



近年來，農產品滯銷事件頻頻發生，尤其是今年受疫情影響，農產品銷售遇到了物流受阻、消費需求下降等「攔路虎」。10月15日，全國政協召開以「解決農產品銷售難問題」為主題的雙周協商座談會，中共中央政治局常委、全國政協主席汪洋主持會議。他強調，要深入領會習近平總書記關於「三農」工作的重要論述，以推進農業供給側結構性改革為主線，以市場需求為導向，以增加農民收入、提高農業綜合效益和競爭力為核心，協同發揮政府和市場「兩隻手」作用，更好解決農產品銷售難問題，讓農民群眾得實惠。委員和特邀代表圍繞農產品供給結構、品牌建設、流通體系、市場監管等建言資政。

香港文匯報·人民政協專刊綜合報道



汪洋主持會議並講話。新華社

人民政協

全國政協授權香港文匯報主辦
香港友好協進會協辦

專刊

第373期



協同政府市場「兩隻手」 解決農產品銷售難題

湖南吉首市民在農產品產銷對接活動現場品嚐十八洞獼猴桃。新華社



在浙江余姚，遊客可通過「農合聯」服務社購買當地特色農產品。新華社



唐山開平區引導農民採取「公司+集體+農戶」的模式發展無花果種植。新華社

大家認為，近些年，有關方面圍繞解決農產品銷售難問題做了大量工作，我國農產品市場運行總體平穩，貨真、價實、質優產品供不應求。在新冠肺炎疫情衝擊下，農產品生產流通體系經受住了考驗，各類產品供應充足、價格穩定，體現了制度優勢。受長期以來供求結構不平衡、產銷信息不對稱、相關基礎設施不健全等因素影響，農產品區域性、季節性、結構性銷售難現象依然存在，值得高度重視。

加強規劃引導和宏觀調控

委員們建議，解決農產品銷售難問題，要抓住我國構建新發展格局的契機，健全現代農業產業體系、生產體系、經營體系，推動農產品流通標準化、信息化、組織化，破除農業小生產與大市場的矛盾。要加強規劃引導和宏觀調控，健全覆蓋農產品生產、流通、消費全鏈條信息監測和發布平台，大力發展訂單農業，減少生產盲目性。要適應居民消費升級需求，增品種、提品質、塑品牌，打造一批區域公用品牌和「小而美」的產品品牌。要加強農產品流通體系建設，更好發揮供銷社「國家隊」作用，同時大力發展電子商務，加強農村電商人才培訓，打通農產品「出村進城」通道。要加強流通基礎設施建設，落實用地、用電、資金、稅收等支持政策，加快補齊冷鏈物流等設施短板，降低損耗率、提高溢價能力。要探索「訂單農業+保險+期貨」試點，規避農產品價格波動風險。要強化農產品質量監管能力建設，完善相關法律法規和技術標準，落實地方政府監管責任。

完善產業鏈打通供應鏈

「農民『賣難』問題形成的原因有很多，其中一個重要因素就是產需失衡，供給與需求不完全適應。」全國政協農業和農村委員會副主任陳曉華直指問題。他表示，隨著農業綜合生產能力增強和農產品消費升級，過去只管生產、不問需求，只重數量、忽視質量效益的思維方式和工作模式已不符合形勢發展的要求。陳曉華認為，農業生產要尊重自然和經濟規律，以需求為導向、引導農民按需生產是打通農業產業鏈、供應鏈，促進產業循環的重要任務和緩解農民「賣難」的重要抓手。他建議，注重發展規劃引導，科學劃定糧食功能區、重要農產品保護區、特色優勢農產品示範區，進一步明確各重點農產品種和產業的適宜範圍與發展規劃，加快完善優勢農產品區域布局規劃，形成科學的農業規劃體系，以此引導產業結構調整。全國政協委員溫雪瓊表示，目前我國農業產業深加工不深，初級產品多，「大米只是大米，香蕉還是香蕉」現象普遍。要有效破解農產品銷售難題，必須推動深加工產業高質量發展，注重延鏈融產，增強產業動能；注重農產品深加工龍頭企業培育，形成多層級鄉村產業「新雁陣」；加速產業集聚，提高競爭優勢；優化政策保障，強化科技支撐，大力支持農產品深加工共性技術、專用品種及配套技術研發和成果轉化。

在全國政協委員歐陽澤華看來，我國「三農」領域市場化發育相對滯後，部分地區存在農產品銷售不暢等問題，金融支持農產品銷售面臨諸多制約。他認為，要積極培育壯大新型農業經營主體，推動涉農龍頭企業建立完善產銷密切銜接、利益緊密聯結的農業供應鏈，並引導金融機構通過開展應收賬款質押融資、應收賬款保理融資、存貨質押融資、預付賬款融資等模式，更好滿足農業生產以及銷售中的金

