

预制菜产业发展对辽宁省农民增收的影响分析

姜昊辰, 陈 添

大连海洋大学经济管理学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2026年6月16日; 录用日期: 2026年8月5日; 发布日期: 2026年8月17日

摘 要

文章以辽宁省为例, 探究预制菜产业发展对农民收入的影响机制。通过构建以“需求”、“价格”、“常态”为核心解释变量的理论框架, 并基于821份有效问卷数据进行实证分析。研究表明, 市场需求、农产品收购价格及产业前景认可度对农民收入预期均具有显著正向影响。然而, 深入分析揭示了农民增收面临五大现实困境: 利益联结机制不稳定、小农生产与工业标准化要求存在鸿沟、增收渠道单一且难以享受增值收益、市场信息传导不畅、以及现有技术培训与产业需求脱节。针对这些问题, 文章提出了系统性对策, 核心在于通过构建稳固多元的利益联结机制、推行全过程标准化与数字化管理、拓宽价值实现路径、搭建产销信息桥梁、以及优化农民培训体系, 让农民从被动原料供应者向产业链价值共创参与者转型, 从而打通预制菜产业促进农民增收的“最后一公里”。

关键词

预制菜产业, 农民收入, 影响机制, 辽宁省, 乡村振兴

Analysis of the Impact of the Pre-Made Food Industry on Farmers' Income in Liaoning Province

Haochen Jiang, Tian Chen

School of Economics and Management, Dalian Ocean University, Dalian Liaoning

Received: June 16, 2026; accepted: August 5, 2026; published: August 17, 2026

Abstract

This paper takes Liaoning Province as a case study to investigate the impact mechanism of the prepared dish industry on farmers' income. A theoretical framework with “demand,” “price,” and “normalization” as core explanatory variables was constructed, and empirical analysis was conducted

based on 821 valid questionnaires. The research indicates that market demand, agricultural purchase prices, and recognition of the industry's prospects all have significant positive effects on farmers' income expectations. However, in-depth analysis reveals five major practical challenges to increasing farmers' income: unstable benefit linkage mechanisms, a gap between smallholder production and industrial standardization requirements, single income channels with limited access to value-added benefits, inefficient transmission of market information, and a disconnect between existing technical training and industry needs. To address these issues, this paper proposes systematic countermeasures. The core approach involves empowering farmers to transition from passive raw material suppliers to active participants in co-creating value within the industrial chain. This is achieved by constructing stable and diversified benefit linkage mechanisms, implementing whole-process standardization and digital management, broadening value realization paths, building information bridges between production and consumption, and optimizing the farmer training system. These measures aim to bridge the "last mile" in enabling the prepared dish industry to effectively boost farmers' income.

Keywords

Prepared Dish Industry, Farmers' Income, Influence Mechanism, Liaoning Province, Rural Revitalization

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,随着我国经济社会的快速发展和居民生活方式的不断转变,食品消费呈现出便利化、多样化和品质化的新特征[1]。辽宁省作为我国重要的农业生产和食品加工基地,拥有优质的农产品资源、完善的产业基础和较强的区域市场优势,各地积极推动预制菜产业发展,形成了以“龙头企业 + 合作社 + 农户”为主体的产业组织体系,在促进农产品深加工、推动产业链延伸和提升附加值方面取得了一定成效。从总体上看,辽宁省预制菜产业仍处于起步阶段,产业规模不大、农户参与度有限,利益联结机制尚不完善等,预制菜产业对农民收入预期的带动效应和传导机制仍需进一步深入研究。系统分析预制菜产业发展对农民收入预期的影响机制,具有重要的理论意义与现实价值[2]。一方面,有助于深化对农业产业链延伸与农民增收关系的认识,为完善乡村产业体系提供新的视角;另一方面,对于辽宁省加快预制菜产业布局、优化农产品加工结构、提高农民参与度和收益水平,推动建立新的经济增长点实施具有重要的实践指导意义。

