

探讨农产品市场化对农业经济发展的作用

张海振

云南师范大学经济与管理学院 云南昆明 650000

摘要: 农业作为第一产业,自古以来就是我国国民经济的重要组成部分,在我国经济社会发展中具有举足轻重的地位。因此为我国农业经济的可持续发展做出贡献,才能为我国经济发展做出贡献。随着国民经济形势的不断发展,市场经济也发生了翻天覆地的重大变化。当前,农业市场的发展壮大,对我国农业经济的发展发挥着重要的作用。但是,受我国传统农业经济因素的影响,农业经济的发展情况也出现了一些问题,同时也造成了农业经济的发展速度相对缓慢的结果。在这种环境情况下,本文对农产品市场化的定义和概念进行了分析,并且结合实际情况农产品市场化对农业经济发展的影响进行了一定的阐述分析。

关键词: 农产品市场化; 经济发展; 作用

Discuss the function of agricultural product marketization to agricultural economy development

Haizhen Zhang

School of Economics and Management, Yunnan Normal University, Kunming 650000, China

Abstract: Agriculture, as a primary industry, has been an important part of China's national economy since ancient times, and plays a pivotal role in China's economic and social development. Therefore, to contribute to the sustainable development of China's agricultural economy can contribute to China's economic development. With the continuous development of the national economic situation, market economy has undergone earth-shaking significant changes. At present, the development of agricultural market is playing an important role in the development of China's agricultural economy. However, due to the influence of China's traditional agricultural economic factors, there are some problems in the development of agricultural economy, which also results in the relatively slow development of agricultural economy. Under this circumstance, this paper analyzes the definition and concept of marketization of agricultural products, and analyzes the influence of marketization of agricultural products on the development of agricultural economy.

Keywords: marketization of agricultural products; Economic development; role

农业经济发展的速度和质量对国民经济有特别大的影响,为了有效改善我国的经济,并保证经济发展的持续性,充分认识农业经济因素的重要性很有必要,发展农产品营销是社会经济发展的方向之一。几千年来,农业经济的发展对我国的农业经济体系产生了非常大的影响,以市场交易代替了传统的独立模式。现代农业不再以个体的生产发展和实现为目的,已经有了新的发展方向,同时也有了新的发展方式,改变了方式后,整个发展体系有了新的变化。

一、农产品市场化的基本概念和内涵

从国家农业发展来看,农产品营销主要包括三个过

程,是农产品在生产过程中的营销过程。这三个农业营销过程紧密相关,因此,农产品的市场过程主要由开放的生产和开发组成,特别是开放的生产和开发过程包括三个主要要素。

1. 农产品的价格会随着市场价格不断发生变化

在传统经济条件下,一个国家的农产品价格往往受到不支持农业生产的政府的影响。因此,在市场经济环境不断变化的情况下,农产品的市场价格很大程度上取决于农产品的市场的供求情况,在供不应求的情况下,市场价格会面临上涨,供过于求,市场价格又会出现下降的趋势。因此,农产品价格应在等价时确定。在营销

过程中,农产品价格渐渐地反映市场走势。

2.农产品的供应状态

如果市场上的商品供应相对稳定,价格会相对稳,商品会出现更多的合作伙伴,在这种情况下,可以选择几个合作伙伴来保证市场关键阶段的农产品供应,同时这也直接影响到市场化农产品的发展。

3.农产品在市场中处于卖家的地位

随着买家和卖家数量的增加,农产品竞争的力度也在增加。不仅有消费者,也有农产品的销售者的情况下,消费者有很多选择来促进农产品在市场上的开发程度,因此,根据目前我国社会主义市场经济的发展目标,加大力度推动农业产业的健康发展,逐渐将农产品规划进国家农产品市场体系,这对于丰富我国的社会主义市场经济起到很大的作用,在农产品进入到市场经济的过程中,还必须考虑到土壤的影响因素。农产品进入市场经济体系中不仅要遵守市场规则组织有效的营销过程,对管理程序这方面也不容忽视,还需要以农业生产为主导的土壤要素进行规划。由此可见,农产品的发展体现了区域的特点,但随着农产品营销的不断发展,界限并不是那么明显^[1]。

