



把农业建成现代化大产业

2026年中央一号文件强调“努力把农业建成现代化大产业”,为加强现代农业建设提供了方向指引。《加快建设农业强国规划(2024—2035年)》提出,“加快构建粮经饲统筹、农林牧渔并举、产加销贯通、农文旅融合的现代乡村产业体系,把农业建成现代化大产业”。“十五五”时期,加快农业农村现代化具备诸多有利条件,农业发展既迎来新的机遇,也需破解梗阻和难题。如何全链条推进农业产业体系升级、提升农业综合效益,特邀专家围绕相关问题进行研讨。



资料图片

完善粮经饲统筹发展机制

为什么要统筹发展粮食作物、经济作物和饲料作物?如何夯实农业现代化基础,让种地更有赚头、产业更可持续?

李军(中国农业大学经济管理学院副院长):统筹发展粮食作物、经济作物和饲料作物,是新时代提升农业综合生产能力和质量效益的关键举措,也是树立大农业观、大食物观、构建多元化食物供给体系的现实要求。“十五五”规划建议围绕“提升农业综合生产能力和质量效益”作出部署,强调“坚持产量产能、生产生态、增产增收一起抓”。这就需要超越单一增产思维,进行系统性的结构调整与功能优化。推动粮经饲三大类作物协调发展,不再是对种植比例

进行简单调整,而是从保障国家粮食安全和重要农产品稳定安全供给的战略高度,统筹考量耕地资源、市场需求及生态承载能力,达到稳产量、提产能、优生态、促增收的多维目标。

近年来,我国持续推动农业产业结构调整,统筹粮经饲发展已在实践中取得一定成效。然而,与全球主要农业强国相比,我国农业整体竞争力较弱,尤其是饲料粮领域短板突出。我国粮食进口主要用于饲料粮消费,按照当前我国饲料转化水平计算,饲料用粮占粮食总消费量的比重超五成。预计到2035年,我国玉米等能量饲料缺口将超800万吨,大豆等蛋白质饲料缺口将超1.24亿吨,

这会对我国粮食安全形成潜在威胁。

从微观层面看,经营主体中的小农户获取规模收益和分析市场信息的能力薄弱,决策往往依赖滞后的市场价格信号,极易陷入被动。受经营规模限制,单一的收入来源导致小农户风险抵御能力较弱,自然灾害和市场价格波动等风险可能对其生计造成重大冲击。在信息不对称和风险厌恶的双重因素下,小农户在种植结构调整中会偏向熟悉传统的传统作物。

从中观层面看,当前我国农业各产业环节之间协同不足,阻碍了循环农业体系的构建与整体价值的提升。具体到粮经饲三大类作物,其突出问题在于

种植与养殖在空间、主体与利益上普遍分离,产业链条短,加工程度低,农业利润大量流失在流通领域,产区难以分享全产业链的增值收益。

从宏观层面看,缺乏权威、透明、及时的全国性生产与市场信息服务平台,风险分散与抵御体系尚不健全,农业保险的覆盖广度与深度不足,尤其是针对经济作物和饲料作物的创新型保险产品稀缺;社会化服务体系支撑能力薄弱,贯通产前、产中、产后,涵盖科技、金融、物流、品牌等领域的专业化市场化服务供给不足,特别是高水平的农业社会化服务组织在数量、规模和能力上均有待提升。

破解上述梗阻,需超越“就生产论生

产”的传统思维,构建政策精准引导、市场高效调节、产业链紧密协同的长效机制,为粮经饲统筹发展奠定坚实基础。

一是强化政策引导,助力小农户与现代农业有效衔接。政策的主要功能在于稳预期、兜底线、促公平,针对我国以小农户为主体的农业微观基础,需突出精准性与倾斜性。

二是推进协同发展,创新多元合作模式。一方面,培育农业社会化服务主体,重点扶持专业化农业服务公司、合作社联社、产业协会等组织,为小农户提供从种到收、从产到销的全程托管;另一方面,在粮油加工、饲料生产、食品制造、生鲜零售

等领域,遴选并培育一批具备产业链整合能力的“链主”企业,发挥其引领创新方向的示范作用。

三是完善市场调节,提升产业竞争力。市场机制是配置农业资源的重要手段,唯有持续完善市场体系,才能让价格信号更精准、资源配置更高效、风险对冲工具更管用。一方面应通过信息服务平台等渠道,向小农户和新型农业经营主体提供免费易懂的市场分析与预警服务。另一方面需加快构建现代农产品流通体系,支持产地建设冷链仓储、分级包装等商品化处理设施,发展电商直采、社区团购等短链流通模式,减少中间环节,把更多利润留在产区。

激活农林牧渔生态价值

怎样协调耕地、山林、水域等资源利用,提升农业资源环境承载力,推动生态保护与农户增收共赢?

