

# In the Context of the Rural Revitalization Strategy, the Construction for Path Selection of the Core Competitiveness of the “Company + Base + Farmer” Model

—Taking the Industrial Base of Baiji in Huoshan, Anhui Province as an Example

Shengbin Wang

School of Law and Sociology, Xinyang Normal University, Xinyang Henan  
Email: 306802738@qq.com

Received: Jan. 9<sup>th</sup>, 2019; accepted: Jan. 24<sup>th</sup>, 2019; published: Jan. 31<sup>st</sup>, 2019

---

## Abstract

The key link of the five “general requirements” of the strategy of rural revitalization is “industrial prosperity”. With the revitalization of industry, the construction of rural areas has a foundation. How to solve the problem of industrial revitalization and clearly answer who “industrial prosperity” depends on, for whom, and how to solve the method and path are particularly important and urgent. Whether the “company + base + peasant household” mode, as the most commonly used agricultural industrialization management mode, can respond to the call of the times and shoulder the responsibility of “industrial prosperity” is facing a big test. First and foremost, where and how to construct the core competitiveness of the model are the key to competence. This paper attempts to take Anhui Huoshan *Bletilla striata*, traditional Chinese medicine industrial base, as an example to explore and summarize the core competitiveness of the “company + base + peasant household” mode under the background of the rural revitalization strategy, how to construct it, and where to choose the path, so as to provide a reference for the implementation of the rural revitalization strategy.

## Keywords

Rural Revitalization Strategy, “Company + Base + Farmer” Model, Core Competence, Construct the Path

---

# 乡村振兴战略背景下“公司 + 基地 + 农户”模式的核心竞争力建构路径选择

——以安徽霍山白芨中药材产业基地为例

王生斌

信阳师范学院法学与社会学学院，河南 信阳

Email: 306802738@qq.com

收稿日期：2019年1月9日；录用日期：2019年1月24日；发布日期：2019年1月31日

## 摘要

乡村振兴战略五项“总要求”的关键环节是“产业兴旺”，没有产业就没有发展。有了产业的振兴，乡村的建设才有基础。如何破解产业振兴难题，明确回答“产业兴旺”到底依靠谁、为了谁，方法与路径怎么解决，显得尤为重要又十分迫切。“公司 + 基地 + 农户”模式作为最常用的农业产业化经营模式能否响应时代召唤、担起“产业兴旺”大任，正面临大考。而首当其冲的是，模式核心竞争力何在、如何建构，是能否胜任的关键所在。本文试图以安徽霍山白芨中药材产业基地为例子，探索总结乡村振兴战略背景下“公司 + 基地 + 农户”模式的核心竞争力到底是什么，怎么建构，可选择路径在哪里，为实施乡村振兴战略提供路径选择、可操作方案参考。

## 关键词

乡村振兴战略，“公司 + 基地 + 农户”模式，核心竞争力，建构路径

Copyright © 2019 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

习总书记在党的十九大报告提出实施乡村振兴战略，并明确“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的五项总要求，这项强国富民的重大战略能否实现，关乎复兴中华、实现伟大中国梦的成败[1]。

要想真正解决“三农”问题，主要依靠农业产业化的推进，以实现农民致富目标。同时，农业产业化也是国际上促进农业发展、农民致富目标的主要路径。要加快农村发展就必须建立一种科学的发展模式，结合各地区的实际情况，因地制宜地加快推进农业产业化，促进农业结构调整，建构起适应时代需要，相互贯通、协调融合、城乡一体的新型农业产业化发展模式，以高效农业产业化生产体系提升农业竞争力是乡村振兴的根本[2]。

时势造英雄，时势更呼唤英雄。“公司 + 基地 + 农户”模式作为最常用的农业产业化经营模式能

否响应时代召唤、担起“产业兴旺”大任，正面临大考。乡村振兴战略背景下“公司 + 基地 + 农户”农业产业化经营组织模式的核心竞争力到底是什么，怎么建构，可选择路径在哪里，事关“产业兴旺”全局，更事关“乡村振兴”这个党和国家业已确定的战略大局。无论是学界还是实践层面，都必须给予正面的、肯定的、明确的回答。

