

基层供销社要素流动与乡村振兴路径机制研究

黄开华 王凡 皮小玲 陈剑秋 贾英

西南医疗健康产业投资集团有限公司

DOI:10.12238/ej.v7i9.1924

[摘要] 目前,乡村振兴的制约因素主要在于人才、资金、数据以及土地要素的流动性不强,企业不“下乡”,导致乡村振兴面临人才短缺、资金短缺等问题。基层供销社在经历了多年的发展,在全国各地建立了庞大的生产流通销售网络,在汇聚人才、资本、数据和土地等要素方面具有显著的优势,在促进要素流动下乡,促进乡村振兴方面具有重要作用,但是受限于基层供销社存在的问题,其作用并未充分发挥出来,对此,提出建立全国基层供销社“一张网”、系统内供销社“一张网”、乡村振兴不同涉农主体“一张网”三张网建设,激发基层供销社的作用,加快要素流动,助力乡村振兴。

[关键词] 基层供销社; 要素流动; 乡村振兴; 路径分析

中图分类号: F721 文献标识码: A

Research on the Factor Flow and Rural Revitalization Path Mechanism of Grassroots Supply and Marketing Cooperatives

Kaihua Huang Fan Wang Xiaoling Pi Jianqiu Chen Ying Jia

Southwest Medical and Health Industry Investment Group Co., Ltd

[Abstract] At present, the constraints of rural revitalization mainly lie in the weak mobility of talents, funds, data and land elements, and the fact that enterprises do not "go to the countryside", resulting in the shortage of talents and funds for rural revitalization. Grass-roots supply and marketing cooperatives have experienced years of development, established a huge production, circulation and sales network throughout the country, and have significant advantages in bringing together talents, capital, data and land and other elements, and play an important role in promoting the flow of factors to the countryside and promoting rural revitalization, but limited by the problems of grass-roots supply and marketing cooperatives, its role has not been fully exerted. The construction of three networks stimulates the role of grassroots supply and marketing cooperatives, accelerates the flow of factors, and helps rural revitalization.

[Key words] grassroots supply and marketing cooperatives; factor flow; rural revitalization; Path analysis

一直以来,农村由于交通、网络等基础设施建设的不完善,物流成本较高,鲜有大型企业下乡,农民依靠家庭联产承包制度、农业经济合作社、土地承包等方式来增收,但收效甚微,企业不下乡,人才不向乡村流动,资本不向乡村集聚,技术不向乡村落地,这些依旧困扰着乡村振兴向高质量发展。如何更好更快更加持续为乡村振兴集聚人才、资本、数据等要素是破解乡村振兴的痛点难点堵点的重要环节,这些要素的流动亟须一个综合的平台,而基层供销社在要素集聚方面具有天然的优势。

基层供销社是为“三农”振兴发展的合作经济组织,是党和政府做好乡村振兴工作的重要载体,其系统涵盖了各个省市的供销机关、基层社和社有企业等各类主体,是链接消费与供给、城市与农村、不同区域的桥梁。经过四次改革,基层供

销社的职能逐步发展,从传统的、单一的、统供统销的带有计划经济特色的协同主体,转变成市场化、综合化、系统化的为三农服务的主体。2017年的一号文件,为基层供销社的改革指明了方向,面对新形势新要求,基层供销社乘风而上,进行一系列改革,积极响应落实国家领导人有关农业农村发展的精神,积极推动生产、供销和信用“三位一体”共同发展,加快土地托管、统防统治、收储加工、电子商务、农村合作金融等新业务新模式的开展,加快人才、资本、数据、土地等要素向农业农村的集聚。