胡向东(中国农业科学院农业经济与农村发展研究所所长):山林、水域、耕地、草地等资源共同构成农业生产的生态本底,农林牧渔“一盘棋”发展是构建现代农业产业体系、生产体系、经营体系的必然要求,有利于提升资源要素的系统产出效率和综合承载力,助力解决当前我国农业存在的一些结构性矛盾。

从需求侧来看,老百姓的营养需求日益多元化、全面化和均衡化,食物消费结构升级,从吃得饱向吃得好、吃得

营养健康升级,但生产端仍存在普通产品阶段性过剩,优质、功能性农产品以及关键饲料品种供给不足的问题。此外,产业链条较短,标准化、品牌化、精深加工能力偏弱。2025年,我国主要农产品加工转化率为75%,低于发达国家水平,与建设现代化大产业要求存在差距。

从供给侧来看,农林牧渔各行业长期“单打独斗”,对资源间、产业间物质循环考虑与应用不足,面临耕地退化、土壤污染、水体富营养化等资源环境问题。随着“北粮南调”与“南水北调”,粮食生产空间布局给资源供给带来压力,区域间粮食生产与资源配置还存在优化空间。同时,小农户数量占农业经营主体98%以上,虽然新型农业经营主体

规模不断扩大,但利益联结机制还不稳固,叠加社会化服务体系对现代要素集成的支撑能力仍偏弱,难以承载全链条现代化升级需求。

实现山林、水域、耕地、草地各尽其用、各显其能,需要通过完善制度供给体系,推动生态资源由自然存在形态向现代生产要素形态转化。

一是明确资源开发利用的边界。落实耕地和永久基本农田、生态保护红线、城镇开发边界等控制线。坚持“宜粮则粮、宜经则经、宜牧则牧、宜渔则渔、宜林则林”,推动农林牧渔生产结构与生态安全格局相协调,使农林牧渔发展始终运行在资源环境可承载、生态系统可修复的框架内,实现“发展空间、

利用有边界、转型有方向”。

二是畅通生态资源价值实现渠道。挖掘农业多种功能和乡村多元价值,发展生态农业、生态种养和乡村旅游等业态。健全横向生态补偿机制和纵向转移支付制度,引导资源输出地区因保护生态而获得合理回报。利用绿色金融、生态产品价值实现机制、农业碳汇交易等,推动生态功能显性化、价值化,从而形成“保护者受益、受益者补偿、破坏者付费”的利益调节机制,使生态保护从“外在约束”转变为“内生动力”,实现生态保护与经济发展的协同共进。

三是提升资源要素配置效率。生态保护与经济发展协同,既离不开有为政府的制度设计,也离不开有效市场的

资源配置。政府层面应发挥在规划引导、标准制定、监管约束等方面的作用,加强跨区域、跨部门政策协同,将国土空间规划、项目布局、用途管制、生态补偿与产业导入统筹衔接,形成制度合力。市场层面要激发经营主体内生动力,引导社会资本参与生态农业、绿色种养循环、林下经济、渔业生态养殖等业态发展,推动绿色技术、绿色农业投入品、绿色产品的市场化应用。通过把分散资源转化为可持续资产,促进生态资源向优势产业集聚、向高效率主体流动,形成同市场需求相适应、与资源环境承载力相匹配的现代农业生产结构和区域布局,实现生态效益、经济效益、社会效益同步提升。

此外,还要提高组织化程度,依托合作社、村集体、农业产业化联合体等整合分散的种养户,通过统一采购、统一销售等提高市场议价能力。提升社会化服务水平,化解小农户技术门槛高和生产效率低等难题。倡导分散种养户聚焦特色产业、特色品种等,发展小而精、高附加值的细分产业,避免同质化竞争,在促进增收增收的同时,也能促进区域各类资源要素的高效利用。以数字技术为纽带,在生产提效、市场联通、服务保障等方面综合发力,打通信息壁垒、优化资源配置,增强分散种养户的发展韧性,推动分散种养户全方位、深层次融入现代农业发展体系。

提升农产品产加销贯通水平

为何“农民卖难”与“企业购难”会并存?如何通过加工增值实现“粮头食尾”全链增效?

