

# 农业生产规模化背景下的社会化服务模式转型： 以农资销售模式的转型为例

陈义媛

**摘要：**本文基于安徽省全椒县的案例，考察了在农业生产规模化背景下，农业社会化服务市场结构的变化如何驱动农资销售模式转型，并讨论这种转型发生的路径及其对小农经营的影响。研究发现，在农业生产规模化和农资行业产能过剩的共同影响下，农资销售领域的社会化服务（包括物资供应和技术服务）需求和供给都发生了变化，农业社会化服务市场结构因此改变，进而推动了农资销售的专业化。这种专业化以农资销售的技术化和产业化为路径：技术化路径体现在专业的技术服务替代熟人社会关系，成为农资销售中的核心竞争力；产业化路径体现在农资经销商可以通过产业链延伸策略来解决垫付资金的回款问题。农业社会化服务模式的专业化，使农业内部的分工进一步深化，并对小农户的生产经营产生了排斥。

**关键词：**农业社会化服务 土地流转 技术服务 农资销售 小农户

**中图分类号：**C915；C911；F32 **文献标识码：**A

## 一、引言

党的二十届三中全会提出，要“健全便捷高效的农业社会化服务体系”<sup>①</sup>。党的第十九次全国代表大会首次正式提出农业社会化服务体系的建设问题，会议强调要“健全农业社会化服务体系，实现小农户和现代农业发展有机衔接”<sup>②</sup>。农业社会化服务（下文简称“社会化服务”）是指与农业相关的社会经济组织，为农业生产主体提供的各类生产服务，包括农资供应、农业技术服务、农机作业服务、农产品加工和流通等。近四十年来，面向数量庞大的小农户，中国形成了一整套与小农户经营相

【资助项目】 国家社会科学基金一般项目“农业生产社会化服务与小农户的组织机制研究”（编号：23BSH068）。

【作者信息】 陈义媛，中国农业大学人文与发展学院，电子邮箱：chenyiyuan1988@163.com。

<sup>①</sup> 《中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定》，[https://www.gov.cn/zhengce/202407/content\\_6963770.htm](https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963770.htm)。

<sup>②</sup> 习近平，2017：《决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》，北京：人民出版社，第32页。

匹配的社会化服务模式<sup>①</sup>。

2008年党的十七届三中全会作出的《中共中央关于推进农村改革发展若干重大问题的决定》强调，要“加强土地承包经营权流转管理和服务，建立健全土地承包经营权流转市场”<sup>②</sup>。自此以后，土地流转比例不断升高，农业生产结构正在发生变化。从全国范围来看，2021年，中国家庭承包耕地流转面积超过5.55亿亩，超过确权承包地的三成<sup>③</sup>。从不同地区来看，2021年，土地流转面积占家庭承包耕地面积50%以上的省（区、市）已经有6个，按流转比例从高到低依次为：上海市、北京市、江苏省、浙江省、黑龙江省和广东省。除此之外，还有10个省份的土地流转比例超过全国平均水平<sup>④</sup>。规模经营主体与小农户对社会化服务的需求存在明显差异（Igata et al., 2008）。随着规模经营主体数量的增加，社会化服务模式正在围绕规模经营主体的需求进行重塑（周娟，2017）。

目前关于社会化服务的讨论，大多聚焦于社会化服务如何影响农业生产，相关研究主要集中在三个方面。一是考察各类社会化服务主体如何推动小农户与现代农业的有机衔接。这类研究讨论了合作社、农业企业等不同主体在服务小农户时的差异（苑鹏，2011；徐旭初和吴彬，2018），以及这些服务如何提高农户家庭收入（穆娜娜等，2016）。孙新华（2017）还研究了不同地区面向小农户的不同服务形式，例如江苏的“联耕联种”模式、湖北的“按户连片”模式、山东的“土地托管”模式等。二是讨论小农户与社会化服务主体对接的困境。相关研究发现，在农村社会分化的背景下，合作社、农业企业在服务不同农户时，容易形成“大户主导”的局面（黄宗智，2012；冯小，2014）。同时，小农户土地的分散化，也使社会化服务主体与小农户对接的成本较高（郭晓鸣和温国强，2023）。三是研究农业规模经营与社会化服务的关系。既有研究发现，土地流转有助于降低社会化服务的交易成本，土地流转和社会化服务是相辅相成的关系（钟真等，2020），发展社会化服务有助于农业经营主体扩大生产规模（杨子等，2019；钟真等，2021）。此外，还有研究发现，社会化服务行业内出现了非农化、专业化和规模化的趋势，且其专业化和规模化之间具有正相关关系（张清津，2024）。

既有研究展现了社会化服务实践的丰富性和复杂性。不过，这些研究大多聚焦于社会化服务对农业生产的影响，仅有少数研究关注了农业规模经营对社会化服务模式的反向形塑作用，但也未对这种反向形塑的路径进行讨论。也就是说，农业社会化服务模式在已有研究中主要是静态的自变量，是一种给定的条件，其发生的转型还未得到充分探讨。

鉴于此，本文将重点探讨社会化服务模式的转型动力、机制和路径。社会化服务种类较多，本文选择以农资销售为切入点展开分析。一方面，农资销售是社会化服务的重要构成，具有一定代表性；另一方面，围绕小农户的生产需求，中国形成了成熟而完整的农资销售模式，且这一模式正随着农业生产的规模化而发生显著变化。以农资销售为代表，可以充分展现社会化服务模式的转型逻辑。农资

<sup>①</sup>本文所指“社会化服务模式”是指服务主体针对不同服务对象的需求而设计的服务内容和服务方式。

<sup>②</sup>《中共中央关于推进农村改革发展若干重大问题的决定》，[https://www.gov.cn/jrzq/2008-10/19/content\\_1125094.htm](https://www.gov.cn/jrzq/2008-10/19/content_1125094.htm)。

<sup>③</sup>资料来源：《15亿亩承包地如何合理有序流转》，[http://www.xinhuanet.com/politics/2021-02/08/c\\_1127077869.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2021-02/08/c_1127077869.htm)。

<sup>④</sup>根据《中国农村政策与改革统计年报（2021年）》（农业农村部政策与改革司编，中国农业出版社2022年出版）数据计算。

销售通常既包括农药、化肥等物资的供应，也包括农业技术服务的提供，而农资销售模式的变化往往伴随着技术服务的转型。因此，本文在考察农资销售模式的转型时，也涉及对技术服务的讨论。

2012年通过的《关于修改〈中华人民共和国农业技术推广法〉的决定》，将各级国家农业技术推广机构的职责限定为公益性技术推广，推广技术主要包括关键技术的引进、试验和示范，病虫害预防和监测，农产品生产中的检测和检验等。除此之外，还鼓励其他市场主体开展农业技术推广服务，这种推广服务属于经营性技术推广。现有关于公益性技术推广的研究，主要探讨了公共部门在技术推广中的低效问题，并指出其原因主要包括技术推广活动的行政化、农技部门缺乏对农技人员的激励机制，以及基层农技员的时间被行政工作所挤占等（胡瑞法和孙艺夺，2018；孙生阳等，2018）。也有研究发现，在小农户缺乏组织的情况下，农技推广面临“最后一公里”问题（贺雪峰，2017）。有关经营性技术推广的研究发现，在为分散的小农户提供服务时，服务主体遇到了交易成本过高的问题（刘冬梅和赵成伟，2021）。一些农资零售商开始通过参与土地托管来实现产业链纵向整合，以降低为小农户服务的交易成本（胡凌啸等，2019）。还有一些农资经销商将服务重心转向了规模经营主体，这使小农户陷入了技术获取边缘化的困境（孙明扬，2021）。在此背景下，小农户不得不花高价购买农资才能获得技术服务（冯小，2015）。同时，在农资行业激烈竞争的背景下，技术创新的主要方向是让新技术更加牢固地附着于物资之上，使农户只有购买特定物资才能获得新技术（陈义媛，2021）。上述研究表明，随着农业技术的商品化属性不断凸显，农业技术服务与农资销售越来越紧密地结合在一起。因此，本文在对农资销售模式转型的讨论中增加对技术服务的讨论是合理的。