二、农产品市场化对农业经济发展所带来的重要作用

1.能够促进我国农业资源的优化配置

随着市场经济变化的情况下,国家的经济发展结构调整也越来越走向合理化。由于农产品品种比较丰富,人们对农产品的需求量大,因此农产品市场发展速度快。为了更好的组织市场,我国农业部门也在进行市场资源配置工作,根据市场的具体需要和区域划分,更加科学合理地配置农业资源。农产品的初步开发并没有商业化的迹象,事实上,营销需要在统计、分析和信息传播方面付出很多努力,那时的农业生产还没出现这样的趋势,在这个过程中,诸多细节导致信息传递中的错误或遗漏以及农产品分配中的错误,影响农产品贸易,最终影响经济的发展速度。但随着我国农业营销的发展,在农业部门的宏观管理下,农业资源可以根据市场需求进行配置,从而避免了资源浪费的问题,同时也减轻了农民的负担,对资源进行合理的利用,国家机构在农产品生产、加工和销售中的作用不断减弱,有助于进一步降低农业生产成本,而后者则促进了农产品的引进,当然在商业化的道路上有助于农业经济的进一步发展。

2.拓宽销路、提升收益率

农业营销促进贸易并促进社会资源的分配,农产品

规模化、标准化销售,将让更多企业到农村投资,开辟更多农产品营销渠道,拓宽营销渠道。在农民销售农产品的时候,农产品的销售非常有限,而且往往只能到达村庄或郊区。在政府或风险投资的支持下,我们利用先进的现代物流技术,通过农业市场化改革,向全国供应优质农产品。此外,通过农业推广,农业产量正在迅速增加,随着卖家对市场的了解越来越多,价格的变化也很清楚。在很多偏远农村,信息方面受到限制、市场相对拥挤,优质产品不能等同于“价值”和“使用价值”。

3.能够增加农民的收入

随着农产品市场营销过程的快速发展,农产品需要的各种成本投入也受到市场竞争机制的很大影响,趋于质优价廉,规避了传统农产品销售价格垄断的风险。因此,农民的直接收入也能够小程度的增长,特别是在农业生产实施市场化经营方式的情况下,农业相关部门也要按照劳动要素平等原则和其他生产同类型农产品的部门不断增多的情况下进行市场化运作。价格因素能够推动农产品进一步深加工,我国农产品的市场经济功能程度加深与两个经济部门的收入情况相接近,最终能够提高农民的纯收入。随着农民群体净收入的不断增加的趋势,农业部门的劳动力市场也会相应扩大,不仅提高了整体社会的就业率,而且也有效地提升了农业生产效率。一定程度上促进我国农业经济的可持续健康发展^[2]。

4.能够完善我国农业生产的各种要素

从前,农业生产高度依赖农民的人力劳动,然而,随着科学技术的发展,科学技术在农业生产中的应用越来越普遍,从而影响农业发展和农业生产的因素越来越多。目前,许多地区正在将机械生产引入农业生产,机械生产优于以前的手工生产,利润更高,农民收入不断增加。此外,随着对农产品需求的增加,初级劳动力被用于生产,难以满足人们的需求,在这种背景下,鼓励农民增加农业生产的科技成分。另一个影响农业生产的因素是土地资源,陆上农业等技术进步在农村地区普遍存在,但仅限于某些作物的种植,大多数作物仍需在生产过程中进行审查。这就需要加强农产品营销,不断优化耕地配置,以实现土地资源更高效的配置和农产品市场供应。

