

养羊户行为及其对地理标志保护效应的影响分析

——以宁夏“盐池滩羊”为例

李秉龙,郝亚玮,尚旭东,薛建良*

(中国农业大学经济管理学院,北京 100083)

摘要:本文通过对地理标志农产品——“盐池滩羊”的410个养羊户的问卷调查,分析了宁夏盐池县养羊户对“盐池滩羊”的认知程度、饲养与销售的行为特征、养殖规模与意向选择,探讨了养羊户一系列行为对“盐池滩羊”地理标志保护效应的影响。

关键词:养羊户行为;地理标志保护效应;盐池滩羊

中图分类号:F316.3 **文献标识码:**A

养羊户作为地理标志农产品的主要生产者和受益者之一,虽然不是地理标志的直接使用者,不会主动对地理标志采取保护措施,但是其生产行为会对保护效应的发挥产生重要影响。本文将主要通过宁夏盐池滩羊养羊户的认知程度、饲养和销售环节、养殖规模和意愿的分析,来探讨养羊户行为对农产品地理标志保护效应的影响及效果。

1 养羊户样本的基本特征和情况描述

1.1 基本特征描述

由于宁夏盐池县整个县域内均属于“盐池滩羊”地理标志农产品的原产地,所以本次针对养羊户的调查样本选择采用随机抽样的方法,调查对象分属

基金项目:国家自然科学基金项目“基于质量安全的畜产食品产业链优化机制研究(70973123)”和农业部“现代农业产业技术体系——肉羊项目(CARS-39)”

作者简介:李秉龙(1957—),男,中国农业大学经济管理学院教授、博导,研究方向为农业经济理论与政策、肉羊产业经济

* 通讯作者

于盐池县高沙窝镇、花马池镇、大水坑镇、冯记沟乡四大乡镇。本次调查共发放问卷450份,剔除作废问卷以及信息不完整问卷,共收回有效问卷410份,问卷有效率达91.11%。

根据410份有效问卷的统计结果,被调查者的基本特征如表1所示。

从个体特征来看,在被调查者中,八成以上是男性,因为大多数男性在当地农村家庭中仍处于主导地位。被调查者的年龄介于20~60岁以上5个层次不等,主要集中于40~49岁和50~59岁两个年龄段,共占有效样本量的六成以上;其次是30~39岁和60岁以上两个年龄段分布较多,分别占19.02%和16.34%;20~29岁年龄段的被调查者最少,仅占3.66%。被调查者的文化程度普遍偏低,一半以上农民的文化程度仅为小学及以下,初中学历的农民占35.16%,而有高中和大学学历的农民总共不超过10%,分别占8.05%和0.98%。

从家庭结构来看,被调查养羊户家庭人口在6

口及以上的居多,有近三成,而家庭人口在4口和5口的养羊户均占到了20%以上,家庭人口在3口和2口及以下的养羊户仅占到了10%以上;在被调查养羊户中,仅有不到1%的养羊户家中没有务农人员,近一半养羊户家中有外出打工者,而一半以上的养羊户家中有上学的孩子。

表1 被调查养羊户基本统计特征

样本统计特征	样本数/人	比例/%
性别	男	338 82.44
	女	72 17.56
年龄	20~29岁	15 3.66
	30~39岁	78 19.02
	40~49岁	130 31.71
	50~59岁	120 29.27
	60岁以上	67 16.34
文化程度	小学及以下	227 55.37
	初中	146 35.61
	高中/中专	33 8.05
	大专/本科	4 0.98
	研究生	0 0
民族	汉族	408 99.51
	回族	2 0.49
	其他	/ /
家庭人口数	2口及以下	49 11.95
	3口	52 12.68
	4口	99 24.15
	5口	91 22.20
	6口及以上	119 29.02
	家庭人口分布	有外出打工者
有务农者		407 99.27
有上学者		227 55.37

1.2 基本情况描述

从养羊户基本情况调查结果来看,当地八成以上养羊户的收入主要来源于养羊,把打工收入作为主要收入来源的养羊户仅占12.20%,而以种地或其

他方式为主要维生渠道的养羊户分别只占1.22%和1.95%,还有个别被调查养羊户的主要收入来源中养羊收入与打工收入或种地收入各占一半(表2)。可见,养羊业在当地农村属于农民维生的主业。

