



GONDA
光大集团 GONDA GROUP



CHNC 惠农资本

地址：北京市朝阳区东方东路19号院5号楼亮马桥外交办公大楼D1座23层 邮编：100600
电话：010-6702 0808 传真：010-6701 8885

地址：深圳市福田区深南大道4011号港中旅大厦19层A单元 邮编：518026
电话：0755-8831 6611 传真：0755-8831 6611

E-mail：hn@chnc.com.cn www.chnc.com.cn



惠农金融

**AGRIBUSINESS
FINANCE**

主办：北京惠农资本管理有限公司

CHNC 惠农资本 总第30期 2017年春季版

特色小镇4.0版： 解决PPP模式的利益保障和退出机制

杜志雄：荷兰家庭农场发展的经营特征与实践

光大乳业：不走寻常路的创新发展模式
新一轮不良资产处置的商业模式探究
浅论我国农业供给侧结构性改革

卷

首语

PE 人的修行

在投资人眼里

PE

仿佛摇钱树

可以一夜暴富

在融资人眼里

PE

仿佛佛座莲

可以带来滚滚财源

在金融界

PE

仿佛一座圣坛

无数信徒顶礼膜拜

PE 人

如同唐僧

历经九九八十一难

承受火焰山的考验

募资时苦口婆心

像乞讨一样可怜

满天下搜寻项目

像猎兽逡巡双眼

投资时三堂会审

如同过堂的囚犯

投资后企业变脸

如同婚姻受到欺骗

监管者一条条戒律

俨然封建家长般威严

PE 是从业者的天堂

更是金融界的炼狱

PE 人啊

既要有三藏的修行

又要有大圣的火眼

投资人是心中永远的神

投资增值是前行的方向

无论外表如何光鲜

只有不忘初心

才有凤凰涅槃

惠农资本合伙人

董贵昕



主办 Published By
北京惠农资本管理有限公司

编辑委员会 Editorial Board
尉立东 Wei Lidong
董贵昕 Dong Guixin
徐德徽 Xu Dehui
朱孟明 ZhuMengming

主编 Chief Editor
徐德徽 Xu Dehui

责任编辑 Editor
牟莹 Mou Ying

设计 Art&Design
北京世纪精锐国际广告有限公司

设计总监 Creative Director
彭焱华 Peng Yanhua

美术编辑 Art Editor
张文良 Zhang Wenliang
房光 Fang Guang

★ 本刊仅供惠农资本内部交流使用，不用于商业传播活动。所载内容部分来源于网络及其他媒体，不代表惠农资本的观点和立场。

CONTENTS 目录

惠农金融 / 总第 30 期 (2017 年春季版)

卷首语 PREFACE

- 2 PE 人的修行 惠农资本 | 董贵昕

专题：特色小镇 CHARACTERISTIC TOWNS

- 4 特色小镇4.0版：解决PPP模式的利益保障和退出机制 政府和社会资本合作网

国际视角 INTERNATIONAL PERSPECTIVE

- 8 杜志雄：荷兰家庭农场发展的经营特征与实践 中国社科院农发所 | 杜志雄

企业案例 BUSINESS CASE

- 24 光大乳业：不走寻常路的创新发展模式 光大乳业股份 | 石 浏
惠农兴业农业研究中心 | 范若鸿

行业分析 INDUSTRY ANALYSIS

- 32 农业众筹的三大流派、四种模式、四个案例 天下农商传媒

新农人故事 THE STORY OF NEW PEASANT

- 36 磨砺19年，猕猴桃大佬的成长之路 齐峰果业创始人 | 齐 峰

投资笔记 INVESTMENT NOTES

- 42 新一轮不良资产处置的商业模式探究 惠农资本 | 林 昉
54 浅论我国农业供给侧结构性改革 惠农资本 | 关 健

时事·动态 MAJOR EVENTS

- 58 中国并购公会
59 惠农时事



特色小镇 4.0 版： 解决 PPP 模式的利益保障 和退出机制

■ 政府和社会资本合作网

PPP 模式的核心诉求：利益保障和退出机制



特色小镇建设需要以基础设施的大量投入为前提，而地方政府拥有土地资源和地方产业，但地方财政薄弱无资金投入，因此国家出台政策，用政府引导资金来推进 PPP 模式，撬动社会资本，以此创新特色小镇的投融资模式及后续的运营管理方式。目前 PPP 模式的投资领域绝大多数集中在综合管廊、地下管网、自来水厂等基础设施和公共服务领域，PPP 在特色小镇建设方面尚未得到合理的运用，因此必须设计出一套创新的特色小镇 PPP 融资模式的组织架构，打开特色小镇的发展空间。

PPP 模式的根本是为社会资本提供更多投资渠道

在特色小镇建设中引入 PPP 模式，不仅有利于缓解政府财政压力，对民营企业的发展和完善也有利，具体可以从三个方面来体现：

第一，PPP 模式可以作为特色小镇建设的一种稳定的投资渠道，获得经济利益。特色小镇建立的初衷就是为了打造一个产业平台，未来像美国的硅谷一样形成一个产业集群，这样社会资本可以获得较高的预期收益。

第二，在 PPP 模式下，社会资本通过投资特色小镇，除了可以获得直接的经济利益，还有获得其他衍生利益。例如参与特色小镇的商业设施和公共服务设施的日常经营和管理，获得较为合理的经营性收入。

第三，在 PPP 模式下，社会资本参与特色小镇建设，可以提高特色小镇的建设效率，提高政府资本的投资效率，拉动区域的经济发展和投资需求，有助于提升整个社会的资本投资回报率，还有吸引更多的人才参与到区域的经济建设中去。

稳定的投资回报是 PPP 模式的基石

PPP 模式的核心在于政府和社会资本的优势合作，实现双方“共赢”的合作目标。

特色小镇的建设能否吸引到民间资本的参与，其中的关键在于特色小镇项目的盈利空间和回报机制的设置，能否匹配社会资本的预期回报率。只有当特色小镇的投资收益大于社会资本的投资成本时，PPP 融资模式才能真正的落地。事实上，PPP 融资模式下，社会资本参与特色小镇的建设还是有利可图的。首先，从特色小镇设立的目的方面来看，特色小镇不同于一般意义上的政府公益性项目，它是一个融合产业、文化、旅游、社区功能于一体的产业平台。因此，定位准确、运作科学、机制合理的特色小镇，它未来产生的价值，是完全可以满足社会资本的投资回报。其次，在政府为了吸引社会资本参与特色小镇的建设，会从多方面落实相关政策，提供优惠条件，包括从多方面，解决好社会资本的投资回报问题。例如：政府从土地、税收、银行信贷支持以及财政政策方面等。



项目化管理是特色小镇 PPP 模式的运作结构

特色小镇 PPP 模式，是以特色小镇项目为合作载体，让实力较强的企业参与到项目建设中，从而实现政府建设特色小镇的目的，与此同时为社会资本带来一定的投资回报率。通过这种合作过程，确保特色小镇建设效率和质量的前提下，适当满足社会资本的投资营利要求。其特征主要表现为：

- 1、采用 PPP 模式的特色小镇项目也可以理解是一种特许经营项目，特色小镇的财产权归政府所有，政府只是将特色小镇项目的建设、经营和维护交给社会资本；
- 2、特色小镇的 PPP 模式下，政府和社会资本之间属于长期合作，其最终的目的在于提高特色小镇的长期效益。由于特色小镇项目回报的长期性，其成功的关键在于项目的存续期内政府和社会资本如何能够保持稳定、良好的合作关系。
- 3、PPP 模式的初衷便是一种利益共享，风险共担的机制。所谓利益共享是指政府和社会资本在共享特色小镇的社会成果之外，也可以使社会资本获得比较好的经济收益。但是这种投资回报绝对不是超额利润，

否则从根本上难以做到利益共享。利益与风险的匹配性，在项目双方共享利益的同时承担相应风险是必须具备的。

特色小镇建设 PPP 模式的交易架构，是社会资本就特色小镇项目成立项目公司，由项目公司负责对项目进行融资，这其中包括融资金额和目标、融资结构、确定项目资金的结构，并签署相关协议。

政策引导和税收优惠是 PPP 模式的利益保障



社会资本参与到特色小镇 PPP 融资项目时，政府应加大政策引导，如可以在 PPP 项目实施的各个阶段给予一定的税收减免政策，以达到降低社会资本的投资成本。如在建设阶段，政府可以采取免征和少征税费的税收减免政策。在运营环节，对于特色小镇的租金税收方面可以免征房产税和营业税。虽然这样对于政府来说，损失到一部分的财政收入，但是未来特色小镇的一些衍生性产业会对政府的税收产生一定的补充。

金融贷款和资本市场支持政策是 PPP 模式的退出保障

政府对于特色小镇 PPP 项目提供金融支持时，不仅要出台相应的金融政策，还需要建立符合特色小镇 PPP 项目的金融体系，最直接有效的手段是扩大商业银行的贷款力度。还有一种比较极端的手段是通过政府财政收入对于社会资本的贷款利息进行补贴，减轻社会资本的利息负担，吸引民营资本参与。同时，政策还可以利用其行政手段和影响力，大力在各个金融机构宣传特色小镇 PPP 项目。在资本市场里，直接发行一些特色小镇 PPP 项目的项目收益债。还有一些比较流行的融资方式适合特色小镇 PPP 项目，因为特色小镇 PPP 项目目前不会产生收益，但是特色小镇未来会产生稳定的现金流，这样就可以通过资产证券化来进行特色小镇 PPP 项目的融资。



杜志雄：荷兰家庭农场发展的经营特征与实践



■ 中国社科院农发所 副所长 杜志雄

老刀注：在荷兰，家庭农场是一个相对模糊和宽泛的概念，可以将家庭农场界定为家庭经营的农业“企业”，并且大多数是非常专业化的“企业”，是荷兰农业的重要经营主体和具有较强活力的“细胞”。

一、家庭农场：荷兰农业最主要的经营主体

在荷兰，家庭农场是一个相对模糊和宽泛的概念，可以将家庭农场界定为家庭经营的农业“企业”，并且大多数是非常专业化的“企业”，是荷兰农业的重要经营主体和具有较强活力的“细胞”。荷兰家庭农场的认定通常主要基于以下条件：生产、销售农产品。家庭农场生产经营以农业为主，收入应以农业收入为主。生产经营规模（主要指土地经营面积、畜禽养殖数量等）达到一定标准并相对稳定。但是，是否属于家庭农场范畴，并不完全以农场规模来界定。家庭农场主和家庭成员为主要劳动力，雇佣劳动力所占比例很小，且大都为季节工。一般情况下，家庭农场的经营规模与家庭劳动力的供给水平要相适应。农场主是土地产权的所有者，以自有土地为主。农场主自主管理运营农场。家庭农场的生产经营要对保护自然和环境、保证食物安全、维持生物多样性负责。这是家庭农场的社会责任（杜志雄、肖卫东，2014）。

二、荷兰家庭农场的经营特征

1、农产品生产高度专业化

按照家庭农场农产品生产的范围，荷兰家庭农场可以划分为两类：第一类是专业型家庭农场，指专门生产某一类农产品的家庭农场，具体可分为：大田种植业家庭农场；园艺业家庭农场，包括露地园艺家庭农场、温室园艺家庭农场、蘑菇种植家庭农场等；畜禽养殖业家庭农场，包括放牧型畜禽养殖家庭农场和集约型畜禽养殖家庭农场。第二类是混合型家庭农场，指兼营大田种植业

和畜禽养殖业，且经营规模不大的家庭农场。

1996年，荷兰家庭农场总数为11.07万家，其中，专业型家庭农场9.11万家，专业型家庭农场占家庭农场总数的比重为82.29%；2001年，专业型家庭农场的比重超过了90%。家庭农场中专业化程度最高以及分工最深、最细的是园艺业家庭农场。按照种植地点，园艺业家庭农场分为温室园艺家庭农场和露地园艺家庭农场；按照种植园艺种类，园艺业家庭农场可细分为花卉家庭农场、蔬菜家庭农场、盆栽植物家庭农场、苗圃植物家庭农场等。其中，花卉家庭农场还可进一步细分为鲜切花家庭农场、球根花卉家庭农场等。还有些家庭农场只专门种植一两种花卉，甚至某种花卉的一两个品种。大田种植业和畜禽养殖业家庭农场的专业化也非常明显。例如，在马铃薯种植家庭农场中，有些家庭农场专门种植食用马铃薯，有些专门种植种用马铃薯，有些专门种植工业用马铃薯。畜禽养殖业家庭农场可细分为奶牛养殖家庭农场、蛋鸡养殖家庭农场、生猪养殖家庭农场等。

荷兰混合型家庭农场的突出特点是生产专业化程度较低，并且，其数量呈现快速减少的趋势。1980～2001年，混合型家庭农场减少了9625家，减幅达50%多。混合型家庭农场数量的快速减少，反映了荷兰家庭农场生产专业化程度日益增强。





可见，荷兰家庭农场的突出且重要的特点就是生产高度专业化。这是荷兰农业生产率高、竞争力强的主要原因。这是因为，专业化生产有利于提高家庭农场的专业技术水平，提高产品产量和质量；有利于家庭农场的机械化作业、标准化生产；有利于促进农业分工的细化和深化，导致为家庭农场提供各种生产性服务的中介服务组织不断涌现；有利于降低家庭农场的生产成本，提高农产品市场竞争力。

2、经营规模日益扩大化

荷兰家庭农场经营规模的衡量尺度有两个：一是平均每家家庭农场的土地经营面积或者畜禽养殖数量；二是“欧洲规模单位（ESU）”，其依据是标准毛利润，是指单位面积土地经营或者单位畜禽养殖所获得的总收入减去所产生的总成本后的毛盈利额，用欧元的现价表示。

从大田种植业家庭农场来看，种植面积小于1公顷、1~10公顷的食用马铃薯家庭农场的数量，分别由1975年的2.38万家、1.52万家快速下降到2001年的1200家、6400家，而种植面积大于30公顷的食用马铃薯家庭农场的数量，则由

1975年的350家快速上升到2001年的1200家；种植面积大于10公顷的食用马铃薯家庭农场在食用马铃薯家庭农场总数中的比重，由1975年的11%快速上升到2001年的42%。种植面积小于10公顷的谷物家庭农场在谷物家庭农场总数中的比重，由1975年的82.6%下降到2001年的68.6%；而种植面积大于30公顷的谷物家庭农场的比重，则由1975年的2.0%上升到2001年的5.6%。

从温室花卉家庭农场来看，温室花卉家庭农场的平均温室规模从1975年的3664平方米扩大到2001年的9495平方米（接近1公顷）。温室规模小于0.5公顷的小型家庭农场在温室花卉家庭农场总数中的比重，由1975年的73%下降到2001年的42%；而温室规模大于1.5公顷的大型家庭农场的比重，则由1975年的2.2%上升到2001年的19.6%。

从畜禽养殖业家庭农场来看，奶牛养殖家庭农场的平均饲养规模由1960年的9头快速扩大到2003年的59头，年均扩大速度达4.5%；并且小规模奶牛养殖家庭农场在奶牛养殖家庭农场总数中的比重逐年下降，中等规模奶牛养殖家庭农

场的比重基本保持稳定，大型奶牛养殖家庭农场的比重逐年上升（刘玉满、李静，2005）。奶牛饲养数量为1~30头、30~50头的家庭农场分别由1975年的6.33万家、1.94万家快速下降到2001年的5800家、7100家，而奶牛饲养数量为50~100头、大于100头的家庭农场分别由1975年的8200家、600家快速上升到2001年的1.28万家、2300家。种用母猪养殖家庭农场和蛋鸡养殖家庭农场经营规模日益扩大的趋势也十分明显。在这两类家庭农场中，小型家庭农场在同类家庭农场总数中的比重迅速减少，大型家庭农场和特大型家庭农场的比重逐步上升。

在荷兰，家庭农场的经营规模日益扩大，大型家庭农场占家庭农场总数的比重不断上升，其中一个原因可能是家庭农场数量日趋减少。1980~2001年，荷兰家庭农场数量由14.5万家快速减少到9.28万家，平均每年减少2373家。

值得关注的现象是，在欧盟，荷兰家庭农场的平均土地经营面积较小，但是，以欧洲规模单位（ESU）衡量的平均经营规模却很大，在欧盟国家中独具特色。

3、经营土地自有化，劳动力家庭成员化

在荷兰，农业的一个重要基础是私有制的家庭农场，家庭农场所经营土地的自有程度较高。土地自有程度较高（包括完全自有和自有程度为80%~100%）的家庭农场在家庭农场总数中的比重比较大，且呈上升的趋势，由1970年的46.9%上升到1999年的64.9%；而主要依靠土地租赁经营（包括完全租赁和土地自有程度为20%以下）的家庭农场的比重比较小，且呈下降的趋势，由1970年的28.6%下降到1999年的11.8%。或许与土地自有程度较高紧密相关，家庭成员在农场劳动力中的比重也较大，雇工的比重则较小。同时，荷兰家庭农场的所有权和经营管理权有机统一，家庭目标和农场经济目标高度重叠，家庭农场还要以遗产的形式传给下一代，这些因素都促使农场主家庭成员在农场经营中有高度的参与性。2001年，平均每家家农场拥有2.89个劳动力，其中，2个劳动力为家庭成员，且大多为农场主夫妇，另外0.89个劳动力为雇工。