全世文(中国社会科学院农村发展研究所食物经济研究室主任):把农业建成现代化大产业,关键在于构建一条坚韧、高效且价值分配合理的产业链。这条产业链并非生产、加工、销售等环节的简单串联,而是要求“产加销”深度融合与有机贯通,形成相互依存、协同增益的有机整体。当前,我国农业产业链中存在“农民卖难”与“企业购难”并存的现象,阻碍了把农业建成现代化大产业。一方面,农户不时面临农产品滞销、价格暴跌或销售无门的困境,劳动成果难以转化为预期收入。另一方面,加工、流通等中下游企业时常难以稳定

获取符合质量、规格与成本要求的优质农产品,生产经营稳定性受到挑战。

“农民卖难”与“企业购难”并存的现象,共同揭示了“小生产”与“大市场”之间存在的结构性矛盾。分散的农户生产难以匹配企业规模化、标准化的需求,而企业需求又无法有效引导农业生产,双方在信息、标准、利益和风险层面都处于不对称状态。这种系统性失灵,直接表现为农业产业链上的关键梗阻点,它们相互交织,共同加剧供需错配矛盾。

一方面,冷链物流体系存在短板,构成农产品价值实现的物理性梗阻。据统计,我国果蔬等生鲜农产品产后损耗率显著高于发达国家平均水平。产地仓储保鲜设施不完善,“最先一公里”

预冷环节严重不足,导致农产品在源头即面临品质折损风险。“十四五”期间,全国产地冷藏保鲜设施新增库容已超9800万立方米,但县以下的冷链网络覆盖并不均衡,跨区域冷链运输衔接不畅,末端配送保障能力有限等问题依然突出。

另一方面,农业品牌建设整体薄弱且机制不健全,导致优质农产品市场价值实现困难,市场信号传导不畅。多数农产品仍处于“有品类、无品牌”或区域公用品牌“有牌无名、有名无实”的状态。品牌培育与保护体系不完善,导致优质农产品难以通过品牌溢价获得合理市场回报,无法有效激发生产端提升品质的内生动力。对加工企业而言,缺乏稳定、可信赖的品牌化原料供给,也

制约了其打造具有市场竞争力的终端品牌,产业链整体价值处于低水平区间。

破解“农民卖难”与“企业购难”并存困境,必须摒弃“头痛医头、脚痛医脚”的简单做法,坚持系统思维,对关键堵点实施协同治理与整体疏解。一是加快补齐冷链物流短板。聚焦产地仓储保鲜能力建设,布局建设一批产地冷链集配中心,推动构建一体化冷链物流网络,应用数字技术提升智能化运营水平,切实降低农产品产后损失率。二是深入推进农业品牌建设。实施农业品牌精品培育计划,在规范提升区域公用品牌基础上,着力支持新型农业经营主体和加工企业打造特色鲜明、市场认可的产品品牌和企业品牌,推动品牌价值

与产品品质深度融合,充分发挥市场机制引导产业升级的作用。三是创新完善紧密型利益联结机制。鼓励发展农业产业化联合体,推广多种形式的订单农业,探索要素入股、保底分红等多元利益分享方式,利用信息化手段促进全链条信息互通,构建起长期稳定、合作共赢的产业生态。

有效整合并实施以上系统性策略,需要一个强有力的产业枢纽作为引擎,而农产品加工业扮演着这一重要角色。加工环节位于产业链中枢,发挥着衔接供需、稳定市场、提升价值的枢纽功能。作为市场“稳定器”,加工环节通过转化与贮藏,能有效缓冲农产品集中上市压力,平滑价格波动,保障原料供给与农民收益稳定性。作为价值“放大器”,精

深加工能够实现产品多层次转化与价值倍增,创造出可供全产业链分享的增值空间。

因此,做大做强农产品加工业,是做好“粮头食尾”“农头工尾”转化增值大文章的关键抓手。必须围绕提升农产品附加值,拓展产业功能,重点推进产地初加工、提升精深加工水平、加强副产物综合利用。在粮食主产区、特色农产品优势区,科学布局建设现代化加工园区,培育一批产业链条长、科技含量高、带动能力强的领军企业。通过以加工为枢纽,集成带动冷链物流、品牌建设、主体协作全面提升,构建起一个以市场需求为导向、以产业升级为主线、联农带农惠农的现代农业全产业链体系。

农文旅融合赋能乡村振兴

在深化农文旅融合方面,怎样推进乡村旅游提档升级,发展“小而美”文旅业态,避免同质化发展?