融需求。同時，加大對農產品市場供需形勢研判、信息發布和政策指導，強化對農產品流通領域相關產業政策的宣傳，提升農業生產主體風險管理意識。

「品牌強農」杜絕假冒偽劣

「農業的數字化水平滯後，農產品質量不穩定、難以標準化、產銷信息不對稱等是導致農產品銷售難的主因。」作為以農產品起家的新電商平台，拼多多CEO陳磊表示，希望有關部門推動建立有公信力的分類分級農產品統一標準，確保消費者購買到符合自己預期的農產品，更好解決農產品銷售難問題。陳磊還表示，農業數字化改造需要既懂農業、也懂電商的數字農業「新農人」，建議相關部門加大資源傾斜，各頭部電商平台專人專崗，構建政府、高校和電商平台等通力合作的新培養模式，破解「銷售難」的人才瓶頸。在全國政協參政議政人才庫特聘專家劉平均看來，好品牌的農副產品不愁賣，並且優質優價，供不應求。而大量的農副產品沒有實現品牌效應，「賣難」問題突出。他建議把「品牌強農」列入「十四五」規劃，重點培育農副業區域公用品牌。相關部委建設「國家公用品牌購銷平台」，延伸到鄉鎮一級，實施從種植養殖、生產加工，到銷售的全過程追溯技術，杜絕假冒偽劣商品進入平台，樹立品牌正能量，引導市場消費。「必須優化設計，細化分類，強化能力，全面提升農產品銷售市場監管水平。」全國政協委員陳星鸞建議，要優化法律法規體系、技術標準體系和監管權責體系，保障農產品銷售市場高水平監管；要細化農產品品類表述、農產品市場業態分類和農產品監管處罰標準，引導農產品銷售市場高水平監管；要強化市場開辦者與經營者能力建設、職能部門監管能力建設和地方政府綜合統籌能力建設，支撐農產品銷售市場高水平監管。

加快流通體系建設 贏在「最初一公里」

近年來，在國家扶持和「互聯網+」政策的影響下，全國各地不少農戶農場、農產品協會開始搭建起農產品電商平台，開闢農產品的線上流通渠道。「電商+農業」以其跨時空、高效、便捷的營銷模式，受到越來越多農戶和消費者的認可和青睞。統計顯示，今年上半年，全國農產品電商銷售額近2000億元，同比增長39.7%。雖然農產品電商平台發展迅速，但在全國政協經濟委員會副主任房愛卿看來，目前農村電商發展遇到的最大問題是物流發展滯後，鮮活農產品上市儲存時間短，有些規模小，地域分散，物流公司經營困難。農產品銷售「最初一公里」的物流已成為農村電商的堵點。「要加快農產品流通體系建設，推動建立解決

「賣難」的長效機制。」房愛卿認為，應充分發揮財政資金的引導作用，按照農村電商物流發展規律，支持農村各類物流企業互聯互通，形成合理的分工合作模式，優化流向布局，提高物流質量和效率；支持開展工業品下鄉和農產品進城雙向物流，降低空駛率；鼓勵在若干個偏僻區域交匯處建立小型集裝區，由農民自行負責「最初一公里」物流，將農產品運到集裝區。鼓勵具備條件流通企業向生產環節延伸，農業經營主體向流通領域延伸。全國政協農業和農村委員會副主任王俠則認為，我國農產品電商普遍存在着品牌知名度低、同質化嚴重、盈利能力弱等問題，需要加強規範、引導和扶持。目前我國冷鏈資源碎片化嚴重，組織化水平較低。她建議支持有實力的流通企業通過兼併重組等方式，對分散的冷鏈資源進行整合，加快形成全

國冷鏈物流骨幹網。「目前我國農產品冷鏈設施『最初一公里』方面存在着產地冷鏈基礎設施薄弱，冷鏈設施設備季節性閒置，運營主體面臨諸多困難等問題。」全國政協委員、北京二商集團有限責任公司總工程師唐俊傑表示，農產品產地冷鏈「最初一公里」滿足了農產品跨地域、大流通、反季節的現實需要，成為產地農產品流通的「蓄水池」和「新渠道」，有利於減少農產品產後損失，提高農產品附加價值和溢價能力，解決農產品「賣難」。「加強冷鏈基礎設施建設，助力農產品進入城市消費市場，已成為『賣難』癥結的破局關鍵。」她建議，科學規劃，合理布局，優先在鮮活農產品主產區、特色農產品優勢區和貧困地區統籌推進農產品產地冷鏈設施建設。以產地為主體，健全完善產



上海市對口支援新疆，引導農戶標準化種植，打通農產品進城物流。新華社

後預冷、貯藏保鮮、分級包裝等環節，加快補齊農產品冷鏈設施「最初一公里」短板。建立面向全國的專家團隊，為冷鏈物流設施建設薄弱的農村地區提供涵蓋產業規劃研究、技術研發、項目決策、建設和運維支持，以及人才培訓等環節的全生命周期智力支持，做好頂層設計。