但是，在荷兰的温室园艺业家庭农场劳动力中，雇工的比重却很高，有些家庭农场中雇工的数量比

家庭成员劳动力还要多。1999 年，温室园艺业家庭农场所雇佣的家庭外固定劳动力在该类农场劳动力总数中的比重高达 65%，在季节性高峰时期这类家庭农场还要雇佣大量临时工。这主要是因为，在园艺业的生产经营中，劳动分工十分明确，雇工的监督成本较低。可见，雇工数量以及家庭成员劳动力与雇工比例在不同类型家庭农场之间差异很大，但总体上家庭农场还是以家庭成员为主要劳动力，这一方面确保了家庭经营在农业生产中的主体地位，另一方面也有利于家庭经营制度优势的充分发挥。同时，荷兰家庭农场经营的经验表明，以土地为主要生产要素的农业产业，家庭农场劳动力中家庭成员的比重高；反之，那些可以用货币资本替代土地的农业产业，家庭农场劳动力中雇工的比重较高。

4、经营组织合作社一体化

荷兰家庭农场的组织化经营主要表现为“合作社一体化产业链组织模式”，这是荷兰农业和家庭农场快速发展、获得强大竞争力的重要组织基础（杜志雄、肖卫东，2014）。在该种产业链组织模式中，家庭农场、合作社和公司三者组成了以股权为纽带

的产业链一体化利益共同体，形成了相互支撑、相互制约、内部自律的“铁三角”关系。家庭农场是该组织模式的基础，是农业生产的基本单位。合作社是该组织模式的核心和主导，是家庭农场主以自愿自发方式组成的商业自治组织，它不以盈利为目标，其存在价值是全力保障社员家庭农场的经济利益。公司的作用是收购、加工和销售家庭农场所生产的农产品，以提高农产品附加值。

以荷兰乳业为例，其产业链组织模式就是以适度规模家庭农场为基础的“合作社一体化”，其中，规模较大、效率较高和代表性显著的当属菲仕兰·坎皮纳乳业合作社一体化产业链组织模式。在该产业链组织模式中，家庭农场、合作社和公司三者的关系是：1.9 万余家养殖奶牛 50 ~ 100 头左右的中等规模家庭农场组建菲仕兰·坎皮纳乳业合作社，奶牛养殖家庭农场可以自由选择加入和退出合作社。加入合作社的家庭农场为社员家庭农场，其职责是生产安全优质的鲜奶。之所以合作社以中等规模家庭农场为基础，是因为中等规模家庭农场既可以承受购置机械化、



信息化养殖设备的成本分摊，节约奶牛养殖规模过大导致的疫病防控、生态环境治理成本，又可以使奶牛避免“圈养”，而是“散养”在户外草场，按照动物天性成长。菲仕兰·坎皮纳乳业合作社领导层由社员家庭农场主投票选举产生。菲仕兰·坎皮纳乳业合作社建立菲仕兰·坎皮纳乳业公司。该公司的全部股权为菲仕兰·坎皮纳乳业合作社社员家庭农场所有，社员家庭农场主选举组成的董事会负责经营管理该公司，该公司经理由社员家庭农场主代表组成的委员会任免。菲仕兰·坎皮纳乳业公司的职责是：收购社员家庭农场生产的鲜奶，并将其加工成各类乳制品，销往国内外；延伸鲜奶产业链，以提高和实现鲜奶的附加值。菲仕兰·坎皮纳乳业合作社本身没有盈利目标，其存在价值体现为优化资源配置，以保障社员家庭农场的经济利益，其主要职责表现在以下四个方面：一是为社员家庭农场提供各类农资、农机供应和生产性服务（例如设备安装服务、技术指导 and 咨询服务、融资和保险服务等）；二是监管、帮助社员家庭农场提升鲜奶质量；三是确保菲仕兰·坎皮纳乳业公司以较高价格（一般高于市场平均价格）全部收购社员家庭农场生产的鲜奶；四是敦促和监督菲仕兰·坎皮纳乳业公司向社员家庭农场分派红利。

显然，在菲仕兰·坎皮纳乳业合作社一体化产业链组织模式下，奶牛养殖家庭农场主不仅拥有自己的家庭农场，还通过组织菲仕兰·坎皮纳乳业合作社，成为菲仕兰·坎皮纳乳业公司的股东。在整个乳品产业链中，奶牛养殖家庭农场的经济利益得到了最大化保障；在合作社主导下，奶牛养殖家庭农场主成为整个乳品产业链的主人。

5、生产方式集约化、生态化

荷兰家庭农场在经营中高度重视高科技运用和生态环境保护，走出了一条技术密集、机械作业、资源节约、生态友好的集约化发展道路，这在畜禽养殖业家庭农场和园艺业家庭农场中体现得尤为显著和深刻。第一，荷兰家庭农场紧跟现代农业科技发展步伐，及时把最新的农业科技成果运用到家庭农场的生产经营和管理实践中，积聚发展潜能，使得家庭农场所生产农产品的科技含量不断提高。目前，高科技元素已深入到荷兰家庭农场生产经营的每一个环节。例如，在园艺作物种植方面，家庭农场普遍利用温室进行农业的工厂化生产，并且，荷兰玻璃温室技术在上处于领先地位。2001 年，在 7009 家花卉家庭农场（包括温室花卉家庭农场和露地花卉家庭农场）中，温室花卉家庭农场 4943 家，占 70.52%；在 3752 家蔬菜家庭农场（包括温室蔬菜家庭农场和露地蔬菜家庭农场）中，温室蔬菜家庭农场 2452 家，占 65.35%；在 12317 家园艺业家庭农场中，60.01% 的家庭农场实行温室化生产。花卉家庭农场拥有的玻璃温室面积也不断增加，由 1975 年的 3060 公顷增加到 2001 年的 5845 公顷。

在荷兰的畜禽养殖业中，奶牛养殖家庭农场主对技术进步及先进技术应用追求表现得非常突出。20 世纪 50 年代及以前，荷兰奶牛养殖家庭农场普遍采用手工挤奶方式；20 世纪 60 年代初期，开始使用挤奶机挤奶并逐渐普遍使用；到了 90 年代末期，已开始使用机器人挤奶。这表明，荷兰奶牛养殖家庭农场的挤奶方式已实现了“人工挤奶→挤奶机挤奶→机器人挤奶”的转变。目前，在欧洲各国已经投入使用的 500 套挤奶机器人中，荷兰就占有 250 套，是欧洲使用机器人挤奶最多的国家。

养殖奶牛所使用的饲料实现了“只使用干草→使用青贮饲料→使用青玉米饲料→使用配合饲料（增加精饲料）”的转变。进入 20 世纪 80 年代，奶牛养殖家庭农场主开始利用现代化的机器设备和高智能的计算机管理系统从事奶牛的养殖管理。进入 20 世纪 90 年代，奶牛养殖家庭农场主开始利用现代环保技术从事鲜奶生产，高度重视环境保护、食品安全和生态文明。随着农业技术的飞速进步和先进技术的广泛应用，它们对奶牛养殖家庭农场发展所产生的影响也非常显著，突出表现为：奶牛养殖家庭农场的平均奶牛头数快速增加，由 20 世纪 60 年代初期的 18 头增加到 90 年代末期的 55 头；

奶牛养殖家庭农场的奶牛单产水平日益提高，由 20 世纪 60 年代初期的 4120 公斤提高到 90 年代末期的 7525 公斤。

第二，荷兰家庭农场着力发展“资源节约、环境友好”的可持续生产力，以不断扩展其竞争优势，增强其市场竞争力。在本质上，农业是一个生态产业，对于农业与生态环境之间的关系，荷兰政府、家庭农场、农业企业等有着高度一致的共识，家庭农场主在经营中尊重自然秩序，特别关注生态环境保护，高度重视人与自然的和谐相处、生物多样性的维持、资源的高效和永续利用。例如，2011 年年底，菲仕兰·坎皮纳乳业公司为建设高效、可持续的乳业产业链，提出了“Foqus 星球计划”，该计划包括奶牛、牛奶、生产工艺和环境等几个方面，并提出了公司社员（即奶牛养殖家庭农场）和公司应努力实现的四个并行的生态环境目标：一是环境零损害；二是矿物质能源效率年均提高 2%；三是用水量和废水量每年减少 20%；四是绿色能源采用率达到 100%。同时，

该计划详细而具体地规定了饲料和添加剂的认证和使用、牛粪的处理（特别是循环利用）等，这些规定已经成为奶牛养殖家庭农场的日常行为。奶牛养殖家庭农场还积极参与自然资源管理和景观维护，实行户外放牧，并将其视为自己应尽的社会责任。截止到 2012 年年底，在菲仕兰·坎皮纳乳业合作社的社员奶牛养殖家庭农场中，74% 的社员家庭农场实行完全的户外放牧，8% 的社员家庭农场实行部分户外放牧，即实行户外放牧的社员家庭农场占合作社社员家庭农场总数的 82%。

6、农场收入来源多元化

荷兰家庭农场的收入来源主要有两个：一是家庭农场所生产农产品的销售收入，这是主要收入来源；二是家庭农场加入合作社一体化产业链组织模式所获得的收益，主要包括现金分红、债券分红和债券利息等，这是家庭农场收入实现持续增长的重要保障（杜志雄、肖卫东，2014）。以奶牛养殖家庭农场为例，家庭农场加入合作社一体化产业链组织模式，合作社对于家庭农场的收入保障主要体现在两个方面：

第一，确保乳业公司以高于市场价格的价格全部收购社员家庭农场的合格牛奶。例如，2001 ~ 2010 年 10 年间，菲仕兰·坎皮纳乳业公司



荷兰家庭农场的收入来源主要有两个：一是家庭农场所生产农产品的销售收入，这是主要收入来源；二是家庭农场加入合作社一体化产业链组织模式所获得的收益，主要包括现金分红、债券分红和债券利息等。

有 9 年以高于市场价格的价格收购社员奶牛养殖家庭农场的鲜奶，平均每年的收购价格高于市场价格 2%，社员家庭农场的主营业务利润也因此提高了 10% ~ 15%（嵇晓雄，2013）。

第二，确保通过参与公司的利润分红，家庭农场可以分享到乳制品加工、批发、销售环节的工业和商业利润。例如，2012 年，菲仕兰·坎皮纳乳业公司全球销售收入 103 亿欧元，净利润 2.74 亿欧元，该公司净利润的 50% 通过合作社分配给 1.9 万余家社员奶牛养殖家庭农场；其中，30% 以现金分红和债券分红的形式按社员家庭农场对公司的牛奶供应比例发放，20% 以债券利息的形式发放。2012 年，一家养殖 85 头奶牛的中等规模家庭农场的总收入可达到 6.46 万欧元。其中，销售鲜奶的净收入为 5.14 万欧元，占总收入的 79.57%；从菲仕兰·坎皮纳乳业公司获得的现金分红、债券分红、债券利息等共计 1.32 万欧元，占总收入的 20.43%。来自该公司的占家庭农场收入 20.43% 的分红收入，对于这家家庭农场来说非常重要。有了这份分红收入，这家家庭农场主夫妇的收入在荷兰全国就可以达到中等偏上水平；如果没有这份分红收入，他们的收入在荷兰全国就属于中等偏下水平。

在荷兰，部分家庭农场还有农场外兼业收入。这说明，荷兰家庭农场的农场主及其家庭成员存在不同程度的兼业现象。其主要原因有：随着农业

机械化的快速发展，机械对劳动力的替代作用日益增强，使得农场主及其家庭成员有更多的时间从事非农工作。工业化水平的日益提高、服务部门的大规模崛起，为农场主及家庭成员提供了大量可供选择的非农就业机会。有些中小型家庭农场无法或者难以通过扩大经营规模来增加收入，就必须要有农场外收入来实现其收入增长。

家庭农场获得农场外收入的方式有二：一是农场主到农场外就业，其中，有些农场主的农场外就业时间超过了其总工作时间的一半，而家庭农场经营反而成为农场主的副业。1999 年，荷兰全国有 1.35 万家家庭农场属于这种类型，占家庭农场总数的 13.29%，其中，作为副业经营的马、羊养殖家庭农场最多，达 5400 家，占该类家庭农场总数的 28.27%；其次是大田种植业家庭农场，为 2600 家，占该类家庭农场总数的 18.71%；作为副业经营的奶牛养殖家庭农场所占比重最低，仅为该类家庭农场总数的 2.82%（见表 3），这反映了奶牛养殖家庭农场生产的高度专业化。二是农场主的妻子外出择业。这一方面是受经济利益驱动；另一方面是因为许多青年农场主的妻子在婚前接受过职业培训，可以更好地从事农业经营之外的工作。农场主及其家庭成员的农场外兼业，一方面为部分家庭农场收入的稳定和增长提供了保障；另一方面也为家庭农场降低经营风险提供了渠道。

三、荷兰促进家庭农场发展的制度实践

1、健全的农地制度

土地制度是所有农业制度安排的基础和核心（高强等，2013）。荷兰家庭农场的发展亦如此，健全的农地制度，是荷兰家庭农场实现规模经营和快速发展的基础性制度。荷兰的土地市场不是一个完全自由的市场，家庭农场的土地利用和土地经营必须严格遵照相关土地法律法规进行并受到特定部门制度的影响，例如欧盟共同农业政策、自然和景观政策以及环境保护制度等。1924年以来，荷兰先后出台了《土地整理法》（1924年）及其后续的修订版、《危机农业财产法》（1932年）、《农业财产法》（1937年）及其后续的修订版、《农用地转让法》（1953年）、《城镇和乡村规划法》（20世纪50年代）、《土地开发法》（1980年）等重要的法律法规，它们为农用地开发、土地整理、农场主获得土地等提供了法律和制度框架。例如，《危机农业财产法》规定，家庭农场主等土地承租人可以根据情况申请减免部分或者全部土地租金；在农业危机发生时，政府要向家庭农场主等农业生产者发放补贴。《农业财产法》规定，为保护承租人的合法权益，土地租赁合同必须采用书面形式，并且永久有效；更新土地租赁合同也必须依照法律进行，租金由法律确定。《农用地转让法》对控制土地价格、确保农地的农业用途和检查农地质量等做出了严格规定，以防止土地买卖可能引起的土地质量恶化、地块分割等不良现象，以及家庭农场的分割或者瓦解。《城镇和乡村规划法》规定了许多保护农业用地的措施，关注如何将耕地恢复“自然”用途和如何从保护环境的角度提高土地生产率。《土地开发法》

为一般意义上的区域开发和土地利用之间建立更密切的联系提供了法律基础。

在荷兰，对退出农业经营的小型家庭农场，国家给予农场主一定的再就业津贴，条件是农场主必须售出自己的土地：或者出售给其他家庭农场，或者出售给中介机构。这种家庭农场的退出制度不但有利于家庭农场经营规模的扩大，提高整个农业系统的效率，还有利于控制土地价格的不合理上涨。需要租地的家庭农场如果要通过投标方式来租赁国有土地（特别是圩田），则要满足四个较为严格的条件：一是农场主年龄不能太大；二是农场主接受过农业职业教育；三是农场主要有务农经历；四是有一定资金。这些规定一方面有利于提高租赁土地的产出效率，另一方面有利于增强租赁土地经营权的稳定性。

综上，荷兰农业用地政策的目标是多方面、多层次的，由最初的扩大农业可耕地面积和提高土地生产率，到后来的土地使用权转让、农业用地买卖，到最后的农业用地保护，这使得荷兰的大部分农业用地都得到了有效整理并适应了现代农业的要求，促进了土地资源的高效利用和家庭农场的发展；也使得农村地区的自然和景观得到了维护和改善。

2、因势利导的农业补贴政策

在农业补贴政策方面，荷兰主要执行欧盟共同农业政策（CAP），农业补贴的对象主要是家庭农场。CAP 始于 1962 年，其最初目标是保障农业生产稳定，提高家庭农场主抵御自然风险和市场风险的能力，以及促进家庭农场主收入稳定增长，即农业补贴政策主要着眼于实现供给目标、市场目标和收入目标，其核心是价格支持体

系，包括目标价格、干预价格和门槛价格。此后，CAP 进行了一系列重大改革。1992 年，欧盟对 CAP 进行了第一次重大改革。改革的主要内容有：降低价格支持水平，以控制农产品产量；对农场主进行直接补贴，以提高其收入水平；实施农业结构调整政策。这使得 CAP 从以价格支持为基础的补贴机制转向以价格支持和直接补贴为主的补贴机制。2000 年，欧盟对 CAP 进行了第二次重大改革。改革的主要内容有：进一步降低价格支持水平，扩大直接补贴的范围并加大其力度；同时，将农村发展置于突出位置，强调农业的多功能性和可持续性。为此，欧盟明确将“共同农业政策”转向为“共同农业和农村发展政策”。2003 年，欧盟对 CAP 进行了第三次重大改革。改革的核心内容有：大幅度缩减基于农产品产量的直接补贴，而实行单一的家庭农场补贴支付机制；将农业补贴与生态环境保护、食品安全和动物福利等严格挂钩，以加大对农村发展项目的补贴力度。于是，2005 年，欧盟通过了《2007 ~ 2013 年农村发展条例》，设立了专门用于农村发展的“欧洲农业