调查得知,当地自然条件恶劣,干旱情况尤为严重。当地农民拥有的农地多为旱地,水浇地的比例非常有限。在这种情况下,只能选择种植一些类似土豆、油菜、荞麦、玉米、苏丹草、苜蓿等抗旱的作物和饲草,有些养羊户甚至放弃种植。这也是种植业在当地无法独立成为养羊户维生途径的重要原因。除了耕地外,当地养羊户还拥有统一分配的草原,但每村每人分配的草原面积大小不一。个别村落还因村集体草原分配面积小而没有将草原分配到户、仅分配到组。调查结果显示,从养羊户对自家草原质量和产草量的评价来看,六成以上的养羊户认为每户拥有的草原并无太大区别,仅有20%的养羊户认为自家的草原较好,还有不到10%的养羊户认为自家的草原比其他养羊户的差,剩余的被调查者由于村内未将草原分配到户而没有做出评价(表3)。

表3 养羊户对自家草原的评价

评价	较好	较差	差不多	无(未分到户)
频数/人	82	25	256	47
比例/%	20	6.10	62.44	11.46

2 影响地理标志保护效应的主要因素

2.1 养羊户认知程度对地理标志保护效应的影响

2.1.1 养羊户对“盐池滩羊”地理标志的认知程度

本文将从养羊户对“盐池滩羊”地理标志的认知和对“盐池滩羊已在市场上形成了专有品牌”的认知两个角度来了解养羊户对“盐池滩羊”的认知程度。绝大多数养羊户知道盐池滩羊已在市场上形成了自己的品牌,但知道“盐池滩羊”地理标志的养羊户比

表2 养羊户收入的主要来源

养羊户收入主要来源	种植作物	养羊	外出打工	养羊与种地差不多	养羊与打工差不多	其他
频数/人	5	343	50	3	1	8
比例/%	1.22	83.66	12.20	0.73	0.24	1.95

例却不到 20%。而且养羊户对“盐池滩羊已在市场上形成了专有品牌”的高认知度很大程度上归功于盐池县政府连续举办的两届盐池滩羊节和滩羊评比活动。调查发现,对“盐池滩羊”地理标志有较高认知度的养羊户一般是政府重点培训、扶持的养殖大户,以及一些文化程度相对较高、信息获取渠道较多的养羊户。

2.1.2 养羊户认知程度对地理标志保护效应的影响

一般而言,养羊户对地理标志农产品的实质越了解,就越容易认识到地理标志农产品比同类普通农产品有更大的增值潜力。然而,目前养羊户对“盐池滩羊”地理标志的认知度普遍不高,以当地养羊户现有的认知程度对地理标志保护的激励效应还无法产生显著的促进作用。

2.2 滩羊饲养环节及其对地理标志保护效应的影响

2.2.1 养羊户选择饲养滩羊的原因

在被调查养羊户中,虽然有相当一部分人表示对盐池滩羊的发展前景十分看好,但他们选择饲养滩羊的原因却不尽相同。调查表明,因家中祖辈饲养滩羊而选择继续从事养殖业的养羊户比例高达 95.12%;也有近四成的养羊户为赚钱而选择饲养滩羊;因效仿同村人做法或响应政府号召而选择饲养滩羊的养羊户比例分别为 0.37%和 1.22%;另外还有 11.46%的养羊户因个人爱好、喜欢吃滩羊肉、供孩子上学和打发闲暇等原因而选择饲养滩羊(表 4)。

2.2.2 饲草料来源

自盐池县实施禁牧政策起,当地养羊户的滩羊饲养方式即由传统的放养变为圈养,养殖方式的转变为当地养羊户带来的首要问题就是饲草料成本上升。据统计,从市场上购买饲草料的养羊户数量最多,占 85.85%;而通过自己种植来获取饲草料的养羊户数量次之,占 85.37%,并且调查得知当地养羊户种植的饲草料大部分是玉米、苜蓿、苏丹草;从自

家草原上获取饲草料的养羊户相对较少,只有 68.29%(表 5)。

表 5 饲草料来源

饲料来源	自己种植	从市场上购买	自家草原
频数/人	350	352	281
比例/%	85.37	85.85	68.29

2.2.3 饲养过程中养羊户从政府得到的服务

为了推动滩羊产业发展,盐池县政府为滩羊养殖户提供了多项服务。调查得知,政府提供补贴和免费防疫服务受益的养羊户均达到了 60%以上,享受养殖技术培训的养羊户达到了 37.80%,享受政府付费防疫服务的养羊户为 17.56%,但也有近 15%的养羊户表示没有享受到政府提供的任何服务(表 6)。在政府提供的各项服务中,补贴服务包括圈棚、机械、种羊、草原、贷款、饲料等补贴。