研究基层供销社在要素流动乡村的重要优势,探索基层供销社推动要素向乡村流动的路径,对于推动乡村振兴具有重要意义。

1 基层供销社的优势

对比推动乡村振兴相关主体来看, 农业合作社是主要为联合农民的经济合作社, 主要在于农业生产、加工和销售等方面的职能; 农村信用社的主要职责是为农业发展提供金融支持; 邮政局主要职能是快递服务, 不参与农产品的生产、加工和销售等环节, 相较于以上乡村振兴的主体, 基层供销社作为综合性的主体, 从图可以看出, 供销社系统包括了供销社总社、省市社、基层社以及社有企业等多个主体, 其中, 企业的类型主要包括有农产品生产加工类, 零售批发类, 金融电商物流等服务类企业, 完备的系统和全面的企业类型, 能够为基层供销社改革发展提供在人才、资本、数据等要素。

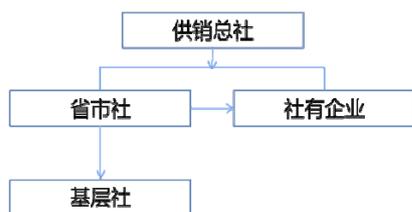


图1 供销社系统图

人才流动优势一方面, 供销社系统内人才数量多, 能够为基层供销社改革发展提供大量的人才流动支持。据中国供销网数据显示, 截至2020年底, 全国供销社系统共有职工326万人, 其中大专以上学历人员为34.2万人, 本科学历14万人, 研究生学历1.2万人, 在供销社系统内的人员都可以向基层供销社流动。另一方面, 供销社系统内的专业广泛, 能够为基层供销社的发展提供全面的专业人才支撑。供销社的业务范围包括了土地托管、农业生产加工、金融服务、电子商务、物流运输等多个业务场景, 既有业务骨干人才, 也有专家智囊团, 汇聚了全面的专业人才, 能够在农业农村发展中的生产、加工、流通以及售后的多个环节提供人才支撑与指导, 推动多样多源的人才下乡支撑乡村振兴。

资本流动优势一方面, 供销社具有市场化属性, 其资金支撑更加自由且多元。供销社作为企业法人, 本身需要通过投资等金融服务来进行农业投资, 与农村信用社等金融服务机构提供涉农贷款等方式不同, 供销社可以以自有资金、贷款等资金, 通过股权投资、注资以及其他金融服务的方式, 将资本要素聚合起来, 投资农业农村建设与发展, 此类方式能够有效弥补农村信用社只针对农民或农村合作社贷款对象单一、贷款规模小等缺点, 将资金聚合能够投资投入大收益高的项目, 显著促进农业发展。另一方面, 供销社具有政策化属性, 有别于天使投资、创业投资等产业投资机构、基金, 供销社天然需要服务农业农村发展的职能, 需要为农村农业的发展提供资金支持, 这是供销社成立之初所具备的天然属性。

数据流动优势一方面, 供销社系统内的企业种类多, 涵盖了农业发展的生产、加工、流通、销售等多个环节, 贯穿于农业发展的产业链, 汇聚了农业、金融、批发零售业等一、二、三产业的农业发展数据, 同时, 也能汇聚不同企业类型的各类数据。利

用这些全面海量的数据, 能够容易且精准发现农业产业的薄弱环节, 补齐产业链短板。另一方面, 供销社联通了生产与销售两个环节的数据, 是能够干预调整生产环节的重要主体, 在销售端, 基层供销社可以通过电子商务的业务板块充分分析和预测消费市场的偏好、规模, 并向生产端进行反馈, 并及时调整生产和加工的种类, 基层供销社通过合作成立农村合作社、自有农业生产加工企业等形式, 能够利用消费端所反馈的数据进行及时高效精准调整, 改变以往农产品只管生产不管销售的传统模式, 通过以销售定生产的方式调整农业结构, 推动农业的发展。

土地托管优势数据显示, 2021年全系统共有托管土地1.9亿亩, 通过集中土地托管模式, 一方面, 基层供销社能够集中土地资源, 加快农业机械化规模化转型, 加快农业生产托管服务规范化、规模化进程, 推广应用先进农业机械和农业技术, 促进小农户和现代农业发展有机衔接, 促进农业增效、农民增收。另一方面, 基层供销社的土地托管业务, 能够有效盘活农村闲置土地, 加快土地流转, 加速土地价值释放, 从而为农民增收拓展渠道。

