

山西种业发展的SWOT分析及策略

王笑¹ 孟全业¹ 葛成林¹ 张彬²

(¹ 山西省农业种子总站,太原 030006; ² 河南省南阳市农业科学院,南阳 473083)

摘要:山西种业在全国占据重要地位,因其地理位置及种植结构的特殊性,是种业大省而非种业强省,省内种子企业面临着严峻的考验,如何在市场竞争中求生存、谋发展,在行业内占有一席之地,成为当前面临的首要问题。通过采用SWOT分析法,在种业体制改革的背景下,对全省种业的优势、劣势、机遇和威胁进行分析,提出了相应的发展策略,试图找出适合山西种业发展的方法。

关键词:山西;种业;SWOT分析;策略

自国务院办公厅印发了《关于深化种业体制改革提高创新能力的意见》(国办发〔2013〕109号)以来,特别是党的十八大以来,各级农业部门认真贯彻落实习近平总书记关于“下决心把民族种业搞上去”的重要指示,种业体制改革迎来了一个新的时期,深化种业体制改革,破除阻碍种业发展的“藩篱”,加快提升种业创新能力,为建设种业强国、保障国家粮食安全提供不竭动力。山西作为种业大省,近年来在激烈的竞争中市场份额比例有所下降,如何定位未来山西种业的发展方向,在改革的浪潮中崛起,是当前急需解决的问题之一。

SWOT分析法,即态势分析法,是基于内外部竞争环境和竞争条件下,将与研究对象密切相关的各种主要内部优势(Strengths)和劣势(Weaknesses)与外部机遇(Opportunities)和威胁(Threats)罗列出来,据此制定合理的发展战略,最大程度地利用内部优势和机遇,降低劣势和威胁,找出解决办法,明确发展方向,深化改革,迎接挑战。

1 优势

1.1 地理优势 山西省地处我国中部地区,110°14′~114°33′E,34°34′~40°44′N,生态类型多样,南部夏播区,中部春播中晚熟区,北部高寒早熟区,昼夜温差大,资源丰富,光热水同步性强,具有得天独厚的制种自然条件和承东启西的区位优势。生产的种子脱水快、籽粒饱满、光泽鲜亮,适宜国内各地种植,是全国玉米、蔬菜制种主要省份之一^[1]。

1.2 交通四通八达 山西省是华北重要的交通枢

纽,铁路、公路、航空的立体交通网络已经形成,在原有煤炭货运基础上,又增加了多条公路、航空线路,物流便利,为大宗货物的快速调运提供了平台。

1.3 人文环境优势 好种市场求,莫使假种流,欲使真品在,诚信上层楼。诚信不仅是现代文明的基础,而且是种业市场永恒的话题,这也是中国种子协会为什么对种子行业进行信用评价的缘由之一。山西向来注重诚信为本,晋商的发展壮大就以信为重,反对恶性竞争,规范种子生产经营是种子行业应有的职业道德,在加强种子质量监管、严厉打击制假售假形势下,形成了良好的种子市场氛围,为种业健康发展提供了保障。

1.4 小杂粮种业有契机 中国是世界上小杂粮的生产和出口大国,山西又是小杂粮王国,在产量和种植面积上占据优势^[2]。国内主要农作物种业竞争激烈,但小杂粮由于用种多为农家种,种子基地面积小,新品种推广速度慢,市场无序,缺乏竞争,缺少小杂粮龙头种业;且山西本省用种多、市场潜力大,在科研、生产、销售尚未形成一体的形势下,山西种业可抓住这一机遇迅速发展。

1.5 瓜菜市场有作为 山西省瓜菜制种起步早、经验多,又有独特的自然优势,随着大棚温室种植瓜菜面积和人均蔬菜消费量的逐年扩大,瓜菜用种量将大大增加。

2 劣势

2.1 科研机构数量少,有的形同虚设 科研实力是种业的生命力,山西省除了政府科研院所存在科研机构外,只有17家种子公司存在研究所,并且只有

5 家具有独立法人,公司内部的科研院所中能够从事科学研究的屈指可数,很大一部分是公司为了扩大规模而设立的,不管是国家还是企业,投入资金都比较少。

2.2 规模小、资金缺乏、现代化程度低 山西省注册资本 1 亿元及以上的企业有 4 家,种子生产经营许可证由省级农业主管部门核发的有 37 家,由县级以上地方农业主管部门核发的有 68 家。根据《中国种子协会行业信用评价管理办法》,确定了 2017 年 189 家种子企业信用等级,山西省仅有 4 家企业上榜,无“AAA”级别。现代化育种和加工储藏技术落后,种子加工生产线、烘干设备、检验设备等成套设备少,企业技术创新力度不够,专利总数和利用率较低。

