现代农业有机衔接的载体。新型农业经营主体可以通过与小农户之间建立契约型、股权型利益联结机制，实现小农户与现代农业的有机衔接。在这一过程中，新型农业经营主体可以为小农户提供技术培训、市场营销、品牌建设、生产融资等方面的服务。对小农户而言，这些服务不仅是获取社会化服务的重要途径，而且由于高度契合农户需求、高度对接市场需求，往往具有很强的适用性。从调查提供的信息来看，现阶段各类新型农业经营主体在为普通农户提供服务方面，还比较薄弱，还有很大的提升空间。未来，必须要有针对性的激励政策，鼓励新型农业经营主体主动探索带动小农户发展的有效模式。

（作者单位：中国农业大学经济管理学院）

本版编辑 魏倩伟

## 新型农业经营主体带动小农户还需“推一把”

林万龙