

新疆生产建设兵团棉种企业 存在的问题与发展对策

刘建喜¹ 蔺胜权² 苏秀娟³

(¹新疆生产建设兵团种子管理总站,乌鲁木齐 830011; ²新疆生产建设兵团第一师十团农业发展服务中心,阿拉尔 843306;

³新疆农业大学农学院,乌鲁木齐 830052)

摘要:棉花产业是新疆生产建设兵团支柱性产业。棉种企业为新疆棉花优良品种推广,优质种子供给提供了重要保障,为新疆农业的长期发展发挥了重要作用。随着兵团深化团场改革,“五统一”政策的取消,棉种企业迎来了机遇和挑战,同时也面临着问题和思考。如何在新形势下提升种业品种创新能力、竞争能力、供种保障能力和依法治理能力建设,更好地服务于国家棉花产业,树立走出去发展理念是需要长期思考的问题。就新疆生产建设兵团棉种企业发展现状、存在的问题进行了分析,并提出相关建议,旨在为新疆生产建设兵团棉种企业健康发展提供参考。

关键词:新疆生产建设兵团;棉种企业;问题;对策

新疆地处我国西北部,具有丰富的光热资源,拥有得天独厚的发展棉花产业的气候条件^[1],为棉花产业的健康发展孕育了天然的地域优势。目前,新疆棉花产业在我国已占据主导地位,对国际棉花市场的影响举足轻重。“世界棉花看中国,中国棉花看新疆”的局面已形成^[2]。新疆生产建设兵团(以下简称兵团)植棉面积常年占新疆植棉总面积的40%左右。棉花产业是兵团农业主导产业,在兵团经济发展中具有重要的作用。2019年兵团植棉面积占农作物种植总面积的比重为63.36%,棉花产业链带来的效益成为兵团主要经济来源。棉种企业作为市场的主体,是棉花产业链中优质种子供给的重要保障力量,为推动新疆棉花产业发展发挥了不可替代的作用。

1 棉种企业发展现状

目前,兵团从事棉种生产经营的企业共有16家,占种子企业总数的50%。年均制种面积为2.25万hm²。供种能力常年保持在3500万kg左右,年均销售种子量为3200万kg。随着兵团深化团场改革,师(市)国有控股种子企业也进行了深化改革,政企完全剥离,企业生产经营完全市场化,让企业真正成为市场的自由主体,由市场来选择企业的生存与发展。改革后种子企业主要包括两种类型:一类是原有师(市)

种子公司等经营主体经改制后集科研、生产、推广、服务为一体的综合性种子企业,如南疆第一师的塔河种业;另一类是具备一定的科研能力和自主知识产权的股份制民营企业,如北疆第八师的惠远种业。这两种类型的企业均具有一定的自主研发能力和自育品种,在辖区范围内均已发展成为区域优势企业。改制伴随着“五统一”政策的取消,种子市场进入了日趋激烈的竞争环境。没有统一供种政策的支持,改制后的棉种企业经营进入低谷期,面临着巨大的压力和挑战,也暴露出了棉种企业存在的问题。

2 棉种企业存在的问题

2.1 经营规模较小,缺乏高质量发展理念 2000年前后,兵团棉花品种“多乱杂”现象突出,严重影响棉花品质,表现为纤维细度变粗、纤维长度变短、纤维强度下降、纤维马克隆值增大等^[3]。为改变这一局面,提升棉花品质,兵团实行了“统一供种”政策。各师统一供种。企业靠政策扶持为辖内团场提供棉种,这一措施的实施确实改变了棉花品种“多乱杂”现象,有效地提升了棉花品质,但也存在着问题。这种依赖政策扶持的种子企业,靠“吃政策饭”,脱离了正常的市场竞争环境,甚至没有市场竞争的压力,经营规模仅立足于辖区范围内,难以发展壮大。在这种“温水煮青蛙”的环境下,慢慢失去了市场竞争能力,经营规模难以做大,更缺乏长期的高质量发展理念。

2.2 科技创新能力较低,缺乏核心竞争力 兵团棉种企业普遍规模小,产业聚集度低,育种力量分散,在资源、资金、人才、技术等方面缺乏积累。优良基因材料创新手段缺乏,育种方向与现代农业发展方向的结合不紧密,成果评价体系与服务生产的现实要求有距离。新品种在品质、丰产性、稳产性、适应性、抗逆性等方面的优势不明显,缺乏突破性新品种,核心竞争力有所减弱。棉种企业和科研单位联系缺乏长效利益机制,在企业 and 科研之间,棉花产业链中各主体并没有建立长期有效的耦合机制^[3],商业化育种体系不健全。

