

试论中国农业结构创新对农业文化创新之影响

——兼述中国农业文化创新的路径选择

刘勤红, 吴天琪

(山东棉花研究中心, 山东农学会, 济南 250100)

摘要:从农业文化创新和发展的角度, 论述中国的农业结构和农业发展的文章不多见。此文运用马克思主义的哲学理论, 在论述农业结构创新与农业文化创新之关系的同时, 对近30年(自1979年)来中国农业结构创新的阶段、农业文化创新的类型以及中国农业文化的创新路径选择等问题, 提出了自己的分析和看法, 以期与有关专家学者商榷。

关键词:农业结构创新; 农业文化创新; 农业文化理念

中图分类号: S3-33

文献标识码: A

论文编号: 2009-1963

Discussion of Impact of Innovation in China Agricultural Structure to Cultural Innovation in Agriculture

——Description in Route Choosing of Cultural Innovation in China Agriculture.

Liu Qinrong, Wu Tianqi

(Section for Genetics and Breeding Research Shandong Cotton Research Center,
Shandong Association of Agricultural Sciences Societies, Ji'nan 250100)

Abstract: Articles discussing Chinese agricultural structure and agricultural development from the viewpoint of agricultural Cultural innovation and development are rare. Text discussed the relationship between innovation in agricultural structure and innovation in agriculture cultural using Marxist philosophy. At the same time, the text put forward our own analysis and views on some questions such as stage of innovation in agricultural structure in near 30 years, types of innovation in agriculture cultural, and path selection for innovation in agriculture cultural and so on, looking forward to discuss with relevant experts and scholars.

Key words: innovation in agricultural structure; innovation in agriculture cultural; agricultural culture

0 引言

法国著名结构主义学说的代表, 当代哲学家、人类学家列维·斯特劳斯认为: 社会是由文化关系构成的, 而文化关系则代表各种文化活动, 即人类从事的物质生产活动与精神思维活动^[1]。从马克思主义的物质生产活动和精神思维活动的关系来看: 人们的农业结构创新活动必然决定着人们的农业文化创新活动, 而后者又无时无刻不影响着前者的改变和提升。

回顾30年(1979年)来中国的农业发展不难看出: 中国的农业结构创新, 无时无刻不在孕育和产生着新

的农业文化, 而新的农业文化又不断引领着农业结构上升到新的创新平台。笔者试对中国农业结构的创新阶段、农业文化的创新类型以及中国农业的文化创新路径选择等问题叙一己之见。

1 农业结构创新的阶段及其分析

近30年来, 中国的农业结构创新大致可以划分为3个阶段, 每个阶段都催生出一系列新的农业文化理念, 而每一次农业文化理念的更新, 都形成了具有不同时代特点、不同时代烙印的农业文化。毫无疑问, 每一次农业文化的更新和发展, 必然引领着中国农业结构

第一作者简介: 刘勤红, 女, 1959年出生, 研究员, 山东棉花研究室主任。通信地址: 250100 济南市工业北路202号, 山东棉花研究中心 Tel: 0531-83179004, E-mail: sclqhq@saas.ac.cn。

收稿日期: 2009-09-23, 修回日期: 2009-10-15。

进行新的调整,甚至是革命性的调整^[2]。

第一阶段:农业组织结构创新阶段(1978—1988年)。这一阶段主要是在农业组织结构上出现了革命性的变化,联产承包责任制的出现,彻底改变了人民公社以来“一大二公”的集体经营模式,使中国的农业组织结构由集体转变成个体。这种转变决不是封建私有制个体农户组织的复辟,而是崭新的农业组织制度的革命,这一阶段的农业组织结构的创新,使农户在农业的生产和经营上拥有了充分的自主权,广大农民有了第二次翻身解放的感觉,极大地调动了农户农业生产和农业经营的积极性,农业生产的效率大幅度提高,尤其是粮食产量大幅度提高,在短短的几年内,大多数农民解决了温饱问题。由此出现的“发家致富文化”、“奔小康文化”大张旗鼓地张扬着农民的“致富”、“发财”的愿望;“万元户”、“小康村”成为引领农业文化的时尚;传统的“富”文化、“福”文化、“财”文化,不再被农民作为“旧文化”、“旧风俗”鄙视,而是作为吉祥文化在广大农村得到了张扬。