2.3 注重销量,缺乏战略营销管理 企业通过广告战、促销战、价格战等措施扩大销量的同时,缺乏品牌战略;注重品种特性的农民并不知道品种属于哪个品牌,甚至连完整品种名称也记不清楚,品牌价值未能深入人心,出现品牌和品种倒挂现象。

2.4 自主选育新品种多,优势品种少 山西省自主培育的品种中省内审定多,省外审定少,国审品种少,真正推广的好品种寥寥无几,种植面积比例低,在国内加紧退出不符合要求品种的形势下,山西省中小企业倍受打击。以山西省审定玉米品种为例(2014–2018 年):2014 年审定 22 个,育种者为本省的有 18 个,省外 4 个;2015 年审定 2 个,育种者为本省的有 2 个,省外 0 个;2016 年审定 35 个,育种者为本省的有 21 个,省外 14 个;2017 年审定 46 个,育种者为本省的有 28 个,省外 18 个;2018 年审定 91 个,育种者为本省的有 70 个,省外 21 个。以国家审定玉米品种为例(2014–2018 年):2014 年国家审定 29 个,山西育种者有 2 个;2015 年国家审定 55 个,山西育种者有 0 个;2016 年国家审定 34 个,山西育种者有 1 个;2017 年国家审定 171 个,山西育种者有 3 个;2018 年国家审定 517 个,山西育种者有 21 个。

3 机遇

3.1 良好的法治环境和政策导向的形成 《中华人民共和国种子法》和《植物新品种保护条例》的实施为种业的良好持续发展提供了保障,2018 年中央“一号文件”提出,加快建设国家农业科技创新体系,加强面向全行业的科技创新基地建设。深化农

业科技成果转化和推广应用改革。加快发展现代农作物、畜禽、水产、林木种业,提升自主创新能力。高标准建设国家南繁育种基地。

3.2 设施农业的发展为瓜菜种业提供契机 在市场需求和政府扶持下,农业示范园区得到了大力推广,设施农业发展迅速,蔬菜种子打破了季节的需求,蔬菜市场迎来了新的春天。

3.3 饮食习惯的改变 随着经济的发展,人们的食物结构由“温饱型”向“小康型”转变,对小杂粮食品的质量、种类、品味要求越来越高,需求量和价格持续上升,小杂粮种业市场前景广阔。

3.4 各平台的建立为种业发展提供了契机 国家种业科技成果交易平台、种子电商平台和分子育种平台的建立促进了种业科技成果的转化,弥补了山西省科研力量的不足,解决了企业科研“两张皮”的问题,减少了中间环节的加价,让农民得到更多的优惠。

4 威胁

4.1 省内种子市场的占有率面临挑战 省外、国外大量质好价优的种子涌入省内市场,占有更多的市场份额,地方企业原有市场被打破。

4.2 人力、财力资源的挑战 有大量资金投入的企业,种子生产和加工能力上升,种子质量也随之提高;在丰厚的待遇下,优秀的育种人才、管理人才、市场营销人才流向大企业;加上制种成本的增高和库存积压量的扩大,资金成为山西省种业发展的短板。

5 发展策略

5.1 整合重组,培养龙头企业和大型种子集团公司,建立商业化育种体系 近年来,种业出现重组热潮,种业优质资源不断向大型集团靠拢,无核心竞争力的小企业势必难以生存,或被并购重组,或被彻底淘汰。如:2014 年农发种业成功收购山西潞玉种业股份有限公司股权。