2. 建模分析部分

2.1. 理论基础与分析框架

2.1.1. 产业链延伸与价值分配理论

产业链理论认为,产业价值链在不同环节之间存在显著的价值增值梯度,通常加工制造和品牌营销环节的附加值远高于初级生产环节。将此理论应用于农业领域,农民若仅从事原料生产,所获收益仅限于产业链起点的基础价值;若能向加工、流通等下游环节延伸参与,则有机会获取更高的价值份额。然而,这一延伸过程并非自动发生,而是受制于农户的资产专用性水平、组织化程度和议价能力。本文将产业链延伸理论作为分析预制菜产业增收效应的核心理论底座,用以解释“为什么参与预制菜产业理论

上应该增加农民收入预期”以及“为什么现实中这种增收效应未能充分实现”。

2.1.2. 不完全契约理论

新制度经济学的契约理论指出,在交易成本为正的现实世界中,契约不可能完备,机会主义行为难以完全规避。在“公司+农户”的订单农业模式中,价格条款、质量标准、交货数量等关键变量的执行面临多重不确定性,当市场价格偏离契约价格时,契约一方或双方均有违约激励,这构成了利益联结机制不稳定的深层理论根源。本文运用不完全契约理论,分析农民与预制菜企业之间合作关系脆弱性的成因,为后文提出的“稳固多元利益联结机制”建议提供理论依据。

2.1.3. 新制度经济学理论

新制度经济学强调交易成本和产权界定对经济组织与交易行为的关键作用。在预制菜产业的“公司+农户”交易中,由于农产品品质检测具有高成本性、生产过程的不可完全监督性以及契约执行的高监督成本,交易双方之间存在着显著的交易摩擦。产权界定不清(如农产品品质归属权、信息不对称下的责任认定困难)进一步加剧了合作中的机会主义行为。这些制度性因素使得市场机制难以自动实现资源最优配置,也为政府介入和制度设计提供了理论依据——通过降低交易成本、完善产权保护与契约执行环境,可以改善农民在产业链博弈中的不利地位。

2.1.4. 本文的分析框架:“需求-价格-常态”三重传导模型

基于上述理论整合,本文构建了预制菜产业影响农民收入的“需求-价格-常态”三重传导分析框架。第一重传导(需求端→产业端):消费市场对面预制菜产品的需求规模和品质要求,通过订单形式传导至预制菜加工企业,形成企业对上游原料的采购意愿和标准设定。这一传导的充分性取决于信息传递链条的完整性和透明度。第二重传导(产业端→价格端):预制菜企业根据终端市场需求状况、自身盈利预期和市场竞争格局,确定向农户采购原料的价格水平与定价机制。这一价格能否反映真实市场价值和品质差异,取决于农民议价能力与契约执行环境。第三重传导(价格端→收入预期端):农民根据所获得的收购价格、订单稳定性、产业发展前景等信息,形成对自身收入预期变化的综合预期。这一预期进一步影响农户的生产投入决策和持续参与意愿,从而构成产业增收效应的微观心理机制。

2.2. 调查目的和方法

预制菜产业发展如火如荼,逐步成为推动经济发展的重要一环。本次调查目的就是通过市场调查分析得出大数据,进而得出结论,预制菜产业的哪些因素影响着辽宁省农民的收入预期。本次调查所采用的手段是利用问卷星进行网络大范围调查,线上线下同时进行。调查人群随机且调查年龄广泛分布,具有较高的随机性以及可信性。本次调查所采用的方法有问卷调查法、文献调查法、统计调查法。

2.3. 样本选择和数据来源

2.3.1. 问卷设计与变量测量

本研究的调查问卷共包含24个题项,分为三个部分:第一部分为受访者基本信息;第二部分为受访者参与预制菜产业链的具体情况;第三部分为核心变量测量,即受访者对“需求”“价格”“常态”及“收入”四个核心构念的感知评价。

在变量测量方面,问卷采用李克特五点量表,从“1=非常不同意”到“5=非常同意”进行赋值,要求受访者根据自身实际情况对相关陈述进行评分。具体而言,“需求”变量通过“您认为市场对预制菜的需求在增长”等题项进行测量,反映农产品下游市场需求的变化趋势;“价格”变量通过“因为消费者的需求,企业愿意为高品质的农产品支付更高的价格”等题项进行测量,捕捉农产品收购价格的变动