表 6 养羊户从政府得到的服务类型

项目	养殖技术培训	免费防疫	付费防疫	补贴	无
频数/人	155	255	72	264	61
比例/%	37.80	62.20	17.56	64.39	14.88

养羊户在滩羊饲养过程中,资金缺乏程度最高,其次是饲草料的缺乏,不缺资金和饲草料的养羊户比例均低于 10%;除了表示完全不缺乏饲养技术的 1.22%的养羊户外,认为技术要素缺乏和不是很缺乏的养羊户比例分布比较均匀,而选择一般的养羊户最多;劳动力的缺乏程度相对较低,大多数被调查养羊户表示不是很缺乏,调查显示非常缺乏劳动力的养羊户类型主要分为两种,一类是与子女分家后独自生活的老人,另一类是家中有学生的养羊户;同样,疾病防治要素的缺乏程度也相对较低,部分养羊户反映每年政府提供的疾病防治服务对他们来说已经足够;对于市场信息要素,表示缺乏的养羊户比例

表 4 养羊户饲养滩羊的原因

原因	养滩羊比较赚钱	同村很多人在养	政府号召饲养	家中祖辈习惯养滩羊	其他
频数/人	157	3	5	390	47
比例/%	38.29	0.73	1.22	95.12	11.46

远远大于表示不缺的养羊户比例(图1)。

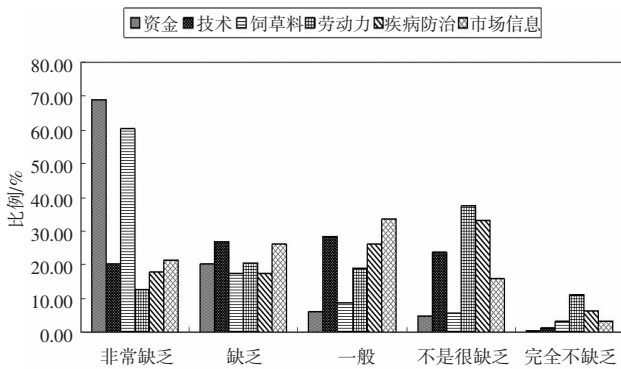


图1 养羊户滩羊养殖过程中的要素缺乏程度

2.2.4 饲养环节特征对地理标志保护效应的影响

从实地调查结果来看,养羊户在饲养环节对保护效应的影响主要表现在两个方面。一方面,在盐池县滩羊养殖不仅是一种传统,而且是当地绝大多数养羊户赚钱的主要途径,所以目前盐池滩羊初级产品的供应源头是稳定的。然而养羊户在滩羊饲养过程中,由于资金、饲草料和部分圈养技术匮乏,导致滩羊出栏率和质量普遍较低。不仅会对增值效应产生不利影响,而且会降低地理标志对养羊户的激励效应,通过影响生产效益和食用效用来抑制地理标志对企业和消费者的激励效应,甚至还会间接地对集聚效应产生不良影响。为避免滩羊育肥期限长、产羔率低等缺陷,部分养羊户私下选择将滩羊与其他品种羊杂交的方法来提高产羔率和出栏量,但这仅能使杂交后的滩羊在三代以内保持其想要的性状,同时也改变了滩羊原有的部分优质特征。所以,通过杂交生产羊肉有悖于“盐池滩羊”地理标志的质

量要求。这部分养羊户追求短期利益的短视行为不仅会对增值效应产生不良影响,而且会间接加剧内部株连效应。

另一方面,自盐池县政府实施禁牧政策以来,当地养羊户的滩羊养殖方式被迫由放养改为圈养。随着饲养方式的转变,养羊户饲养过程中饲草料的来源不再以草原为主,而是以从市场购买为主,这种改变不仅会提高饲养成本,而且也会改变滩羊羊肉的品质特征。这种改变难免会对盐池滩羊增值效应产生抑制作用。抑制程度则主要取决于相对“盐池滩羊”地理标志的规定,滩羊特质因草料种类和比例的减少而产生的变异程度。

2.3 滩羊销售环节及其对地理标志保护效应的影响

2.3.1 养羊户获取价格信息的途径

养羊户获取市场价格信息的途径是影响销售结果的重要因素。统计结果显示,近九成养羊户会亲自到市场上打听了解滩羊市场行情;也有近五成养羊户通过询问邻居、熟人或同行获取市场价格信息;通过电视、广播或报纸杂志获取信息的养羊户仅占不到10%;还有6.83%的养羊户选择了“其他”,如现卖现问、凭借以前的经验自己估价、贩子上门提供的信息、主动联系屠宰方、打电话向市场上有关人员询问、手机信息等方式;仅有1名被调查者表示没有获取信息的途径(表7)。