高旭东(农业农村部农村经济研究中心法治研究室主任):农文旅融合是激活乡村发展内生动力、拓宽乡村振兴路径的关键举措。近年来,一些地方因地制宜,将农业、文化、生态等资源有机串联起来,着力推动农文旅融合发展,吸引大批游客到来,乡村旅游、生态旅游、红色旅游等业态发展红火,也为当地其他产业发展注入了活力。“十四五”期间,我国新确定597个全国乡村旅游重点村镇,总数达1597个,超6万个行政村开展乡村旅游经营

活动。2025年一季度,全国乡村旅游接待量达7.07亿人次,同比增长8.9%,总收入4120亿元,同比增长5.6%;2025年上半年,全国乡村旅游收入同比增长35%。

农文旅融合发展在带动农民增收、推动农业产业升级、激发乡村文化活力的同时,在有些地方也出现了同质化现象,短暂“热闹”过后,陷入“游客玩之乏味、主体营之拖累”的尴尬和“建成即闲置”的窘境。这背后的原因可从以下几个方面进行分析。

其一,乡村文旅的价值在于提供“差异化”体验,差异化不仅体现在与城镇生活的不一样,还体现在不同地域间

的独特感受,这要求乡村文旅必须有自身特色。既要有独特的生态、气候、资源、风光,也要有多元化、融合式的服务,还不能简单复制、照搬照抄其他地方做法。

其二,乡村文旅的吸引力不仅在于自然风光,更在于其承载的独特文化记忆。不少乡村旅游在开发自然风光上下了大功夫,但在文化挖掘上还不够,没有将特色文化资源转化为标签式体验产品。

其三,单纯的观光游览已难以满足游客多元需求。业态创新的关键在于通过体验创新升级实现文旅价值的跃迁,如生态优越的乡村可以发展疗愈康

养,历史悠久的村落可以打造文化研学。

发展乡村文旅不是“一锤子买卖”,经营主体既要“向内看”,深挖本地生态资源与民俗文化特色,又要“向外看”,借鉴经验而不是简单模仿,还要让更多农民参与其中并得到实惠。只有这样,乡村文旅发展才能规避同质化,避免“旺季过热,淡季过冷”。为此,应多措并举、多维施策。

做好乡村旅游规划设计,突出特色满足需求。推进乡村文旅要有清晰的发展规划,立足于空间区位、乡土文化、气候特征、历史渊源、产业特点,充分了解休闲农业与乡村旅游市场需求,确定

发展目标与未来定位,因地制宜、因势而建、因需而建,同时强化原有的生产功能、生活功能与未来的旅居功能、康养功能结合,满足游客对绿色、自然生态环境与原真、醇厚、恬淡乡土环境的不同需求。

深入挖掘乡土文化底蕴,引导片区化发展。推动乡村文旅发展,需深入挖掘乡村的农耕文化、红色文化、民俗文化等资源,加强对传统乡村艺术、技艺的整理与创新转化,提炼出具有代表性的文化符号与特有元素,系统打造辨识度高、影响力广的乡村文旅区域品牌。同时,加强片区间文旅资源整合与协作,实现资源共享、优势互补、客源互

荐。

促进多业态聚合,推动创新项目转化落地。引导各地立足当地特色美食、生态环境、戏曲民俗等资源,运用新媒体和科技手段,丰富乡村夜市、夜演、夜游等消费业态,开发农业文创、直播云游等产品,引入乡村书屋、智慧农博等新场景。推进乡村文旅与探险、康养、体育等跨界融合,丰富科普研学、露营漂流、探秘寻宝等体验,发展“跟着比赛游乡村”“追着美食品乡村”等休闲度假新模式。以创新多元的丰富业态和产业链融合满足淡季市场的差异化需求,打造协调联动、共建共享的农文旅融合发展新局面。

(据《经济日报》)