

# 农业PPP投资渐热 诸多瓶颈仍待突破

■ 本报记者 薛午安

近年来,随着国家现代农业体系建设的深化和中央对农业扶持力度的加大,农业成为投资的热点领域,PPP投资已经初现端倪,呈现良好势头。

然而,专家认为,农业PPP存在的问题和瓶颈不容忽视。特别是土地制度、金融、保险和农业基础设施等方面的配套政策,亟待加以系统完善。只有多方合力,利用PPP模式创新农业投资路径,才可为现代农业的发展提供不竭的动力。

## 农业PPP 迎来新蓝海

方兴未艾的农业PPP模式,为政府、公司和农户展现出前景广阔的新蓝海。

山西省忻州市农业生产资料公司王经理日前向《中国企业报》记者表示:“在农业领域,PPP模式参与方为政府和社会资本,运作核心是土地确权。农户以土地入股增收脱贫,社会资本进行土地修复、生产经营和基础设施建设等,由减轻财政压力的政府进行补贴和监管,以公私合营等形式实现规模化经营,达到多赢目的。”

农业部数据显示,2016年,“土地承包经营权确权登记颁证”试点省份已达22个。各地也先后出台了引导社会资本投入农业的意见。浙江省2014年就已经出台了《关于鼓励投资发展现代农业的意见》,其中明确了财政、税收和用地等政策红包,引导社会资本投入现代农业。

正大集团副董事长杨小平表示,在土地确权的政策下,应当创新“PPP+BOT”模式,建设土地承包权属于农民、经营权属于企业,农户合作、企业服务的现代畜牧业、种植业,通过经营权规模化实现农业生产规模化,推进农业现代化。

在政策的推动下,不少地方都开始探索在农业领域引入PPP模式。

2016年,新疆克州狠抓PPP项目工作创新模式,库木萨克温室大棚及配套设施利用PPP项目落户阿图什市,在全州实现PPP项目“零”突破。该项目采用ROT模式,项目总投资9480万元,其中政府投资7326万元,引入社会资本方一期投资2120万元,占地面积7100亩。阿图什市将通过

这一项目引入各类社会资本,全力激发阿图什市现代化农业长足发展的后劲。

其他农业PPP项目也有许多实践。2014年贵州仁怀市政府分别与台湾、香港的两家企业签订合作协议,打造了企业投资与政府配套、农民适当自筹的投资模式。其项目概算总投资为6.25亿元,企业投资3.45亿,占55.2%;政府投资2.4亿,占38.4%;农民自筹0.4亿元,占6.4%。此次合作使政企三方组成了真正意义上的利益共同体。

河南商丘国税局一位研究员对《中国企业报》记者说,农业项目具有准公益性,可以避免部分政策风险,且具有持续稳定的收入和政府贴息等帮助,可增加企业抵御资金风险的能力。

## 发展瓶颈 倒逼完善配套政策

在农业PPP投资前景广阔的同时,由于经济发展状况等因素所限,我国农业PPP投资的规模和范围还十分有限,存在发展瓶颈。由于政策不完善、农村土地制度不清晰、农

金托管、交易保障等一站式专人服务,从而满足企业各类技术需求,“23小时”即可帮助企业对接相关专家,助力企业解决技术难题。

2016年,江苏东南石油化工有限公司通过第十届中国常州先进制造技术成果展示洽谈会,了解到大学仕这个专注于解决企业制造技术、生产技术难题的互联网服务平台,希望能借助平台现有的逾万名专家、教授和工程师资源,实现“现有库存的二次利用”,从而达到“降本增效”的目的。

东南石化的技术需求发布后,来自南京大学化学化工专业的王教授在48小时内就进行了投标对接。最终,王教授创新研发的“极压型平整液技术”使东南石化的钢铁库存得到了有效的二次利用。该企业总经理赵先生表示:我国钢铁行业逐渐显现了转型拐点,产能过剩成为了最棘手的矛

盾。而通过大学仕平台向有关行业专家学习新技术,化解了钢铁行业的过剩产能,实现了企业的脱困升级。

截至2016年8月,大学仕已经帮助企业发布了250多个制造技术需求,任务覆盖机械机电、化学化工、环



王利博制图

## 汽车快报



## 江淮全新“盾标JAC” 瑞风S3与S2联袂登陆车市

■ 吴明 本报记者 张晓梅

9月20日,江淮第三代瑞风S3、第二代瑞风S2以一场“包场”万达文旅城的盛大发布会联袂上市。这次备受业界瞩目的上市事件背后,有着江淮的多个“第一次”——“盾标JAC”LOGO第一次正式登陆车市、第一次正式成立车主粉丝团、第一次两大重点车型同上市……这些“第一次”都体现了江淮在品牌和产品上的不断创新,也向外界展示了一个价值全面升级后的新江淮。

本次正式上市的第三代瑞风S3和第二代瑞风S2,人称江淮“双雄”,是江淮乘用车在上半年发布“盾标JAC”全新品牌LOGO后,首次搭载盾标新LOGO登陆市场的新车,从此江淮乘用车的盾标新LOGO正式进入实际使用阶段。这也标志着江淮乘用车全面进入了品牌上升的全新发展阶段。