农村发展基金”。2010 年，欧盟对 CAP 进行了新一轮重大改革，公布了《走向 2020 共同农业政策——应对未来粮食、自然资源和区域挑战》，提出了 2013 年后 CAP 的改革方向：确保粮食生产，对自然资源进行可持续管理，维护农村地区的平衡发展和多样性；并明确规定，只向那些重视生态环境保护、关注动物福利、产品符合食品安全和质量标准等要求的家庭农场提供直接补贴。

纵观 CAP 的改革历程，可以发现，CAP 的政策目标不断调整，从单纯关注农业发展转向强调农业、农村并重发展，大力发展环保型农业；政策手段不断丰富和优化，由最初单一的价格支持发展到现在的价格支持、收入补贴、农村发展项目支持等多种综合补贴项目，从而充分发挥 CAP 在保障粮食安全和家庭农场主收入稳步增长、应对气候变化、保护生物多样性、建设农村生态文明、提高动物福利水平等方面的重要作用。2011 年，荷兰获得欧盟 CAP 补贴资金 9.8 亿欧元，其中，获得的直接补贴 8.17 亿欧元，获得的市场政策补贴和农村发展政策补贴 1.63 亿欧元。另外，



荷兰人认为，人是自然界的重要组成部分，农业是食品安全和品质、动物福利、农村可持续发展的重要基础。

荷兰政府还有两部分农业补贴预算：一部分是农业部农业补贴预算 5 亿欧元，主要包括欧盟 CAP 中农村发展政策补贴荷兰承担的部分、农业知识创新补贴、温室投资补贴、年轻农场主投资补贴等；另一部分是农业部直接负责的农业教育补贴预算 7.8 亿欧元，主要用于瓦赫宁根大学和其他农业教育支出以及家庭农场主等农业人才的培养（李健华，2012）。

3、严格的生态环境保护制度与严密的农产品质量安全体系

荷兰人认为，人是自然界的重要组成部分，农业是食品安全和品质、动物福利、农村可持续发展的重要基础。因而，为促进农业的高度集约化和生态化发展，建立人与自然协调发展、可持续和具有强有力国际竞争力的农业，荷兰政府出台并实施了严格的生态环境保护制度，建构了严密的农产品质量安全体系。为了迎合国际国内社会对动物福利的关注，荷兰政府制定了一些关于动物福利的法令和法规，以确保为饲养动物提供足够的成长空间、环境和条件。2011 年，荷兰“动物产业链和动物福利部”制定并颁布的《饲养动物公共健康法规》规定，在任何情况下都要照顾动物、保护动物，并确保动物免于干渴、饥饿和营养不良，免于痛苦、伤害和疾病，免于温度不适、恐惧和悲伤，以及动物的自然行为免于受到限制。同时，《饲养动物公

共健康法规》对荷兰的乳业公司、乳业合作社和奶牛养殖家庭农场都提出了关于动物福利的诸多明确的要求。例如，鼓励和支持户外放牧；创建新型一体化牛舍；建立奶牛身份档案；保证奶牛的日照时间；禁止剪短、剪掉牛尾巴；不能随便去除牛角；严格限制在奶牛身上烙印；禁止使用激素催奶；合理使用兽药，尽量减少抗生素等。

又称“红色用地”）；控制化肥、农药等农用化学品的使用；加强家庭牧场厩肥的无害化处理，控制氮、磷的释放量；鼓励家庭农场建立可持续的农业生产体系，从事绿色农业经济活动，等等。

荷兰遵从质量至上的发展理念，制定了一系列旨在保障食品安全的质量标准及检验标准。例如，荷兰制定的原奶质量安全标准，其主要内容包括确保良好的奶牛养殖环境，防止奶牛感染疾病；禁止给泌乳期奶牛使用抗生素；将挤出的奶迅速冷却到 6 ~ 8℃；禁止向牛奶中掺水等。再如，荷兰在畜禽养殖家庭农场中强制推行“危害分析与关键控制点计划”（HACCP），并对其实施情况进行记录，以监督和控制整个生产操作过程。在奶牛养殖家庭农场中，每头奶牛拥有自己的标牌和电子项圈，用于记录奶牛的各项生理指标，挤奶时，自动监测系统会提供奶牛当日产奶量和奶质等重要信息。荷兰还制定了牛奶质量保证规划，所制定的标准涉及兽药使用、动物健康、挤奶程序、饲料、水、卫生、

消毒程序、残留物和环境等方面。

以上这些详细而具体的规定，已经成为家庭农场经营中的日常行为，使得家庭农场始终将注重生态环境保护、保证农产品质量安全作为其可持续发展的重要内容，从可持续的角度出发来做好日常生产经营中的每一个环节，用具有高度社会责任感的态度来创造社会价值。

4、发达、高效、协调运行的农业知识创新和传播体系

荷兰有着发达、高效和协调运行的农业知识创新和传播体系，并且这个体系与家庭农场之间建立了广泛而紧密的联系与对接，这是荷兰农业获得强大、持续竞争优势的重要源泉。荷兰农业知识创新和传播体系的主要内容是农业科研、推广与教育三个支柱。首先，各种研究机构通过研究产生农业知识；其次，农业推广站、社会—经济推广协会等通过教育、示范、技术指导、咨询等形式，将农业新知识、新技术传播给家庭农场经营者，为家庭农场提供各项农业生产性服务；最后，各类教育机构通过教育提高家庭农场主等

农业从业者的受教育程度，并促进农业知识和技术的传播。三者协同发展、运行。这就是荷兰著名的“OVO 三位一体”。它具有四个特点：一是目标明确，即强调技术和知识的实际应用，直接为家庭农场主提供服务；二是上下互动，即既有自上而下的农业知识和技术传播，又有自下而上的信息反馈；三是广泛参与，即农业知识创新和传播体系中的相关利益主体众多，包括政府职能部门、研究机构、教育机构、农业企业、农民组织、家庭农场等；四是农业、自然资源管理和渔业部（以下简称“农业部”）统一对农业科研、推广和教育工作进行管理和协调。

荷兰的农业研究细分为四个部分：基础研究、战略与政策研究、应用研究、开发性研究，这些研究工作由各类研究机构开展，由农业部统一负责管理和协调，但不同类型研究机构所开展的研究内容各有侧重。例如，大学主要进行基础研究、战略与政策研究；研究所主要进行基础研究、战略与政策研究、应用研究；应用技术研究机构等主要进行战略与政策研究、应用研究和开发性研





5、普惠的农村金融体系

在荷兰，为满足家庭农场等农业经营主体的资金需求，荷兰建立了普惠的农村金融体系。普惠金融体现了一种公平观念。所谓普惠的农村金融体系，就是能有效、全方位地为农村地区所有

阶层和群体提供服务的金融体系（戴宏伟、随志宽，2014），尤其表现为正规金融在农村金融市场的渗透率和覆盖面能满足农村地区所有阶层和群体的金融服务需求。荷兰普惠的农村金融体系包括结构完善的农业贷款机构与数量庞大的农业贷款担保基金、农业发展和改组基金。

荷兰农业知识与技术推广组织主要包括政府相关职能部门（主要是农业推广站）和民间组织，它们把通过农业研究获得的最新知识和技术成果迅速传播到每家家庭农场，并在全国推广普及。面向家庭农场的农业知识与技术推广主要包括两方面内容：一是自上而下的农业知识与技术推广、农业技术指导和咨询服务，它根据家庭农场主遇到的特定问题提出有针对性的解决方案等；二是自下而上的信息反馈，通过信息反馈，农业研究机构可以获得家庭农场主对农业知识与技术的需求。

荷兰农业教育体系完备，主要分为四个不同的类型和等级：一是基础教育。这是家庭农场主所有 5 ~ 16 岁的子女必须接受的免费义务教育。二是中级职业教育。这是有志从事农场经营的青年所必须接受的教育。三是高级职业教育。四是大学教育。提高家庭农场主接受农业新知识、新技术的能力，是荷兰农业教育的显著特点，也是农业新知识、新技术能得到广泛应用的基础。通过各层次农业教育培养出来的受教育程度高、实践经验丰富、农业技能较高、勤于钻研、懂经营、会管理的家庭农场主，是国家的宝贵财富。

荷兰的农业贷款机构主要是荷兰合作银行（又称“Rabobank”）。早在 1886 年，荷兰就在全国各地建立了最初的地方信贷合作社，这是由各地家庭农场主依靠自己的力量筹资建立的地方农村合作银行。1898 年，为了促进地方农村合作银行之间的相互合作和加强对地方农村合作银行的监管，荷兰建立了两家中央合作银行，分别为 Raiffeisen 中央合作银行和 Boerenleen 中央合作银行。1972 年，这两家中央合作银行合并，成立了统一的中央合作银行；1980 年，统一的中央合作银行取名为“荷兰合作银行”。可见，荷兰合作银行产生于农村，是农民自己的银行，其性质是信贷合作社。目前，荷兰合作银行拥有荷兰最广泛的银行网络，包括 550 多家独立的地方合作银行、多家合作性的保险公司和专门的金融分公司，其业务范围除了为家庭农场提供贷款外，已经扩展到为合作社、农业企业等提供金融服务，并积极开拓海外业务。荷兰合作银行致力于农业和农

村领域已经有近 130 年的历史，帮助家庭农场进行农业投资、扩大经营规模，为全国家庭农场主提供了 90% 的农业贷款。

为促进家庭农场快速发展，荷兰早在 1951 年就设立了农业贷款担保基金。该担保基金在设立之初的目标是帮助家庭农场更好、更快、更多地获得合作银行的信贷资金，从而帮助它们提高生产率和利润率。20 世纪 90 年代后期以来，该担保基金的目标也在不断扩展，大量担保基金开始用于担保家庭农场改善工作条件、维护和改善农业生态环境、更新农机和农用设备等的贷款。目前，每年该担保基金的规模都达 1 亿欧元，所担保的农业信贷金额达 5 亿欧元，占每年家庭农场农业投资的 10%。从 2009 年开始，该担保基金转由荷兰农业部负责管理，政府每年给予 200 万欧元财政补助。

提供贷款利息补贴，1985 年，该基金提供的利息补贴额占基金总额的 25%，所补贴的贷款总额高达 40 亿荷兰盾。需要说明的是，该基金倾向于为新家庭农场主提供支持和帮助，大多数新家庭农场主还可以同时申请农业贷款担保基金。

6、完善、高效、便捷的农业社会化服务体系

6、完善、高效、便捷的农业社会化服务体系

生产高度专业化的家庭农场需要有专门的组织为其提供各类农业生产性服务。在荷兰，为家庭农场提供社会化服务的主体主要是家庭农场主联合建立的合作社，其目标是增强家庭农场的市场力量，以获得市场权利和规模经济，提高农业系统的效率。荷兰的第一家合作社是 1874 年成立的消费合作社，此后，荷兰的合作社由小到大、由分散到集中、由综合到专业化，日益成为荷兰农业社会化服务体系中最重要的组成部分。目前，荷兰的合作社按其主营业务来划分，主要有五种类型：购买合作社，主要为家庭农场提供种子、肥料、农药、饲料等农资购买服务；销售合作社，主要采用批发、零售和拍卖等方式销售家庭农场所生产的农产品；加工合作社，主要对家庭农场所生产的农产品进行初加工和精深加工；信用合作社，主要为家庭农场提供各种信贷服务，这是家庭农场扩大经营规模的金融后盾；服务合作社，主要为家庭农场提供农机、病虫害防治和防疫、农产品仓储、技术咨询和指导等专业化的农业生产性服务。



虽然自 1949 年以来，荷兰各类合作社的数量不断大幅度减少，例如，购买合作社由 1949 年的 1160 家减少到 1998 年的 36 家，牛奶加工合作社由 1949 年的 426 家减少到 1998 年的 6 家，信用合作社由 1949 年的 1322 家减少到 1998 年的 445 家，

蔬菜、水果拍卖合作社由 1949 年的 169 家减少到 1998 年的 8 家，花卉拍卖合作社由 1949 年的 18 家减少到 1998 年的 7 家；但是，各类合作社的市场份额却在不断提高，例如，购买混合饲料合作社的市场份额由 1949 年的 29% 提高到 1998 年的 54%，马铃薯淀粉加工合作社的市场份额由 1949 年的 83% 提高到 1998 年的 100%，花卉拍卖合作社的市场份额由 1949 年的 60% 提高到 1998 年的 95%，食用马铃薯销售合作社的市场份额由 1949 年的 2% 提高到 1998 年的 45%。更为重要的是，在荷兰农业的大多数领域，合作社的市场份额都在 80% 以上。2010 年，在糖及淀粉马铃薯、花卉、蔬菜水果和奶制品领域，合作社的市场份额都分别高达 100%、95%、95% 和 86%，相应产业领域的家庭农场都加入了该产业领域的合作社，一家家庭农场常常还同时加入几家合作社。

团结与协商是荷兰“经济秩序的支柱”（H·希尔菲斯，2003），而合作社的本质正是团结与协商。在荷兰，合作社能够集中所有家庭农场的力量，让家庭农场主在农业产业链与价值链上处于更加有利的位置。正是有了合作社，家庭农场才可以实现专业化生产，也才可以更好地进行现代化管理。正是依靠合作社，分散的家庭农场才能够“变小为大”，家庭农场的市场力量和谈判能力才能够得到增强，从而更好地对接社会化的大市场，其自身合法权益和经济利益才能够得到更好的保障。

四、简要结论与启示

荷兰虽是世界、欧洲小国，却创造了世界的“农业奇迹”，其中一个重要原因是有生命力的家庭农场的发展壮大。荷兰家庭农场一直都是农业的主导

组织形式，具有农产品生产高度专业化、经营规模日益扩大化、经营土地自有化、劳动力家庭成员化、经营组织合作社一体化、生产方式集约化和生态化、农场收入来源多元化等特征。同时，农地制度、农业补贴政策、生态环境保护制度、农产品质量安全体系、农业知识创新和传播体系、农村金融体系、农业社会化服务体系是荷兰家庭农场健康成长、可持续发展的制度支撑。

从荷兰家庭农场发展经验中可以得到的启示是：

第一，发展家庭农场的充分条件是要准确把握家庭农场的基本经营特征。2013 年中央“一号文件”首次提出，要“引导农村土地承包经营权有序流转，鼓励和支持承包土地向专业大户、家庭农场、农民合作社流转，发展多种形式的适度规模经营”。这是党和政府对家庭农场发展做出的重大部署。同时，各地各种类型的家庭农场也不断涌现，已经形成全国家庭农场发展的五大样本，分别是浙江宁波模式、上海松江模式、吉林延边模式、湖北武汉模式、安徽郎溪模式。这表明，家庭农场正在迅速成为中国的一种新型农业经营主体，发展空间巨大。但是，发展家庭农场需要具备一个充分条件，即准确把握家庭农场的基本经营特征，并且既要参照荷兰家庭农场的经营特征，又要考虑中国的基本



国情和农情。2013 年，总结各地尤其是全国五大样本家庭农场的发展实践，农业部界定了家庭农场的基本内涵：以家庭成员为主要劳动力，从事农业规模化、集约化、商品化生产经营，并以农业收入为家庭主要收入来源的新型农业经营主体。显然，这个内涵为准确把握中国家庭农场的基本经营特征提供了线索。

具体来看，中国家庭农场的基本经营特征主要有：家庭是家庭农场的组织主体，家庭劳动力是其最主要的劳动主体，不排斥雇工，但必须坚持家庭经营的主体地位。以农业为主业，以农业收入为主，不排斥兼业，但不能“包罗万象”，必须坚持专业化生产的基本方向。以集约化生产和生态化生产为手段，坚持有利于生态文明建设的基本原则，实现较高的土地产出率、劳动生产率和资源利用率。以适度规模经营为基础，适度性主要体现在以下几个方面：经营规模要与家庭成员的劳动生产能力和经营管理能力相匹配，要与当地的土地流转供应和农村劳动力转移程度相匹配，要与获得体面的收入和社会身份相匹配。

第二，发展家庭农场的必要条件是要有系统的制度支撑。荷兰的经验表明，家庭农场不能“单打独斗”、不能“包打天下”。所谓不能“单打独斗”，是指家庭农场的生产经营需要政府的制度保障和政策支持，这些制度和政策为家庭农场的生产经营提供稳定的环境、强大的知识和科技支撑、有效的金融支持等。所谓不能“包打天下”，是指家庭农场不应该、也不可能包揽农业产前、产中、产后的所有环节，而是重点经营农业的产中环节，但需要农业社会化服务体系的配合。