## 2. 我国“公司 + 基地 + 农户”农业产业化经营组织模式发展历程与现状分析

### (一) 发展历程

改革 40 年来，中国农村农业经营方式先后经历了四次制度创新：包括从合作化运动产生的人民公社集体经营、从“包产到户”改革形成的家庭经营、在市场经济大潮催生的合作经营以及在“工商资本下乡”过程中孕育的企业规模化经营等。“公司 + 基地 + 农户”模式正是在工商资本下乡过程中由农业产业化企业作为龙头牵引发起，以基地组织为“中介”，让农户为生产主体而设立的新型农业产业化组织模式。它集企业经营、合作经营、集体经营、家庭经营于一体，促进农业经济从“一元化”逐步转移到“多元化”，已成为构建我国“四位一体”现代农业产业化经营体系的有效途径[3]。

在国内，“公司 + 基地 + 农户”模式曾经历过两个阶段的实践。早在 1904~1914 年间，英美烟公司(British American Tobacco Company)在河南许昌、安徽凤阳、山东潍坊这三个地区利用买办建立了原料基地，创立了“公司 + 基地 + 农户”的生产模式雏形，但这种殖民经济模式通过剥削、压榨农户使公司获得了超额的利润，对当时的经济社会造成了严重的负面影响[4]。到 20 世纪 80 年代，该模式获得重启与发展，泰国正大集团在深圳建立了第一家合资饲料厂，在国内设有 100 多家下属企业；瑞士的雀巢公司与黑龙江省政府达成生产奶制品协议，建立了双城雀巢公司；此后，国内农业企业相继模仿，涌现了像四川希望集团、河南双汇集团、广东温氏集团等一大批“公司 + 基地 + 农户”模式的农业产业化龙头企业。

### (二) 不足之处

一方面，实践过程中，考察我国“公司 + 基地 + 农户”模式几经波折的历史进程不难看出：第一阶段外国公司以牺牲农民的廉价劳动为代价的买办方式是注定要失败的；第二阶段是以农业垄断型企业有选择性区域投资开发设立生产基地，必定是具有得天独厚优势的少数农村被选入其中，大多数农村仍在等待和观望，亟待开发。

另一方面，从理论界对农业产业化组织模式和“公司 + 基地 + 农户”模式已有研究的梳理发现：要么是偏重于产业化组织模式某一方面的功能、意义和作用，或是农业产业化发展过程中出现的具体问题等，而对“公司 + 基地 + 农户”模式作为一个整体性概念嵌入社会结构、建构核心竞争力、产生良性互动社会行为和发挥经济作用的研究明显不足；要么是侧重于法律、金融、产权制度、产业组织等角度的分析，经常疏忽研究的“盲区”：农村社会、社区、人与人关系、户与户关系、农民与农村基层管理组织关系等等缺少调查与分析，从经济社会学视角对模式应涵盖、包容、吸纳农村社会关系、社会文化、社会变化等因素，反应模式的完整性、系统性、稳定性和可持续性的分析存在严重不足；要么是从欧美、日本发达农业国家的农业产业化发展模式得出有益的启示并提出相关建议，而忽略了国外农业发展起步早起点高、农民土地私有化制度、农业垄断资本实力雄厚的特点，其实践和理论对我们来说最多只能参考，不能照搬照抄，这方面没有引起足够的警惕和重视。

乡村振兴战略是个庞大而系统的工程，也是一项全新的伟大事业，需要高举习近平新时代中国特色社会主义思想旗帜，走有中国特色的农业产业化之路，需要创新实践发展，更要理论创新指导[5]。

### (三) 新时代赋予“公司 + 基地 + 农户”模式的使命和任务

进入新时代，乡村振兴战略五项“总要求”的关键环节是“产业兴旺”，这不仅是在有选择性的农

村实现，而是要全面实现。习总书记多次强调，“全面建成小康社会”，“最艰巨、最繁重的任务在农村，特别是在贫困地区”，“小康不小康，关键看老乡”，“小康路上一个都不能少”。只有困难群众都完全实现了脱贫的目标，这才是真正的小康。总书记还强调指出“坚决打赢脱贫攻坚战，脱贫路上一个都不能少”。乡村振兴战略也如是，一个村庄也不能落下[6]。