本文以农资销售为分析对象，探讨在农业生产规模化背景下，农资销售模式发生转型的机制。本文以基层农资销售体系（主要指由县、乡两级农资销售主体构成的销售体系）的转型为切入点，重点讨论三方面内容：第一，考察农业生产规模化如何改变社会化服务的市场需求，并结合社会化服务市场供给端的变化，讨论社会化服务市场结构（以下简称“市场结构”）的转变如何驱动农资销售模式的转型。第二，从服务主体的经营策略调整来讨论社会化服务模式转型的路径。第三，探讨社会化服务模式转型对农业分工和小农户生产经营的影响。

## 二、理论视角与分析框架

### （一）社会化服务与农业分工理论

农业分工的出现与社会化服务市场的形成息息相关。社会化服务的出现是农业分工不断细化、农业生产不断机械化的结果。这种变化典型地表现为过去由人力完成的堆肥、土法治虫等环节被施撒化肥和农药等工业制成品取代，过去由人力或畜力完成的耕、种、收等环节被农业机械作业取代。社会化服务的发展，表明农业内部的分工在不断深化。“占取主义”（appropriationism）理论也讨论了农业生产环节的细分问题。该理论指出，由于农业生产受自然因素影响，资本很难像改造家庭手工作坊一样，建立一套超越于家庭经营之上的生产组织。因此，工业资本采取了另一种方式来改造农业，即对农业生产过程中的不同环节进行非连续却持久的破坏（discontinuous but persistent undermining），这一过程被称为资本对农业生产的“占取”（Goodman et al., 1987）。也有一些研究者指出，农业生产

中原本作为整体的复杂劳动可以被拆分为多个专业环节，小农户也可以在一些生产环节中大规模使用机械设备，这被看作一种“迂回式”的扩大经营规模的方式（速水佑次郎，1988；罗必良，2008；胡霞，2009）。随着农业技术的发展和生产力的进步，农业生产环节不断被拆分和分化，这为社会化服务提供了发展和扩张的基础，社会化服务市场也因此形成。

在有关分工和市场的关系讨论中，斯密（2014）提出，分工可以通过市场来协调，市场范围决定了分工程度的高低，运输条件则决定了市场范围的大小。Young（1928）也指出，市场范围的大小决定了分工程度，基于分工形成的专业化生产环节的多少及其网络效应会反作用于分工。在农业生产领域，郭晓鸣和温国强（2023）认为，发展社会化服务就是不断深化农业分工、扩展社会化服务市场规模的过程，社会化服务市场范围的扩大又会进一步推动农业分工的细化。罗必良（2017）区分了农业领域的纵向分工和横向分工：纵向分工是指农业生产在不同环节的分工，横向分工则指同一区域内多个农户的同向专业化。他强调，横向分工是纵向分工的前提，区域内的横向分工会带来连片专业化，并促进纵向分工的深化。

既有理论和研究的启示在于，社会化服务的发展是一个不断强化农业分工深度、扩大社会化服务市场规模的过程，且社会化服务的市场容量与农业分工深度是互相促进的。不过，从近年来社会化服务的实践变迁来看，上述理论还有可推进之处。一是在讨论农业分工的深化时，已有理论更多聚焦于市场容量，对市场结构的讨论比较少。事实上，在市场容量之外，市场结构的变化也会带来农业分工的变化。市场结构受到农业生产组织形式的影响，针对小农户生产需求形成的市场结构与针对规模经营主体生产需求形成的市场结构存在明显差异，而这一差异又会反过来影响农业分工。二是在讨论农业分工时，已有理论更多从农业生产者（服务需求端）的角度出发，从服务主体（服务供给端）角度进行的阐释还比较少。社会化服务需求的变化确实会改变农业分工，例如，劳动力外流导致的劳动力短缺可能推动农业分工的细化；与此同时，社会化服务供给的变化也会影响农业分工。本文试图在已有理论的基础上，从社会化服务供给端角度出发，重新建构农业分工的分析框架。

## （二）分析框架：“市场结构—服务模式转型—分工深化”

通过借鉴和改进既有理论中的关键概念，本文以农资销售为例，构建了“市场结构—服务模式转型—分工深化”的分析框架（见图1），试图对社会化服务模式转型的动力和路径进行解释。这一分析框架的具体内涵如下。

1.市场结构。在市场容量或市场范围的概念之外，本文引入市场结构的概念来讨论农业分工问题。市场结构是指市场中供给方和需求方的组成方式及其关系格局。本文所讨论的市场结构特指社会化服务市场的结构。在社会化服务领域，市场结构受到服务需求和服务供给的双重影响，二者的改变都会带来市场结构的变化。农业生产组织形式的改变带来服务需求的改变。小农户经营和规模经营代表了两种不同的生产组织形式，小农户和规模经营主体的服务需求存在明显差异。当一个地区的规模经营主体逐渐替代小农户成为农业的主要经营主体时，市场对服务的需求会发生变化。同时，由于农资行业产能过剩，农资供给也由不足走向过剩。社会化服务需求和供给的变化，正在改变服务市场结构。

2.服务模式转型。当服务需求端和供给端的变化相互交织时，市场结构会发生变化，进而推动社

会化服务模式转型。面向小农户的社会化服务实际上嵌入于乡村社会关系网络中。小农户对服务的及时性、专业性要求相对较低，他们愿意用自己的劳动投入来弥补服务的不足，以减少现金投入。因此，面向小农户的服务模式呈现以社会关系为核心的特征。但面向规模经营主体的社会化服务脱嵌于乡土社会，服务主体必须具备足够的技术、资金和服务能力。面向规模经营主体的社会化服务模式以专业化服务为核心。本文中提及的服务模式转型主要是指社会化服务模式向专业化方向转型。

3.分工深化。社会化服务模式的专业化会反过来推动农业内部的分工深化。农业分工的深化既表现为纵向分工的深化，即农业生产者外包的环节增多；也表现为横向分工的深化，即服务范围的横向扩展，形成横向的区域专业化。横向分工的深化有一个重要条件，那就是社会化服务脱嵌于乡村社会关系网，服务主体可以在基于熟人关系的信任之外，建立新的信任和约束机制，从而扩大服务范围，形成更大范围内的横向分工。

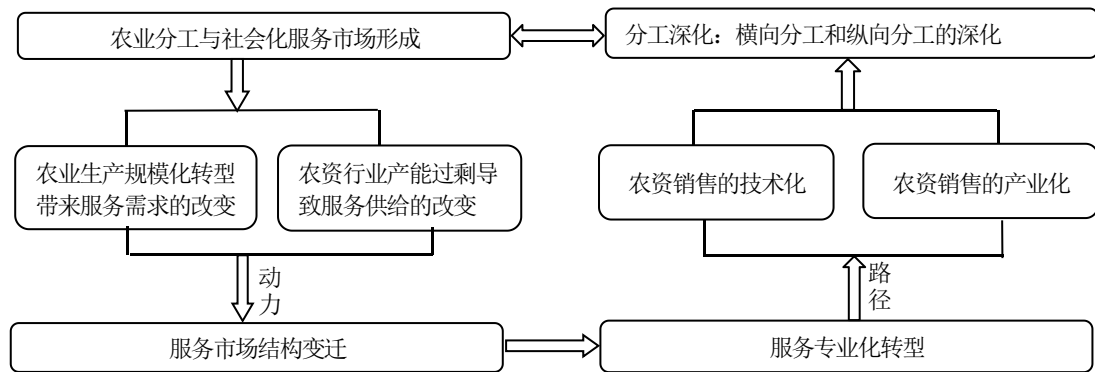


图1 农资销售模式转型的分析框架

### 三、研究方法 with 案例基本情况介绍

本文资料来自笔者于2023年4月在安徽省全椒县开展的为期10天的调研。在调研中，笔者分别对该县的农资批发商、农资零售商、小农户、规模经营主体，以及农业技术推广体系（以下简称“农技体系”）的工作人员进行了访谈。此外，本文还参考了农资领域的相关报道及其他文献资料。全椒县的案例在农业生产已经规模化的地区具有典型性。在东部发达地区的城郊，发生了大规模土地流转的区县并不少见，对全椒县的讨论有助于分析这类地区社会化服务模式的转型。同时，中西部地区的土地流转也在逐步推进中，以全椒县为代表的区县案例对中西部地区也具有前瞻性的参考意义。