第二阶段:农业产业结构创新阶段(1988—1998年)。这一阶段,中国以土地家庭经营为核心的农业组织结构遇到了农业生产社会化大生产的挑战,于是农业在其组织结构和产业结构两个维度上都出现了革命性的变化,重点是在农业产业结构上出现了一系列重大的创新,使农业这个弱质产业开始直面国内外市场农业的激烈竞争,寻找农业强势发展的出路。因此,这也是中国近30年来农业文化呈现出空前繁荣的阶段,极大地推进了中国农业的市场化速度。其一,这个时期的农业出现了双层经营、规模化经营、集约化经营等新的组织形式,小农户分散经营的组织结构受到了种粮大户、农业企业、甚至非农业企业的激烈冲击和强势性的竞争;其二,这个时期的农业在产业结构上,开始出现了农、工、副、种、养、加、运、购、销相衔接的农业产业链条,中国农业结构在其组织结构上和产业结构上的深刻变革,极大地催生了中国一系列农业文化新理念的派生:农业产业化、农业市场化、“三来一补”农业、外向型农业、农业科技革命等等。在短短的几年时间内,农业产业化理论由提出到成熟仅仅几年的时间,就以其势不可挡之势,进一步改变着和扩大着传统农业的外延和内涵,促进着农业结构的复合式、链条式、立体式等多元化的发展模式异彩纷呈,引领着中国农业以快速的步伐进入了市场经济的快车道,尤其是中国东部沿海地区的农业很快地与国际农业市场接轨,加入到国际农业市场的竞争,使中国农业结构调整的市场神经融入了国际农业市场,为2000年以后适应和迎

接WTO的挑战打下了很好的文化基础。

第三阶段:1998—2008年的农业资源结构调整。这一阶段,推动农业结构改变的压力主要来自自然资源和市场资源:一方面,有限的土地、水、生态、环境等农业自然资源的遏制。改革开放20年的农业粗放型的快速发展,导致土地资源、水资源、生物资源、环境资源的大量开发和无节制的利用,导致了自然资源的短缺;另一方面,农产品国内和国外两个市场资源的恶化。在有限的自然资源利用上的掠夺式粗放开发、化肥农药的超限量使用,又进一步恶化了农业的市场资源。国内市场因农产品的品种、数量等原因出现了“卖粮难”;国际市场因农产品的质量、标准等原因出现了“出口难”。尤其是中国加入世贸组织后,农产品市场、农业技术市场、甚至农业生产快速扩展到国外市场,西方发达国家对农产品质量、农产品包装等要求的标准不仅是技术壁垒,而且也是文化壁垒,中国的农业文化如果不改变、不增加对西方文化的借鉴、包容和融合,中国的农业就很难进入国际市场竞争,就很难利用国际市场资源进行竞争。

中国农业自然资源和市场资源的短缺,导致了农业生产的徘徊不前。于是全社会开始用人文的、自然的、生态的、和谐的等科学的农业发展观,来思考农业资源结构的调整和创新。中国农民开始以资源永续利用、循环利用、安全利用为核心来思考农业的发展。农业可持续发展的、质量安全的、环境友好的农业文化理念,以极其快速的极其广泛的文化气息,在这个古老的传统的农业大国传播开来:生态农业、有机农业、特色农业、观光旅游农业、休闲农业、能源循环农业、精细标准农业等等一系列中西结合的新的农业文化理念,正日益深远地促进着中国的农业结构的变革和创新,进一步拓宽和丰富了农业的功能。

2 30年来中国农业文化创新的类型及其分析

广义的农业文化,就是人类在农业生产活动中所创造的物质财富和精神财富的总和。农业生产和农业经营活动,是人类最基本的最主要的活动,农业生产和经营活动蕴藏了十分丰富的文化内涵。无论是人类早期的游牧活动还是后来的农耕活动,人类的农业活动从一开始就不断地创造着灿烂的农业文化。自从人类的农业生产活动出现以来,人类就有了自己的农业文化史^[3]。

历史的经验证明:人类的农业生产和经营活动最活跃的时期,往往是农业结构创新最活跃的时期,也必然是农业文化创新最活跃、农业文化最灿烂和繁荣的时期。近30年来,可以说是中国半个世纪以来,农业结

构创新最活跃的时期,也是农业文化创新最活跃的历史时期,形成了各具特色的、有着明显的阶段特征的农业文化类型,其主要的农业文化类型归纳为以下几类。

2.1 农业高产文化(高产农业)

