

辽宁吉林内蒙古部分县市玉米种子 市场走访情况报告

徐建平

(中林集团张掖金象种业有限公司,甘肃张掖 734000)

摘要:通过对内蒙古东部和辽宁、吉林部分县市的种子市场走访,对市场状况及成因进行了分析,简述了不同地区经销商及竞争者的生存状况,提出了对策和建议。

关键词:玉米;种子市场;

2020年11月26日至12月10日,作者对内蒙古东部和辽宁、吉林部分县市的种子市场进行了为期15天的市场走访,现将走访情况梳理如下。

1 走访区域

包括内蒙古东部的通辽、赤峰;吉林省的吉林、梨树、长春、东辽;辽宁省的喀左、建昌、凌源、建平、朝阳、开原、西丰县;共13个县市。

2 市场状况

2.1 市场启动极早 现在都是采用会销和经纪人下乡直销的方式售种,据代理商介绍,有的地方种子入户率在70%以上,双辽和榆树市场在春节前销售就基本结束了。除个别地方迟迟未动外,整个东北和内蒙古市场的种子入户率约为50%以上。许多玉米种子经销商主动出击,送种子下乡推销,再加上

将对结果产生严重的影响;三是禾谷类含水量超过18%,豆类和油料作物含水量超过16%时,必须进行预先烘干;四是同一个样品两次测定之间差距不超过0.2%,否则,重新两次测定。

5.7 检验样品 检验样品应当具有代表性、真实性、完整性。样品进入检测室之前应由样品管理员完成样品分样,统一编号,采用“年号+序号”方式,实现一品一号,以避免不必要的信息进入检测室,人为干预影响检验结果。

5.8 原始记录 记录是指阐明或者提供所完成活动证据的文件,是保证所从事的工作在相同条件下能够重现、行为实现可追溯的最重要依据。其要求在试验过程中写我所做、做我所写、记我所测,确保试验数据真实、填报规范、行为可追溯。

5.9 结果报告 影响农作物种子检验结果报告的主要是数据修约和容许误差。一是检测人员在计算结果时应严格按照《农作物种子检验规程》中对净度分析、发芽试验、水分测定的要求进行修约,

规范使用容许误差,不得擅自更改。二是检验报告也同样实行一品一号,即检验报告编号与样品编号完全相同,确保样品与检验报告之间一一对应。

当前影响农作物种子检验的因素较多,农作物种子检验中会出现一些常规误差。必须重视农作物种子检验,采取有效的举措,尽可能地减少误差或确保误差在容许范围内。在种子检验工作中,检验人员除了按照检验规程规范、准确操作外,还应了解并分析各种误差的产生原因,明确其消除办法,发挥主观能动性,合理控制检验误差,有效确保检验结果的科学性、准确性^[3]。

参考文献

- [1] 朱志成. 辽宁省种子检验机构体系建设发展现状及建议. 中国种业, 2020(4): 20-21
- [2] 慕云玉. 关于做好农作物种子检验工作的思考. 种子科技, 2021, 39(8): 137-138
- [3] 刘明毓. 农作物种子检验常规误差及规避措施. 种子科技, 2021, 39(10): 139-140

(收稿日期: 2021-08-16)

转基因种子不留票据,直接推销入户,种子市场入户率应该高于预估10个百分点。加上快手直播卖货,同时市场销售时间会相应延长到播种前夕的4月20日左右,这在以往是从未遇到的。

2.2 套包种子依然旺盛 在走访中可以看到,辽宁和吉林两地的种子大市场75%以上是套包种子和转基因种子。套包种子以其低廉的价格和较好的表现吸引着广大农户。以往主要在各地的种子大市内盛行的套包种子,如今在种子门店也增多和盛行起来,都明目张胆地摆在柜台上销售。套包品种主要以瑞普909、天育108为主。

2.3 转基因种子猖獗 走访中发现,市场的一个突出现象是转基因种子依然猖獗。同套包种子一样,以往主要以种子大市场为阵地,而今在各种渠道都屡见不鲜;以往只卖正规品牌种子的代理商,也在门店摆上了转基因的种子,目的是吸引老百姓进店,笼络回头客和二级代理商。据经销商介绍,目前已入户的种子80%是转基因种子。转基因种子的售价在80~100元/袋,结算价为36~37元/袋。东北市场上,转基因品种的包装有几百个,金庆系列、世宾系列、良玉部分品种、吉单系列,还有更大比例的不知名的新品种包装基本都是转基因品种。