2 基层供销社存在的困境

要素聚合存在差距 一是人才素质有待提升。一方面, 基层供销社的人员平均文化水平较低, 数据显示, 2020年, 本科及以上学历占比才4.66%, 研究生学历占比才到0.33%, 高学历人才较少, 导致基层供销社的从业人员知识结构不合理, 系统内懂生产、销售、管理等方面的综合性人才数量较少, 基层供销社面临“人才知识结构失衡”问题。另一方面, 基层供销社的新鲜血液较少, 从数据来看, 2020年, 基层供销社45岁以上的员工占比为33.3%, 35岁以下的人员占比仅为30.5%, 人员年龄结构偏大。同时, 基层供销社缺乏市场化竞争的人才, 数据显示, 2020年底, 全系统实现自收自支的企业为135个, 占全系统企业数量的4.8%, 大部分从业人员的工资主要还是财政拨款, 导致从业人员的市场化竞争意识薄弱。二是数据要素价值挖掘不深。一方面, 数据共享难, 尽管基层供销社的社有企业覆盖了农业发展全环节, 拥有海量的生产消费数据, 但是, 各个企业之间的数据贡献程度偏弱, 特别是上下游产业链条上的企业数据贡献程度较弱, 没有实现完全数据共享。另一方面, 数据价值还未有效挖掘, 基层供销社掌握了大量的消费数据, 本可以通过算法、模型等大数据分析技术来预测消费市场的发展, 但是由于缺乏专业的人才和数字化转型能力偏弱, 大数据技术与基层供销社的结合程度不深, 导致大量数据价值未发挥出来。

基层供销社分布不均一是规模东西部分布不均。据企查查数据显示, 截至2023年6月底, 全国共有156017家供销社法人机构, 其中东部地区共有79481家, 占全国比重50.95%, 东部地区的供销社法人主体占全国比重在一半。中部地区共有38228家, 占比为24.50%, 西部地区共有38308家, 占比为24.55%, 中西部地区合计占比不超过50%, 数量存在东西部分布不均匀。二是实力东西部分布不均。据中华供销总社数据显示, 2021年供销社区域销

售额占比中,江苏省占比为8.79%,安徽省占比为7.52%,湖北省占比为7.36%,浙江省占比为6.27%,福建省占比为6.25%,河南省占比为5.00%,这六个省份合计占比就超过了40%,销售规模主要集中在中东部农业大省。

合作不密切一是与农民合作不深入。尽管基层供销社通过构建为农服务综合平台,领办创办农业合作社等形式,加强了与农民的联系,但是合作深度和广度都有待拓展。一方面,部分基层供销社作为独立法人主体资格,实行自收自支模式,这就导致基层供销社在经营过程中,以“经济效益”为导向而不是以“为农服务”为导向,偏离了基层供销社的宗旨。另一方面,农民采取自愿参与基层供销社,在基层供销社中缺乏话语权,多数基层供销社与农民的是“合而不作”,农民出资、农民合作、农民收益的合作机制尚未建立健全,与农民的合作关系不够紧密,基层供销社的生死存亡与农民不存在紧密的关系。二是与其他主体合作不深。基层社、综合服务社、专业合作社等主体相互融合、联合发展的意识相对薄弱。一方面,合作模式有待创新,“三社”合作模式主要在于“人员”“资源”等要素的合作,但是对于股份合作机制还未充分完善,主要原因在于:第一,产权界定不清晰,第二,分配机制不合理。另一方面,合作广度不够,部分基层供销社与农村信用社等服务机构融合不深,贷款方式依旧是抵押贷款为主,导致部分基层供销社,特别是小规模无抵押物的供销社没有办法获取足够的资金进行下一步发展。