全椒县耕地面积为104万亩，其中水稻种植面积约80万亩。由于距离南京市政府仅约70千米，全椒县的非农就业机会较多，自2008年起土地流转开始加速。截至2023年，全椒县的土地流转率已经达到80%，规模经营主体已取代小农户，成为县域农业生产的主导力量。无论是当地的种植户，还是农资经销商<sup>①</sup>、农机手、粮食烘干中心等服务主体，都将种植规模在100亩以下的农户视为“小农

<sup>①</sup>本文所指的“农资经销商”包括农资零售商和农资批发商。在需明确区分二者时，将分别使用“农资零售商”和“农资批发商”进行指称；在不涉及具体区分的情况下，统一使用“农资经销商”一词。

户”，而将种植规模在 100 亩以上的农户视为规模经营主体。

随着规模经营主体的增加，全椒县的社会化服务模式开始转型。以农资销售为例，在以小农户为主的地区，农资批发商往往通过乡镇农资零售商来对接小农户。然而，在全椒县，近年来农资零售商的数量和年销售额都出现了明显的下降，且这一下降趋势并无减缓迹象。与此同时，县内农资批发商开始直接对接规模经营主体，能成功实现对接的农资批发商得以迅速发展壮大。下文将介绍的绿野农资公司（下文简称“绿野公司”）就是从 2015 年开始，逐步转向以服务规模经营主体为主的农资批发商。截至 2023 年，该公司的服务面积已达到 20 万亩，占全县水稻种植面积的三分之一。该公司也成为全县最大的农资公司。农资经销商的更替，是社会化服务模式转型的一种表现。与农资销售领域类似，该县的农机作业服务也经历了转型。然而，本文将重点探讨农资销售领域的服务模式转型。

#### 四、市场结构变迁：农资销售模式转型的动力

从社会化服务行业来看，市场结构正面临两大冲击。一方面，服务需求端因农业生产的规模化而发生变化；另一方面，服务供给端面临供给过剩的压力，迫使服务主体通过调整经营策略来在激烈的市场竞争中突围。这两大外部因素改变了市场结构，并推动社会化服务模式转型。

##### （一）农业生产规模化与社会化服务需求转变

尽管小农户目前仍然是中国农业经营的主体，并且在四十多年的市场化改革中，中国逐渐建立了一套面向小农户的社会化服务模式，但随着土地流转的持续推进，规模经营主体的数量不断增加，农业生产正逐步向规模化方向转型。不同农业经营主体对社会化服务的需求有明显的差异。

1.面向小农户的农资销售模式：以社会关系网为核心。在农资供应和技术服务方面，人民公社时期的制度影响延续至今，这使得中国的农业技术服务体系具有很多独特性。在人民公社时期，农资和农业技术是由国家以半公共品或公共品的形式向农村供应的，这一时期形成的农技体系和供销社体系，对改革开放后的农业生产和社会化服务产生了深远影响。进入市场化改革阶段后，作为市场主体的农资经销商和技术服务主体，在相当长时期内主要面向小农户提供服务。这一时期的服务模式表现出两方面的特征。

第一，农技体系、供销社体系塑造了农资销售方式。中国的农技体系和农资供应体系都是在人民公社时期建立的，从中央到省、市、县、乡，各级都设有相应的农技体系和供销社体系机构。农业技术主要通过自上而下的方式进行推广，而农药、化肥等农资则分别由各级农技部门和供销社负责供应。在这一时期，农资的生产和流通并不以营利为目的。改革开放后，农资经营逐步转向市场化。

1985年初，国务院批准了原国家物价局《关于价格改革出台情况及稳定物价措施的报告》，国家对农资价格的管控开始放松，标志着农资价格逐步实行“双轨制”。同年，《中共中央关于科学技术体制改革的决定》（中发〔1985〕6号）提出，农技推广机构可以兴办企业型经营主体，国家鼓励和支持有条件的单位逐步做到事业费自给。1989年，《国务院关于完善化肥、农药、农膜专营办法的通知》

（国发〔1989〕87号）发布，在农资专营的基础上，国家开始允许县及县以下农业“三站”（植保站、土肥站、农技推广站）涉足部分农资经营，这标志着国家对农资经营权的逐步放松。20世纪90年代末，

农资经营进一步走向市场化。以化肥经营为例，1998年，《国务院关于深化化肥流通体制改革的通知》（国发〔1998〕39号）发布，其核心在于改变过去国家对化肥流通的直接计划管理，强调发挥市场在化肥资源配置中的基础性作用。农药和种子经营权的放开也发生在2000年前后。2003年，原农业部等多部委共同下发了《关于开展基层农技推广体系改革试点工作的意见》，强调“国家的农技推广机构要‘有所为，有所不为’，确保公益性职能的履行，逐步退出经营性服务领域”<sup>①</sup>。此后，各级农技部门不能再从事经营活动，市场化主体开始大量进入农资销售领域。

从政策变迁历程来看，各级农技站、供销社等机构在相当长时期内主导了农资流通，这使得在市场化改革后，农资流通仍保留了明显的层级化特征。中国农资行业在市场化改革后，形成了由数量庞大的中小型企业对接广大小农户的市场结构，其流通层级一般为：农资生产企业—区域代理—县级代理（批发商）—乡镇农资店（零售商）—小农户。在这一结构下，分散化成为中国农资生产和农资经销的基本特点。根据农资流通协会2016年的统计，中国有近5万家农资企业，但除了中国农业生产资料集团有限公司和中化化肥控股有限公司（下文简称“中化化肥公司”）这两家“国字头”企业外，没有一家市场占有率超过5%，排名前5的农资企业所占市场份额总和也不超过15%<sup>②</sup>。另一项数据显示，2020年，全球农药市场中，前5大企业的市场份额总和约为75%，而在中国市场，排名前5的农药企业仅占国内市场份额的21%<sup>③</sup>。

此外，农技体系和供销社体系还构建了农资销售人员的主要关系网络。随着农资经营市场化改革的推进以及农技体系、供销社体系的机构改革，部分农技体系和供销社体系的下岗（或辞职）职工或他们的家属、子弟成为最早一批农资批发商和零售商。其中，农药经销商主要出自农技推广部门，而化肥经销商则多出自供销社系统。即便在各地农资经销商数量呈井喷式增长的时期，这批最早入行的人往往是市场中最具实力的经销商，占据地方农资市场的半壁江山。这些人原本分属市、县、乡等不同层级的农技部门或供销社，这种层级关系和同事（前同事）关系，使他们在农资分销中很容易实现合作。在以小农户为主要农业生产主体的地区，这两个体系对农资销售的影响延续至今。

第二，在向数量众多的小农户销售农资时，农资零售商降低交易成本的主要方式是借助乡村社会关系网。农资零售商有三方面的特征：一是通常以夫妻店的形式存在。二是农资零售商相关负责人往往兼任技术员，雇用专业技术员的情况极少。相较于规模经营主体，小农户对技术服务和农资品质的敏感度较低，但对价格的敏感度却较高。他们更倾向于以更低的价格购买农资，以尽可能减少现金支出。此外，小农户通常愿意通过增加劳动力投入来弥补农资品质的不足，因此对农资质量的要求并不十分严格。三是农资零售商主要依靠熟人社会关系网来进行销售。在全椒县，一位乡镇农资零售商表