5.推动农业生产现代化

随着市场经济的迅速发展,农产品销售和农产品营销渠道的逐渐拓宽,消费的需求量明显随之增加,实现农业机械化、大批量生产农产品更为重要。农业经济发展的首要因素是农业生产效率的明显增高,因为我国

的大部分落后农村地区仍然依赖农业单一活动作为经济的主要收入来源。随着收割机、播种机和无人机等机器的频繁出现,很大程度上解放了农村的剩余劳动力,方便了农民参加其他工作,增加农作物的产量。随着时代的快速发展,农业机械的各种科学设计也得到了相应的发展,促进农业机械化耕作的发展成为主流趋势,农作物的产量也会显著提高。此外,无人机在各个领域的出现和人工智能的科学技术在农业领域中的应用,能够将“无人”、“自动”的伐木作业、大规模播种方法融入农业生产活动中来,农业生产效率也将提高不少。另外,还将继续优化动植物养护的方式:如谷物、水果和奶牛等,当然,随着科学技术的发展,通过改良优化品种可以提高产量,适应恶劣的自然条件,扩大农业活动并产生更大的经济和社会效益,这也将成为农业发展的未来方向。

6. 推进我国农业走向国际化的发展道路

随着经济全球化和国际化进程的推进,农业发展的最终方向也是国际化。机械的运作不仅将取代体力劳动,而且将进一步提升该国在世界市场上的农业地位,现代化农业生产也会进一步取代传统的标准化农业生产,通过机械化操作,逐步向现代规模化农业机械化转变,充分体现国家对市场的主导作用,使农业生产更加客观,同时进行大批量生产供应到国际市场中。最重要的是巩固我们在世界市场上的地位,提高我国农业在世界市场上的影响力。

7. 巩固我国农民的主体地位

随着我国农产品销售力度的不断增加,我国农民的纯收入增长比较迅速,我国农民也慢慢认识到土地资源在农业领域发展中的作用,这在一定程度上加强了农民群体在农业生产活动中的主导地位。通过促进农产品的销售量,农民可以更易主动关注农业领域的发展,从而促进土地资源的流转和合理利用,促进农业产业的迅速发展。因此,农产品的好销售量不仅有助于国家农业经济的健康可持续发展,而且在一定程度上代替了国家以农业为主的传统农业观念,从而有助于国家农业生产活动的逐步现代化、商业化和国际化步伐,逐步增强了中国农民在国际社会中的主导地位^[1]。

三、我国农产品市场化下农业经济发展路径

1. 发展农村电商经济,加速农产品市场化,推动农业经济发展

(1) 培养农民的电商意识,推出农村电商优惠政策
随着电子商务的不断发展,本地电子商务的势头正

猛。省级电子商务与农村经济发展密切相关,同时发展农村电子商务,不断提高农民电子商务意识,促进电子商务平台发展,对农业经济产生比较大的影响。它在促进农业发展方面发挥着积极作用。从政府的角度来看,应该让越来越多的农民参与到地方电子商务的发展中来,开拓更多的渠道,利用其他的促销手段来提高和促进地方电子商务的影响力。省级电子商务对农村经济发展产生积极影响,通过农村电商平台推广农产品,销售农产品,实行农产品从本地销售到城市销售的流程,搭建城乡桥梁,拉近贫富差距。政府还应积极实施一些可取的农村电子商务措施,如技术援助、培训支持等,让农民积极参与农村电子商务发展,加快农业市场化发展。发展的目标是促进产品,最终促进农业经济的发展。