2.3 经营范围单一,市场竞争能力弱 多年实践得知,以棉花种植为主的兵团农业种植结构,使得兵团种子企业多数仅以棉种作为生产经营范围,作物单一,很少有包括玉米、小麦、水稻等其他农作物的多种经营范围的种子企业。经营范围单一的现象,致使企业受市场影响很大。2017年兵团取消“五统一”政策后,在市场竞争环境下,原来的师统一供种企业无一幸免,市场占有率迅速下降,市场竞争能力减弱,抗风险能力明显不足,都受到了很大冲击。一部分自主经营的民营企业受影响相对较小。

2.4 缺乏走出去的战略眼光 多年来,以棉花种植业为主的兵团农业种植结构,在企业发展中期以前,确实给棉种企业的发展带来了一定机遇和资金的积累。但这种机遇未能促使种子企业积极开拓更大的市场,拓展更广阔的业务,依然在自己的“一亩三分地”内做文章。新疆棉花种植面积常年保持在266.67万hm²左右的规模,就这么大块“蛋糕”,本土和内地多家棉种企业相互竞争,每家企业都占有一定的市场份额,致使每家企业市场占有率都很低。仅凭这个规模和低市场占有率,种业是做不大的,充分表明企业缺乏做强、做大、走出去的战略眼光。

3 对策和建议

3.1 树立新发展理念,推动种业高质量发展 牢固树立“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念。做好种业发展顶层设计,将五大发展理念贯穿于种业发展始终,坚持创新和品牌建设^[3]。坚持市场经济发展方向,发挥好棉花目标价格政策的作用,增强企业活力,完善产权清晰、权责明确、管理科学的现代企业制度。树立走出去发展理念,立足本土,发挥地域优势,拓展域外业务,做强、做优、做大种业公

司。创立企业文化,将企业文化与现代种业高质量发展理念相融合,主动适应兵团深化改革和经济发展新常态,不断提升种业四个能力建设。

3.2 加强联合攻关,提升品种创新能力 进一步挖掘与本地高校等科研单位的合作深度,积极建立与内地科研院所、高校的新合作关系,加强联合攻关,提升种业核心竞争力。结合种业供给侧改革,共同选育早熟、高产、优质、抗性、农艺与机械配套的机采棉新品种和高适纺性新品种^[3]。根据国家有关政策、行业特点和企业自身实际,积极探索多样化的利益联结机制,推行商业化育种,有效提高种业品种创新能力。

3.3 拓宽经营范围,提高种业竞争能力 加大科研投入,积极培育高产优质新品种。尤其是玉米、小麦等主要农作物和区域特色作物的自主选育水平,继续发挥棉花新品种选育的地域优势。努力开拓种业市场化道路的新发展模式,拓宽种业经营范围,开辟种业新的市场,开创多种作物经营渠道,线上线下同步服务,科技服务“下连下乡”,有效提高供种保障能力。努力探索适合企业自身发展的市场化道路,提升种业参与市场竞争的信心,增强种业抵御市场风险的能力,稳步提升种业市场竞争力。让种子市场来决定种业的生存与发展,充分发挥市场在资源配置中的决定作用。

3.4 重视人才培养机制 人才是种业发展、科技创新的核心。种业应建立产、学、研、用结合的协同育人的人才培养机制。积极与高等院校和科研院所合作,联合培养企业需要的科技管理人才;积极鼓励科研人员到种子企业开展科技创新;吸引具有创新实践经验的科技人才到企业任职、兼职;加大复合型人才的培养和引进,不断完善科学有效的人才培养机制。注重新品种选育、企业管理、市场营销等重要环节,充分调动人才的积极性,让科技人才真正成为种业发展的动力之源,加快推进现代化种业的建设步伐。

参考文献

- [1] 陈海斌. 新疆棉花产业发展问题及其对策研究. 现代商贸工业, 2016(11): 29-30
- [2] 李想. 2018年新疆棉花生产情况、市场形式与政策建议. 中国棉花, 2019, 46(5): 8-10
- [3] 刘建喜. 新疆生产建设兵团农作物种子质量监管问题探究. 中国种业, 2020(3): 36-37

(收稿日期: 2020-03-13)