乡村振兴战略涉及中国农村人口 6 亿多，覆盖面广，经济社会发展基础不平衡，区域特点、自然资源、社会资源等多维领域千差万别，在此基础上实施农业产业化、实现“产业兴旺”就不单单是产业或经济问题，更多意义上应该是农村社会全面发展问题，这就必然要求统筹各种生产资源、生产关系，并兼顾各相关利益方，发掘农村农业发展新动能，在发展生产的基础上培育新产业、新业态和完善产业体系，使农村经济更加繁荣，从而改善民生让农民“生活富裕”[7]。

为此，“公司 + 基地 + 农户”模式无论从理论还是实践，应积极响应时代召唤，焕发出新的生机和活力，担纲起“农业现代化”与“产业兴旺”重任，大胆的创新发展，砥砺前行，不辱使命。

### 3. “公司 + 基地 + 农户”模式的本质内涵、行动纲领及行为特征

#### (一) “公司 + 基地 + 农户”模式的概念

“公司 + 基地 + 农户”的基本内容，包括公司、农产品生产基地和农户家庭经营三个层次的经济联合体。以一个技术先进、资金雄厚的公司(主要是农产品加工和流通企业)为龙头，围绕大型龙头企业建立农产品基地，形成龙头带基地、基地连农户，产加供销一条龙，农工贸技一体化经营的模式[8]。

#### (二) 模式的本质、内涵和行动要领

模式本质是以国内外市场为导向，以提高经济效益为中心，立足当地自然资源、人文环境和农村社会现状，实行区域化布局、专业化生产、一体化经营、社会化服务、企业化管理，把产供销、贸工农、经科教紧密结合起来，形成一条龙的经营体制[9]。内涵是从而改造传统的自给半自给的农业和农村经济，使之和市场接轨，在家庭经营的基础上逐步实现农业生产的专业化、商品化和社会化。行动纲领是：确定主导产业，凸显区域优势，依靠龙头带动，发展农业规模经营，实行市场带动龙头，龙头带动基地，基地连接农户，发挥整体生产经营效率。

#### (三) 模式的社会行为特征

“公司 + 基地 + 农户”生产组织模式的社会行为特征是：通过类似“虚拟的联盟”的方式实现特色农业产业发展中“公司”、“基地”和“农户”三者间“权责明确、风险共担、利益共享”。首当其中的主要是将三者的优势充分发挥同时对三者存在的不足相互弥补，共同追求利益最大化。主要的形式“农户”“基地”和“公司”各自签订关于农产品的产销合同，通过合同等法律形式确定各自权责，“农户”专业生产将市场风险部分转移给“基地”和“公司”，“基地”和“农户”签订收购合同规定价格、数量和质量等扩大生产、提高技术形成规模化和专业化、“公司”按照订立的合同收购农产品加工农产品，保证“农民”利益不受损失最终实现农产品的市场价值。

### 4. 探析“公司 + 基地 + 农户”模式的核心竞争力建构路径选择

#### (一) 公司是龙头

公司是模式的龙头，起龙头作用的“公司”究其本质是企业，企业的本质定义是“创造顾客”，产品和服务的品牌价值、市场份额、技术创新等构成其核心竞争力，以自有资本为项目资本金，再融合社会资本、整合当地各种资源，投资新产业新项目、做大做强做优、实现可持续性健康发展历来都是企业的本能和强项。龙头企业掌控市场信息、科技创新、产品销售渠道，处于主导地位的同时也承担着市场竞争的巨大风险。“龙头公司”能否传导和带动产生模式的核心竞争力，是模式存在与持续发展的基石。