近两年转基因玉米种子屡禁屡买,辽宁地区已经几乎被转基因玉米种子全面占领,据代理商反映,吉林和黑龙江也将接近70%的比例。

2.4 农户持币观望或无币购买 目前,大多数代理商或经纪人都采取送货上门、促销入户的方式,且由于玉米价格上涨,以种玉米为主要经济来源的农民不舍得卖粮,农户对种子降价的预期较高,都持币等待降价或打算进行赊货。

2.5 价格大战不可避免 市场低迷,代理商对压货的担忧与日俱增,撑不住的经销商必定降价,并且已开始降价销售。以往比较有效的送礼品促销等方式如今不再奏效,农户都直接要求降价或优惠。市场的供应量是确定的,农民的种植需求是一定的,面积变化是有限的,随着播种日期的临近和有效销售时间的缩短,厂家和代理商之间的竞争会更加激烈,价格战将不可避免。

3 成因分析

3.1 玉米价格不断上涨,调动了农民种玉米的积极性 受国家玉米临储政策和进口限制的双重影响,

以及国内市场玉米种植面积减少,玉米市场供需平衡等一系列原因,大大调动了农民种植玉米的积极性。

3.2 种植结构调整以及地价的上涨,增加了玉米种植的不确定性 由于玉米面积的调减以及受土地流转价格上涨的影响,有些农户迟迟不能确定种什么作物,在观望玉米价格的走势或者在等玉米种子降价,也进一步影响了玉米种子的销售。农民改种高粱、谷子、大豆、花生、葵花的区域在扩大。2021年土地流转价格上涨明显,由以前的每 hm^2 不足千元上涨到2000元左右,好的地块甚至超过3000元。以长岭为例,农民种植玉米的成本在6500~7500元,产量在10000~11500kg(好地),玉米种植效益较低,即使决定种植玉米的农户也是选择低价的套包种子或是省工省力的转基因种子。

3.3 受套包种子和转基因种子影响 由于物价上涨,直接导致以种地为主要收入来源的农民经济拮据,加上对未来收益的不确定性,在购种时的心态发生变化,大大刺激了套包种子和转基因种子的消费。套包种子价格相当低廉,如公主岭地区散种籽低的仅10~12元/kg,袋装种子也多在18~30元/袋。转基因种子不需要考虑病虫害防治,可大大减少农民投工数量和投资(喷药)成本,减轻农民负担;同时农民可以在播种以后就外出务工,待到秋收再回来,变相增加收入。加上转基因品种产量稳定、粮质好、好卖粮,增强了农民种植的积极性。

虽然国家对非法转基因作物的打击决心是坚定的,但地方执法部门的执法力度不够,打击效果十分不理想。这也是市场上非法转基因种子屡禁不止的一个原因。

4 经销商情况

4.1 中等实力者情绪焦虑 具有一定实力、已树立起一定品牌的中等经销商,目前还在坚持销售与推广正规的品牌品种,受市场形势和低价种子(套包和转基因)的冲击极其严重,出货量和销售额都大打折扣,与往年和预期对比,心情极为焦虑。此类经销商以批发和依靠二级经销商销售为主,主要以差价和折扣来刺激,销售方式比较传统和被动,往往受制于二级经销商。

4.2 新进者信心较足 这里的新进者是指经销公司新品种的代理商、在新的区域发展的代理商和跨

行做种子销售的代理商。分以几种情况:(1)新进入者中不乏套包或者转基因玉米的经营者,一直以来就期盼与大公司合作,所以在拿到新的品种后信心十足,主动出击,没有往年销量的对比,较为轻松。另外再加上对套包和转基因品种的经营,收入方面也没有太大的缩水。(2)新区域发展的新代理商,这部分代理商以前没有经营过大牌公司的品种,对公司实力、产品质量和品牌非常看重和相信,同时,这部分代理商在当地有一定的影响力,工作力度大、工作扎实,信心较足,价格也维持得好。(3)还有一些转行做玉米种子销售的代理商,这部分代理商有资金实力,有丰富的市场运作经验,有新理念,敢于投入,信心足、干劲足。