<sup>①</sup> 《关于印发基层农技推广体系改革试点工作意见的通知》，[https://www.moa.gov.cn/gk/zcfg/nybgz/200806/t20080606\\_1057286.htm](https://www.moa.gov.cn/gk/zcfg/nybgz/200806/t20080606_1057286.htm)。

<sup>②</sup> 资料来源：《农资市场期待“大户时代”》，[http://paper.people.com.cn/zgjjzk/html/2017-08/28/content\\_1803029.htm](http://paper.people.com.cn/zgjjzk/html/2017-08/28/content_1803029.htm)。

<sup>③</sup> 资料来源：《供销社报告二：农资环节呈现整合趋势》，[https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3\\_AP202211281580629626\\_1.pdf?1669657010000.pdf](https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202211281580629626_1.pdf?1669657010000.pdf)。

示，自己店里80%的农资是亲戚和朋友买的。这种情况在农资零售行业十分普遍。熟人社会关系不仅是农资零售商维系客源的基础，更是控制农资赊销风险的关键。在以小农户为主要农业生产主体的地区，农资销售深深嵌入乡村社会关系网络。

2.面向规模经营主体的农资销售模式：以专业化服务为核心。在对农资和技术服务的需求上，规模经营主体与小农户相比有三方面的明显差异：第一，规模经营主体通常面临流动资金的压力，因此赊购农资的需求更突出。第二，规模经营主体对农资品质更加重视，他们愿意付出更高的成本来购买高品质的农资，以降低使用劣质农资带来的经营风险。第三，规模经营主体对技术服务的要求更高。如果采纳某项新技术能够使水稻亩产增加5千克，小农户采纳该技术的动力不一定高，但规模经营主体的动力可能很高。因为即便亩产增幅有限，但由于经营面积较大，规模经营主体可预期的总产量增长依然十分可观。同时，为了尽可能降低经营风险，规模经营主体对技术服务的及时性要求更高。

要为规模经营主体服务，农资经销商必须具备三个基本条件：一是要有足够的流动资金来垫付农资款，同时也要有回款的能力；二是要代理知名品牌的高品质农资产品；三是要有一支随时可以派往田间地头的技术员队伍。

随着农业种植逐渐走向规模化，最先遇到压力的是资金量小、主要依托乡土社会关系来销售农资的零售商。据全椒县一位农资批发商介绍：

“服务一个种植面积100亩以上的大户，经销商每年至少需要垫付5万元的资金。全椒种植大户的平均经营规模是300~500亩，一个农资零售商服务5个大户，资金压力就非常大。”（HL20230425）<sup>①</sup>

全椒县的农资零售商刘女士说：

“我爱人原来是一个乡镇农技站的站长，我们家从2004年开始承包本镇农技站的门店经营农资。农资店生意最好的时候是2005—2010年，当时一年的农资零售纯利润能达到5万元，但最近三五年（以调研时间2023年为参照），因为小农户数量的减少（与土地流转速度加快有关），我店里一年的纯利润只有3万多元了。”（LMZ20230426）

全椒县的另一位农资批发商谈道：

“最近四五年，全县的农资零售商减少了五分之一，剩下的零售商年销量也减少了三分之一，主要就是因为大户更多从批发商处购买农资，不从零售店购买了。”（HZZ20230427）

相关研究发现，这种情况在皖东、皖南地区比较普遍。皖南平镇从2007年开始土地流转加速推进，镇上原有的20多家农资零售店，到2014年时只剩下3家（冯小，2015）。

由于农资零售的利润并不高，零售商通常无力聘请专业技术人员提供服务，也很难为规模经营主体垫付资金。此外，近年来规模经营主体亏损现象频发，很多零售商担心垫付的资金无法收回，因此普遍不愿意为规模经营主体提供垫资服务。与此同时，规模经营主体也不愿通过零售商购买农资，而更愿意直接对接农资批发商或农资生产厂家。一方面，跨过农资零售商，农资批发商或生产厂家可以

<sup>①</sup>括号内为访谈资料编码。访谈资料编码由访谈对象姓名的拼音首字母与访谈日期数字组成。例如，“HL20230425”代表访谈对象为黄玲，访谈时间为2023年4月25日。



让渡一部分利润给规模经营主体，规模经营主体可以享受到更优惠的价格。另一方面，规模经营主体通常能够获得更专业、更高效的技术服务。在土地流转率较高的地区，零售商在农资销售体系中的作用越来越不重要。

总体来看，围绕小农户的生产需求而形成的农资销售模式，既受到农技体系和供销社体系的影响，又深度嵌入乡村社会关系网。乡村社会关系网是以小农户为中心的社会化服务模式的核心。然而，在土地流转比例较高的地区，乡村社会关系网在农资销售中的作用逐渐式微，专业化服务逐步成为以规模经营主体为中心的社会化服务模式的核心。

## （二）农资产能过剩与社会化服务供给转型

1998年，国务院发布了《关于深化化肥流通体制改革的通知》（国发〔1998〕39号），取消对国产化肥的指令性生产计划和统配收购计划，允许化肥生产和经营企业自主进行购销活动。这一改革被视为农资市场从供不应求向供过于求转折的关键事件<sup>①</sup>。在这一改革之后，农资生产领域经历了约十年的黄金发展期，生产规模迅速扩张，但随后出现了产能过剩的局面。

早在2011年就有数据显示，截至2011年11月，中国当年累计生产农药230多万吨（折百<sup>②</sup>），而当时国内农药需求量仅为29万吨左右，国内需求量占农药产量的比例不到1/8；如果每年中国农药的出口量保持在121万吨左右，中国农药的年库存量仍将达到100万吨左右<sup>③</sup>。2024年的一项研究指出，受2021年和2022年农药价格上涨的影响，中国农药行业出现新增投资，导致库存增加，同时国际竞争者的产能扩张使中国农药出口受限，这些因素进一步加剧了农药行业的产能过剩问题（吴国强，2024）。化肥行业也存在产能过剩问题。2009年，中国磷肥的总产能约2000万吨，其中20%以上属于过剩产能，但仍有磷肥厂的新项目在建<sup>④</sup>。种子行业从2013年开始也出现严重的产能过剩问题。例如，2015年，杂交稻可供种3.55亿千克，但生产需种仅2.45亿千克<sup>⑤</sup>。产能过剩的一个后果就是农资产品的同质化竞争。以除草剂为例，有数据显示，仅含草甘膦成分的登记产品就多达1047个（张晴丹，2016）。由于产品本身的区分度不高，农资厂商不得不通过其他方式（例如将农资销售与技术服务相捆绑、提高技术服务的及时性等）来争夺市场份额。

值得注意的是，尽管农资产能过剩问题存在已有十多年，但在农业生产端仍由小农户主导的地区，农资销售模式尚未向专业化方向转型，农资经销商之间的竞争仍主要基于对乡村社会关系的竞争（陈义媛，2018）。只有当产能过剩和农业生产的规模化相互交织时，农资厂商才不得不围绕规模经营主体的需求来设计新的销售策略。

<sup>①</sup>资料来源：《【农资行业改革发展系列报道8】农资行业商业模式十年演化路》，<https://www.chinacoop.gov.cn/HTML/2015/04/02/99693.html>。

<sup>②</sup>折百量，即农药中原药（有效化学成分）的百分比含量。

<sup>③</sup>资料来源：《产能过剩 出口不振 农药行业复苏前景黯淡》，<https://www.chemnews.com.cn/c/2011-12-13/568038.shtml>。