(2) 创新农村电商业务模式,提高产品的流通效率

目前,区域电子商务的发展模式有A2A、A2C、C2C三种。首先是A2A模式,即代理商与代理商之间的商业合作,由下游批发市场和超市购买,最后农产品通过平台公司直接销售给消费者,为了实现农村地区的经济发展,产品被重定向到城市进行销售。其次,A2C模式,即农民和合作社直接联系供应商,供应商信息员通过电子商务平台发布产品信息,消费者直接通过电子商务购买重要产品。这种电商模式下的交易环节得到了简化,农产品的交易速度有很大的提高。这主要反映了越来越多的农村合作社,农民将网店注册为卖家,加快了农产品进入市场的速度。在电子商务的发展中,电子商务模式的不断变化是社会发展的本质,是农业市场经济发展的前提。一种新的电子商务模式用来推动农业健康发展,完善农产品的市场流通渠道,积极引导农民主动发展农业。在电子商务平台上进行销售农产品,一方面可以增加农民的经济方面收入,另一方面可以促进农业经济的快速发展。同时,在农产品生产销售的过程中,不断提高农产品的质量,打造农产品知名品牌,赢得消费者对质量和品牌的信任感。当然直播是目前主要的电子商务销售模式,农民可以使用它来改善产品的分销情况。此外,建立了相应的农产品物流体系,对农产品的生产、销售、研磨和运输进行更好的管理,采用最新的技术,确保运输高效,整个运输过程运行顺畅。最后,要确保农村电商健康发展。

2. 农产品直播带货,助推农产品市场化

农产品直播正成为农产品销售新方式,增长趋势显而易见。目前,基于电子商务的明显发展趋势,农产品是人类生活的必需品,电子商务已经逐渐渗透到农业领

域, 并且仍然占据着很大的比例。此外, 关于乡村振兴战略的提出和未来乡村发展国家政策的制定, 也包括对乡村发展未来的新规划。货物交付也可以成为进一步增加农产品销售的起点。互联网电商平台虽然影响力很强, 但真正的电商成本很低, 运营灵活, 农产品可以全面呈现。因此, 传统的营销模式无法实现直邮。

发展农产品市场化, 要促进农产品标准化和专业化方面发展。特别是对于中西部发展中地区的农产品, 需要加快推进标准化进程、质量控制、农产品深加工和农产品体系建设的速度。供应链方面保证农产品的普及化程度。在此过程中, 不断提高农产品的知名度, 加大力度宣传产品质量和专业化的标准生产体系认证的在线产品, 最终实现农产品的标准化和专业化发展。为了更大程度地提高农产品的线上影响力, 同时可以和网络名人进行农产品领域的合作。加大农业冷链基础设施建设持续增长的力度, 农产品供给水平和供应链水平都能够不断提高。在农产品直播销售的过程中, 应当注意加强法律保护意识, 对直播活动进行实时监控。遇到违反规定和包含虚假信息宣传的直播情况必须停止, 并提供适当的制裁和补救措施。确保农产品直播宣传活动的规范程度和可信任度。促进绿色健康的宣传方式发展农产品经济贸易, 并最终促进农产品的可持续营销^[4]。

四、结束语

随着社会经济的快速发展, 农产品的市场化发展方向日益显现。从农产品市场的发展可以看出, 农产品市场的发展将直接影响到产品的价格, 进一步影响到农产品的供求关系。农业经济的发展表明, 农产品市场化发展是必然的结果, 发展需要合理优化产品分布, 提高管理水平和积极使用现代技术手段, 例如直播就是很好的途径, 是农产品市场的主要组织, 能有效促进市场的发展。

参考文献:

- [1]段佳妮. 浅谈农产品市场化对农业经济的发展作用[J]. 农家参谋, 2019(07): 4.
- [2]龙辉. 探讨农产品市场化对农业经济的发展作用[J]. 中国商论, 2019(01): 240-241.
- [3]梁子豹. 简析农产品市场化对农业经济的发展作用[J]. 现代经济信息, 2019(08): 401.
- [4]黄伦. 农产品市场化对农业经济发展的作用探讨[J]. 南方农业, 2019, 13(12): 100-101.
- [5]刘会玲. 农产品市场化对农业经济的发展作用[J]. 农业开发与装备, 2020(01): 17.
- [6]杨柳. 农产品市场化对农业经济的发展作用探析[J]. 辽宁行政学院学报, 2014, 16(05): 104-105.