

我国生猪合作社发展壮大 的模式和利益联结机制

文 | 季晨



我国生猪产业及合作社发展现状

我国是世界上最大的生猪生产和猪肉消费国。过去 10 年中，我国年均生猪出栏量约为 7 亿头，2018 年人均猪肉消费量达 22.8 千克。根据我国畜牧兽医统计年鉴数据，我国生猪养殖仍以分散的小户为主，年出栏量在 300 头以下的养殖户占总养殖户的 90% 以上。

总的来说，我国生猪产业面临资本难融、人才难求、成本难降、安全难控、环境难容、市场难进六大难题，长期面临三大风险：一是动物疫病风险。过去 20 年里，发生了几次重大的生猪疫病，包括 2005 年的猪链球菌病、2006—2007 年的高致病性蓝耳病以及 2009—2010 年的口蹄疫等。从 2018 年 8 月开始，非洲猪瘟疫情传入我国，全国 31 个省份先后被波及。动物疫病对我国生猪产业和市场乃至全球市场产生了重大影响。二是市场波动风险。每隔 36—48 个月，我国生猪产业就会进入新一轮周期，生猪和猪肉价格呈周期性的波动。2018 年底爆发的非洲猪瘟，带来了新一轮的猪肉价格上涨；而 2020 年初爆发的新冠肺炎疫情一定程度

上又推动了猪肉价格的上涨。非洲猪瘟导致我国生猪产能下降约 1/3，为此，2019 年 9 月国务院办公厅发布《关于稳定生猪生产促进转型升级的意见》，既立足短期猪肉供给、猪价稳定，也着眼于长期的生猪生产恢复、保障猪肉供给。三是环境保护风险。2013 年，国务院颁布了《畜禽规模养殖污染防治条例》，旨在防治畜禽养殖污染，推进畜禽养殖废弃物的综合利用和无害化处理，保护和改善环境。条例的具体实施内容包括在各地划定禁养区，对在禁养区范围内的养殖场进行处罚、搬迁或关停。然而，条例在各地实施的过程中存在着较为严重的不顾实际情况的“一刀切”或一关了之的现象，给生猪养殖业带来了一定的负面影响。截至 2018 年 7 月，我国禁养区划定基本完成，累计减少生猪存栏量 3400 万头（农业农村部数据）。严格的环保政策的推行，加快了小散养殖户的退出，生猪养殖业开始结构性地向东北和西北地区转移。

生猪合作社在对抗上述三大风险中发挥了积极作用，总体发展呈上升趋势。截至 2018 年底，我国共成立生猪合作社 133219

家，主要集中在几个生猪养殖大省，如山东省（9275 家）、河南省（9149 家）、四川省（8617 家）。生猪合作社在产业发展中起到了以下主要作用（功能）：

一是形成规模效应，提高农户在供应链中的议价能力。农户在供应链中议价能力的提高主要表现在 3 个方面：第一，因为形成了一定的规模，可以进行大宗采购，从而降低采购的成本，这是与上游之间的议价。第二，有了一定的规模，农户可以以合作社总体与龙头企业签订销售合同，要求更高的出售价格以及更好的销售条款，这是与下游之间的议价。第三，农户在实施生猪的交割时需要一定的服务（如运输），只有达到一定规模时，企业才愿意提供服务。

二是提高农户规避风险的能力。在疫病风险方面，目前一些疫病是疫苗也不能完全预防的（如蓝耳病），这对养殖环境提出了较高的要求，合作社可以提供相关的养殖技术培训，帮助生猪养殖户规避疫病风险。在市场风险方面，合作社除与下游签订销售合同外，还可以提供生猪价格的走势、预测等信息，帮助成员更准确地了解市场变化，及时

调整养殖规模和品种。

三是提高农户的安全养殖水平。养殖户尤其是小养殖户的安全生产水平较低,除自身的知识、能力、技术等有限外,还存在较高的道德风险。为此,合作社一方面可以提供安全养殖相关的培训和服务,提高小农户的安全生产行为水平;另一方面可以通过合同等对小农户进行监督,降低小农户的道德风险。

我国生猪合作社的发展模式

我国生猪合作社发展模式主要包括农户自发抱团型(单一主体)、公司带动型(多主体)、向下游延伸形成销售公司型(多主体)。他们之所以能够发展壮大,从本质上来说是因为给参与的各方都带来了利益,无论是公司还是农户,都获得了福利上的改进,得到了帕累托改善。

农户自发抱团型生猪合作社的发展壮大,主要依靠农户抱团形成一定的规模效应。一个典型的案例是,四川省简阳市坛罐乡合作社于2007年由101户小型养殖户联合成立,C理事长是合作社所在村党支部书记。2013年前,成员各自进行生猪养殖,合作社通过中间商或经纪人帮助成员出售生猪。2013年,生猪价格大幅下跌,这让C理事长意识到需要建立更稳定的销售渠道来抵

御市场风险。于是,合作社与位于坛罐乡的惠远农牧公司签订代养合同和购销合同,由公司提供仔猪,合作社组织农户代养育肥后,公司按合同价收购。

公司带动型生猪合作社广泛存在。如四川省邛崃县金忠肉食公司在2005年牵头成立的金利生猪合作社,采用了典型的“公司+合作社+农户”模式。合作社是金忠肉食公司与农户之间的桥梁,公司通过合作社稳定货源以及生猪收购价格,农户通过合作社获得优质优价的饲料、培训服务、运输服务,并与公司通过销售合同稳定生猪销路,保障养殖收益。

向下游延伸形成销售公司型生猪合作社为农户提供了转型升级的途径。如浙江省龙游县龙珠畜牧专业合作社,由36户农户发起,与高校及饲料公司合作,将茶叶提取物添加到猪饲料中。2012年,合作社开始整合下游分销渠道(如零售商),为成员带来了利润溢价。另外,合作社创办了春然农牧食品有限公司,创建了自己的品牌“九号牧场”。

我国生猪合作社的利益联结机制

我国生猪合作社的利益联结机制主要有3类:一是代养模式;二是按照惠顾额进行返利;三是按股分红,或按惠顾额返利结合按股分

红。一般来说,利益联结机制在合作社成立时就确立了。

如前述的坛罐乡合作社,刚开始时与成员之间采取代养模式,合作社提供给成员代养的仔猪每头为60斤,为成员提供统一服务,育肥到200斤时出栏销售,增重的140斤按照0.5元/斤支付成员代养费,确保了成员的养殖收入。合作社与惠远农牧公司合作后,向成员筹资建设扩繁场,每股为2000元,每户入股最多不能超过10股,扩繁场的生产由合作社雇佣的员工完成,成员不再直接从事养殖。合作社获得的利润,60%留存用于发展,40%按股分红。与公司合作的第一年,合作社向成员分红50万元,显著提高了成员的收益。

龙珠畜牧专业合作社则是按照成员从合作社统一购买饲料的惠顾额进行二次返利。在二次返利基础上,通过股份参与春然农牧食品有限公司的成员还享受按股分红。另外,由于生猪养殖设施不能作为抵押资产向银行取得贷款,合作社向成员筹集690万元作为保证金,从银行获得了7000万元贷款(保证金的10倍),用于帮助成员扩大生产。合

[作者单位:浙江大学中国农村发展研究院(卡特)]