由此，发展家庭农场的必要条件是要有系

统的制度支撑。其中，农地制度是基石。建立明晰而稳定的农村土地产权体系，探索土地承包关系保持稳定并长久不变的具体实现形式。创新农村土地流转机制，建立和完善农村土地产权交易市场（赵振华，2014），充分发挥市场在农村土地流转中的决定性作用，保障土地经营权合法有序转让。农业财政补贴制度是坚强后盾。各级政府要将家庭农场纳入财政支农政策范围，并予以倾斜；增强财政支农政策的精准性、指向性，提高农业补贴政策效能。农业知识和科技创新体系是重要推进器。引导农业知识、技术等先进生产要素流向家庭农场，促进家庭农场要素结构升级，激励家庭农场开展应用性农业科技创新活动。支持有条件的家庭农场建立试验示范基地，担任农业科技示范户的职责。培养家庭农场经营后备人才。生态环境保护制度和农产品质量安全体系是重要屏障。引导家庭农场主树立生态文明理念，提高生态价值意识和生态责任意识（赵美玲、马明冲，2013），牢固树立节约资源的意识，激励家庭农场主积极参与生态文明、美丽乡村建设。农村金融体系是重要支撑。鼓励中国农业银行等正规金融机构将家庭农场纳入信贷支持范围。引导小额信贷公司、村镇银行创新信贷管理体制，优化信贷管理流程，积极支持家庭农场发展。拓宽家庭农场的抵押担保物范围，鼓励、支持家庭农场积极参与政策性农业保险。农业社会化服务体系是重要保障。建立健全以家庭农场为重要服务对象的农业社会化服务体系，鼓励基层农技人员加强与家庭农场对接，为其提供精细化服务。鼓励农业社会化服务组织开展面向家庭农场的各类农业生产性服务。鼓励家庭农场牵头组建、参与农民专业合作社。



光大乳业： 不走寻常路的创新发展模式



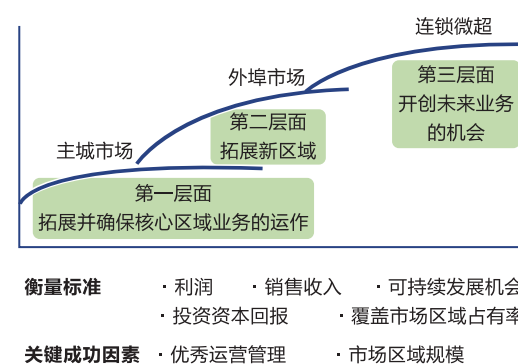
■ 光大乳业股份 石浏 惠农兴业农业研究中心 范若鸿

习近平总书记在今年一月行业视察时曾说过：让祖国的下一代喝上好奶，我一直很重视！牛奶，含有人体所需的多种营养物质，被誉为“白色血液”。奶业是现代农业和食品工业的标志性产业，也是大健康结构调整的战略性产业项目，其地位越来越受到党和政府的重视。光大乳业充分把握重庆地区乳品消费发展趋势，跳出行业固有思维框架，遵循“真源·珍品·尊生活”的经营发展理念，十年磨砺，夯实基础不断提升，通过全产业链运作，在传统乳业基础上开拓出一条差异化发展之路，为城市型乳业的创新发展树立了标杆。

一、行业趋势及区域市场情况

随着我国经济发展和国民生活水平的提高，乳制品已从过去的营养滋补品转变为日常消费品。2009-2013年，全国液态奶销售收入年增长率均接近20%。近年来乳制品行业通过整顿优胜劣汰，消费者信心逐渐恢复。预计在今后相当长的时期内，乳品销售仍将以每年10%~20%的速度增长。

随着需求量稳步上升，供需之间的差距将更大。而供应增长较慢的原因之一，在于奶源分散化供应的局面以及养殖技术条件的限制。另一方面，同质化的销售终端让消费者无法自主鉴别优质产品，行业陷入相互杀价的恶性循环，行业正处在由数量扩张型向质量效益型转变的关键时期。随着国内消费观念逐渐成熟，从“有奶喝”转为“喝好奶”的需求日益强烈，乳品业竞争也将迈上一个新台阶。



重庆市人口众多（3300多万），经济增速在全国名列前茅，居民消费水平稳步提升，饮奶需求日趋旺盛，市场空间巨大。年人均乳品占有量比较，京沪地区高达30kg，而重庆不足7kg。消费数据说明，市场远未饱和。这个人口基数庞大、人均占有乳品量相对低但消费水平快速提升的消费市场，是任何一个乳企都不可忽视的战略重地。以重庆为中心向周边省区辐射也让重庆的战略桥头堡地位得以显现。

二、真源——“牧业为根”夯实根基

（一）牧场规模化

十多年前，重庆本地的奶牛养殖业相对于上海等地来说十分落后，饲养方法粗放，牛奶的产量和奶质也不太理想。市场上乳制品多以中低端产品为主，高品质牛奶这个市场却被忽视了。一方面，重庆的地理和气候条件虽然不太适合奶牛养殖，但可以通过规模化的科学饲养来弥补这一缺陷。另一方面，重庆市人口基数庞大，饮奶观念的提升和潜在消费市场蕴含无限空间。而优质奶依托于高端牧场。一个发展奶牛集约化养殖、开拓重庆中高端乳品市场的蓝图，成为光大乳业创始人吴一奕最

初的创业规划。

行业经验表明，奶业发展其重点环节在于先掌握基础资源再打造产品市场，实现上游资源与市场平衡协调发展，是铸就乳品安全及质量的基本保障，也正是乳业的“行业之本”。为此，作为重庆市人大代表，光大乳业董事长吴一奕曾于 2013 年在市人代会上建议，应逐步淘汰一些小散户，采用标准化规范养殖，逐步重点培育扶持有一定规模的牧场，从源头上解决问题，树立重庆地区奶源建设新形象。

规模化的养殖模式，一是有利于在牧场饲养手段上，运用信息管理系统，提高奶牛饲养质量和单产水平；二是建立起以基地为依托的产业化经营模式，通过统一收奶、统一验质，统一交售，保证高品质奶源的稳定供应；三是通过良种配套，及时调整牛群结构，推进规模化奶牛场的标准化生产；四是有利于通过环保设施集中处理排放污染，形成循环经济产业链。无论是发展之初位于江北鱼嘴地区的主牧场、鱼嘴牧场、玉峰山三大牧场还是目前位于巴南区的第四、第五牧场，光大乳业都专注于奶牛饲养的规模化、集约化及科技化养殖，开创重庆奶牛养殖之先河。

（二）养殖科技化

牧场规模化是基础，集约化是核心，标准化是关键。通过规模化整合资源，通过集约化集中饲养，通过标准化完善体系，需要不断投入。牧场管理包括防疫管理、牧草品质管理、奶牛健康管理及挤奶时的安全管理等环节，每一个细节都需要硬件投入。光大牧场率先在西南地区引进了德国维斯伐利亚转盘式挤奶器、电子按摩挤奶机、自动清洗贮奶罐、TMR 自动喂料车、中央循环供热系统、智能监控系统、自动饮水器等一系列先进设施。并运用行业领先的自动化软件系统对牧场进行资源管理。在西南地区率先成立 DHI 奶牛性能测试中心，从饲养环境、奶牛生产性能测定、全混日粮饲养工艺以及信息化技术的“EDTN”奶牛饲养技术各个方面，全程监控奶牛生活和牛奶生产指标。

判断一个牧场的管理是否先进，不仅仅在于硬件设施，更关键在于看它执行什么管理标准。光大乳业是在西南地区第一家通过高于国标的良好农业规范（GAP）一级认证的奶牛养殖企业。作为目前最先进的行业管理标准，GAP 一级认证与欧盟标准互认，这对一个新建牧场来说，难度可想而知。手册中上千项农业养殖规范标准，从动物福利、环境保



护、工人的健康、安全，到保证初级农产品生产安全都做出了明确而细致的要求。2010 年，在首次通过欧盟认证时，当时北京专家组一行给予光大极高评价。至今为止光大乳业已连续 7 年通过复审，打造了长江中上游奶牛养殖业的标杆形象。而在 2015 年，光大巴南牧场作为全国乳业四家“中国动物疫病净化牧场”之一，更是让光大奶源的安全形象再次提升。

（三）产学研一体化

牧光大积极与西南大学等知名高等院校合作成立了市科委授牌的奶牛养殖专家大院，致力克服重庆地区湿热地理环境气候的不利因素，提升奶牛繁殖饲养水平的产学研研究。作为非传统奶牛养殖带，牛群饮食结构更加重要。通过科技攻关，每天定制化的科学饮食，为奶牛们提供了充足而均衡的营养摄入。来自美国富含高蛋白的 DDGS（玉米酒糟蛋白饲料），富含氮、磷、钾等微量元素和维生素的进口苜蓿草，成为原奶高蛋白指标的重要保证。铺位上特制的海绵“席梦思”，颠覆了奶牛席地而卧的传统，让它们睡得舒服，还能避免细菌感染。

通过产学研一体化研究，光大原奶各项指标都开创了西南地区奶牛养殖的新篇章。光大牧场的牛奶蛋白质含量远远超过国标达到了国际优质牛奶的标准。其中荷斯坦原奶蛋白质含量 3.3 克

/100ml，高于国际通常标准（3.18%），而娟珊原奶蛋白质含量更是高达 3.9—4.0 之间。按照国家标准，牛奶菌落总数应该低于 200 万 /ml，而光大牧场原奶的菌落总数低于 2 万 /ml。一般牛奶的乳脂率在 3% 左右，光大原奶乳脂率则达到了 3.8% 以上，其所含的系列溶解性维生素、共轭亚油酸也都高于普通牛奶。

同时，通过与专家学者共同攻关，光大乳业近年来先后完成奶牛标准化、奶产业一体化循环经济、娟珊奶牛原种场建设、奶牛养殖场沼气工程及安全奶源基地等国家及省市级项目建设，先后拥有专利 103 项，商标 66 项，成为重庆地区首屈一指的现代农业示范企业。

（四）元素快乐化

对于牧场的发展，董事长吴一奕总是有着超前的思路。她认为企业发展不仅要在技术上有创新意识，在创意上也要先行一步，用创意的理念来打破农业的壁垒。光大通过旅游和养殖相结合打造快乐奶牛小镇，无论是当初的江北鱼嘴三大牧场，还是现在的巴南牧场，都可以看到这样的快乐元素。积木一样花花绿绿的房子，卡通动漫、3D 墙画及多媒体互动，西南地区唯一以古今中外奶牛和牛奶为主题文化的奶牛科技馆，参观者可自制奶酪、酸奶、冰淇淋，甚至亲自动手挤奶。牧场循环经济产业链产出的各种有机水果可供采



摘。光大牧场成为了重庆青少年一个理想的科普教育基地。

据不完全统计，2008 年以来，光大乳业通过组织多场体验式营销活动，人们观牛、挤奶、喝奶、游玩，近 10 万名消费者现场体验光大乳业的优质奶源，为市场拓展奠定坚实基础。2008 年 9 月行业事件，光大销售业绩一个月内猛增六、七倍，证明

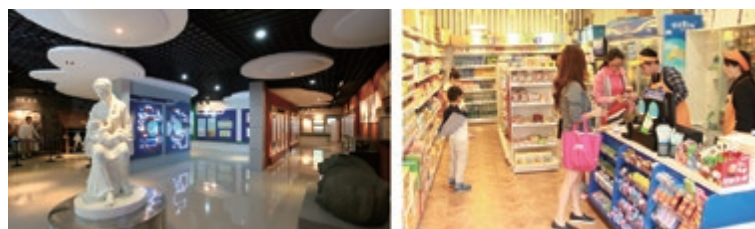
光大从牧场向消费终端发展的思路是正确的，也一举奠定光大乳业本土优质牧场的健康形象。

三、珍品——“产品为王”稳步发展

（一）体系化管理是根基

作为光大乳业全资子公司，时代乳业是全产业链的生产加工环节，采用来自瑞典、日本等国最为先进的乳品设备，产品涵盖巴氏杀菌乳、灭菌乳、发酵乳及调制乳四大品类共计 50 余个品项。全球领先的 SAP 信息化系统，72 道严格检测程序对包括三聚氰胺、黄曲霉素、农药残留、重金属等在内的大量指标进行全面检测，从产业链后端可控到实现全程品质把控。主要产品指标乳脂、乳蛋白率均高于竞品。作为区域性品牌鲜奶、酸奶等核心竞争性单品品质好、盈利能力强。

光大以严格的质量管理体系保证产品质量稳定，在过去几年国家风险监测以及市区两级质监部门、农业部门及工商部门的上千次抽检中，光大乳业产品指标全部合格，保证了“从牧场到餐桌”关键的中间环节。公司通过了 HACCP、ISO9001、ISO14001 及卓越绩效管理等国际先进的标准化体系认证。值得一提的是，2013 年光大乳业作为重庆市唯一的食品生产销售企业，荣获市长质量奖提名奖。



（二）产品附加值是方向

相关资料显示，液态奶行业的收入增长速度及利润增速都较为稳定，特别是作为城市型乳业以低温产品为主导的高附加值和高毛利模式保证了其基本盈利空间。整个行业除了在 2008 年利润增速有了较大回落之外，在收入保持稳定增长的同时，利润增速也保持了快速增长。之后的 2009 年，行业事件后迅速反弹，虽然受到了国际和国内农产品价格上涨等因素的影响，乳制品企业原料成本增加，但仍能保持较好的利润增长和销售收入，显示出乳品行业内部在抵抗市场风险和价格波动上的能力。

在自有奶源优势的基础上，光大乳业的终端产品从一开始就确立了以低温巴氏奶和低温酸奶为主的中高端路线的经营思路，在产品毛利贡献方面相比其他竞争对手更具优势。产品终端宣传方面，通过体验式牧场游，配合“100% 牧场自产”、“看得见的牧场”等宣传口号，打破了市场上原始的价格竞争，让产品附加值进一步显现。

（三）重点品类是关键

乳制品行业同质化现象相当严重，最突出的表现就是内容物同质化从而导致弱势品牌在竞争上处于劣势。区域乳企的核心竞争力，在于认真练就产品“内功”，通过加强研发力量，研制出差异化明显的产品。光大持续通过市场终端信息反馈，结合重庆本地消费者口感偏好，从口感、

颜色及包装等方面形成了自身独特产品优势。

每一年，光大设计部的专业人员都会在公司统一安排下前往日本、韩国及欧美等国家，学习考察国际上最时尚的产品包装最新潮流及创新的产品口味。光大设计人员的产品设计，一度荣获全国行业比赛金奖，并引致全国各地乳企的学习取经。市场人员在欧洲考察过的一款巧克力酸奶产品，虽是细分市场的小众产品，但在上市之后口碑极好。

2008 年，光大乳业根据环境气候条件等因素，率先在西南地区引进英国皇室指定供奶牛种娟珊牛，并创立“娟珊王”系列产品，此后若干年，该产品一直雄居重庆市场高端奶优势地位，成为重庆高端牛奶的代名词。2011 年初上市的牛初乳酸奶，净含量 220 克售价 38 元，创国内乳制品价格新高。牛初乳天然营养价值高但产量极少，产品上市后必须要提前订货，无形中为光大品牌效应赚足眼球。2016 年四季度，光大先后推出 12 款低温新品系列，对内容物、包装形式及设计等进行升级，重新确立高端低温产品优势定位，让消费者重新认识光大乳业，其中的龙头产品“不二烤酸奶”更是成为山城美食者们的新宠。

（四）产能扩充顺势而为

为更好服务广大消费者，拓展市场规模，光大乳业斥资近 4 亿元，从 2015 年开始，全力投入建设 16 万吨乳品加工基地。项目建成后将成为西

南地区规模最大，科技化程度最高的乳品加工基地，象征着光大乳业在未来发展道路上的坚定决心及对光大乳品优秀品质的承诺。该项目占地197亩、建筑面积达9.3万平方米，建成后将形成日处理鲜奶450吨的能力。

16万吨乳品基地建成后，可以轻松实现24小时不间断生产，确保消费者时时都能喝上最新鲜的乳品。同时，“全自动中央控制室”将保证生产效率和品质管控。大大避免了人力操作带来的潜在风险。过程参数时时监控装置让乳品加工实现了全过程可追溯，直接将潜在问题扼杀在“摇篮”。安全、自控、节能——如此先进的“精益生产”管理理念和产能的全面提升，将触发未来业务规模效应进一步显现，这种成本空间优势将转化为效益优势，使光大快速扩张成为可能。



四、尊生活——“渠道制胜”凸显张力

主城市场、省外市场及连锁微超是光大乳业渠道发展的“三驾马车”。主城市场作为业务战略第一层面，通过优秀的运营管理着重确保效益达成；省外市场作为第二层面，以市场规模覆盖外埠；连锁微超作为第三层面，强调产业转型，确立可持续发展机会。目前光大销售网络已覆盖重庆主城、区县及大重庆外部分市场。而连锁微超的突破转型是关键。

（一）连锁发展情况

连锁门店是光大乳业区别于其他竞争对手传统渠道的差异化渠道，也是未来可以挖掘更多亮点的题材。2008年光大产品上市之初，并没有与竞争对手在传统渠道相接，而是深耕市场蓝海，配合产品折扣提货卡积累客户，以方便快捷为宗旨，升级送奶上户模式，在商圈、社区、学校、企事业单位周边，自营门店迅速发展，其中部分门店月营业收入达到30万元。依托于遍布重庆主城大街小巷的蓝色小屋，梦工场一时间成为市民们茶余饭后的话题，并荣获2010年重庆“十佳商业模式”。在2010