改革开放以来,中国出现的农业高产文化是以土地经营权的调整 and 改革为动力,以粮棉油三业种植为主,以粮棉油增产增收为目的的单一农业结构为特色,形成了以创高产为调整指向的一系列农业高产理论:“粮食创千斤理论”、“吨粮田高产理论”“高产育种攻关”、“高产栽培理论”等等以高产为唯一目的的农业高产文化,从学术理论到科研一线、从书本到田间,科技成果不断地推出,使中国的土地产出率大幅度提高,帮助农民摆脱了温饱问题的困扰,农户家里普遍有了余粮,推动着中国的农业生产发生了巨大的变化。长期以来以高产为唯一目的的农业高产文化,终于使中国的农业单位产量跃居世界前列。当然,实践证明:目的单一的农业高产文化是不可能推动农业这一具有多功能的产业,在现代农业发展的道路上走得更远。

2.2 农业高效文化(高效农业)

以增收增效为目的,农民鼓起了粮袋子,又重视了钱袋子,种植业上经济作物的比重增大,粮食的富余使经济效益高的养殖业、加工业、以农村劳动力为主的乡镇企业得到了快速发展。这个时期农业内部出现了一系列以养代种、以工补农、以商富农的现象,高产高效成为农业文化的主题,出现了在高产基础上创高效的“双高”农业理论。农业结构开始在种植、养殖、加工、运输等涉农产业之间进行调整。农业的高投入、高产出、高效益必然忽视了农业资源、农业环境的合理开发利用,形成了以资源高消耗、能源高消耗、资金高投入、农业高污染为代价的“掠夺式”的农业结构。

2.3 农业经营文化(市场农业)

从农工商大合唱的发起,到“种、养、加、产、供、销一体化”的出现,中国的农业结构开始着眼于农业产业的整体效益,农业产业化理论一时间成为农业文化创新的主体,农业产业化理论应运而生,引领着农业组织结构和产业结构的双向调整,极大地推动着农业产业整体效益的提高。农业产业化理论来自于广大农户的农业创新劳动,得到了广大农业理论工作者、农业科研工作者和农业管理部门的理论提升、政策规范,最终成为中国政府指导中国农业发展的最重要的政策理论,因此可以说,中国的农业产业化理论,是中国近30年来农业文化创新的最重要的理论。

2.4 农业品牌文化(特色农业)

市场农业以稀为贵、以奇制胜的客观规律,使特色

种植、特色养殖、特色经营的特色农业出现并影响着农业结构发生着新的变化,不同的农业产业寻找着不同的市场定位,形成了不同的农业产业结构,克服了同质异构的产业内耗。“一村一品”的特色农业专业村如雨后春笋般地涌现出来。“一村一品”特色农业的发展,孕育形成了农业品牌意识、农业品牌文化的出现,使中国的农业结构在其数量上、质量上、种类上出现了新的调整。

2.5 农业园区文化(示范农业)

在经历了农业高产、农业高产高效、农业产业化、特色农业开发等阶段的发展之后,“科学技术是第一生产力”的社会意识得到了普遍的强化。于是,以农业高新技术为支撑的农业科技园区如雨后春笋般地出现并影响着中国的农业结构。中国的农业文化中,第一次出现了对农业科技园区的经营体制、运行机制、产业定位、市场定位等等一系列完备的理论体系。农业科技园区文化成为中国农业文化创新中最耀眼的理论之一。

2.6 农业和谐文化(现代农业)

农业可持续发展、食品健康安全、循环农业、生态农业、有机农业、旅游农业、观光农业、环境友好型农业等以人为本、天人合一的农业和谐文化的出现,把中国的农业发展引领上一个全新的发展平台。农业和谐文化的出现,是在创建和谐社会的时代背景下又一重要的农业文化的创新,必将对增强全社会的农业质量意识、农业资源意识、农业环境意识产生不可估量的深远影响。

3 中国农业文化创新的路径选择与探讨

3.1 农业科技文化创新

现代农业是科技农业,科技是农业的支撑,也是农业文化的支撑。推行科技进村入户工程,农业专家与农民结合、农业科技与农村教育结合,尤其是农业信息科技的推广,高效、便捷的农业信息网络为农业的发展提供了一个崭新的天地,彻底更新了农民对农业科技文化学习和掌握的传统模式、传统思维。农业文化建设在信息化飞速发展的今天,在农村、在农户、在农民当中出现了色彩斑斓、万紫千红的发展局面,农业科技文化的飞速发展必将使中国的农业产业获得质的飞跃^[4-5]。

3.2 农业品牌文化创新

品牌是农业科技成果的最终凝结,是农业文化的集中体现,是市场经济时代农业经济活动的核心竞争力。要根据区域资源特点和市场需求变化,积极培育特色农业,形成效益农业产业带,带动一方经济的发展。在农业产业发展的基础上,要注重培育农业品牌,