有了龙头企业，才能实行龙头带基地，基地连农户，农户进市场。一个龙头企业就是一个跳板、一条纽带、一座桥梁、一个载体，它把生产的各个环节有机地连接起来，形成一个产业链条。把一个小产品，通过深、精加工，多层次地开发利用，形成一个大产业、大集团[10]。龙头企业一般拥有比较完善和畅通的销售和信息采集渠道，他们通过自己的信息网络了解国内外市场对农产品的品种、品质、规格等的需求，然后通过采取公司加基地加农户、订单农业等多种形式，将这些信息传达到农产品生产基地和农民手中，引导农民合理确定产品结构和生产规模；龙头企业作为富有竞争力的市场主体，能带动更多的农户与国际市场接轨，实行专业化、标准化生产，充分发挥农户家庭经营生产成本低的优势，结合区域发展规划，扩大具有比较优势农产品生产的规模，形成当地的支柱产业和主导产品，通过高科技含量的精深加工，创造出一大批有较强出口竞争力的知名品牌，提高主导产品的竞争力，扩大了我国农产品在国际市场上的竞争力和国际市场上的份额。

## (二) 基地组织是关键

模式改变过去的自给半自给自然经济状态，实现种、养、加、销一条龙产业链条，结成农业规模化经营经济共同体，利润在各个环节、不同主体之间进行分配。一直处于小规模、分散经营的个体农户开始与龙头企业打交道；作为中介的“基地”组织，扎根于农村，凭借与农户的信任关系，充当公司与农户间的桥梁，填充产业链条中的信用、信息断层。

因此，“基地”组织是提高农业生产经营效率的关键。**首先**，基地的存在，有助于维护公司的利益公司，与基地以经济合同的形式确立双方的权利义务关系，在合同中明确规定农产品的最低保护价格。基地根据公司与农户签订的种植收购合同，进行检验、收购，而后由公司集中并作最终加工和销售。公司支付给基地一定比例的代理费用。对于公司来说，基地在当地农户中有很强的信用作用，不仅能减小了公司与农户在合同签订、履行等操作上的难度，降低了公司的运作成本，也在一定程度上利于杜绝原料生产及收购等环节上可能出现的机会主义行为[11]。**其次**，基地的存在，有助于降低诉讼成本如果基地按照与公司的契约规定，在完成了对农户的农副产品的收购后，公司发生了违约行为，那么基地作为农户的利益集体，有责任对公司进行起诉。虽然诉讼成本同样高昂，但是分摊在各个农户身上的诉讼成本比单个农户提起诉讼要小得多，因此，公司在违约后很难逃脱对农户、基地的赔偿，违约成本相对较大。**再次**，基地可集中农户个人的有限剩余形成批量交易，实现规模效应在基地的作用下，农户的生产经营由分散变得相对集中，生产的集中有助于农业机械化的实现，同时有助于提高生产效率。经营的集中使各产权独立的交易者能有组织、高效率地进行交易，同时有助于农户争取更有利的交易条件，如享受折扣、送货上门、技术服务等。大批量交易还能够降低流通过程费用，享受规模流通的优势。**最后**，基地在谈判中处于相对有利的地位，有助于保护农民利益分散的农户与交易对手谈判地位不对等，迫使农户成为农产品出售的低价接受者，农业生产资料的高价接受者。而以基地作为整体有组织地与交易对手谈判，可增强农户在产品市场和要素市场的讨价还价能力，提高农户在市场、工商企业、政府、消费者前的谈判地位，有效地抵御来自各方面对农户利益的不合理侵蚀，改善农户在市场中的不平等地位[12]。

## (三) 农户是主体

农村是乡村振兴战略实施的主战场，涉及中国农民 6 亿多人口。一方面，必须充分发挥农民的主力军作用，脱离广大农民的任何图谋都不可能振兴乡村，更实现不了乡村振兴战略的终极目标：让农民生活富裕。另一方面，作为经营主体的农民、农户并不是简单的、原子式的理性行动者，社会文化、价值观念等因素渗透于其决策与具体行动过程之中。农民最大的优势是手中持有经营权的土地，最大的劣势是知识少、技术水平低，这就需要融合多方资源、培训技术，科学组织与管理。

所以，模式无论在理论上还是实践上创新发展，须站在时代的最前沿和乡村振兴战略的高度，明确方向、高举旗帜，依靠农民、为了农民，通过对于不同农村社区农民生活、观念、行为、农村社会制度、