<sup>④</sup>资料来源：《化肥农药行业保障供应应加快调整》，<https://www.chinacoop.gov.cn/HTML/2010/04/27/44679.html>。

<sup>⑤</sup>资料来源：《产能过剩危机倒逼种企转型》，[https://dara.gd.gov.cn/zwgk2278/bmdt/content/post\\_1572963.html](https://dara.gd.gov.cn/zwgk2278/bmdt/content/post_1572963.html)。

也就是说，农资销售领域如今正处在两大转型的“交汇点”上。从服务需求来看，一些地区的农业生产发生了规模化，小农户不再是当地农业生产的主体。在这些地区，农业生产组织形式的改变带来了服务需求的变化。从服务供给来看，农资行业的产能过剩，让仅专注于农资产品销售的经销商很难在市场上生存，他们不得不依托技术服务和其他服务来提升竞争力。服务需求端和供给端的变化，改变了社会化服务市场的结构，推动了农资销售模式的专业化。

## 五、农资销售模式的专业化：以技术化、产业化为路径

由于市场结构的改变，农资销售模式正在发生转型，这种转型是通过技术化和产业化两条路径实现的。技术化路径是指技术服务逐渐成为农资销售的核心竞争力，以夫妻店形式存在的农资零售店，逐渐被雇用专业技术人员的农资经销公司所取代。产业化路径是指农资批发商通过延伸产业链，实施从农资销售到农产品收购一体化的策略，这样可以降低为规模经营主体垫付资金的风险。农资销售的产业化这一概念借鉴于“农业产业化”，后者是指农业产业链的延伸，如种养加、产供销、贸工农的一体化（赵鹏，2020）。在农资销售中，产业链延伸表现为农资销售、农产品收购和农产品仓储的一体化，这也可以看作产业化的一种体现。以下分别讨论这两种路径的具体运作方式。

### （一）农资销售的技术化

随着规模经营主体数量的增多，技术服务能力成为农资销售竞争中的决定性因素，农资销售逐步走向技术化。这种技术化有两种表现形式：一是农资批发商更密切地关注规模经营主体在农业生产中的技术需求，并主动为之提供及时的技术指导；二是农资批发商通过开展不同类型的社会化服务，将农资销售与其他社会化服务深度融合，从而为规模经营主体提供一体化的技术服务方案。

就前一种形式而言，在农资零售商大量退出的地区，农资批发商开始努力提升自身的技术服务能力，为规模经营主体提供随叫随到的技术服务。这种技术服务能力的提升主要是通过雇用专业的技术人员来实现的。作为全椒县销量最大的农资批发商，绿野公司从2015年开始陆续聘用2名专职技术员，与4名销售业务员共同负责农资销售和技术指导工作。这一时期，绿野公司选择“双轨”运行：一方面，公司仍通过零售商来为小农户服务；另一方面，对于经营面积在200亩以上的规模经营主体，绿野公司直接为其提供服务。当规模经营主体遇到技术问题时，绿野公司可以派技术员前去实地查看，并尽量提供解决方案。在农作物生长的关键时期，公司的技术员还会到各规模经营主体的田间地头走访，发现问题后及时提醒他们。规模经营主体获得这种专业化、及时性技术服务的前提，是向农资批发商购买农资。农资批发商之所以随时关注规模经营主体的技术需求，不仅是为了促进农资销售，还在于帮助减少规模经营主体的经营风险，从而确保能够顺利收回为其垫付的农资款。通过大量的资金垫付和高质量的技术服务，农资批发商将自己与规模经营主体的利益深度捆绑在一起。这种深度捆绑虽然有利于农资销售，但对农资批发商来说也有风险。

2015年，绿野公司开始直接面向规模经营主体提供服务时，其服务的规模经营主体只有几十户。其中，水稻种植规模较小的为500多亩，较大的达数千亩，这些规模经营主体的总经营面积约为3万亩。此后，公司服务的规模经营主体数量和总经营面积不断增加。2020年，绿野公司面向规模经营主体的

销售额首次超过了面向小农户的销售额。截至2022年底，绿野公司直接对接的规模经营主体已有300多户，他们的总经营面积约10万亩。2022年全年，绿野公司面向这些规模经营主体的农资销售额达600多万元。同期，绿野公司通过零售商销售的农资覆盖了约10万亩土地，这些土地主要是由种植规模在100亩以下的小农户耕种，所实现的农资销售额为300多万元。该公司的负责人黄女士说：

“零售商服务的这部分区域‘只有广度，没有深度’，虽然零售商服务的小农户种植面积也有10万亩左右，但这部分小农户没有从零售商处购买全部所需的农资。（所以）面向小农户的销售额远低于面向大户的销售额。”（HL20230425）

之所以面向规模经营主体的农资销售更“有深度”，是因为农资批发商通过主动、及时地回应规模经营主体的技术需求，使他们对农资批发商产生了技术依赖，从而愿意从同一农资批发商处购买所有农资。技术服务与农资销售的深度融合，是农资销售技术化的底层逻辑。

在全椒县，规模经营主体对小农户的大量替代也是最近十多年才发生的事情。因此，对于如何为规模经营主体提供服务，农资生产企业和农资经销商都在摸索中。黄女士提到，她曾参加过一家农药生产企业组织的面向各级代理商的培训，主要内容就是如何服务好规模经营主体。她说：

“（这家企业）从（农资经销商）如何帮助种植大户选择品种以错开种植茬口（便于他们分时段管理），到如何基于不同的水稻栽种方式来为种植大户推荐除草剂、杀虫剂，都做了专门的讲解。”（HL20230425）

农资生产企业和农资经销商的思路主要有两条：一是要与规模经营主体建立尽可能稳定且密切的合作关系，以确保农资销售，这主要通过资金垫付、技术服务来完成；二是要尽可能降低规模经营主体的种植风险，以确保垫付的资金能顺利收回，这也需要通过技术服务来实现。总之，在向规模经营主体提供服务时，专业且及时的技术服务远比熟人社会关系网重要。

除了直接提供技术服务之外，农资批发商还积极参与社会化服务，探索将农资销售与农机作业服务更高效融合的一体化技术方案，以此吸引更多规模经营主体购买农资。以无人机植保飞防服务（以下简称“飞防服务”）为例，由于农村劳动力老龄化日益加剧，规模经营主体在雇人喷洒农药时面临越来越大的困难，而且受雇人员的劳动报酬也在不断上涨，促使用机械替代人力进行施药成为新的服务需求。在全椒县，绿野公司敏锐地捕捉到这一变化，并从2014年开始探索通过自购无人机并雇用飞手的方式提供飞防服务，这也是全椒县最早的飞防服务试验。然而，在经历了一段时间的试错和亏损后，绿野公司调整了策略，决定与市场上的飞防服务组织合作，由绿野公司负责提供农药，飞防服务组织则负责喷洒作业。从施药成本来看，2023年，在当地购买飞防服务的费用大约是6元/亩·次，而雇人工施药的费用高达25元/亩·次，显然购买飞防服务的成本更低。从施药效果来看，无人机施药喷洒更均匀，可以节省药量。更重要的是，绿野公司会先为规模经营主体垫付农资款和飞防服务费用，规模经营主体可以在将稻谷销售给绿野公司时再进行结算。此外，如果农药本身或施药过程中出现问题，规模经营主体可以直接向绿野公司追责。这种模式对规模经营主体很有吸引力。即便在2017年以后，全椒县的飞防服务市场已较为成熟，很多规模经营主体仍然选择通过绿野公司联系飞手。绿野公司通过将农药销售与飞防服务相结合，增加了公司的农药销量。