3 基层供销社促进要素流动的路径

在要素向乡村流动的过程中,需要突破区域壁垒、主体壁垒和行业壁垒,这需要发挥基层供销社的纽带和桥梁作用,汇聚相关主体的优势,主要有三种机制:一是融合发展机制,通过融合发展机制,将农民专业合作社、农村信用社等相关主体集合起来,打破以上几类涉农主体之间的主体壁垒,充分发挥农业合作社在人才方面的优势、农村信用社在资金方面的优势,以共同发展、互惠互利的形式,加快三类涉农主体之间的要素流动;二是合作对接机制,通过合作对接机制,将不同地区的基层供销社、基层供销社系统内不同企业等主体联合起来,合作对接机制主要可以分为三个类别,一类是不同基层供销社之间的合作,可以采用定向供货定向销售的模式,由消费市场的基层供销社与生产地的基层供销社签订统一的销售合同,来促进消费端与生产端之间的数据流动;二类是不同企业之间的合作,可以通过股权投资、合资成立等方式,加快系统内特别是金融服务类型的企业资金流动。三类是人才的流动,可以通过专家外聘、共同培养等方式来促进高端人才下乡指导,乡下人才进一步深造学习。三是组织重构机制,当前,基层供销社与农民之间的距离越来越远,主要在于农民在基层供销社中不存在话语权,利益分配等激励机制不完善,导致农民不愿不想参与基层供销社,因此,需要通过组织重构,尊重农民在基层供销社中的主体作用,将农民手中的技术、土地等资源汇聚起来,加快土地流转。

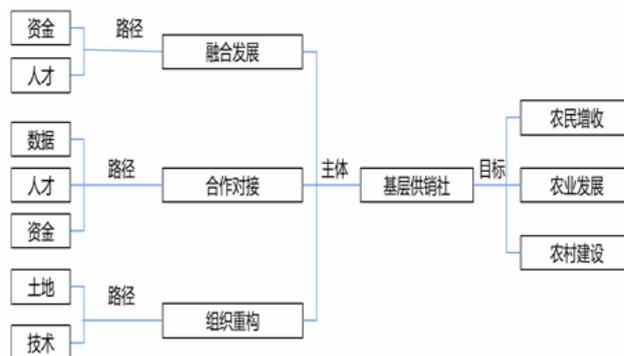


图2 基层供销社促进要素流动的三种路径

4 基层供销社发挥职能推动乡村振兴的对策建议

建立全国基层供销社“一张网”由于我国区域经济发展的不协调,农产品的供给市场与农产品的消费市场存在不完全吻合,对于中西部地区而言,部分农产品产地没有庞大的消费市场消费本地的农产品,而东部地区又缺乏大量的农产品供应,这就需要发挥全国基层供销社的作用,构建东西部基层供销社“一张网”,加快农产品流通,实现生产与销售对接。一是加快基层供销社的“商品”链接,推动商品从供应地向消费市场流动,合理区分不同区域的基层供销社的职能,在消费市场的基层供销社主攻销售,可以采用社区团购、社群接龙、定向单位采购等方式提前锁定消费需求,农产品产地的基层供销社主打生产,严格控制农产品品质和质量,加快农产品质量评级打造。二是加快基层供销社的“数据”流动,推动数据从消费端流向生产端,鼓励基层供销社通过电子商务等业务模块,广泛收集消费者偏好与需求,通过算法、模型等大数据分析技术,分析和预测消费者预期,并将预测结果与系统内的生产地进行精准匹配,改变传统“以生产定销售”模式,向“销售定生产”模式,并进行精准协调,改善农产品“大小年”的问题,实现消费与供给平衡,推动农产品价值实现。

