



让消费者把生命“浪费”到美好产业上

——农业供给侧结构性改革既求美食经济也要美丽经济

■文 / 邵科

近年来，政府高度重视推进农业供给侧结构性改革，明确了以增加农民收入、保障有效供给为主要目标，以提高农业供给质量为主攻方向，促进农业农村发展由过度依赖资源消耗、主要满足量的需求，向追求绿色生态可持续、更加注重满足质的需求转变的思路。这就要求把增加绿色优质农产品供给放在突出位置，把提高农业供给体系质量和效率作为主攻方向，使农业供需关系在更高水平上实现新的平衡。那么对于农民合作社等农业生产经营主体而言，如何全面把握各种政策导向？又如何将之有效转化为农业生产经营中的正确行为决策？笔者认为，可以做如下思考与探索。

一是致力于塑造一款优质产品，让消费者享口福（养胃）。很长一段时间，我们的农业产业都停留在口粮经济的状态，都在努力探索提高农产品供给能力，解决人民的温饱问题。但随着我国社会经济的发展和农业生产能力的提升，单纯追求数量增长已经不是农业产业的首要命题。因此，对于农民合作社而言，当下要想做好农业产业，就得设法结合自身所处的自然环境条件与生产经营能力，生产出最符合市场需求的优质农产品，让消费者感觉到合作社的产品在“色、香、味、形、触”等感官维度有自己的特色价值。并且，合作社要设法确保农产品品质的稳定性，具备一定的产后商品化处理的能力，还得保持合适的体量，借此提高下游渠道商对于货品的产销对接积极性，使合作社借助优质渠道商更好将优质农产品传递给“识货”的消费者。

二是致力于打造一个优美环境，让消费者饱眼福（养眼）。对于很多农业产业而言，尤其是对于水果等领域而言，面临的现实问题是农产品的收获期可能不超过一个月，剩下的月份农作物没有有效产出，这在某种意义上也是对合作社投入在土地上的资源要素的闲置浪费。与此同时，随着消费者收入水平的提高，他们的消费需求也从品尝美食、满足味蕾，拓展到想去看看田园美丽风光，想去了解美食背后的品牌故事与文化习俗。这也就使得合作社有机会在努力生产优质农产品之外，吸引有意愿的消费者来农场基地参观

体验，让消费者愿意花钱到农场的门票、餐饮更多内容项目上，使合作社可以获得“三产”收入。这其中，为了克服休闲旅游产业可能存在的游客数量因季节、天气和节假日等因素而导致的阶段性波动，需要考虑通过获得工会疗养、中小学社会实践基地等认证，争取到更多、更稳定的团队游客惠顾。

三是致力于营造一种美丽场景，让消费者享幸福（养心）。正如经典的马斯洛需求理论所言，随着人类个体的收入水平等的提升，其对于人生的追求境界会从生理和安全需求逐步提升到社交、尊重甚至自我实现等需求。这也就意味着，随着社会经济发展，消费者对于农业的多功能需求不断增长，这其中最高的境界正在于通过美丽场景营造，让消费者不仅可以在农场基地吃到美食、看到美景，更可以有一种“让心灵去旅行”的养心体验，让消费者白天浸润在如诗如画的绿水青山里，晚上徜徉在如梦如幻的满天繁星中，让消费者可以真正放松身心，如痴如醉地乐在其中、不愿回家。这样的美丽产业就不愁没有前景和“钱途”。当然，要达到从美食经济到美丽经济的华丽转身，让消费者把生命“浪费”到合作社所经营的美好产业上，需要一些门槛和条件，比如是否临近城镇与景区（可以低成本引来客流），是否有非农用地指标或者现成的设施场地（用来建造多功能服务设施），产品品类本身是否有二三产业功能拓展、融合发展的弹性空间等，还得考虑合作社自身的人才和资金实力等。因此，合作社要因地制宜、量力而行地探索农业供给侧结构性改革的思路，跳脱出销售农产品赚差价的狭隘思路，摆脱对农村经纪人的销售渠道依赖，更好实现农业产业增值和经营主体增收。合

〔本文为国家社会科学基金青年项目“基于环境嵌入的农民专业合作社治理及其优化研究”（编号：14CJY042）的阶段性研究成果〕

（作者单位：农业农村部管理干部学院）

栏目编辑：康晨远