除了飞防服务外，绿野公司还在开拓其他服务内容。黄女士说：“我们想实现‘种、管、收一条龙，种、肥、药一体化’，做全产业链的服务。”（HL20230425）2023年，绿野公司开展了3000亩的试点，希望通过结合农资销售和农机作业服务来提高播种质量。具体做法是，在小麦种植方面，提供灭茬、两次旋耕、种肥同播、土地镇压等服务。这一服务模式相比当地常规的机械作业增加了一次灭茬、一次旋耕和一次土地镇压，因此服务费用提高了。但这种操作可以使小麦的用种量减少一半，同时提高产量。

从这些实践中可以看到，农资批发商正在积极探索将农资销售与其他社会化服务相结合的一体化技术方案，并通过创新耕作技术，使农资产品的效用得到最大限度的发挥。对于规模经营主体来说，他们购买的不只是农资和农机作业服务，而是一套融合了农资、技术和服务的一体化耕作技术方案，其核心目标是实现节本增效。从单一环节来看，农资批发商可能会面临一定的利益损失。例如，在绿野公司新的耕作方案中，每亩小麦的种子使用量会减少，这可能会使公司的种子销售额下降。但只要试验成功，小麦亩产量能增加，就可以吸引更多的规模经营主体购买绿野公司的农资。虽然每亩种子用量减少了，但该公司总的服务面积可能会增加，从而使种子总销量不一定下降；同时，随着服务面积的扩大，相应的农药和化肥的销量也可能同步增长。从这个意义上说，这种将农资销售与其他社会化服务相结合的一体化技术方案，可能成为农资批发商之间竞争的决定性力量。

绿野公司的案例在农资销售行业中具有典型性。在农资行业产能过剩的背景下，规模较大的农资企业已经率先布局，通过提供社会化服务来带动农资销售。2015年，史丹利农业集团股份有限公司投资5亿元设立农业服务公司。该公司除了供应农资外，还提供农产品收储服务、农产品加工服务、农机作业服务、农业技术咨询服务等<sup>①</sup>。2017年，中国中化集团有限公司（下文简称“中化”）提出了“现代农业技术服务平台”模式，提供良种选育、土壤改良、作物保护、农机应用、技术培训和农产品销售等多种服务<sup>②</sup>。此外，金正大生态工程集团股份有限公司于2017年发起并控股金丰公社，提供全程作物营养解决方案、农机具销售租赁、农技培训指导、机播手代种代收、产销对接等农业服务<sup>③</sup>。在相关报道中，有两点特征十分突出：一是这些农资生产企业都出资成立了相应的部门或子公司，专门开展社会化服务。二是这些企业大多以服务规模经营主体为方向。从农资销售模式的转型路径来看，上述农资企业与绿野公司十分相似，都试图通过强化技术服务，将农资、技术与服务深度融合，并提供一体化的创新性技术方案，以在市场竞争中争取更大的销售份额。

<sup>①</sup>资料来源：《史丹利化肥5亿元设立农业服务公司 提供种肥药综合解决方案》，<https://cn.agropages.com/News/NewsDetail--8887.htm>。

<sup>②</sup>资料来源：《探秘中化MAP模式：农产品优质优价是如何实现的？》，[http://www.xinhuanet.com/politics/2019-04/11/c\\_1124353799.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2019-04/11/c_1124353799.htm)。

<sup>③</sup>资料来源：《发起并控股金丰公社卡位服务市场 金正大为小农户打造大管家》，<http://www.zqrb.cn/gscy/gongsi/2017-07-19/A1500398038490.html>。

## （二）农资销售的产业化

在面向规模经营主体提供服务时，农资批发商通常要为规模经营主体垫付农资款，这是他们参与农资销售竞争的策略之一。这一策略使那些资金不足的农资批发商逐渐被市场淘汰。不过，资金垫付也带来了回款风险。为了降低资金垫付的风险，农资批发商常用的策略是将业务范围从农资销售拓展到粮食烘干和仓储等环节，通过延伸产业链与规模经营主体建立多环节交易关系，从而分散和降低回款风险。这种延长产业链的方式就是农资销售模式转型的产业化路径。

绿野公司的黄女士提到：“以往去催收农资款时，常有大户说粮食还没卖完，没有钱还款。如果一定要马上就结算，就让我们把稻谷拉走。”（HL20230425）于是，绿野公司于2017年开始建设烘干房和粮食仓库，将产业链延伸至粮食收购环节。当年，绿野公司共建成一大一小两处烘干房，购置了6台30吨水稻烘干机（每台烘干机24小时的烘干能力是30吨），并为这两处烘干房分别配置了库容量为5000吨和3000吨的仓库。2019年，绿野公司又建成一座烘干房，购置了4台75吨水稻烘干机，并配置了一座7000吨库容的仓库。即便如此，绿野公司自有的烘干房和仓储设施仍然不能满足需求。2019年，该公司全年收购的粮食总量达3万吨，而公司自有的仓库只能存储其中的一半<sup>①</sup>。不过，绿野公司未再继续自己投资建设烘干房和仓库。从2021年开始，绿野公司采取租赁当地一些乡镇粮站的烘干设备和仓储库房的方式，来解决设施不足的问题。黄女士明确表示：

“建烘干房、仓储设施的目的就是回笼资金。从我们这里购买农资的农户，我们以高于市场价0.01~0.02元/斤的价格收购他们的粮食，等公司卖完粮食以后（一般在当年的春节前后）再跟他们结算。如果一个种植大户从我们这里赊购了20万元的农资，把粮食卖给我们以后急需资金，我们可以先预支5万元给他。”（HL20230425）

这种通过产业链延伸来降低回款风险的方式，在农资行业内并不鲜见。笔者于2023年8月在福建省建宁县调研时发现，中化也采取了类似的经营策略。中化旗下的种业公司（如先正达集团股份有限公司、中国种子集团有限公司、安徽荃银高科种业股份有限公司）与中化化肥公司合作，只要是中化旗下的种业公司进行稻种代繁代育（俗称“制种”）的种植大户，中化化肥公司均可为其赊销化肥。制种本身具有很强的特殊性，品种的专利权保护决定了品种繁育只能以订单农业的形式完成，制种大户只能将繁育出的种子销售给签订订单的种业公司。因此，通过与中化旗下的种业公司合作，中化化肥公司可以最大限度地降低赊销化肥的回款风险。正是通过大规模向制种大户赊销化肥，中化化肥公司在福建省和江西省的化肥销量在短短几年内迅速增长。根据专门为中化化肥公司提供配送服务的明远农资公司数据，从2018年到2023年，该公司为中化化肥公司配送的化肥量从1000多吨增长到8000多吨<sup>②</sup>。中化化肥公司作为中化的控股公司，与中化其他子公司的合作可以看作是农资销售产业化路径的一种特殊类型，其运营逻辑都是通过整合产业链上下游资源来解决垫付资金的回款问题。此外，

<sup>①</sup>绿野公司收购的粮食并没有全部自行储存，除了仓储能力不足之外，主要原因是全部储存可能面临市场价格波动的风险。因此，该公司选择将收购的一部分粮食在烘干处理后直接售出。

<sup>②</sup>此数据为笔者于2023年8月在福建省三明市调研时获得。

周娟和万琳（2023）研究发现，江苏省的一家农机合作社为了收回给规模经营主体垫付的农机作业服务费，也采取了延伸产业链的策略，通过建立粮食烘干中心和开展收购粮食业务来收回垫付的资金。这些案例表明，在面向规模经营主体提供社会化服务时，资金垫付已经成为一种常态，而解决回款问题则成为社会化服务主体面临的主要挑战。通过产业链延伸方式来加速回款，农资经销商可以在乡村社会关系网的范围之外进行资金垫付，从而显著扩展其服务范围。展望未来，只有实现产业化转型的农资销售公司，才有可能在市场竞争中脱颖而出。