社会结构、社会管理、社会服务等等的调查,探索我国农村经济社会的历史、内容、地位、作用、动力、道路、方式、特点、成效和走向,研究由传统农业向现代化农业的道路、模式、规律等,要科学地运用经济行为嵌入社会结构的方法,把经济现象、经济制度纳入到社会之中并综合运用社会结构、社会网络、社会文化以及社会组织等理论和方法,分析文化对经济的作用,提出系统化、具体化、法治化知识体系和价值观体系,加强模式各方的文化认同感、使命感、责任感,以提升农民、农户对乡村振兴战略的投入热情、参与积极性、融入紧迫感、获得幸福感[13]。

#### **(四) 模式的社会行为良性发展是基础**

农业经济制度是一种社会性的建构。农业经济制度并不是如新制度经济学所认为的只是单纯的解决经济问题的最有效率安排,而是经济活动者之间的稳定、持续社会网络互动的结果,它具有明显的路径依赖性[14]。在模式微观调查和个案分析时,要把农业经济看成农村社会的一个子系统,置于我国整个经济社会急剧变化的工业化、城市化、市场化、现代化以及城乡统筹、一体化发展战略的大背景中,研究经济组织及经济行动嵌入社会关系所构成的网络之中并受其限定的各种社会因素,深刻把握我国农村社会的变化及农民群众的需求,致力于构建与农村开放、流动及市场化、多元化、复杂化相适应、满足农民民生、民权和民主需求的新型农业生产经营模式[15]。

模式的建构实际上是农村经济社会的全面建设过程,模式本身是个有机的整体,是乡村振兴战略实施的基点、平台和抓手[16]。所以,在分析框架上,必须消除以往单一性的描述或解释而形成的刻板印象,要创新方式方法,从农业经济行为属于农村社会行为的一种嵌入到广阔的农村社会关系、社会网络之中,并从社会功能、社会行为、社会资本等经济社会领域进行综合分析研究。要借鉴已实践的农业产业化项目范例和研究创新成果,总结模式对实施乡村振兴战略操作路径、实施方案的重要启示,还要探讨模式是否适于当地社会文化、资源环境、产业基础,是否接地气、服水土,能否调动农户积极性,进而对于模式的特征、特点、动力和逻辑进行解释,对时代背景下模式的实践进行理论概括和总结:在确保“生态宜居”前提下如何实现“产业兴旺”;在确保农村社会“治理有效”的前提下,使模式成为实施乡村振兴战略的重要依托,为乡村振兴战略提供有效途径和制度保障,从而推动农业产业化和农村经济社会全面发展。

#### **(五) 模式下的产品、服务创新,全力打造知名品牌、特色品牌是根本出路**

农业产业化的本质是市场化、集约化和社会化的农业,要以经营工业的方式来经营农业。一方面,公司领队投资新项目建设投产后,不管是产业化规模化生产还是基地联营下家庭承包制生产,最终生产的产品不可能都在本村、本乡甚至本地区消费,必须走出去对接国内外大市场。有贸易、有销售、有交换才能让产品变成农民的财富,用于消费、储蓄或再投资发展。而每一个牵头的农业公司的市场、技术、管理都不同,再加上项目所在地自然资源禀赋各有千秋,在“人和自然”各具特色的情况下如何培育开发出较好的产品、创立好的品牌,在国内外市场上适销对路,是模式立足之本。另一方面,企业要靠资本投资产业,而资本天生是要逐利的,即便是利用项目银行贷款也要还本付息、申请政府财政补助获得项目资本金后滚动发展时仍然要新增投资,归根结底企业要靠产品和服务带来源源不断的收入、利润才能立市场于不败之地。

总之,只有模式下各种产品卖出去有钱赚,这个产业才能兴旺发达,农民得到了比自家种“一亩三分地”更多的实惠,该模式才能扎根于农村,推广应用并持久发展。这也是模式能否胜任乡村振兴战略赋予使命与责任的关键所在。换一句话讲,模式在创造了丰厚的收入(现金流)后,把“公司+基地+农户”作为一个蓄水池子库存起来,只要这个池子是满的,唤起老百姓的希望、生机、热情、活力才有勇气和底气,三方的信心均来源于此。乡村振兴战略的“产业兴旺”正需要如此。