年中国奶协年会上，梦工场连锁曾作为乳业转型的典型案列。2011年后，梦工场连锁通过加盟扩张快速拓展。

连锁渠道的关键要素是产品、信息系统、采购、配送体系及互联网+。光大乳业在逐步完善的基础上，将连锁渠道的差异化转型逐步提速，在主城区形成竞争优势地位，并逐步向重庆区县及区外拓展。连锁渠道的核心是在品类优化的基础上，不断提升单店收入形成竞争力。

（二）便利零售模式展望

综合各方资料分析，城市人均GDP达到3000美元时便利店就可以生存，达10000美元时鲜食便利店就可以生存，重庆2015年人均GDP为52330元（约8033美元），且增速较快，已为优质鲜食连锁发展奠定基础。从国内生活便利店发展情况看，一线大城市已培养起便利店消费习惯，从2010年开始，主要品牌外资连锁便利店开始向省会城市渗透，与重庆相隔300公里的成都，其便利店发展是未来重庆的样板。按照重庆地区经济发展水平和消费水平增长情况，可以预期，生活便利店将成为未来重庆主要消费模式。

（三）梦工场连锁微超

光大乳业在销售终端采取差异化的发展策略，在国内乳业传统格局下另辟蹊径，通过不同于其他乳企及普通便利零售的独特专卖店模式快速发展。升级后的梦工场“微超”在原有奶产品基础上，增加了休闲食品、进口食品、生活用品、酒水饮料、粮油调料等其他产品，实现更广泛品类覆盖。通过精选产品、陈列规范及核心旗舰店打造，使消费者享受到最佳购物体验。依托于移动互联网工具的线上支付，以及开通线上

购买送货到户服务，让消费者时刻都能享受最方便快捷的梦工场健康生活。与重庆农商行及建设银行等金融单位进行平台合作，整合资源提升奶卡销售，开启了与银行的异业联盟整合步伐，将更多的银行高端用户转化成梦工场的新客户。以“用户体验思维”为原则开通水电缴费、电话缴费、电视缴费等各项便捷缴费服务，让消费者可以享受真正的立体式“一站式”生活服务。连锁专卖系统的转型升级，使门店连锁系统用户黏性不断增加，为光大乳业未来提升奠定坚实基础，体现在经营数据上，单店出货及客单价都有所提升。随着原始的电商O2O模式逐渐向新零售模式转型，梦工场微超的优势将会进一步显现。

小结：

习近平总书记说过，要敢于走别人没有走过的路，不断在攻坚克难中追求卓越，加快向创新驱动发展转变。光大乳业通过中高端品牌定位，吸引年轻消费群体及消费力较高的中高收入消费者，体现品牌差异化；通过核心渠道微超转型，实现渠道差异化；通过明确“得奶源者得天下”的经营思想，从牧场奶源做起，实现产业链模式差异化；通过牧场体验游营销模式，以及一卡多用消费模式固化目标消费群，避免与竞争对手的低级竞争，实现营销模式差异化；通过产品升级换代的持续创新机制实现产品差异化。不走寻常路的经营思维让光大独树一帜，未来，光大乳业也将沿着这条道路不断探索、不断发展。





农业众筹的

三大流派、四种模式、四个案例

■ 天下农商传媒

农业众筹起源于美国，代表案例是 Fquare 和 Agfunder。Fquare 的模式是建立一个垂直的土地流转的平台，用户通过购买选定的某区域的某块土地的股票间接拥有一片土地。土地由“Peoples Realty Company LLC”公司代持及管理，PRC 公司将土地租赁给当地社区的农民，并代收租金。投资者可在二级市场出售自己的股票。Agfunder 的模式更“轻”一点，致力于提供一个项目和投资者对接的平台，不过仅限于农业相关项目。下面是对中国农业众筹的总结。

一、三大流派

1、营销派

一般来说，众筹的商业模式可以分为平台型、消费型和权益型三大类。但农业众筹在传入国内后，不同平台根据自身和国内市场的情况做了不同程度的模式创新。例如在土地端，土地产权流转在国内操作难度非常大，且十分敏感，Fquare 的模式不宜照搬。即便是阿里这样的大公司在推出农业概念的众筹产品时，也对外强调是投资者团购土地上的收益，与土地使用权流转不沾边。几乎所有新创的农业众筹平台多数选择学习 Agfunder 这样的农业实物或项目众筹，不过，虽然师

出同宗，流派却相当不同。

首先是营销派，这一派的典型样本是大家种。在大家种创始人陈杰看来，农业众筹实际上就是一个低成本、低门槛的营销方式，通过众筹模式来获取用户。据陈杰自述，他从 2011 年就开始关注众筹领域，那几年也是全民关注食品安全的时候。北京周边的有机农场越来越多，却没有几家能够盈利。不盈利的原因是成本高，对于农场来说，包装、物流都需要自建，在没有足够规模的前提下，每单成本自然居高不下。还有一个重要原因是获取用户的成本很大。“基本上农场百分之十到二十的收入都会用于广告营销获取新用户。”陈杰分析说，但实际效果并不好，北京周边 100 多家农场，每家会员也就两三百个会员。因此，大家种的业务方向就在帮助农场做营销获取用户，降低农场的营销支出；另外一方面，聚合农场和用户后，能摊薄物流成本。

2、预购派

同样是做农业众筹，肖军并不认同众筹就是广告宣传，而是将众筹视作农场与消费者之间提前建立订单关系的渠道——他将这种形式称之为预购。

肖军在进入农业众筹领域之前曾做过农产品电商，对农业生产有更深入的理解。“农业生产投入大，周期长，而且靠天吃饭，生产上存在一定风险。”肖军认为，如果农场和消费者能够提前确定订单关系，对双方双赢的。“生产商可以提前锁定一部分订单，降低了生产风险，而消费者可以以比较优惠的价格买到一个优质的产品。”由于定位是订单关系，有机有利对农场提供的服务也着重在流通端，比如如何对众筹产品定价；如何实现便利的支付；如何做到用户满意物流体验，而这也正是一般农

场最薄弱的环节。无论是营销派还是预购派，立足点都是为农场提供服务，两者之间是相对平等的合作关系。随着农场的品牌度、影响力、销售额逐渐上升，大家种、有机有利们也能从农场处获得自己的收益。

3、资本派

而资本派可谓是醉翁之意不在酒，他们并不满足于成为农业项目的合作者，而是旨在成为整个项目的资源整合方，培育孵化出优质的农业项目。

位于深圳的尝鲜众筹就是这一流派的代表。创始人齐谦在深圳投资圈浸淫多年，深谙资本运作的逻辑，他表示，中国虽是农业大国，但农业产业结构十分落后，从未有产业性资本进入。原因是“一家一户的生产方式，不能行成产业链，抗风险能力、资金、技术、品牌都不够强大，生产者和投资者无法获得足够好的回报。”在齐谦看来，产业整合是农业未来发展的必由之路，这就需要大量资源和资本的介入。因此，同样对于一个农场项目，尝鲜众筹不仅仅做项目众筹，并且积极在农产品上下游产业链寻求整合机会，力求与上下游联动，拉动品牌效应，形成口碑，第二步再做农场的股权众筹。齐谦形容，“这是一体化的两个步骤。”众筹作为互联网金融的一种形式，资本介入并无新意。但是将产品众筹与股权众筹叠加，形成一整套投资策略，确实颇有新意。其背后也需要巨大的资源整合能力去做支撑，尝鲜众筹的这一步棋能否走成，是其留给众筹行业的一个问号。



二、四种模式

1、农产品众筹模式

农产品众筹在国内已经非常常见，比如本来生活与宏筹网联合推出的尝鲜众筹，他们众筹的项目是延安宜川红富士，在选择品类上，本来生活可谓独具匠心：第一，苹果的受众面极为广泛，可以说不吃苹果的是小众；第二，我们知道山东、辽宁、河北、北京的红富士对于北上广尤其是北京来说，早已司空见惯，完全不算是特产了，而他们主打的“北纬 35° 海拔 1000 米”的延安宜川红富士是一线城市较为少见的苹果，有足够的吸引力。不过由于众筹网的风气和创意属性，尝鲜众筹并不适宜众筹网，并且有农产品生产链很长，具有极大的不可控性，后续服务无法保证，经过几次尝试后，众筹网在自己的项目发起规范中不允许发布的项目第一项就是：食品、农产品、酒类项目。农业众筹网站大家种则不同，它弱化了创意和情感属性，而是还原了农产品

原汁原味的属性，不讲故事不凸显创意，只是强调 F2F（家庭直达农场）这一特点，让城市消费者与新农人之间进行无缝对接。农产品众筹目前还需要一段观念的培育期，大众有着稳定的农产品消费习惯，不是说变就能变的，不过该变的迟早是要变的！当然以上都是消费型众筹，农产品还可以是股权型的，现在很多新农人正在酝酿各种创新型的农产品众筹形式，比如端午众筹一个粽子品牌，集合众人的资金然后回报股权，炒概念玩花样层出不穷。

2、农业技术众筹

国内可以考虑这些农业技术的众筹：

a) 类似于杂交水稻的增产技术，粮食在整个世界都占据重要位置，粮食增产技术当然也格外受到青睐；

b) 类似于引种蓝莓等新型农作物的种植技术，这项技术的价值点在于该农作物被世界公认有价值并具有极大的稀缺性，通过该项引种技术可以解决稀缺性问题；

c) 有机化肥农药技术，随着有机食品的热度逐渐升温，围绕着有机会形成一条系统的产业链，哪一个不可替代的环节都是值得投资的 4、农业信息化，农业物联网为时尚早，不过农业信息化技术已经该开始入手了。

3、农场众筹

“耕地宝”的横空出世，在业界恐怕又产生了“鲶鱼”效应，互联网真的是可以专治各种不服，农场众筹不可避免地要遇到这样的问题：我们众筹的是土地、农畜产品还是参观采摘？这就要围绕着农场的个性化特色来做文章，所以还是要围绕着该农场的商业价值来分析，拉菲庄园和农业产业基地完全是两码事。

4、公益众筹

公益众筹在农业方向上实际上有更大的需要，除了教育实际上农业也需要“希望工程”，比如西北治沙、农村建设等使社会资源得到更有效的配置。



三、几个案例

1、尝鲜众筹

尝鲜众筹隶属于深圳一禾家庭农场投资控股有限公司，注册资本 3000 万，从上线时间来看算是国内名符其实的首家农业众筹平台。该平台设有农产品众筹和农场众筹两大板块，后者尚未有项目出现。目前，农产品众筹已上线 7 个项目，分别来自 6 个不同的省市，其中 1 个项目已成功，筹款 7800 元。

2、大家种

大家种网站定位为连接家庭和农场的平台，首创 F2F（familytofarm）概念，即“自然到家”，提倡都市人走出城市，回归自然。目前已推出的 23 个项目，完成 17 个，其中有 7 个达到筹资目标。

3、有机有利

有机有利创办于 2012 年 7 月，由来自阿里巴巴、淘宝网、新浪网、中国农业大学的多名前高管人员共同创办，是淘宝网生态农业频道核心合作伙伴。2014 年 1 月，有机有利率先在国内推出了 F2F（农场到家庭）的电子商务理念；4 月，上线了众筹平台，试运营 90 天后正式上线。该平台项目分为回报型（商品众筹）和股权型两种，目前已上线 12 个项目（1 个股权类），成功 1 个。网站显示，截至 2014 年 9 月 2 日，已有 1100 多位“有伴”入住平台。

4、众筹网—农业板块

作为大综合型商品众筹平台，众筹网于 2014 年 7 月 30 日举行发布会，正式宣布进军农业众筹领域。其实，早在 2013 年 10 月，该网站就已开始涉足农业项目，只不过没有予以特别重视，未划分专门板块而已。目前众筹网上与农业相关的项目已有 52 个，其中 19 个已成功，其余均处于众筹中，数据表现不错。





■ 齐峰果业创始人 齐峰

下海创业

不管在什么时代，创业都是一个机遇与风险并存的抉择。上世纪 90 年代是中国经济体制改革的重要关口，许多人顺应时代与政策发展下海创业，下海之路波涛汹涌、暗流涌动，只有足够敏锐的人才能在这样的浪潮中安身立命，功成名就。现年 46 岁的猕猴桃大佬齐峰无疑就是这样的人。



齐峰是从做小买卖一步步做成大生意的。1992 年，齐峰从职业中专毕业，被分配进陕西梅县制鞋厂做销售，同年，邓小平发表南巡讲话，很快齐峰就从国企辞职，决定创业。刚开始创业的齐峰给自己定了一个目标，要成为一个成功的生意人。

齐峰颇有生意头脑，他先是自己倒卖鞋，后来又开了一家餐馆，日子算不上大富大贵，但相较于那个年代的同龄人来说也算得上是红红火火。

齐峰的工作性质让他接触到了很多不同行业的人，慢慢地他发现一个现象，外地来眉县收购猕猴桃的客商越来越多。此时恰逢眉县从传统农业转向猕猴桃特色农业的时期，种植面积在原本几百亩示范园的基础上迅猛增加。心思活络的齐峰认准了这个机会，但自觉没有经验，于是就去给客商当小经纪人，帮助客商收桃。

此时的齐峰只是认准了这样的创业机会，并没有过多地思考猕

猴桃产业的发展问题。但不同于各方面都刚刚起步的中国，彼时的新西兰奇异果已远销国外，占据了一定的市场，有口皆碑。

新西兰的奇异果其实就是原产于中国的猕猴桃，这其中还有一段故事。

1904 年，新西兰女教师伊莎贝尔 (M.Isabel. Fraser) 在中国旅游时，喜欢上了猕猴桃，就将种子带回去，以此培育出新西兰第一棵猕猴桃果树，但奇异果这个名字的出现，是在距此 50 多年之后。

当时，新西兰正在尝试出口，因为很多国家对猕猴桃没有概念，销售异常困难。于是，销售商决定重新为猕猴桃命名，与新西兰的国鸟奇异鸟 (kiwi) 建立联系：奇异鸟尾巴翅膀极小，外形和颜色都与猕猴桃相差不远。

此举在营销上大获成功，奇异果 (Kiwifruit) 自此风行全世界。1996 年，新西兰成功催生出世界最大的猕猴桃品牌佳沛 (Zespri)。



初步试水

让我们的视线再次回到齐峰身上。给客商当小经纪人赞了三年经验后，齐峰终于背上背包，第一次走出陕西，一个人去各地看市场。彼时，佳沛品牌的诞生已有一年。

齐峰首次试水是在山东，当地市场与眉县价格相差近十倍。毫无疑问，齐峰的第一次试水大获成功。然而这一趟山东之行让齐峰真正看到了猕猴桃市场的巨大潜力。随后，同样的模式，又让他做到了上海、昆明和乌鲁木齐。自此，眼界愈发开阔的齐峰与猕猴桃结下了不解之缘。

齐峰的起步是十分顺遂的，但这不代表猕猴桃产业的发展一帆风顺，更不代表所有经营猕猴桃的人都如齐峰一样顺风顺水。当时的中国改革开放还在起步阶段，市场有很大的波动也很正常。这也从侧面解释了为什么那个时期中国有很多像齐峰这样经营水果买卖的人，却鲜少有人能像齐峰一样坚持到如今，一路做大做强。

市场的波动对齐峰同样有着不小的影响，但是齐峰的传奇之处在于，他善于计算与判断。齐峰是个很能四处跑的人，十分接地气，





又肯吃苦，加上精于计算，他总能在一定程度上判断出猕猴桃行情的大概走势。所以一直到 2007 年，做了十年，即使是行情不好的年头，他也能靠自己清醒的“判断”躲过去，从来没有赔过。

一开始齐峰是做鲜果买卖，即收即卖，后来为了拉长销售周期，齐峰在眉县建了冷库。鲜果只有 7-10 天的保质期，入库后最长可以存放到次年 5 月。

收完猕猴桃开始存库的时候，齐峰就骑着摩托车在眉县和周至县（比眉县种植面积还大）四处转，挨家冷库的聊，今天存进来多少货发出去多少车，这些人很多都是他的朋友。

聊完一遍，齐峰就回家自己拿着笔在那估算，整个市场大概还有多少存货，以此推算什么时候涨价什么时候降价。齐峰每次都能判断出百分之七八十，并据此来决定是存储还是卖出。

对于猕猴桃市场来说，2002 年、2005 年、2007 年都是大面积赔钱的年份，不过这三年齐峰都没赔。这无疑增加了齐峰继续坚持走这条路的信心，也让他的决心愈发坚定。

心路波折

然而，齐峰的创业之路并不是一直如我们所想般毫无波折。猕猴桃种植一年好一年坏，收购商之间的竞争也十分激烈。农业生产得复杂性使

他碰上了不少挫折。同时，与他靠着个人判断而得意相比，此时的佳沛已经成为行销世界的一流品牌。对比之下，齐峰对于自己从 1997 年到 2007 年这十年来每年十来万的经营收入有些不满。