以产业开发品牌,以品牌促产业发展,形成一种良性的互动格局。要注意农业品牌原创地的保护,逐步形成排他性的具有强势竞争力的农产品品牌。要提升品牌功能,完善品牌的科技支撑体系,实行统一生产技术、统一商标、统一销售的“三统一”服务,积累品牌的文化内涵,要积极组织开展无公害农产品、绿色食品、有机食品的认证工作,打造一批具有地方特色的国家级、省级、市级名牌农产品。要把农产品质量和农业品牌建设放在农业文化建设的重要位置。随着社会的发展,人们对农产品的安全质量要求越来越重视,首先要根据农产品“从产地到市场准入”质量安全的要求,切实抓好初级农产品的质量安全工作,让人们普遍吃到放心菜、放心肉,让无公害食品、绿色食品、有机食品逐步走进人们的视野,并成为消费市场的主力军。要根据农业特色主导产业发展的要求,着力培育农产品品牌,以品牌赢得市场,提高农产品的竞争力。要注重品牌的包装,注重商标图案的设计,使优质农产品具有强烈的文化色彩,普遍为人们所接受。

3.3 农业管理文化创新

农业从粗放型生产到精耕细作再到标准化是农业管理文化发展的必然要求,要以工业化的管理理念经营农业,实行农业生产的全程标准化管理。要根据农产品“从产地到市场准入”质量安全控制的要求,切实搞好与农产品质量安全相关的产地环境、生产技术规范、产品质量与安全、包装标识与贮运、检验检疫方法等标准的制订和完善工作,实行生产标准与生产过程的多环节有机衔接。要规范产前、产中、产后的配套生产技术标准,制订严格的产品质量标准,同时加强对农业投入品的监管,建立健全农产品质量安全标准体系,稳定农产品的内在品质,以质量赢得消费者的认可和信赖。要运用先进生产设备和种养、加工、保鲜、贮藏等技术,提高生产效率,降低生产成本,提高产品的市场竞争力。要结合优势农产品生产基地,建立标准化生产示范区,推广应用农产品生产技术标准模式图,实现农产品生产经营的规范化、科学化、规模化。根据农作物生长的生物学特性,在农作物生长的各个时期辅之以一定的栽培措施,制订出一套完整的技术管理标

准,是现代农业区别于粗放型传统农业的管理特色。

3.4 农业物流文化创新

要着力构筑农产品物流配送体系,把安全优质的农产品配送到各大企业的食堂、超市、酒店、学校,扩大农产品的销售半径,不断提高农产品的市场占有率。要掀起“绿色旋风”行动,宣传绿色理念,倡导绿色消费,弘扬绿色文化,配送绿色精品。还要掀起农业文化进超市、进社区、进企业、进学校行动。此外,政府部门还要为农产品的营销搭建良好的平台,举办诸如“寿光国际蔬菜博览会”、农产品交易会(农博会)等丰富多彩的、各具特色的各种农产品展示交易平台,创造丰富的各具特色的物产流动文化,促进不同地域不同风俗不同形式的农业文化的流动和交汇,可以预见,将来物流文化的建设会成为农业文化建设中一道靓丽的风景线。

农业是一个古老而又崭新的产业,人类自从有了农业生产活动就不断地进行着农业结构的创新,不断地创造着丰富多彩的农业文化。从某种意义上看,正是农业的不断发展,农业新品种、新技术、新机具的不断推广和应用,积淀了人类丰厚的农业文化。在传统农业向现代农业转变,在自足自给的小农经济向市场经济转变,在数量型农业向质量型农业转变的今天,弘扬农业文化,深入挖掘具有中国特色的农业文化,从文化层面提升对农业的认识,是现代农业调整和发展的重要理念,这对于中国农业的持续发展,提升中国农产品的市场竞争力,具有非常重要的战略意义。

参考文献

- [1] 刘录民.中国传统农业文化的继承与创新[J].质量跟踪,2003,14(12):46-47.
- [2] 李玲俐.我国农业生产结构转变的历史回顾与展望//中国农学会“我国高产优质高效农业问题研究”[M].北京:中国农业科技出版社,1993:180.
- [3] 顾焕章.农业文化的新动向[J].江苏农村经济.2009(5):56-58.
- [4] 连会有.我国农村文化产业发展对策研究[G]//中国农学会“循环农业发展理念和发展战略”2006年学术年会论文集,2006:397.
- [5] 张卫国.论农业现代化过程中的文化创新模式[J].农业考古,2007(3):37-39..