在技术化和产业化的双重路径推动下，农资批发商与规模经营主体之间建立了更紧密的利益联结。为了满足规模经营主体赊购农资的需求，农资批发商往往为其垫付了数额较大的农资款。为了确保收回赊销款，农资批发商一方面通过聘用专业技术人员，为规模经营主体提供及时、专业的技术服务，以尽可能降低其经营亏损的风险；另一方面通过将产业链延伸至农产品仓储和收购环节，为资金回收提供保障。农资销售的专业化意味着，传统依靠熟人社会关系来维系的农资销售模式正在迅速被取代。在新的销售模式中，技术服务能力、资金垫付能力和回款能力成为服务主体之间竞争的关键。无论是农资销售的技术化还是产业化，都意味着农资销售的专业门槛正在不断提高。

## 六、社会化服务模式转型与农业分工的深化

社会化服务模式的转型使农业分工进一步深化。这种深化一方面表现为农业纵向分工的深化，即农业内部分工的进一步细化；另一方面表现为横向分工的深化，即社会化服务超越乡村熟人关系的边界，形成更大范围内的区域横向分工。

从纵向分工的深化来看，这种深化主要表现在农业生产者外包环节的进一步增加。小农户外包的环节主要是可标准化操作的环节，例如机耕、机播、机收等，或者可标准化供应的物资，例如农药、化肥等。至于田间管理的具体技术方案，通常仍由小农户自己掌握并实施。但规模经营主体往往将技术方案这种非标准化的环节也外包给了社会化服务主体。社会化服务主体不仅向规模经营主体提供标准化的农资产品，还根据不同的农作物栽种方式，如水稻种植中的机插秧、人工插秧、稻种直播等，为他们提供有针对性的农药、化肥投入方案。这种技术服务对规模经营主体而言十分重要，不仅可以提高其经营效率，还可以降低其管理成本。从标准化环节的外包到非标准化环节的外包，标志着农业分工的进一步深化。

从横向分工的深化来看，在农资销售领域，社会化服务主体能够突破乡村社会内部的传统信任关系，建立新的信任和约束机制，从而横向扩大服务范围。以小农户生产需求为中心的农资销售模式深深嵌入乡村社会关系网。社会化服务主体主要基于对不同农户的信誉度、种植能力等的判断，决定赊销农资的数额，并依赖熟人社会中的人情、面子等因素来解决回款问题。这种服务模式风险小且相对稳定，但其服务范围也很难突破本乡本土的边界。然而，随着规模经营主体数量的不断增加，资金垫付能力和回款能力成为社会化服务主体竞争市场份额的关键因素。为应对这一变化，一些社会化服务主体转向采用产业化策略来解决垫付资金的回款问题。通过延伸产业链，农资销售主体将服务内容拓展到粮食收储环节，并在向规模经营主体垫付农资款时约定收购其粮食，以此回笼资金。

农业分工的深化也在重塑小农经营<sup>①</sup>。农业分工的深化意味着农业生产的“迂回”程度在不断增加。农业领域的迂回生产本身就是资本替代劳动的过程，农业分工的深化也是一个资本不断排斥劳动的过程（罗必良，2008）。除了资本对劳动的直接替代和排斥外，农业分工的深化还对劳动有间接的排斥。在农资销售向专业化方向的转型中，小农经营也在被重塑，分散的小农户受到了间接排斥。在农资市场的激烈竞争中，随着规模经营主体数量的增多，农资批发商的销售策略主要是围绕规模经营主体的需求来设计的。这种策略使得地块分散的小农户在获取某些服务时变得更加困难。例如，如果某个小农户的几亩土地上种植的水稻成熟期晚于周边规模经营主体种植的水稻，农机服务组织在收割完当地大部分稻田后，往往不愿意为了这几亩地再返回作业。为了应对这种情况，一些农资经销商与育秧工厂合作，帮助小农户规划种植品种，使其种植的品种与周边规模经营主体种植的品种保持一致。全椒县武岗镇的农技站站长说：

“据我的观察，近几年已经有30%的小农户会与周边的大户选择同样的品种。这样，小农户在灌溉、病虫害防治、农机作业等环节就可以和与大户保持一致，可以更方便地获取服务。”（MDS20230421）

但他也指出：

“（在）大户带小农户（的模式下），常常是带着带着，小农户就退出了，把土地流转给大户了。”（MDS20230421）

小农户之所以在跟随规模经营主体一段时间后选择退出农业生产，是因为二者的经营逻辑存在根本差异。小农户种植的特点是精耕细作，并通过精细化的管理来追求较高的亩产。与规模经营主体的种植品种保持一致，虽然可以让小农户在购买农机作业服务时更为便利，但也让小农户在耕作节点的安排上不得不跟随规模经营主体。规模经营主体的优势并不在于亩产高。由于管理面积较大，规模经营主体往往无法确保所有地块都在最佳时间完成某项作业。以灌溉为例，规模经营主体难以确保所有地块都在最佳时间进行灌溉。这就导致跟随规模经营主体种植的部分小农户也可能错过最佳灌溉时间，从而失去精细化管理的优势。在这种情况下，小农户选择退出农业生产就不难理解了。

## 七、结论与启示

既有研究多从市场容量的角度来讨论农业分工和社会化服务，而本文聚焦于社会化服务市场结构的变化对农业分工的影响，以及对社会化服务模式的重塑。本文以农资销售为例，考察了在农业生产规模化的背景下，社会化服务市场结构的变化如何驱动农资销售模式的转型，并考察了这种转型的路径及其对农业分工和小农经营的影响。

研究发现，社会化服务市场结构因市场供需变化而改变。从社会化服务需求来看，一些地区因土地流转率较高，出现了规模经营主体对小农户的替代，这一变化带来了社会化服务需求的改变。从社会化服务供给来看，农资行业的产能过剩，使社会化服务主体不得不调整经营策略以在市场竞争中突围。社会化服务的供需变化，改变了社会化服务市场的结构，推动了农资销售的专业化。这种专业化

<sup>①</sup>本文所指的“小农经营”是指当前尚未完全规模化、仍以家庭为单位的小规模农业经营。

以农资销售的技术化和产业化为主要路径：专业化的技术服务逐渐取代熟人社会关系，成为影响农资销售的关键因素；与此同时，农资批发商通过延伸产业链的方式，降低垫付农资款的回款风险。社会化服务模式的专业化使农业分工进一步深化，这种深化一方面表现为纵向分工的深化，即农业内部分工的进一步细化；另一方面表现为横向分工的深化，即社会化服务超越乡村熟人关系的边界，形成更大范围内的区域横向分工。转型后的农资销售策略以满足规模经营主体的生产需求为核心，这往往使小农户不得不在生产上与规模经营主体保持一致，难以发挥精耕细作的优势，从而逐渐退出农业生产。

上述研究结论有以下两点政策启示。第一，中央财政在安排资金支持社会化服务发展时，可以倾斜于为小农户提供服务的主体，例如在提供社会化服务补贴时，对服务的小农户数量占比进行考核，达到一定比例才能给予补贴。社会化服务模式的专业化本身是生产力进步的表现，但这种专业化会使社会化服务主体与分散小农户对接的交易成本进一步提高。现阶段，国家可以通过提供补贴的方式来降低二者之间的交易成本。第二，从长远来看，需充分鼓励村集体经济组织发挥居间服务作用，将小农户组织起来对接社会化服务主体。分散的小农户如果能组织起来，形成一定的经营规模，就可以更有效地对接服务主体。然而，小农户很难自发形成组织，村集体经济组织可以利用自身的优势推动小农户的组织化。为支持这一过程，中央财政可以对村集体经济组织提供一定的政策和资金扶持。