5.2 加强政策扶持,强化种子管理 出台宽松政策,充分调动育种资源,特别是科技人员的活力,支持科研院所的育种人才到企业中去,赋予科研人员更多的成果使用、收益、处置等权益^[3]。对符合条件种业龙头骨干企业在兼并重组、信贷、融资、税收等方面享受科技创新型企业的优惠政策。全省公安、工商、质检、监察等部门要与各级种子管理机构相互协作,切实把套牌侵权、无证生产经营、未审

如何做好水稻田间小区种植鉴定工作

王明湖 蒋 琪 郭焕茹 翟 婧 王 森

(浙江省宁波市种植业管理总站, 宁波 315010)

摘要:田间小区种植鉴定是当前评价水稻种子纯度和真实性最为普及的方法。根据鉴定工作的实践,结合鉴定技术理论和过程,对做好鉴定工作的关键技术环节和要素作重点分析研究,如鉴定人员、设备设施、场所及标准信息等关键点的建设。

关键词:水稻;品种;鉴定;基础

水稻品种田间小区种植鉴定是指为准确掌握水稻种子质量和品种信息,人为的主动通过田间小区种植的形式,按照水稻生育期种植要求进行部分或全生育期种植培养,同时种植目标品种标准对照样品进行对照鉴定的方式。田间小区种植鉴定是评价种子纯度最为可靠的方法之一,是当前最为方便、

普及的方法,也是当前水稻种子国际贸易、质量纠纷等的仲裁检验方法。为做好水稻田间小区种植鉴定工作,需要从人员、设备设施、样品、方法和场所等多方面做好基础准备和建设。

1 鉴定人员

鉴定人员的选择是开展水稻田间小区种植鉴定工作的重要环节之一,鉴定人员技术水平的高低直接影响最后的鉴定结果,因此提高鉴定人员的技

基金项目:宁波市科技局农业择优项目(2012C10017)

先推等行为挡在法治的高墙之外。

5.3 建立山西现代种业发展基金 广泛吸收社会资本和政府资金共同建立种业发展基金,相对于专项资金直接支持种业企业、财政支农资金的做法,发展基金在企业兼并重组、转型升级和体制创新中更能形成聚集效应,起到“四两拨千斤”的作用。

5.4 走“请进来和走出去”发展道路 通过购买、审定、培育明星品种,扩大本省品种市场占有率,提高利润^[4]。在种子企业向集团化、规模化和国际化发展的过程中,寻求对外合作,不仅要引进外部资金,而且要引进先进的科研管理、育种技术,加强育种材料的交流。

5.5 发展种业电商,建立信息高速公路 2014年“中央一号文件”提出“加强农产品电子商务平台建设”,全国范围的网上销售困难重重,但省内网上销售相对容易,可以借助现有的农产品电商如中国农业联盟、晋农、贡天下等品牌,给农业生产资料的产销注入活力,提高交易速度,保障农户权益。

5.6 讲服务,树形象,创品牌 农作物种植不仅靠种子品种,还与栽培技术、管理、施肥等条件密不可分,因此,技术服务显得尤为重要。数量巨大而分散

的农户对品种的识别能力较差,加上业务员多是为了提高销量,不注重播种到收获的全程服务,企业形象未能深入人心,品牌价值未能得到很好的体现。只有处理好服务、形象、品牌三者关系,实现企业、经销商、种植户之间有效的信息传递,这样才能获得稳定的市场,实现品牌价值。

粮安天下,种铸基石,种业是农业现代化的芯片。山西种业只有牢牢以科研为基础,把握品种优势,注重优良新品种的培育,在小杂粮种业寻找突破口,严把质量关,不断强化服务体系,才能提高市场占有率,立足中国种业,成为种业强省。

参考文献

- [1] 徐青松, 骈耀斌, 刘虹, 武旭. 山西种业开发建设设想. 中国种业, 2007(1): 9-10
- [2] 王广斌, 解晓悦. 山西小杂粮竞争优势与产业发展研究. 中国农学通报, 2006, 22(5): 485-488
- [3] 宋修伟. 种业新政落地生根 步入新阶段未来可期. 种子科技, 2015(1): 24
- [4] 罗蓉. 农作物新品种推广存在的问题及对策. 现代农业科技, 2011(24): 353-354

(收稿日期: 2018-11-26)