## (六) 现代化、科学化、信息化等综合管理水平的提升是基本保障。

首先，必须建立“产权清晰、责权明确、风险共担、利益共享”的利益分配机制条件来维持农户和公司交易关系的相对稳定。要科学合理的设计一种机制，在一定程度上减少机会主义行为和由此引起的交易成本，避免各方利用短期机会主义行为可以带来短期的利益，让长期的利益蒙受损失[17]。

其次，应该鼓励公司创立品牌并且完善相应的信息显示机制，让基地、农户、农民在与公司签约之前能够通过一定的途径了解公司经营管理的具体情况。

第三，建立声誉机制。声誉是在“重复博弈”中建立起来的。其基本原理是，当合作将无限期地进行下去的时候，任何追逐短时期利益、背离合作的动机和行为都是不理智的。双方会谋求不断的合作，以建立自己的声誉。进一步的研究表明，只要是在稳定的社会环境中，声誉机制发挥作用并不需要契约双方保持长久的交易关系。只要有一方是长期存在的，而且其他人又能够通过一定的方式观察到对方的商业行为，就足以使声誉机制发挥作用。任何人都可以与“长寿”的一方签约并接受它的“权威”指导。因此，可以借助于声誉机制来弥补“公司 + 基地 + 农户”模式的制度缺陷[18]。

第四，信息化管理的行为空间。公司、基地、农户选择的关键在于市场价格对契约价格的偏离程度和违约成本，而市场价格的波动使交易的不确定性增加，于是交易需要信息化管理的规制，即在一方违约时，另一方能进行维权行动，获得补偿。故建立对契约的规制机制，对违背契约或利用合同的不完全性获取利益的行为进行惩罚是非常必要的，因此需要信息化联网无缝对接政府和法律的介入。信息化平台建立后，政府或法律中介作为交易的“第三方”参与进来，不仅可以表现在它以法官或仲裁人的身份出现，它还可以通过信息的供给减少交易双方的信息不对称；通过制定交易产品或技术的标准等方式来减少合作双方的“公共空间”，降低交易的风险和不确定性，增加契约和组织的稳定性[19]。

龙头企业通过提升对模式应用的综合管理水平，可以充分其资金优势、技术优势、市场优势、信息优势和管理优势等各优势聚集融合于模式平台上产生放大效应，带动一大批农户从自给性生产转向商品化生产，可以有效地推动农业产业化进程，提高农民的收入水平和生活水平[20]。

## 5. “公司 + 基地 + 农户”模式核心竞争力建构路径的案例分析

### (一) 安徽霍山白芨中药材产业基地概况介绍

南京厚芽生物医药科技有限公司是一家高科技研发型公司。公司志在解决中药资源的源头生产技术问题，践行与推广道地药材的质量理念，以“厚德载物，恪守品质”为宗旨，以发展、复壮道地药材产业为己任。

2017年开始，南京厚芽生物医药科技有限公司在安徽霍山全县乡镇建设 20,000 亩白芨规范化种植推广基地，由农户自己经营，公司给予提供良种、技术指导培训、市场销售的支持。

白芨属植物具备药用和观赏双重属性，具有极其广阔的市场空间。白芨产业的发展具有良好的经济社会效益和生态效益。对霍山区域农业经济结构调整，推动全县农业及旅游业发展具有积极意义。

### (二) 模式核心竞争力建构的创新实践

通过实施中药材规范化、标准化、程序化、科学化的栽培与种植，逐步建立健全中药材现代化和产业化生产经营体系，在组织形式、经营模式、人才结构、高新技术、投资来源和市场体系等方面不断创新实践，为中药材产业的兴起和可持续发展创立了“公司 + 基地 + 农户”的示范化模型。

1) 基地实行“四统一”管理，即统一选择种子、统一栽培技术、统一防治病虫害、统一采挖加工等，以稳定和提高药材产量和质量。

2) 以霍山县政府牵头，以南京厚芽公司为技术依托，以霍山农业局技术服务推广管理站为主体，开设全县白芨中药材科技服务中心一处，基地技术服务中心 4 个。按照规范要求，开展药材规范化种植技