#### 参考文献

- 1.陈义媛，2018：《中国农资市场变迁与农业资本化的隐性路径》，《开放时代》第3期，第95-111页。
- 2.陈义媛，2021：《中国农技推广体系变迁、农业转型与技术政治》，《开放时代》第3期，第60-74页。
- 3.冯小，2014：《农民专业合作社制度异化的乡土逻辑——以“合作社包装下乡资本”为例》，《中国农村观察》第2期，第2-8页。
- 4.冯小，2015：《新型农业经营主体培育与农业治理转型——基于皖南平镇农业经营制度变迁的分析》，《中国农村观察》第2期，第23-32页。
- 5.郭晓鸣、温国强，2023：《农业社会化服务的发展逻辑、现实阻滞与优化路径》，《中国农村经济》第7期，第21-35页。
- 6.贺雪峰，2017：《最后一公里村庄》，北京：中信出版社，第5页。
- 7.胡凌啸、周应恒、武舜臣，2019：《农资零售商转型驱动的土地托管模式实现机制研究——基于产业链纵向整合理论的解释》，《中国农村观察》第2期，第49-60页。
- 8.胡瑞法、孙艺夺，2018：《农业技术推广体系的困境摆脱与策应》，《改革》第2期，第89-99页。
- 9.胡霞，2009：《日本农业扩大经营规模的经验与启示》，《经济理论与经济管理》第3期，第61-65页。
- 10.黄宗智，2012：《小农户与大商业资本的不平等交易：中国现代农业的特色》，《开放时代》第3期，第88-99页。
- 11.刘冬梅、赵成伟，2021：《农业技术服务规模化的路径分析——基于山东丰信农业的案例研究》，《中国科技论坛》第12期，第142-148页。
- 12.罗必良，2008：《论农业分工的有限性及其政策含义》，《贵州社会科学》第1期，第80-87页。



- 13.罗必良, 2017: 《论服务规模经营——从纵向分工到横向分工及连片专业化》, 《中国农村经济》第 11 期, 第 2-16 页。
- 14.穆娜娜、孔祥智、钟真, 2016: 《农业社会化服务模式创新与农民增收的长效机制——基于多个案例的实证分析》, 《江海学刊》第 1 期, 第 65-71 页。
- 15.斯密, 2014: 《国民财富的性质和原因的研究(上卷)》, 郭大力、王亚南译, 北京: 商务印书馆, 第 19-22 页。
- 16.速水佑次郎, 1988: 《农业经济论》, 东京: 岩波书店, 第 207-208 页。
- 17.孙明扬, 2021: 《基层农技服务供给模式的变迁与小农的技术获取困境》, 《农业经济问题》第 3 期, 第 40-52 页。
- 18.孙生阳、孙艺夺、胡瑞法、张超、蔡金阳, 2018: 《中国农技推广体系的现状、问题及政策研究》, 《中国软科学》第 6 期, 第 25-34 页。
- 19.孙新华, 2017: 《村社主导、农民组织化与农业服务规模化——基于土地托管和联耕联种实践的分析》, 《南京农业大学学报(社会科学版)》第 6 期, 第 131-140 页。
- 20.吴国强, 2024: 《农药行业竞争论》, 《农药科学与管理》第 5 期, 第 1-6 页。
- 21.徐旭初、吴彬, 2018: 《合作社是小农户和现代农业发展有机衔接的理想载体吗?》, 《中国农村经济》第 11 期, 第 80-95 页。
- 22.杨子、饶芳萍、诸培新, 2019: 《农业社会化服务对土地规模经营的影响——基于农户土地转入视角的实证分析》, 《中国农村经济》第 3 期, 第 82-95 页。
- 23.苑鹏, 2011: 《农民专业合作社与农业社会化服务体系建设》, 《农村经济》第 1 期, 第 3-5 页。
- 24.张晴丹, 2016: 《低迷的农药行业走上荆棘之路》, 《中国科学报》8 月 17 日 05 版。
- 25.张清津, 2024: 《农业服务业发展: 路径与趋势》, 《中国农村经济》第 5 期, 第 62-80 页。
- 26.赵鹏, 2020: 《以农业产业化推进农村产业融合》, 《人民日报》8 月 7 日 09 版。
- 27.钟真、胡珺祎、曹世祥, 2020: 《土地流转与社会化服务: “路线竞争”还是“相得益彰”? ——基于山东临沂 12 个村的案例分析》, 《中国农村经济》第 10 期, 第 52-70 页。
- 28.钟真、蒋维扬、李丁, 2021: 《社会化服务能推动农业高质量发展吗? ——来自第三次全国农业普查中粮食生产的证据》, 《中国农村经济》第 12 期, 第 109-130 页。
- 29.周娟、万琳, 2023: 《农业现代化的双重规模化路径下农业服务型合作社的产生、运行与意义》, 《农业经济问题》第 7 期, 第 76-87 页。
- 30.周娟, 2017: 《基于生产力分化的农村社会阶层重塑及其影响——农业社会化服务的视角》, 《中国农村观察》第 5 期, 第 61-73 页。
- 31.Goodman, D., B. Sorj, and J. Wilkinson, 1987, *From Farming to Biotechnology: A Theory of Agro-Industrial Development*, Oxford: Basil Blackwell, 1-177.
- 32.Igata, M., A. Hendriksen, and W. Heijman, 2008, “Agricultural Outsourcing: A Comparison Between the Netherlands and Japan”, *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 2(1): 29-33.
- 33.Young, A., 1928, “Increasing Returns and Economic Progress”, *The Economic Journal*, 38 (152): 527-542.

# Transformation of Socialized Service Models in the Context of Agricultural Production Scaling: A Case Study of Agricultural Input Sales Model Transformation

CHEN Yiyuan

(College of Humanities and Development Studies, China Agricultural University)

**Summary:** With the continuous expansion of land transfer areas, the agricultural production structure is undergoing changes. As the number of large-scale operators increases, the model of socialized services is also being reshaped. However, existing research has mainly focused on the impact of socialized service providers on agricultural production, treating socialized services primarily as a static independent variable—a given condition—whose transformative process has not been adequately explored.

The data for this paper comes from a 10-day field study conducted in April 2023 in Quanjiao County, Anhui Province. This paper primarily discusses three issues. First, it examines how the scaling up of agricultural production has altered the market demand for socialized services and, in conjunction with changes on the supply side of the socialized services market, discusses how the transformation of the market structure has driven the evolution of agricultural input sales models. Second, it discusses the path of service model transformation from the perspective of adjustments in the operational strategies of service providers. Third, it explores the impact of this transformation on agricultural division of labor and the production and operation of smallholders.

The research finds that under the combined influences of the scaling up of agricultural production and overcapacity of the agricultural input industry, both the demand for and supply of services in the agricultural input sales sector have changed, leading to a transformation in the structure of the socialized services market. Consequently, the agricultural input sales model is also shifting toward specialization. This specialization is characterized by the technological and industrial advancements in agricultural input sales: specialized technical services, rather than personal relationships, have become the core competitive advantage; manufacturers also employ strategies to extend the industrial chain to address the issue of recovering advanced funds. The specialization of the socialized service model further deepens the division of labor within agriculture and has an exclusionary effect on the production and operation of dispersed smallholders. The policy implication of this paper is that when allocating financial resources to support the development of socialized services, the central government could favor entities that provide services to smallholder farmers. The marginal contributions of this paper are twofold: first, it discusses the deepening of agricultural division of labor from the perspective of changes in market structure, whereas existing theories have focused more on market capacity. There are significant differences between the socialized service market structure formed to meet the production needs of smallholders and that formed to cater to large-scale operators, which in turn shapes agricultural division of labor and socialized services. Second, in discussing agricultural division of labor, this paper elaborates from the perspective of service providers (supply side), while existing theories have primarily approached it from the perspective of agricultural producers (demand side). Changes in service demand certainly alter agricultural division of labor, such as labor shortages caused by labor outflow leading to finer division of labor; however, changes in service supply can also impact agricultural division of labor.

**Keywords:** Agricultural Socialized Services; Land Transfer; Agricultural Technical Services; Agricultural Inputs Supply System; Small Peasants

**JEL Classification:** Q12; Q16

(责任编辑：尚友芳)