当时已到不惑之年，最初的目标还没有达成，虽说有所收获，但经营这么久别说品牌，连精装都没有，不管什么货装了箱直接走。这样的小打小闹，让他有些心灰意冷。

于是，2008 年，齐峰停掉猕猴桃生意，到四川投靠一名做房地产的亲戚。房地产的营销、策划方法让他大开眼界，他也被房地产业正规成系统的品牌运作和企业管理方式吸引。

他开始琢磨，如果照做房地产的方式来经营猕猴桃，会怎样？前 10 年，他做猕猴桃是“做一下停一下”，行话说叫“走资卖快”（即买即走资本小收益快），是个体户不正规的打法。如果他专注于经营猕猴桃，正儿八经地搞一下，会不会也能做成大生意？

说干就干，回到眉县后，齐峰开始了一轮紧锣密鼓的升级。他先是注册“齐峰·奇异果”和“奇峰缘”商标，此后卖出的猕猴桃都会贴上自家的标签。齐峰第一次有了品牌意识，尽管认识和做法还比较初级。

紧接着，齐峰又牵头成立了眉县齐峰富硒猕猴桃专业合作社。社员可以享受一定的待遇，比如农业专家的技术指导，优先收购，收购略高于市场价，年底返利等。社员的义务是必须按标准种植，比如不能使用膨大剂，不能使用某些农药，包括每年施肥次数和每棵树开花后留多少朵，也都有规定。

齐峰在种植端把握住了稳定优质的货源，在产品上与品牌形成对应，与早期的单纯打市场区

分开。此时更大的背景是，到 2008 年，眉县猕猴桃经过 20 年的普及，种植面积已经接近饱和，产量增速放缓，需要在其他方向找到增长点。

随后，齐峰又建了标准化的出口包装车间和物流车队。最初，齐峰使用的分拣猕猴桃的生产线也是国产设备，但是国产设备的精度只能达到 12g，齐峰只得又引进了同等规格的法国迈夫生产线。虽然同等规格的迈夫卖 300 万，而国产设备只卖 140 万，但是迈夫筛选不同重量的猕猴桃时更为精确，可以达到 10g。

生产线更新之后，猕猴桃分拣的速度和精度大大提升，一批又一批猕猴桃果不断滚上分选线，经过分拣、刷毛清洗等一系列流程后，再回到包装工人手中进行贴签、装箱，全程不超过 10 分钟。

销售问题

生产问题解决后，就是最后的销售端发力。

在齐峰的努力下，批发市场从原有的四个陆续开发到 12 个，包括北京新发地和浙江嘉兴两个一批市场，每个市场都派四五名员工长期驻守。在北京、西安、上海等城市的繁华地段开辟直营店，专卖高规格的猕猴桃，打高端市场。正规化的升级效果很明显，2008-09 年度的销售收入从原来的一两百万元暴涨至 1050 万，等到 2012 年，齐峰年销售猕猴桃 2 万吨，销售收入首次突破一亿。

即使取得了如此成绩，传统渠道增速慢的特点依旧是齐峰一直在意的问题。互联网的发展成为不可逆转的趋势，因此，在拓展传统销售渠道的同时，善于判断的齐峰也果断地试水电商。

升级第二年，齐峰在阿里巴巴平台上以国际贸易为切口，涉足电商。但苦于一直当地找不到电商人才，业务断断续续。无奈之下，2013 年，他找到代运营公司，支付所有费用以使得对方在自己的公司办公，条件只有一个，带着他一块学。

然而不到一年，齐峰就发现不行。代运营的思路只是销售和挣钱，而他想把猕猴桃的品牌做出来，双方的想法根本就碰不到一起。思来想去，齐峰认为，还是得自己建团队，可是谁会来二三线城市的一个小县城来跟着他干电商呢？

2014 年，齐峰解除代运营合作，接连跑了上海五六次，挖到一个懂行的老乡李锋。李锋的父母也种有六亩猕猴桃，他常感叹“是猕猴桃供我上了大学”。

李锋回来后做了两件事：第一件事是提炼出了齐峰果业的 Slogan：“好水果从种植开始”，他说这一句话就将齐峰果业与同类公司区分开，丰富了“品牌”内涵；第二件事是强制齐峰和所有员工使用微信，所有的通知都通过微信群发布，员工不看微信就收不到通知，努力实现全公司的互联网化。现在，齐峰已养成及时回复微信的习惯。

李峰的加入使得齐峰的电商运营有了些起色，但是李峰在整体思路延续了之前服务 500 强企





业的经验，一心追求高大上，甚至想做个电商平台出来，与齐峰经营的朴实农企有太多的出入。几番折腾，遇到了许多挫折之后，李峰的终于才摆正心态。不过让人欣慰的是，在李峰曲折摸索中，他们成功组建了一支符合期望的专业电商团队，七个主管里有四个人有北上广经验。

2015 年，齐峰将这支电商管理团队集中到西安，北京、上海、广州等地的直营店和批发市场变成分包发货中心和体验中心，订单统一管理，就近发货。齐峰果业的销售渠道自此基本定型。传统渠道的齐峰果业做的是批发，是 B2B 模式；电商渠道的齐峰果业则是 B2B+B2C 模式，既为其他淘宝店供货，也自己开店卖，而且电商不只卖猕猴桃，也卖大荔冬枣、库尔勒香梨等陕西和新疆的特色水果干果。

2015-2016 年度，齐峰果业电商销售额是 3000 万元，占到整体销售的 10%，齐峰的目标是在 2016-2017 年度实现一个亿的电商销售。

但电商至今未有盈利，齐峰对此也不介意，他给了三个理由：

第一，原来在批发市场上见不到消费者的评

价，现在只要打开网，就知道消费者对产品的评价，倒逼产品质量升级；

第二，传统渠道跑不过电子商务，批发渠道一年增加 15%-20%，而电子商务是翻两倍三倍往上跑，估计三年以后，电商就是四五个亿，与传统渠道持平；

第三，电商在品牌宣传上边效果是最好的，电商做得好也可以带动我线下批发。在天猫上搜索“猕猴桃”，齐峰果业的旗舰店目前销量排第三。

再遇困难

销售渠道的问题解决，必然会反过来促进规模的扩大。而随着规模的扩大，新的问题又一次出现，十年没赔过的齐峰终于品尝到赔钱的滋味。

2014-2015 年度，联想集团、新西兰环球园艺等大公司进入中国猕猴桃市场，开始不断在炒价，徐香猕猴桃收购价从三元多一斤炒到六元多，大的资本进来，不懂水果，不计后果，逼得齐峰没办法，赔了 900 多万。对此齐峰解释说，以前是小打小闹，自己控制得了，看着赔钱的时候就赶紧跑，现在是看着要赔钱，还得大批量地收货，因为市场有连续性，必须得保品牌保市场，也就是“看着是坑你也得往下跳”。好在，一赔钱，经销商又恢复理性，大公司也陆续退出了一批，第二年，齐峰又把钱挣回来了。

齐峰更长远的忧虑是，农产品门槛太低，存在一年好一年坏的周期波动，今年挣钱，明年价格上去，质量就会下降，因为果农可能会用一些手段早采早收。这几年来他一直在考虑怎么能让市场平稳，怎么能让农民和齐峰果业都挣到“合理的利润”？

反复思量，齐峰开始尝试在 1000 亩合作社猕

猴桃和 1000 亩自有猕猴桃之外，开辟新的与果农合作的方式。相对成型的有两种：

一是量最大的订单农业——差不多上万亩——每年开花的时候，都派人去果农地里挨家挨户签收购合同，这对于已经做猕猴桃 19 年的齐峰来说不是什么难事，哪个村子有多少亩，哪家是大户，他都一清二楚，这是客商比不了的，不过这种订单每年收购量不定，相对不稳定；

二是去年刚开始做的托管模式，果农把地托管给齐峰果业，齐峰果业按照自己的流程统一作业，卖出去后再把相应的收入返还果农，现已有 1000 多亩。

同时，齐峰开始全产业链扩张，成立了农资子公司，基本上除了深加工之外，跟猕猴桃相关的都开始做了，连授粉的花粉都在卖。

一直以来，齐峰做的每一件事都是为了跟大市场进行区分，有机猕猴桃、富硒猕猴桃是在产品上区分，做农资是在跟单纯的猕猴桃经销商区分开，三年内不挣钱，但三年后可能挣的比谁都多。

而所有这些，首先受益的是跟齐峰有合作的果农们，比如，1g 花粉往外卖是 15 元，社员价只要 10 元 /g，齐峰还给社员免费发送油渣（一种肥料），据透露，今年光给果农发下去就是 70 万元东西。对此齐峰表示现在只能跟老百姓一起挣，农民的质量控制住了，齐峰果业就挣钱，农民管控的质量差了，齐峰果业就麻烦。但他也提醒注意农民和公司关系的拿捏，保证“把农民绑进来，操上心，不要反过来让农民把企业绑住了，那企业就死掉了”。

齐峰读的中学在眉县横渠书院的隔壁，横渠镇上出过一个大学问家张载，齐峰很早就记熟了



他那四句话：“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平”，但不求甚解。恰好前几年，齐峰的一位书法家朋友送他一幅字“富民之心”，当时他没有在意，出于感激挂在了办公室里，到了年纪，慢慢悟透。

未来目标

一直以来，齐峰都有一个目标，那就是做大做强和佳沛一拼。

在齐峰果业位于眉县猕猴桃产业园区的办公室外，耸立着一尊巨大的猕猴桃横切片雕塑，这是齐峰和园区合资做的，高 14 米。据齐峰说，佳沛在新西兰也有一个这样的雕塑，但更大，高 20 米。至于雕塑为什么没有比佳沛的大，齐峰很苦恼：“没办法，园区没钱嘛”。

2015 年，齐峰果业卖了超过 5 万吨猕猴桃，是全国最大的猕猴桃销售企业，但销售额（3 亿）还不足佳沛的 3%。同年，佳沛的全球销售额达到了 19 亿美元，与同年中国猕猴桃的总产值（144 亿元）相当。而新西兰全国的产量不过中国的五分之一左右。

这样的对比让齐峰不禁深思：“为什么中国作为原产地和最大种植国，却全面落后于新西兰？”对此，他的回答是：“人家是举全国之力做一个品牌，能做到标准化，而中国的国情决定了只能各自浴血奋战”。

如今，这个自小生长在猕猴桃原产区的陕西汉子，已经卖了 19 年猕猴桃，他的目标就是从猕猴桃的种植端开始规模化，从而达到标准化，赶超佳沛。他希望再干一二十年，“说不定可以跟佳沛一拼呢”。





■ 惠农资本 林昉

近年来，中国经济增速放缓，结构性转型和调整，企业的过剩产能与高杠杆经营带来的风险在转型期集中释放，以银行信贷资产为主的金融机构不良资产规模迅速扩大，并呈现不良资产余额和不良资产率双上升的局面；以企业应收账款为主要组成的非金融企业不良资产进入人们关注的视野，成为另外一支现行经济形势下的“蓬勃”的力量；同时，随着 P2P 网贷业务的发展，共生的互联网金融为不良资产也“添砖加瓦”，全社会不良资产市场的外延和内涵不断扩大和深化，存量供给巨大。另一方面，由于不良资产处置兼有折价收购、资产增值空间大、税收优惠以及重组收益大等特点，使得不良资产处置具有良好的投资收益，市场上窥探不良资产的投资者众，市场需求旺盛。在互联网高速发展的今天，任何低效率的地方都存在被技术和模式优化的空间。市场在传递着强烈的优化资源配置的信号，亟待不良资产处置商业模式的创新发展。

在互联网高速发展的今天，任何低效率的地方都存在被技术和模式优化的空间。市场在传递着强烈的优化资源配置的信号，亟待不良资产处置商业模式的创新发展。

一、传统不良资产处置模式存在的问题和局限

相比上一轮不良资产周期的形成的政策性原因，本轮不良资产周期主要是由于市场因素造成。从行政主导转变为了市场主导。从而使得处置的动机和效率都发生根本性变革。

1、“花式出表”使问题资产未能实质化转移出银行系统

不断累积的不良资产对商业银行的盈利能力和流动性风险管理提出了重要的挑战。由于盈利和监管的双重压力，银行将不良贷款移出资产负债表的决心异常坚定，“创新创意”了各种花样繁多的出表方式。例如，实现尽快出表，在打包出售资产包的同时，通过同时签订回购协议兜底或收益互换收回不良资产的收益权。又如，通过提供等额贷款等变相补贴，将某笔市场价值较低的不良资产以较高的价格，出售给央企或国企，以提高不良资产回收率。再如，地方政府与地方 AMC 相互配合，解决地方债务危机等。以上这些花招，大都是左口袋换右口袋，移花接木的游戏，不良资产本身并未真正被化解，其能够获得未来收益的经济属性依旧铅华未尽。

2、资产管理公司缺乏更广泛的融资渠道

明确统计在册的商业银行 1.5 万亿的不良资产，需要大量的资金承接收购。监管规定，资产管理公司集团母公司资本充足率不低于 12.5%，这一标准甚至高于系统重要性银行的 11.5% 的要求。据统计，根据 2015 年末平均资本充足率水平和资本规模进行推算，估计四大金融资产公司最大可承接规模的剩余空间为 4800 亿元（数据来源：网络），极大的制约了存量不良资产的处置能力。

3、中小机构期待参与

仅仅依靠四大和地方资产管理公司、以及商业银行的资产保全部门，无法满足极大膨胀的本轮不良资产市场的处置需求。民资、外资、不良资产投资基金和互联网不良资产处置平台都纷纷涌入了这片蓝海，然而，游好不良资产处置这个泳姿，需要政策、资本、专业团队的有效结合。不良资产行业处置链条长，涉及政策法律环节多，如何对资产定价，如何设计有利于各方的交易结构是不良资产处置的核心问题。而这往往也是二级市场长期未有大动作的原因。

二、通过“资本+”的投行思维构建商业模式

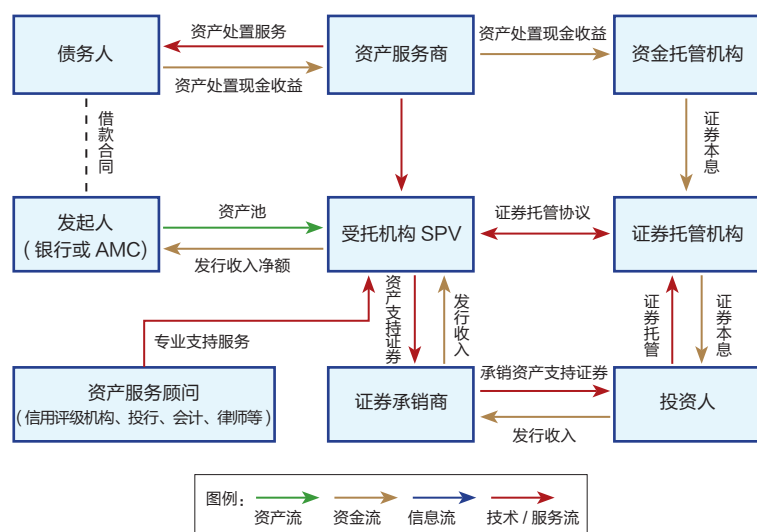
“资本+”的投资银行方式，侧重于通过发挥资本对资源配置的引力场效应，为不良资产处置解决资金问题，从而换取处置的时间和空间。

国际资本市场处置不良资产采用的最主要融资手段是不良资产证券化，证券化是一种典型的将资产所有权和收益权分离而获取收益的金融创新手段，其发达程度也直接反应了金融市场的发达程度。商业化债转股作为一种通过阶段性的改变资金属性——从债性转为股性，暂时让位资金优先受偿权，实际也是一种“再融资”方式，其融资规模相当于该笔债权的未偿本息余额。此外，2016年年初，银监会开启不良资产收益权转让试点，进一步拓宽了通过“资本+”的方式为不良资产处置解决流动性问题的模式。

1、不良资产证券化

资产证券化（Asset Securitization），是将一组是通过转换或者衍生方式实现特定资产的风险隔离和信用增强，进而将之转变为证券化权利的过程。我国人民银行、银监会发布的《信贷资产证券化试点管理办法》中规定的信贷资产证券化的定义为，在中国境内，银行业金融机构作为发起机构，将信贷资产信托给受托机构，由受托机构以资产支持证券（Asset-Based Securities，ABS）的形式向投资机构发行受益证券，以该财产所产生的现金支付资产支持证券收益的结构性融资活动。资产证券化的过程，是筹资者将缺乏流动性的资产提前变现的过程，其本质是投资者对资产池中资产能产生现金流的预期。

一个典型的资产证券化的交易主体和交易过程如下。



不良资产证券化的交易结构图示例

可以看出，资产证券化为资产持有人提供了独立于其他资产外的，低成本融资工具，为其换取了经营资产池资产，使其产生现金流的时间和空间。对资产支持证券的投资者而言，提供了一种灵活的投资选择。