术研究,从根本上保证药材质量的稳定、可控。

3) 建立白芨仿生种植示范点、示范基地约 4000 亩,该用地从农户手中通过“流转合同”取得,制订一个合同标准、一种流转价格、合约 30 年,投资主体是南京厚芽公司,自主经营管理,起龙头带动,引领产业发展潮流,作为示范效应而精心打造,也作为农业生态观光旅游景点布局。

4) 推广白芨大面积种植 20,000 亩以上,由全县农户自愿加盟、跟随学习、模仿种植,示范基地提供种苗种源、技术指导、咨询服务,土地经营权仍然归农户自己,公司提供技术咨询与服务,订单式承诺最低价收购,挨家挨户签订“承诺收购合同”明确质量标准、价格、验收规则、付款时间、交货地点。

5) 南京厚芽公司负责打通外部市场,锁定国内外大型中药生产企业(如葵花药业、卫材(中国)制药、云南白药等)的采购合同;并负责承担与南京农业大学、陕西师范大学科研开发责任,建立校企联盟合作,独家享有并使用各项高科技专利技术。使公司在白芨产业方面拥有核心知识产权、保持核心竞争力。

6) 霍山县政府专门成立“白芨中药材产业管理办公室”,统筹协调各个政府职能部门,具体负责管理全县白芨产业规划与发展。专门出台相关支持政策与管理办法,采取切实可行的具体措施激励农户种植。鼓励龙头企业-南京厚芽公司打造白芨产业链延伸的深加工产业园、集商贸、物流、电商交易平台于一体供应链物流园。

### (三) 经营绩效评价与社会综合效益分析

1) 转变了生产经营模式,加快了当地白芨产业化经营步伐,提高了当地农民的收入和生活水平。该项目的实施有助于促进药典白芨等相关产业链的形成,带动了农户收入大幅度增长。预计实现基地乡镇农民人均增收 5000 元,及区域经济可持续发展。

2) 转变了农民传统的经营方式和种植习惯,降低了农民的生产风险。通过项目的实施,带动霍山县中草药种植规模超过 20,000 亩,解决 5 万人次的务工就业问题。促进农业生产结构调整和农民增收,加快新农村建设步伐。

3) 提高了农民的素质,培育了新型农民。由于白芨种植的特殊性,农户作为生产的主体起着不可替代的作用,农户是最基层、最基本的生产单位,农户的职责是按照公司对农产品产量、质量、规格的要求进行生产,在整个农业生产过程中起着决定性的作用。

4) 产生了良好的经济、社会和生态效益,构建起了多赢格局。南京厚芽公司作为“龙头企业”,联合县农业局及其技术管理站精心打造设立“公司 + 基地 + 农户”白芨种植经营组织模式,各方利益不但得到保障、还能稳定持续地增长,既保护了当地青山绿水的生态环境,又打造了新型产业、旅游观光业、生态农业和区域特色产品品牌。

## 6. 结论与思考

在当前我国大力推进乡村振兴战略的过程中,我们将“公司 + 基地 + 农户”农业产业化模式作为一个有机的整体进行研究,通过对于不同农村社区农民生活、观念、农村社会制度、社会行为、社会结构、社会管理、社会服务,以及农村自然资源、社会资源、社会资本、网络结构等等的调查,探索我国农村经济社会的历史、内容、地位、作用、动力、道路、方式、特点、成效和走向,分析由传统农业向现代化农业的道路、模式、规律等,归纳总结模式的内涵、基本要素以及新时代的作用与意义,致力于建构模式的核心竞争力模型。

从安徽霍山白芨产业采取“公司 + 基地 + 农户”的合作模式,迅速形成当地主导产业,形成专业化、社会化的生产体系,一举多赢的经营合作方式来看,该模式的核心竞争力建构是成功的。对于公司来说,确保了有足够数量和质量的中药材成品供应,以满足客户需要,收入和利润大幅提升。对于农户来说,有了稳定可靠的产品出路,以保证和提高自己的收入水平。对于地方政府来说,使得地方特色产