2.3.2 养羊户销售滩羊的渠道

由表8可知,近95%的养羊户为卖出高价,会选择自己把羊运到市场上去卖;交通便捷的养羊户会将羊卖给了羊贩子,这一比例有56.83%;将屠宰场作为销售渠道的养羊户仅占15.12%,原因在于只

表7 养羊户获取市场价格的途径

项目	邻居、熟人或同行	亲自到市场上打听	电视、广播或报纸杂志	其他	无
频数/人	197	365	36	28	1
比例/%	48.05	89.02	8.78	6.83	0.24

表8 销售渠道

项目	自己运到市场上卖	羊贩子	屠宰场	事先与企业签订购销合同	其他	刚开始养还未卖
频数/人	386	233	62	/	15	5
比例/%	94.15	56.83	15.12	/	3.66	1.22

有大型屠宰场滩羊售价会高于普通市场售价,而很多养殖户距离大型屠宰场较远;还有3.66%的养殖户选择了“其他”,如逢年过节将羊只卖给上门购买的人,甚至也有养殖户专程将羊卖往外地。被调查养殖户中,没有养殖户采用通过事先与企业签订购销合同的方式销售滩羊,这说明滩羊产业链还比较松散。

2.3.3 销售环节特征对地理标志保护效应的影响

销售环节是决定养殖户能否从滩羊养殖中获取利益以及从中能够获取多大利益的关键环节,且销售结果又会对养殖户的生产决策和生产行为产生重要影响。因此销售结果越好,越有利于促进地理标志对养殖户的激励效应;相反,销售结果越差,抑制激励效应发挥的可能性也越大。从调查结果来看,在销售过程中养殖户获取市场信息的途径单一、信息量少,易导致养殖户在市场中处于价格信息不对称的劣势地位,且受多重因素限制,养殖户销售途径相对单一,缺乏多方比较和选择性。销售环节的这些特征都不利于养殖户获得较好的销售结果。此外,在市场缺乏有效利益激励的情况下,养殖户不能主动对“盐池滩羊”采取保护措施。总而言之,现阶段养殖户的销售行为只能对保护效应产生部分影响,还无法明确促进保护效应的发挥。

2.4 养殖户养殖规模、意愿及其对地理标志保护的影响

2.4.1 养殖规模与意愿

调查结果显示,目前滩羊养殖规模普遍不大,一半以上养殖户养殖规模不超过100只,规模在100只以上的养殖户比例随着规模的增大而逐渐减小。在被调查者中,超过七成的养殖户表示愿意扩大滩羊养殖规模,但其中超过1/3的养殖户缺乏继续扩大规模的能力。由表9可知,在220位被调查养殖户中,超过3/4的养殖户将资金缺乏作为不能或不愿

扩大养殖规模的原因;饲草料不足成为四成以上养殖户的制约因素;劳动力不足和政府禁牧也是限制养殖户扩大规模的两个不可忽视的因素;因政府扶持力度小而不能或不愿扩大规模的养殖户比例不到2%;还有15%的养殖户选择了“其他”项,包括自然环境恶劣、严重缺水,圈养技术、圈棚、机械设施、信息、草原的缺乏,以及养殖户因年纪太大而精力不足等。

2.4.2 养殖规模与意愿对地理标志保护效应的影响分析

从实际调查结果来看,大部分养殖户对滩羊养殖的前景十分看好,并有扩大养殖规模的意愿。有此意愿的养殖户越多、养殖户的意愿越强烈,越有利于地理标志对养殖户的激励效应的发挥。但受多重因素制约,很多养殖户的意愿无法付诸实践,这又使得激励效应的发挥受到了限制。除此之外,在养殖户现有养殖规模普遍太小、部分养殖户扩大养殖规模的意愿无法达成的共同制约下,盐池滩羊的产量增长严重受限。这一现状会对集聚效应产生不利影响。因为有限的初级农产品产量会限制生产企业的市场容量,随着市场上生产企业数量日渐趋于饱和状态,企业对初级农产品的需求量将无法通过养殖户的供给得到保障。于是当生产企业向地理标志区域内集聚时,必须考虑当下企业自身原材料的需求能否得到保证,这就为生产企业的集聚增加了一条限定条件。此外,盐池滩羊产量的有限性决定了生产企业的数量和产品产量的有限性,从而使生产企业对产业链上其他类型企业辅助服务的需求也相对减少。所以,盐池滩羊产量增长受限会抑制集聚效应的发挥。