4.3 实力雄厚者开始转型 据了解,吉林有两大代理商开始进行经营模式转型。吉林省双辽大地种业有限公司与中化进行合作,联合成立了中化现代农业(双辽)有限公司,依托中化吉林宏野农机种植合作联社进行土地托管式经营尝试:统一供种、统一播种和田间管理、收获外包、粮食有偿存贮和帮助进行卖粮。土地经营权和地上物、收获物都归农户所有,仅做土地保姆式的管理。其收入来源主要从种子、化肥等农资规模化采购、规模化农机服务等环节中获取。

吉林梨树县金航种业有限公司则独立开展合作社的经营模式,与吉林省双辽大地种业有限公司单纯的土地托管有所区别。一是流转土地和土地托管并行,以合作社为平台和单位流转或托管土地,自建仓储和烘干设施,整合和购置农机具;大约每667hm²区域成立一个合作社,合作社社员只需缴纳400元/667m²的服务费,公司则进行全程管理和服

务,包括农资采购、耕种、田间管理、收获、送粮到家或存储、帮助卖粮。通过规模化和科学化的种植和管理方式,确保每亩收益大于单个农户种植收益。公司向社员承诺:如产量低于非社员相邻地块平均产量,则由公司予以补齐。这种模式的收益来源:(1)从种子、化肥等农资规模化采购、规模化农机服务等环节中获取;(2)用足用好国家政策和各种补贴(如农机购置补贴和当地各种耕种方式的层层补贴,其中,国家对农户直补的归农户所有)。二是梨树县金航种业有限公司自营化肥和种子,成本很低。据测算:每667m²的净利润可达230元左右,以

667hm²标准的合作社为例,购建烘干、仓储设施,购置农机具,机手工资(机手管理为松散式:只在农忙时发放工资,农闲时节机手可自主安排)等,成本可控制在400万元,投资可在3年左右收回。这种经营模式不仅在于目前能够有利可图,其重要的意义在于看清国家政策导向大势(土地集中,农业规模化、现代化、信息化),抓住了土地这个未来的资源和全产业链转型发展之路的高地和先机。

5 主要竞争者情况

5.1 内蒙古通辽的种业企业 目前,在通辽的京科968市场竞争者有德农、登海、顺鑫、中种、现代、屯玉6家公司,他们都面临着前所未有的艰难困境,受套包种子低廉的价格和转基因种子的强力冲击,各公司纷纷降价:登海的4000粒968已下探至成本价约16元/袋;德农的968下探至18~20元/袋;顺鑫甚至免费直接供货至经销商,厂家层面没有任何价格约束;其他两家公司的价格也低于30元/袋。在6家经营京科968的厂家中,只有德农和屯玉种业在市场规模、品牌、产品质量、口碑、市场运作能力方面有较大优势。德农是以分公司的方式直接面对二级商,本地人管理,在通辽又深耕多年,有较强的影响力。其分公司的运营模式去掉了一级代理商这个中间环节,可操作空间扩大。但由于有市场份额的要求,其和分公司的绩效考核紧密挂钩,这样他们就会为眼前利益保量而牺牲价格。

5.2 黑龙江的种业企业 黑龙江的垦丰种业处境也较为艰难,受调减玉米种植面积和种植结构调整的影响最大,加上其多年较为封闭的市场体系和体制等因素,受形势和市场的冲击更大,在东北屈指可数的品牌种业公司中处境最为困难。

5.3 吉林的种业企业 近年在吉林省风声鹤起的鸿翔种业,市场声音很大,为扩大影响力,每年投入广告费用达4000万元,甚至更多,但近几年处境也较为艰难。传言其铺货量高达600万,但实际可能只有其3/5;加上公司在形势好时投资房地产及其他产业,也都没能达到预期目标,其资金链较为吃紧。

6 对策和建议

6.1 市场形势严峻,需要适当降低目标预期 2020年的种子市场可用四个字来概括:早、乱、变、难。(1)市场启动早。距离播种还有3个多月的时间,市场出货率和入户率都超过50%。(2)价格混乱。