业得到极大的发展,形成产业链,实现区域化经济规模化发展,带动并繁荣当地经济社会发展。

基于此,也本着现代农业产业“投资项目前决策科学化、模式创建系统化、合约商洽细致化、产品创新科技化、合作盈利持续化、企业管理社会化”的“六化”标准要求,从龙头企业、基地组织、农户、产品与服务、品牌与特色效应、模式的社会行为良性发展、科学管理等途径进行剖析,发掘农村农业经济发展新动能,可以大胆提出模式的核心竞争力的解决路径如下:龙头企业投资意愿诚恳而真实、资本实力雄厚,以及科技、技术、信息、市场、管理先进;龙头企业牵引带动下,模式的资源整合能力、社会关系组织融合能力得到有效发挥;公司、基地、农户利益链条链接紧密、分配合理、契约制度健全;模式下生产的各种产品、提出的各类服务能独具特色、具备高附加值、不可复制性,开创市场能力强劲,特色品牌效应显现,市场占有率比较高、利润率比较好,持续生存发展的市场竞争力强,等等。从某种意义上讲,“公司+基地+农户”模式起到孕育一种更符合我国现阶段农村生产力发展模式的孵化器作用,成为推进我国农业产业化进程、促进现代化农业经济快速发展的不二选择。通过模式的核心竞争力模型建构,可使“公司+基地+农户”模式日趋完善、日臻成熟,在乡村振兴战略实践中可操作、可控制、可防范、可自救。

## 参考文献

- [1] 孙景淼,等. 乡村振兴战略[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2018.
- [2] 王立岩. 现代农业发展的理论与实践——基于天津市的研究[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2017.
- [3] 齐亚菲, 编著. 改造传统农业[M]. 北京: 中国建材工业出版社, 2016.
- [4] 王国敏. 四川现代农业发展与新型农业经营体系创新研究[M]. 成都: 四川大学出版社, 2015.
- [5] 戴孝悌. 产业链视域中的中国农业产业研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2015.
- [6] 江泽林. 农业现代化、城镇化与城乡融合发展[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2018.
- [7] 农业部农业产业化办公室, 农业部农村经济研究中心. 产业融合与主体联动——农业产业化经营新探索[M]. 北京: 中国农业出版社, 2017.
- [8] 高本山, 谷艳波. 建设社会主义新农村形势下农业产业化经营模式的选择[J]. 当代农村财经, 2006(3): 19-20.
- [9] 林东川. 供给侧改革背景下四川农业产业化发展研究[M]. 成都: 西南财经大学出版社, 2016.
- [10] 张海燕. 中国新型农业社会化服务体系研究[D]: [博士学位论文]. 成都: 四川大学, 2012.
- [11] 李向荣. 供给侧改革下农业产业化经营的策略方针[J]. 中国林业经济, 2018(4): 22-23.
- [12] 马美燕. 基于供应链管理的农业产业化经营分析[J]. 农业与技术, 2018, 38(6): 160.
- [13] 佟咏哲. 农业产业化经营组织形式及其创新路径研究[J]. 农村经济与科技, 2017, 28(22): 26.
- [14] 张玉荣, 王晶. 我国农业产业化经营的特点与发展[J]. 农业开发与装备, 2017(1): 2.
- [15] 魏刚. 推进农业产业化经营的再思考[J]. 山西农经, 2016(7): 26.
- [16] 刘军. 我国农业产业化经营发展中的经济法保障机制分析[J]. 农业经济, 2017(7): 13-15.
- [17] 宫宁, 谢冬瑞, 张易斯. 浅谈农业产业化在农村经济发展中的作用[J]. 农业科技与信息, 2016(35): 9.
- [18] 张英洪. 新时代“三农”工作的新转变[J]. 农村经营管理, 2018(12): 24-25.
- [19] 万福玲. 大力实施乡村振兴战略[J]. 经济研究导刊, 2018(29): 17-19.
- [20] 唐红丽, 贺文赞. “乡村振兴战略”学术研讨会综述[J]. 中国井冈山干部学院学报, 2018, 11(5): 140-144.

**知网检索的两种方式：**

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>  
下拉列表框选择：[ISSN]，输入期刊 ISSN：2160-7311，即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>  
左侧“国际文献总库”进入，输入文章标题，即可查询

投稿请点击：<http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱：[mm@hanspub.org](mailto:mm@hanspub.org)