3 结论

第一,养殖户认知度普遍偏低,不利于保护效应的发挥。整体而言,目前盐池县内的养殖户对盐池滩

表9 养殖户不愿或不能扩大养殖规模的原因

项目	不赚钱	缺乏资金	政府禁牧	劳动力不足	饲草料不足	政府扶持力度小	其他
频数/人	1	167	30	47	96	4	33
比例/%	0.45	75.91	13.64	21.36	43.64	1.82	15

羊的了解程度还不够全面,认知大多停留在品牌层面,未进一步对“盐池滩羊被认证为地理标志农产品”作深入了解。所以,当地养羊户的现有认知程度不能对激励效应产生显著的促进作用,并且无法通过激发养羊户对地理标志的保护行为来推动保护效应的发挥。

第二,饲养环节限制因素繁多,对保护效应的抑制作用在所难免。在自然条件恶劣、文化水平低、政府禁牧等自然、社会、政策环境下,盐池县养羊户在滩羊饲养过程中资金、饲草料和部分圈养技术匮乏的现象愈发凸显。在诸多限制因素的共同作用下,滩羊的数量及质量均不高,对激励效应和增值效应造成直接性不利影响,对集聚效应造成间接性不利影响。此外,在面对诸多限制因素时,养羊户追求短期利益的随意杂交滩羊行为会间接加剧内部株连效应,而养羊户减少饲草料中草料配比量和种类的行为也会抑制增值效应。

第三,销售环节多受市场环境的影响,保护效应不

(上接第54页)

第三,要建立一套适合中国国情的、能够激发经营者和投资者养牛积极性并树立业界人士恒久信心的、促进中国奶牛业良性持久发展的机制。以加拿大为例,每个投资者在养奶牛之前必须买好配额,每个配额为3万加元。政府按照配额给予牧场相应补贴并收购相应数量的牛奶。配额可由后代继承,也可以转让出售。我们常常看到加拿大较大规模的奶牛场是一个家族几代人几十年积累的成果。这样的机制促使投资者在遗传育种方面下功夫,也是胚胎移植及其他先进技术在北美能够长久应用于奶牛业生产的原动力。通过各种先进技术的集成,奶农以期在一定配额下,尽可能少养牛而达到牛奶的收购额度,以获得较大的经济效益。在我国,可以利用税收的作用来调控乳企的定价,保障奶农的利益。譬如,乳品企业每提高多少原料奶的收购价格,结合其带动农民养牛的数量,以返税形式回馈给企业。这就从机制上激励乳企兼顾奶农的利益。

具备理论预期作用。目前在销售环节中,养羊户获取市场信息的途径、信息量很少,同时销售途径也相对单一、缺乏多方比较和选择性。这些都不利于养羊户获得较好的销售结果,因而会对激励效应产生抑制作用。在市场缺乏高效利益激励的现状下,市场无法推动养羊户对“盐池滩羊”采取主动保护措施。所以,养羊户现阶段的销售行为只能对保护效应产生部分不利影响,还无法对保护效应产生指向性明确的促进作用。

第四,养羊户养殖规模的有限性和扩大规模意愿的非现实性,抑制了养羊户饲养行为对保护效应的促进作用。虽然大部分养羊户对滩羊养殖的前景十分看好,并有扩大养殖规模的意愿,但由于众多因素限制,很多养羊户的意愿无法付诸实践,因而使激励效应的发挥受到限制,并对集聚效应产生不利影响,最终使养羊户养殖行为对保护效应的推动作用无法达到理论的预期效果。▲

第四,以企业做创新的主体,加大科技攻关的力度,进行技术革新,提高生产效率,重点在于提高奶牛生产性能,降低生产成本。如何在草原和耕地不足的国情下,在饲草料、能源、劳动力等价格不断上涨的情况下,既能保证奶牛的营养需要又能降低饲养成本,还能提高群体生产能力,这是需要决策者、经济学家、科学家共同努力来解决的问题。事实上,最近20年,全球的竞争者都在致力于生产力的提高,不断改善生产效率,降低生产成本。因此,我国的奶牛业再不能低水平地周而复始,靠损失奶农的利益来铸就乳品巨头的辉煌。我们应该以一流的信誉、一流的管理、一流的质量、一流的技术,成就未来世界奶业强国之梦。

总之,只有奶牛业这条大河充盈了,胚胎移植技术这条小溪才能涓涓细流,源源不断。我们相信,随着以上问题的解决,我国奶牛业将再度逢春,胚胎移植技术产业化的春天将会真正到来。▲