资产证券化提前解决资产流动性的特性，正中不良资产流动性不足的症结。从国际不良资产处置的实证经验来看，也是如此。对银行来说，通过发行不良资产支持证券，可以将不良资产从表内的债务类业务移出为表外的资管类业务，降低当期不良，是银行掌握不良资产处置主动权的一记良方。对于资产管理公司来说，通过发行不良资产支持证券，可以迅速回收资金，盘活存量资产，为不良资产处置争取足够的时间，创新业务模式，提高资产处置收益。对于金融市场来说，资产证券化为商业银行和资产管理公司提供了资金和不良资产期限错配的有效解决方案，有助于商业银行缓解惧贷、惜贷压力，提高对创新型、服务型的低抵押、高风险企业的贷款容忍度，提振实体经济；同时，有助于资产管理公司扩大不良资产收购规模，盘活社会存量不良资产。

我国的资产证券化进程，从2005年开始试点。当年4月，人民银行、银监会公布了《信贷资产证券化试点管理办法》。在2006年至2008年，资产管理公司和建设银行相继发行了4只不良资产支持证券，开启了国内不良资产证券化产品的先河。而随后，美国次贷危机的爆发，将信贷资产证券化的风险入目三分的揭示在了世人面前，在金融市场高度发达的美国，都尚且管理不好资产证券化的风险，我国当即叫停了ABS试点工作。

直到2016年初，国务院批准了6家商业银行总计500亿元的不良资产证券化试点工作。同年5月到7月，中国银行、招商银行和农业银行在银行间债券市场分别发行了总额3.01亿元的“中誉2016年第一期不良资产支持证券”，总额2.33亿元的“和萃2016年第一期不良资产支持证券”和总额30.64亿元的“农盈2016年第一期不良资产支持债券”。以中誉第一期为例，其入池资产未偿本息约12.54亿元，共计72笔，其中71笔为次级类不良贷款，90%以上有抵质押保证，属于非常优质的“不良资产”。由于资产优质，价格低廉，市场反应



热烈。但也正是如此，说明这些尝试依然是我国重启不良资产证券化的摸索。

证券化的过程，是专业化的资产尽调、评级、定价过程，是将非标准产品转变为标准产品的过程。证券化的核心问题，是资产池中不良资产的定价问题，决定证券价格的核心问题，是资产池资产产生现金流的能力，也一定程度上代表不良资产的处置能力。这些都说明，发展不良资产证券化，需要一个更为成熟的金融市场，需要完善的法律环境、风险偏好差异化的投资者、专业性人才队伍和服务机构。

2、市场化债转股

债转股，即债权转股权。对企业来说，可以立竿见影的降低负债率，减轻企业财务负担，为企业经营换取空间；对原债权人来说，是权益的退让（法律上，债权人权益优先于股东权益），是将固定的利息收益转化为不确定的股利分红，具有更高的偿付风险，也可能有更高的收益。除了权益的受偿不同外，股权和债权的另一项重大区别在于是否具有参与公司经营决策管理的权利。债权人不参与公司经营管理的，但是公司股东可以通过派员参加股东会、董事会或监事会，参与企业重大决策，发挥股东资源和专业能力优势，帮助企业建立健全三会制度，优化企业财务管理，尤其是现金流管理，拓宽融资渠道和手段等，从而通过实质性的提升企业经营管理能力，盘活不良资产。

在不良资产处置中，债转股是对不良债权阶段性处置的一种方式，其最终目的是营造处置条件，提升资产价值，最终实现股权处置和退出。

通过债转股的方式处置不良资产，是第一轮不良资产周期中主要的处置方式，也曾经一度是国有

企业的专利。四大资产管理公司成立之初的一大使命，就是将原有国有银行与国有企业间的债务债权关系，转变为资产管理公司和企业间的债务债权关系，进一步，再由资产管理公司，将持有的企业债权转化为股权，降低国有企业杠杆，为国有企业建立现代化企业制度营造空间。这个阶段的主要做法以政策性债转股为主。

随着我国市场经济的发展，市场化债转股将成为主流。然而商业化债转股，实际上是通过暂时退让权益，换取更大股权价值的价值投资行为。商业化债转股是有条件的处置方式，其前提必须是债务企业具备可预期更好的经营效益和发展前景，包括公司管理层的经营意愿和决心，产品的未来市场前景，公司经营管理的规范程度等。

相较于政策性举措，市场化，意味着自愿、公平、权责对等。自愿，要求政府不强制参与，既不强制银行、机构，也不强制企业；公平，要求政府对不同的市场主体采用同样的竞争规则，准入是竞争的第一步；权责对等，则强调了实施债转股后的资产损失，应该由参与的市场承担，政府也不能承担损失兜底。

在实际操作上，市场化债转股的实质，是对问题企业有明确退出方式的股权投资，这类投资除了需要全年尽调企业资产负债和经营情况，评估投资可行性，还包括为了使持股企业能有更好发展前景而进行的战略转型、资产结构优化和治理结构调整等一系列重组行动，具备典型的投行业务特征。从近年中国资本市场发展看，股权投资基金已经是一种具备相对规模的产业，截至2016年12月底，中国证券投资基金业协会已登记私募股权基金管理人7988家，管理股权投资基

金15789只，实缴规模已经达到4.32万亿元（数据来源：中国证券投资基金业协会）。

故从实际操作看，在当前不良资产一级市场尚未对除了四大和地方资产管理公司开放的情况下，同时由于《商业银行法》对商业银行投资非银金融机构的限制，以及资产管理公司等处置机构对直接持股占用资本金的考虑，通过商业银行或资产管理公司设立股权投资基金，吸引社会投资者，撬动更多的社会资源来共同操作和解决市场化债转股，或将会成为一种非常有效率的解决方式。

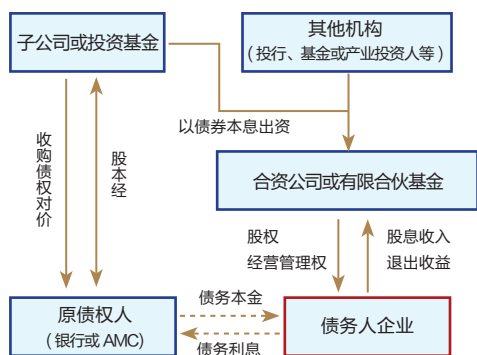
3、试点收益权转让，创新不良资产处置商业模式

不良资产的收益权转让，指的是基于不良资产对未来现金流和回收状态的测算情况，将由此产生的未来收益权通过流转的方式实现部分不良资产的提前变现。与不良资产证券化的效果类似，收益权转让可以实现降低不良率的同时，为不良资产的处置提供空间。

2015年开始，中国银行业信贷资产登记流转中心有限公司（简称“银登中心”）开展了对不良资产收益权转让的市场研究，以期进一步拓宽不良资产处置渠道。2016年1月11日，银监会在全国银行业监管工作会议上确定不良资产收益权转让的试点工作。同年9月6日，江苏银行通过华能信托成立“苏誉2016年第一期不良资产收益权转让集合资金信托”，成为国内银行业首单以不良资产收益权为基础资产的资产收益权转让业务。

信贷资产收益权是指获取信贷资产所收取的本金、利息和其他约定款项的权利（《银行业信贷资产登记流转中心信贷资产收益权转让业务规则（试行）》）。其本质并没有改变不良资产所有权，而是通过构造新的交易结构，重新配置交易各方资源优势，换取不良资产处置回收收益的再分配收益。按照交易结构设计上最常见的层次化设计方案，收益权转让模式也可以分为普通收益权转让，优先收益权转让，劣后收益权转让和中间收益权转让等。

不良资产收益权转让是对不良资产处置商业模式的创新和尝试。



商业化债转股的交易结构图示例



然而按照目前的监管规则，商业银行开展不良资产转让，仍然需要将资产包中继续涉入部分计入不良贷款统计口径，即并未帮助银行实现“出表”的效果，且目前仅限于合格机构投资者。市场规模会有多大，需要拭目以待。

三、通过“产业+”的实体思维构建商业模式

金融机构不良资产从表面上看，主要是商业银行的不良贷款，但其本质上，除了恶意逃废债，往往是债务企业陷入经营困境的财务危机表现。具体来讲，企业无法清偿到期债务，影响企业信用评级，从而无法从银行获得进一步融资，导致企业资金链断裂。此时，银行也因为企业违约，需要计提不良，加大了银行的信用风险。从这个意义上说，从企业层面出发，寻求不良资产处置的最优方案，微观上有助于最大化获得处置收益，宏观上，有助于提振实体经济，化解过剩产能，实现社会资源的有效配置。

以实际操作为例。2015 年 8 月 12 日，长城公司主导策划的“ST 超日”破产重组项目，更名为“协鑫集团”恢复上市，宣告中国资本市场公募债券违约第一案——“11 超日债”违约事件的终结。此项重组是以长城公司为主导的金融资本与江苏协鑫的产业资本融合，解决债务问题企业的经典案例。在此案中，长城公司作为超日的重组方，在问题企业陷入偿付困境后，不限于通过简单的清偿和清收，而是通过积极搜寻和引入江苏协鑫作为产业投资人，开创性的解决了问题企业，在最大化挖掘产业价值，保全企业资产，保护企业员工利益，减少债权人损失，维护了社会稳定。同时，也收获了丰厚的投资收益。

商业银行和资产管理公司都有网点资源丰富、客户资源广的优势，不乏产业信息和资源。在引入产业资本，或者产

业并购方的工作中，关键是转变思维，站在提升企业价值的角度，将问题企业纳入不良资产处置的交易结构，而不是单纯的以处置对象的角色被动出现，引入资源，盘活企业资产，提升企业经营管理能力。

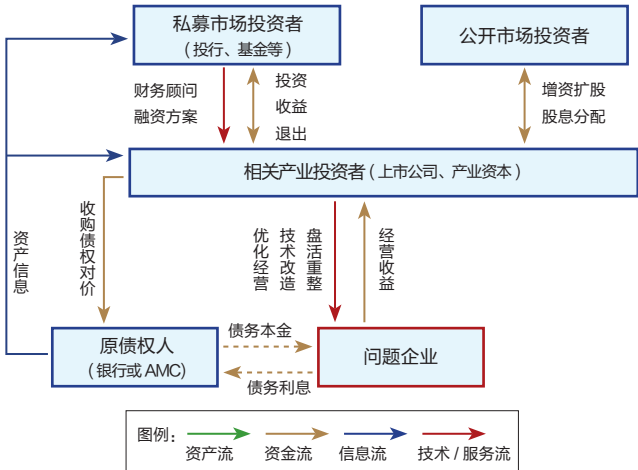
四、通过“互联网+”的技术思维构建商业模式

新一轮不良资产周期，发生在互联网普及和信息技术告诉发展的环境中。“互联网+”概念的提出，使得“触电”、“触网”成为商业模式创新的一个必选项。互联网从来没有改变金融的本质，只是通过技术降低信息获取和交易的成本，提高了金融的效率。同样，从互联网技术对不良资产处置过程各个环节的优化空间来看，互联网技术，有效提升了信息获取的效率，对于帮助解决不良资产市场的信息不对称问题；第二，互联网技术打破了地域限制，有助于全国资源和信息在同一平台的共享，实现信息的高效查询和匹配；第三，通过大数据分析处理技术，可以实现结构化的风险和定价模型设计，从而降低交易成本，提高处置效率。

以目前市场上存在的贴着“互联网不良资产处置平台”标签的平台网站来看，主要的业务类型包括信息共享（资产拍卖）、众筹投资和智能催收。

第一类，信息共享。不良资产是一种特殊的商品，对于商品信息共享的目的还是为了撮合交易。资产拍卖是不良资产撮合交易中一大手段。以万能的淘宝网为例。淘宝网“资产交易”主题市场，显示入驻机构包括政府机关、银行、资产管理公司、交易所/交易中心、商业企业和拍卖行等。主要业务内容为资产的处置竞拍，标的物主要为“房产、交通运输、地林矿、工程机械”等实物资产，也有“债权、股权和无形资产”。店铺、商品形式展示。竞拍流程为：竞拍人阅读公告 -> 联系处置方 -> 缴纳保证金 -> 开始竞价 -> 竞价成功 -> 线下付款交易。其中除了付款交易外，其他过程均可以在线上完成。与淘宝网另一个“司法拍卖”市场不同，“资产交易”市场淘宝网并不提供融资贷款服务，仅提供技术支持和平台服务，并不涉及资产处置环节。

线上拍卖业务在各地产权交易所均是成熟业务。作为国内电商翘楚的淘宝网也并没有在业务模式上有所改变，可以认为当前只是在网



不良资产证券化的交易结构图示例

站品类上的一个补齐。究其原因，资产处置毕竟是相对投资门槛较高，既需要资金更需要专业。在没有出现革命性的技术和模式突破前，紧靠技术实力和巨大的入口流量优势，对于不良资产处置专业市场的成交作用有限。

第二类，众筹投资。众筹体现了互联网共享的精神属性。以分金社（<https://www.fenjinshe.com/register.html>）为例。自有项目团队完成拟投资资产标的筛选、评估和尽调；上线后向投资者开放众筹，募资完成后，团队竞买标的，并完成相关权证过户等流程；之后项目团队按照处置预案进行资产处置，回收资金，完成核算后支付投资者回款。对于投资者来说，投资流程非常简单，只需要用手机号在平台完成注册 -> 选择资产 -> 支付 -> 等待回款即可。平台通过第三方存管进行用户资金托管，电子合同标准化。

分金社 2015 年成立，2015 年 8 月完成首标。

根据平台数据显示，截止目前，平台已经完成累计投资 2.17 亿元，收回本金 1.29 亿元，收回投资收益 812 万。如此标准化的产品认购，也是基于标准化的资产标的。平台上两类投资标的，一是不动产的房地产，二是动产的汽车。投资者无门槛，投资金额从 100 元到几十万不等，动产的投资周期一般在 30 天之内，已实现的年化收益在 15% 以上，最高可达到 115%，处置方式基本都是通过二手车经销商代售；而不动产的投资周期在平均 200 天左右，已实现的年化收益率平均为 22%，处置方式基本也都是通过房地产中介服务企业代售。

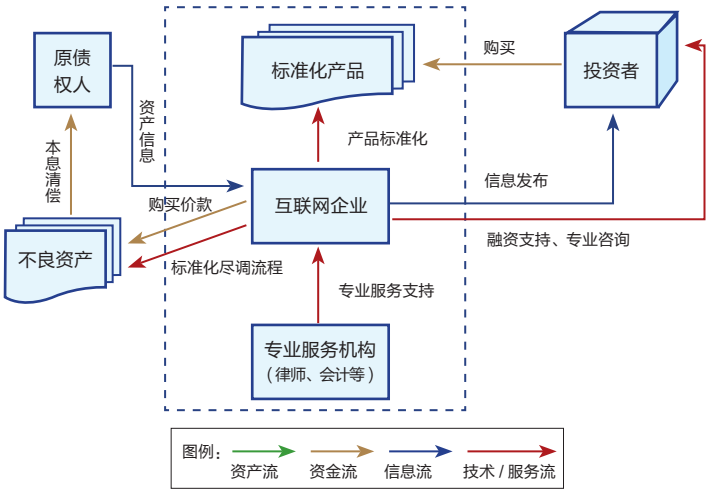
众筹投资是近两年出现的新鲜事物，然而仅就目前分金社的模式来看，除了采用的筹资方式是沾了共享经济的“众筹”，选择的投资资产标的是相对处置难度最低的实物类“不良资产”外，其在技术服务上没有更大突破，且难以规模化，对存量不良资产的解决没有提供更好的解决方案。

第三类，智能催收。互联网在信息收集和处理方面的基因优势，发展了互联网金融，在跨地域、高效率的 P2P 和消费金融业务发展的同时，不可避免的也共生了坏账问题。催收追偿，是最直接的不良贷款的处置方式。专业化催收公司的产生，解决了催收人和债务人的地域限制的问题，但由于依然受限于人员联系方式等具体问题，导致催收实际效率不高，这就导致对于债权金额不高的不良贷款，往往因为“性价比”被选择直接核销。在互联网金融的坏账面前，大量的“小额”不良贷款构成了风险的长尾。“哪儿出现的风险哪儿解决”，基于数据采集和分析形成的互联网信贷发放体系，不论从规模、成本角度考虑，都应该通过互联网的方式解决。以成立于 2015 年 8 月的原动天为例（根据公开信息整理），其智能催收系统，构建了催收作业的标准化作业流程。通过大数据分析和建模，实现了对基础催收案件数据的修复和筛选，实现了催收案件的智能匹配和分派，并辅之以自动化策略进行自动催收，提高了催收效率。其更重要的意义在于，催收模型解决委托方和处置方信息不对称的问题，降低了委托处置成本，使得催收处置可以通过更低成本的外包催收实现。

此外，互联网技术服务于不良资产市场，除去应在在因其而生的互金领域化解风险外，应发挥其开放、共享的社会属性，帮助打破不良资产市场交易主体、交易客体和相关服务提供商的地域限制和信息不对称，丰富人员、资金和项目供给；应发挥其数据收集、智能分析的技术属性，实现信息的有效过滤和完善，在营销方和投资人之间的精准匹配，帮助提升评估、定价和处置效率。