进入新阶段的江淮乘用车第一个大动作就是宣布正式成立江淮瑞风粉丝团。这是一个由江淮官方推动,涵盖了全国瑞风品牌用户的庞大用户组织。在江淮瑞风粉丝团成立的同时,江淮还为粉丝团精心定制首届瑞风粉丝嘉年华,让粉丝能够亲身见证第三代瑞风S3、第二代瑞风S2的隆重上市,更享受了前所未有的“包场”万达文旅城任性游玩的机会。

有着超过36万用户口碑以及大数据支持,第三代瑞风S3在产品力升级的精确度上有充足底气,每一项升级都直面用户的新需求趋势。而在产品价值大幅提升的基础上,第三代瑞风S3和第二代瑞风S2的售价相比上一代车型略有提升,也凸显了江淮乘用车品牌向上的自信和决心。

用户对江淮的产品纷纷点赞,江淮也乐于投桃报李。在发布会现场,江淮宣布的针对首批3.6万名新车用户提供“品鲜惠售”政策,让首批用户享受高达2000元的优惠礼包,既是瑞风粉丝的诚意回馈,也再次展现了江淮敬客经营的理念和心系用户的情怀。

9月21日,新品发布会后还不到24个小时,300辆第三代瑞风S3在合肥万达文旅城举行交车仪式。仪式上江淮销售团队代表向用户郑重宣誓并承诺,他们将始终围绕用户价值、以用户需求为导向,敬客经营,做用户的贴心人。

## 奇瑞全新旗舰 SUV 瑞虎7在京上市

■ 本报记者 张晓梅 / 张骅

9月20日,以获得日内瓦国际车展设计大奖TX概念车为原型、经过4年正向开发验证的奇瑞全新旗舰SUV——瑞虎7,在北京中国国际展览中心新馆正式上市。这款奇瑞第二代产品系列的首款SUV,推出了1.5T和2.0L两种动力共9款车型,官方售价9.79—15.39万元。

兼具“颜值”与“内涵”的瑞虎7,承袭了曾征服全球权威的创意基因,拥有“自主领先,超越合资”的整体性能,散发着“活耀不凡”的年轻动感范儿,实现了品质与品位的完美统一。以瑞虎7的出身为标志,奇瑞汽车创下了中国车企造车水平的又一新高度。

从瑞虎3、瑞虎5,再到荣耀出世的瑞虎7,瑞虎品牌十余年来畅销不衰,以出口免检车型的身份远销80多个国家和地区,是现阶段出口数量最多的中国SUV品牌,全球累计销量超过100万辆。瑞虎7深谙当前年轻消费者对感官品质、性能等出行体验的升级需求,采用了年轻化的设计语言,产品品质全面升级,堪称瑞虎家族“十年磨一剑”的蜕变之作,是一款具有划时代意义的精品SUV。

在整车造型上,瑞虎7以拿下全球汽车设计界“奥斯卡”大奖——2012日内瓦国际车展“最佳概念车”的奇瑞TX为原型,采用H.D.S.灵动感水流车身造型,使整车展现出水的韵律之美和“上善若水”的文化意象。瑞虎7把奇瑞“Life in motion(生·动)”的设计理念诠释得淋漓尽致,开启了中国品牌原创设计的新境界。

为了提升用户的感官体验,瑞虎7在每一处造型设计的细节上都精雕细琢。瑞虎7前格栅中央的奇瑞LOGO,宛若一颗钻石落入平静的水面,激起层层涟漪,亮出了奇瑞家族化的造型DNA;车身侧面,极速跃动的车身线条,似一艘快艇在水面划出优美水波;尾部的矩阵式LED尾灯采用虎爪式仿生设计,力量感与时尚感兼具,令人回味无穷。瑞虎7呈现的前瞻未来派造型风格,使其成为同级别最具设计感的SUV之一。

“瑞虎7不仅是奇瑞的一款旗舰SUV,更是中国品牌标杆产品之一,无论品质和性能都实现同级领先,是一款与合资品质直接媲美的产品。”奇瑞汽车董事长尹同跃表示。

# “大学仕平台”:力解企业技术难题

我国代工制造业在过去为全球消费者带来了廉价优质的消费体验,而今却因自主创新能力不足面临转型阵痛。在这样的时代大背景下,大学仕企业技术众包平台应运而生,在全国范围内率先以“互联网+”战略开创解决企业技术难题的“众包”模式,为制造企业的转型升级提供新空间和新路径。

所谓众包,是指一个公司或机构把过去由员工执行的工作任务,以自由自愿的形式外包给非特定的大众网络的做法。

大学仕平台自2015年12月成立以来,抢先利用众包这一创新模式,汇集了包括南京大学、东南大学和大连理工大学等著名211院校在内的30多家优质院校资源、10000多位权威专家、经验丰富的工程师,以及5个境外合作机构,建立起全球范围内的权威一手智库。更有智能匹配及推荐系统,资



大学仕平台参与相关活动

保材料等10个领域。其中,成功对接的技术难题已有40多个,今创集团、常发、黑牡丹等常州龙头企业均已入驻大学仕平台。

未来,大学仕将布局全球,让“中国制造”更加自信地走向世界。