建立系统内基层供销社“一张网”供销社系统内的企业覆盖了农业发展的各个环节,集聚了各个环节的人才、技术,是支撑乡村振兴的重要载体,应该加快推动系统内供销社的合作与数据共通,打造系统内助力乡村振兴“一张网”。一是加快鼓励企业“下乡”,鼓励系统内的农产品加工企业积极下乡设厂,拓展农产品深加工链条,提升农产品的价值;鼓励系统内的物流企业积极下乡,不断完善农产品的冷链物流设施、城乡配送中心、前置仓等物流基础设施建设,降低农产品的物流成本,缩短生鲜农产品的配送时长;鼓励系统内的零售批发企业积极下乡,加快农产品品牌差异化打造,提升农产品的品牌价值。二是鼓励资本“下乡”,鼓励系统内的金融服务机构通过股权投资、天使投资、战略投资等方式,参与乡村振兴市场化项目建设,通过设置一定指标,鼓励金融服务机构参与公益化的项目。三是鼓励人才“下乡”,充分发挥供销社系统人才多专业全的优势,鼓励系统内的专家学者、技术人员积极下乡指导,通过选派、课题合作等方式为乡村带去知识与技术。

建立乡村振兴不同涉农主体“一张网”乡村振兴涉及农业发展、农村建设以及农民增收等多个领域,需要不同涉农主体加强合作,融合发展,依托各自的平台与优势加快土地、技术、资本和人才等要素流动,共同构筑乡村振兴“一张网”。一是加快基层供销社与农民之间的产权流动,加快公司化、企业化合作模式试点推广,鼓励农民通过土地、资金、技术的要素入股,加快完善合作架构,推动农民向股民转变,保障农民在基层供销社的话语权、收益权,调动农民积极参与基层供销社的积极性,加快利益分配机制设计,明确“三社”的产权,采用利润返还、股份分红等方式与各类涉农主体融合发展。二是加快基层供销社与金融机构的资本流动,鼓励基层供销社和农村信用社等金融机构的金融合作,通过建立农民信用评级、基层供销社信用评级等信用评级体系,打破传统抵押贷款模式,鼓励金融机构基于信用评级,推出合作社发展专项基金、贷款利率优惠、信用贷款、联合贷款等金融产品,缓解合作社融资难融资贵融资少等资金约束。三是加快不同涉农主体之间的人才流动,鼓励农业合作社的种植技术人员积极参与基层供销社技术指导,鼓励基层供销社的相关管理人才积极指导农民合作社管理,加强人才双向流动。

5 结论

基层供销社作为在专业、系统、综合的为农服务主体,在突破乡村振兴要素制约方面能够发挥重要作用,但是,受限于自身实力、合作机制滞后、分配机制不清晰等原因,其重要作用尚未充分发挥。基层供销社应该通过融合发展、合作对接以及组织重构三种类型的机制,打破不同主体、不同行业、不同区域等壁

垒,加快“三张网”建设,促进人才、资本、数据、土地等要素向乡村流动,助力乡村振兴事业发展。

[基金项目]

泸州市哲学社会科学重点研究基地·川南区域经济研究中心2023年度区域经济发展研究课题(课题编号:CN202310)。

[参考文献]

- [1]刘宜敏.泸县基层供销合作社发展影响因素及对策研究[D].四川农业大学,2022.
- [2]冷杰.新形势下四川省供销社为农服务职能的实证研究[D].四川农业大学,2021.
- [3]于曼曼.供销社基层社的发展困境及改革探讨[D].山东农业大学,2018.
- [4]郭云,杨韬,阳邦生.基层供销社“三合三融三联”发展之道——对川南地区基层供销社建设发展情况的调研[J].中国合作经济,2018(08):35-39.
- [5]陈盈.新形势下基层供销合作社职能定位及对策研究[D].华东政法大学,2015.
- [6]董岩.农村基层供销社生存与发展的研究[D].山东农业大学,2010.
- [7]朱建文.基层供销社回归“三农”的必要性、可行性及其对策研究[J].经济问题探索,2007(09):104-107.

作者简介:

黄开华(1988--),男,汉族,四川江安人,本科,西南医疗健康产业投资集团有限公司,高级会计师、税务师,研究方向:混改企业治理、企业财务管理。