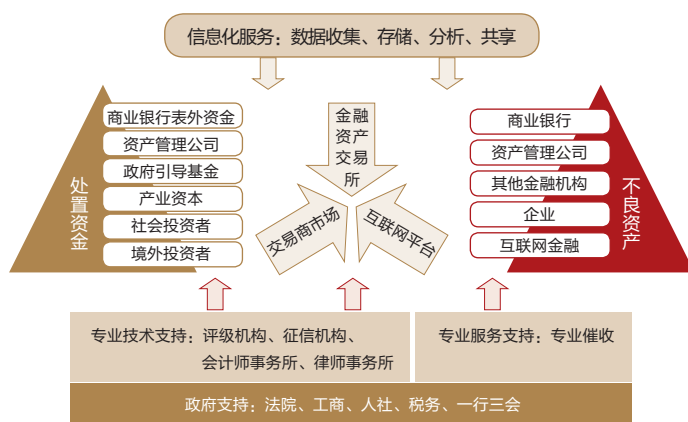
五、通过“平台+”的生态思维构建商业模式

商业生态系统（Moore.J.F,1999），主要指“一群相互联结，共同创造价值与分享价值的新型企业网络”（Iansiti, M. and Levien, R., 2004）。前文所述包括“资本+”、“产业+”和“互联网+”，都可以形成单体内的运转，完成单类交易。通过设计满足网络中所有利益相关者的实现价值交换和利益分享机制的交易结构，可以建立起不良资产生态圈的自运转和共荣。



“互联网+”模式的交易结构图示例

不良资产生态圈的参与主体，包括商业银行、资产管理公司、非银金融机构、投资银行，企业法人等，以及可以为整个生态提供支持服务的政府机关、法院、税务等政府部门，提供专业技术和服务支持的评级机构、征信机构、会计和律师事务所等第三方机构，为生态圈提供信息化处理和支撑的信息化服务提供方。以及互联网企业等信息技术提供商等。每个参与主体都可能是资产、资金、信息和专业技术与服务的供给者或需求者。下图展示了一个可能成为“平台”的生态模式图。



“平台+”模式结构图示例

平台化商业模式的核心，是形成开放市场。通过资金、资产、专业服务等“信息”在平台的共享，实现市场在供求匹配、价值发现和价格调节的作用。平台化的前提，需要有大量的供给和大量的需求。只有有能力吸引足够的需求和供给，才能更多的促进对应需求和供给的匹配，才能规模化的降低成本，吸引更多的需求和供给进入，从而形成平台的自运转。而更多主体的加入，也要求能成为平台主体的机构具备资金、品牌、关键技术等至少一项的核心资源。不同平台主体所具有的不同的核心资源能力，决定了平台模式也没有统一的交易结构模式。

依靠平台公司股东们的核心能力，构建不良资产从信息发布、专业估值、交易撮合的全流程系统化解解决方案，并提供咨询服务、融资顾问、信用担保等全方位服务。

但有一点是需要肯定的，在存量市场规模爆发和市场主体多元化的背景下，信息化和数据化将成为平台效率提升和发展的必然选择。一方面，完善信息系统建设，搭建不良资产交易信息和资产处置专业服务的发布和交易平台；另一方面，组建数据分析团队，记录数据化生态圈中各能量流运动，挖掘数据价值。通过技术手段创新内容，提升服务水平。具体来看，第一，结合数据分析技术，构建信息分类和精准匹配模型，实现供需双方信息和专业服务的高效匹配和精准营销；第二，构建标准化产品的综合评级、定价模型，交易流程，提高标准化产品和服务的交易效率；第三，完善征信模型建立，构建生态圈主体信用评级，辅助定价和全周期交易管理；第四，盘活生态圈内行业专才，开展行业研究、案例分析和知识共享，开展从业者持续培训和投资者教育。



可考虑顺应资源整合与优势互补的市场大势，有具备强大背书能力的政府牵头引导，发挥资产管理公司在处置经验方面的优势，利用金融交易所也已建立起来的资产交易全流程管理经验，联合具备强大技术能力的优质互联网公司，共同出资，成立全国性的不良资产处置一站式交易平台公司。依靠平台公司股东们的核心能力，构建不良资产从信息发布、专业估值、交易撮合的全流程系统化解解决方案，并提供咨询服务、融资顾问、信用担保等全方位服务。



■ 惠农资本 关键

“农业供给侧结构性改革”的概念首见于 2015 年底的中央农村工作会议，并被写入 2016 年的中央一号文件。此后，农业供给侧改革相关政策密集出台。2016 年底，中央经济工作会议首次将农业供给侧结构性改革作为四大工作重点之一。2017 年中央一号文件的主题即聚焦在农业供给侧改革，农业供给侧结构性改革被提升到新高度，成为我国当前三农工作的主线。

一、农业供给侧结构性改革的背景

改革开放以来，我国农业发展取得了巨大成就，但长期增产导向的政策也积累了大量结构性、制度性的深层次矛盾。我国农业生产效率低下、结构性矛盾突出，通过改革化解矛盾势在必行。

1、我国农业结构性问题突出，粮食面临“三高”问题

我国粮食产量虽然实现“十二连增”，但供需基本处于紧平衡状态，且在结构上供需并不匹配。

我国粮食存在“三高”问题，即高产量、高库存、高进口，一方面粮食产量逐年创新高，另一方面粮食库存和进口不断上升。粮食“三高”问题反映了我国粮食供需结构性矛盾。虽然产量高，但是有许多品种无法有效供给，只能转化为库存；另外，有些产品供给不足，只能依赖进口，形成了国内高产量和高库存却不能满足需求，即有效供给不足的尴尬局面。玉米和大豆是供需结构性矛盾的典型代表，玉米库存高企，供给过剩，大豆则供给不足，对外依存度高达 90%。

2、农产品定价机制扭曲

过往多年，为保障国家粮食安全和农民收益，国家启动对部分农产品的最低收购价方案或临时收储计划。政府托市收购，对促进农业增产、农民增收发挥了重要作用。但政府托底使得农民对需求变化不敏感，收购价格高于市场价格，导致我国农产品价格和种植结构扭曲问题严重。出现部分农产品产量过剩，农产品价格过高，同时下

游企业大量进口的矛盾现象。导致国家财政负担加重、库存增加、下游企业利润受挤压等一系列问题。

3、农村土地产权制度仍不完善

我国农村土地产权制度仍不完善，小农经营仍占主导。农村土地改革在 1980 年代初期经历过一次重大的突破，将农村土地的所有权和承包经营权分离，全面激发了农村的生产力。然而在中国工业化、城镇化，以及农村人口空心化等背景下，农民承包的土地没有实现有效利用，极大降低了土地的使用效率。中央已在推进三权分置，但目前制度建设仍有不完善之处。目前仍存在承包期短、抵押未得法律许可、农村土地登记体系不完善、土地经营权流转合同不规范、土地经营权的期限不明等问题。当前，土地承包权主体同经营权主体分离现象已越来越普遍，农业生产者的构成发生了深刻的变化。在这一背景下，明确土地承包权与经营权的内涵、放活土地经营权，已成为提高土地利用效率、发展适度规模经营的必然选择。

4、农产品国际竞争力不强

我国农业劳动生产效率处于世界较低水平。我国农业机械化、互联网等现代科技运用落后于发达国家。自动化、智能化的农业生产过程可提高农业生产效率，降低农业生产成本，提高农产品的质量。而我国农业由于生产规模小，经营主体仍以小农经营为主，从业人员知识水平不足。农业现代技术运用水平低，机械化、智能化程度不高，以致生产效率和盈利低下。2008 年以来，我国农业生产成本快速上升，其中土地成本和人工成本上升是主要原因。与美国、欧洲、巴西等农产品大国相比，我国农业生产成本明显更高。

二、农业供给侧结构性改革的方向

我国农业供给侧结构性改革的核心还是在于提高农业生效率、增加有效供给、提高农产品品质，结合国家的农业政策方针和我国农业困境分析，农业供给侧改革的方向可能重点集中在以下几个方面。

1、完善农产品价格形成机制

农产品定价机制关系到市场化资源配置与农民利益，理顺农产品定价机制是实现农业供给侧改革的重要一环。农产品定价机制改革的基本思路是“市场定价，价补分离”。把过去隐含在农产品价格中的补贴分离出来，实现市场化定价。发挥市场价格信号引导生产消费、调节供求的作用。当前我国农产品价格机制改革的基调是：继续执行并完善稻谷、小麦最低收购价格。推进大豆和棉花目标价格改革。推进玉米“市场化收购”加“补贴”，建立生产者补贴制度。从率先开展改革的品种来看，采取目标价直补政策取代原有的临储政策或是未来改革趋势，新的定价机制下农产品价格将更真实反映供求关系，更有效引导农业资源配置。

2、调整农产品种植结构，优化区域布局

优化农产品结构和布局，有利于提高农业效率和农产品有效供给，化解结构性矛盾。2016 年 4





月农业部出台《全国种植业结构调整规划（2016-2020 年）》和《促进大豆生产发展的指导意见》，提出到 2020 年“镰刀弯”地区玉米种植面积减少 5000 万亩以上，重点发展青贮玉米、大豆、优质饲草、杂粮杂豆、春小麦、经济林果和生态功能型植物等；大豆种植面积增加 4000 万亩，相比 15 年提高约 40%。2017 年中央一号文件也提出，要统筹调整粮经饲种植结构，加快构建粮经饲协调发展的三元种植结构。粮食作物要稳定水稻、小麦生产，继续调减非优势区籽粒玉米，增加优质食用大豆、薯类、杂粮杂豆等。进一步优化农业区域布局。以主体功能区规划和优势农产品布局规划为依托，科学合理划定稻谷、小麦、玉米粮食生产功能区和大豆、棉花、油菜籽、糖料蔗、天然橡胶等重要农产品生产保护区。

3、深化农村土地制度改革

2016 年 10 月 30 日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于完善农村土地所有权承包权经营权分置办法的意见》，推动完善农村土地所有权、承包权、经营权三权分置。“三权分置”将成为农村土地改革的第二次重大突破，是农业供给侧结构性改革的关键一步，是提高农业生产效率和提高农民收入的重要方式。经营权的分离，可将过去分散承包的土地集中托管给新型农业经营主体和服务主

体，有利于促进规模化和机械化经营，提高农业生产水平和土地使用效率，降低成本。2017 年，“三权分置”试点省份将继续扩大，多元化培育新型农业经营主体和新型职业农民，积极发展多种形式适度规模经营。

4、加大科技投入，提高农业生产效率和产品品质

我国农产品成本高、价格高、品质低，主要源于中国农业生产技术和生产方式落后，尤其在人工成本和土地成本不断上升的情况下，农产品国际竞争力差的问题越来越突出。要从根本上解决问题，就要提高农业生产的科技含量，引导资金投向农业科技创新，培育优良的品种，提高农产品品质。我国农业转型升级，必然要加强农业科技研发，大力推广现代育种技术、农业机械、新型植保、现代信息技术等先进农业科技，推动农业生产的科技化、现代化、信息化水平提高。

三、农业供给侧改革背景下可重点关注的投资领域

1、种业领域

种业是农业生产的起点，也是保障国家粮食安全的基石。有研究表明，农业生产效率的提升 60% 来源于种子技术。种业升级以及提升良种渗透

率是提高农作物单产的必要途径，种业必然是供给侧改革的重要方面。我国目前虽然种业规模较大，但竞争格局分散，行业集中度低。近年来，国家的种业政策，正在将人才、技术、资金等优质资源向符合条件的“育繁推一体化”种子企业聚集，致力于打造一批能参与国际竞争的现代农作物种业集团。未来种子企业集中度的提升是大势所趋，具有研发和品种优势的种子企业有望在农业供给侧改革中脱颖而出。

2、农业机械

土地“三权分置”改革为土地资源规模化利用提供了便利，规模化生产需要农业机械的大面积应用。农业机械的广泛应用是减少农业投入和提高农业生产效率的关键因素。目前，我国农作物耕种收综合机械化率仅为约 65%，且存在品种不全、中高端产品供给不足、关键零部件缺失等诸多问题。我国农机行业市场较为分散，低水平重复制造严重，呈现为大而不强的格局，特别是在高端、大型农业机械方面与国外有很大的差距，尚未形成一批具备较高市场份额和较强国际竞争力的大型制造企业。结合国家政策导向和行业发展趋势分析，我国农机将向高端化、全过程化转变，行业集中度将逐步提高。未来掌握核心零部件和技术的国内大型农机制造企业市场份额将继续扩大。一些高技术含量的细分行业，如植保无人机等，尤为值得关注。

3、农业信息技术

农业信息技术，是指利用信息技术对农业生产、经营管理、战略决策过程中的自然、经济和社会信息进行采集、存储、传递、处理和分析，为农业研究者、生产者、经营者和管理者提供资料查询、

技术咨询、辅助决策和自动调控等多项服务的技术的总称。它是利用现代高新技术改造传统农业的重要途径。目前我国的农业信息技术发展较先进国家差距还很大。美国 80% 的大农场已经使用农业物联网技术，日本已开始大规模使用农业机器人。相比之下，我国的农业物联网技术还处于试验阶段，农业机器人的使用还未普及。农业信息技术对于提高农业管理效率、促进农业机械化、推动农业智能化意义重大。国家高度重视农业信息技术的发展，近年来先后发布了多份相关支持文件。我国农业未来的结构改革、转型升级必然离不开农业信息技术的普及。

4、绿色农业

绿色农业是以生态农业为基础，以绿色无公害农产品的生产经营为核心，是生态效益与社会效益相结合的一种新型农业发展模式，是未来我国农业发展的主导方向。绿色农业产业链及其延伸涉及农业的良种培育、无害种植、收割、检测、储存、运输、加工、包装等一系列流程。近年来我国绿色农业发展迅速，产品总数及销售额均呈逐年增长的态势。但总体上看，我国绿色农业的规模和层次还处于初级阶段。我国绿色农业生产许多沿用的仍是传统的农业生产方式，规模化、专业化、集约化程度不高，绿色农产品的产量所占农产品总量的比重还很低。2016 年中央工作会议要求把增加绿色优质农产品供给放在突出位置，2017 年一号文件也提高推到全面提升农产品质量，突出绿色导向，推行绿色生产方式，增强农业可持续发展能力。绿色农业符合现代农业的发展方向，有望成为农业供给侧结构性改革的主要着力点。

中国并购公会

2017年1月6日，由中国并购公会、全球并购研究中心联合主办的2016年“中国十大并购”评选结果在北京国际金融博物馆下午茶活动上正式发布。惠农资本总裁、管理合伙人、并购公会会长尉立东等出席此次发布活动。



1月13日，由中国并购公会及并购博物馆主办，并购交易师培训与认证中心协办的第1期跨境并购与并购基金高级研修班在京盛大开课。本次课程由惠农资本总裁、管理合伙人、并购公会会长尉立东及国家发改委改革委员会发展规划司司长徐林先生特邀授课。



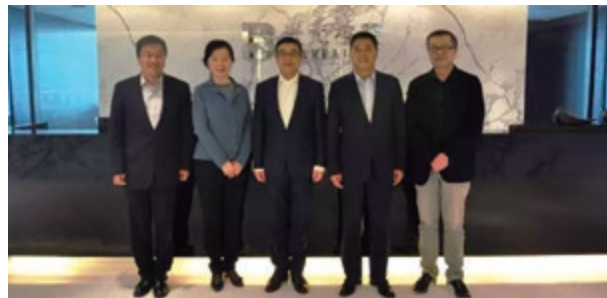
2月23日，中证指数有限公司总经理刘忠一行到访中国并购公会，惠农资本总裁、管理合伙人、公会会长尉立东，惠农资本合伙人、公会秘书长董贵昕等参与了座谈，共同探讨构建中国并购指数的相关事项。



3月14日，惠农资本总裁、管理合伙人、并购公会会长尉立东在台北拜会了财团法人海峡交流基金会董事长、财团法人国策研究文教基金会会长兼董事长田弘茂博士。



3月23日，惠农资本总裁、管理合伙人、并购公会会长尉立东参加了在光大控股香港总部召开的中国并购公会工作会议。



3月26日，由中国并购公会与清华大学法学院联合主办的“先锋杯”第七届亚太地区企业并购模拟竞赛在各方的积极参与和共同努力下，历时一个半月终于完美落幕。本届竞赛评审团由中国并购公会倾力支持，公会10余位创始元老受邀担任现场评委和书面评委，与72位精英学子展开了一场激情飞扬的精神盛宴。本届竞赛精英学子们的优秀表现令评审团成员们一致赞赏，并决定为获得最佳表现奖的12名同学特别颁发首批“初级并购交易师证书”。



惠农时事

1月

1、2017年1月5日，惠农资本受邀参加由北京辽宁企业商会主办的“助力家乡发展，辽商携手共进”主题论坛暨北京辽宁企业商会年会。



2、1月8日，惠农资本受邀参加由国家发展和改革委员会等六部门共同主办的“2017年中国新型城镇化论坛暨‘千企千镇工程’启动仪式”，并参加了以促进镇企融合发展、引导社会资本参与、加强新型城镇化建设等主旨的首批“千企千镇工程”签约仪式。



3月

1、3月21日，惠农资本受邀参加由全国工商联在京召开的民营企业参与“一带一路”建设工作视频会议。