不仅品牌种子价格混乱,套包种子的价格也很乱,总的情势是低价和成本价满天飞。套包种子大行其道,转基因品种进一步蚕食市场。(3)玉米、杂粮价格上涨,致使农民种植玉米的不确定性增加。(4)种企经营难、农民购种难、农民选择难。套包种子和转基因种子的不俗表现,导致农户对品牌、对种子质量重视程度下降,农户购买便宜的套包种子和省时省力的转基因品种的意愿明显增强,造成品牌公司经营困难;玉米价格下跌,农民手头拮据,种地成本增加,造成农民购种难、选种难。市场形势严峻,需要适当降低目标预期

6.2 需要紧密跟踪市场动态,及时调整对策 各大正规厂商为应对市场冲击,采取了各种促销措施,收效不大。但供应量饱和是确定的,种植需求是刚性的,短期内种植面积和种植结构调整也是有限的。这些因素决定了在短期内要集中消化过量的种子,必然有一场恶战,最终可能都脱离不了一个相似的轨迹,即进行价格战。是要销量还是要利润、是要利润还是要品牌、是要保代理商还是要保品牌,需要正确和合理选择,制定相应预案。越是在形势急剧变化的情况下,就越需要我们紧密跟踪市场动态,及时予以调整相关策略。

6.3 全产业链思维,可选重点环节开始试点 2020年市场经营困难的形势看似很突然,实际是历史发展的必然趋势和必经阶段,回头看不难发现端倪。早在2011年国务院办公厅发布的国发(2011)8号文件,其中有几个关键点:一是将种业提高到“国家战略性、基础性核心产业”;二是逐步建立以企业为主体的商业化育种新机制;三是鼓励种子企业间的兼并重组,尤其是鼓励大型优势种子企业整合农作物种业资源,优化资源配置,培育具有核心竞争力和较强国际竞争力的“育繁推一体化”种子企业^[1]。从中我们至少可以看出3个信号:以国家意志推动现代种业和现代农业的发展;品种审定体制和机制的改革创新;企业兼并重组大幕拉开。十年后的今天,这些政策都得以贯彻实施并在继续深化(如国家资本中信入主隆平高科,中化、中农发、中林等央企收购或投资众多种业企业,中化收购先正达等跨国并购重组行为;绿色通道、科企合作等品种审定和商业化育种体系的建立等体制和机制的改革创新)。

从中得到的启示是:国家的重大政策举措可能会走得慢些,但迟早会到来。

将2014年正式提出的土地流转、2016年正式提出的供给侧结构性改革同2021年的中央一号文件对照看,不难发现前期的改革试点与后面的深化都是一脉相承的。新《种子法》的修订、临储政策改革、镰刀弯地区玉米面积调减和种植结构调整等配套政策措施都是国家在发展现代农业方面大政方针的分步实施实践。种业及其种业市场的发展必然要顺应和适应大农业的发展要求,进行必要和适时的改革,否则,将难以生存和发展。

习近平总书记关于推进农业供给侧结构性改革,有以下论述:要以市场需求为导向调整完善农业生产结构和产品结构,以科技为支撑走内涵式现代农业发展道路,以健全市场机制为目标改革完善农业支持保护政策,以家庭农场和农民合作社为抓手发展农业适度规模经营^[2]。这也是2021年中央一号文件的主旨思想。从近两年央企的收购兼并重组的标的和行为看,都是在整合全产业链相关资源,布局相关市场,探索新的商业模式。结合从市场所了解的案例可以得到的启示是:要进行全产业链思维,在全产业链上找突破。任何商业模式的创新,都需要围绕客户的痛点、痒点或兴奋点来设计和切入。其前提是找准真正的客户,而随着形势的发展真正的客户是会发生变化的,种业企业的客户将由现在的各级代理商转化、分化为大型代理商和新型农民(新型农业经营者)。

基于以上认识,结合市场调研情况,我们是否可适当考虑进行中地耕强的“管家行动”合作经营模式探索?据了解目前在通辽地区还没有此类先例(上面提到的吉林金航种业准备在通辽进行青贮玉米的合作社模式的推广),中地有着很好的市场基础、品牌基础和品种基础,不妨进行此类尝试。

参考文献

[1] 国务院办公厅. 关于加快推进现代农作物种业发展的意见. (2011-04-18) [2021-10-13]. http://www.gov.cn/zw/gk/2011-04/18/content_1846364.htm

[2] 王强. 农业供给侧改革 科技如何发力. 中国农村科技, 2016(5): 4

(收稿日期: 2021-10-13)