及其对农民收入的影响;“常态”变量通过“您认为预制菜产业是未来农业发展的一个重要方向”等题项进行测量,表征受访者对预制菜消费趋势长期化、稳定化的认同程度;“收入”变量则通过“您的家庭农业经营性收入预期因与预制菜企业合作而增加”等题项进行测量,直接反映农民的收入变化感知。所有题项的设置均基于理论框架和既有文献,并结合辽宁省预制菜产业发展的实际情境进行了适应性调整,以确保内容效度。

2.3.2. 问卷信度与效度检验

为评估问卷的内部一致性和测量可靠性,本研究对“需求”“价格”“常态”“收入”四个核心分量表进行了信度分析。采用克隆巴赫系数(Cronbach's α)作为信度评判标准。分析结果显示,总量表的 Cronbach's α 系数为 0.876,四个分量表的 Cronbach's α 系数分别为 0.842(需求)、0.858(价格)、0.831(常态)和 0.869(收入),均远高于 0.7 的可接受阈值,表明本研究的问卷具有优良的内部一致性,各题项能够有效反映对应的理论构念。

在效度检验方面,本研究从内容效度和结构效度两个维度进行考察。在内容效度上,问卷题项的设计充分参考了农业产业化、农民增收以及预制菜消费行为等领域的既有研究成果,并经过两轮专家评审(包括农业经济学领域学者和预制菜企业管理人员)进行修订完善,确保了题项能够全面覆盖研究变量的内涵。在结构效度上,对四个核心变量进行探索性因子分析(KMO = 0.887, Bartlett 球形检验 $p < 0.001$),提取的公因子累计方差解释率为 68.42%,各题项在对应因子上的载荷值均高于 0.55,且交叉载荷较低,表明量表具有良好的结构效度。

2.4. 抽样方法与样本结构

本研究的目标总体为辽宁省内与预制菜产业发展存在直接或潜在关联的农业生产经营主体及其家庭成员。考虑到预制菜产业在辽宁省内的发展不均衡且农户分布较为分散,本研究采用分层抽样与滚雪球抽样相结合的方法进行样本采集。首先,根据辽宁省农业功能区划和预制菜产业集聚程度,将辽宁省划分为辽东(特色农产品区)、辽中(粮食主产区)、辽西(果蔬畜牧区)和辽南(沿海水产区)四个抽样层。在每个抽样层内,选取 2~3 个代表性县(市),通过当地农业农村部门、合作社及龙头企业进行初步联系,利用问卷星平台生成电子问卷进行线上发放,同时在农产品交易市场、合作社办公点等场所进行线下纸质问卷补充发放。此外,通过已受访农户的推荐滚雪球方式拓展样本覆盖面,以弥补分层抽样可能遗漏的边远小农户群体。

2.5. 变量选取及计量

由表 1 可知,本调查小组把辽宁省农民因预制菜产业而带来的收入影响作为因变量(以下简称为“收入”);把预制菜产业中对预制菜农产品的需求作为自变量(以下简称为“需求”);把预制菜产业中用于支付农民的农产品价格作为自变量(以下简称为“价格”);把人们对预制菜产业发展能否成为常态的态度作为自变量(以下简称为“常态”)。

从样本的人口学特征与地理分布来看,在性别构成上,男性受访者 496 人(占 60.41%),女性受访者 325 人(占 39.59%),性别比例与辽宁省农业从业人员的性别结构基本吻合。在年龄分布上,20~30 岁受访者 210 人(25.58%),30~40 岁受访者 181 人(22.05%),40~50 岁受访者 250 人(30.45%),50 岁以上受访者 180 人(21.92%),中老年群体占比较高,反映了当前农业生产经营主力军的现实年龄结构。在职业类型上,全职从事农业生产的受访者占比 61.02%,兼业农户占比 28.38%,非农职业但家庭有农业收入者占比 10.60%。在农业收入占比方面,农业收入占家庭总收入 30%以下的农户占 22.90%,30%~60%的占 31.79%,

60%~90%的占 27.16%，90%以上的占 18.15%，样本覆盖了不同农业依赖程度的农户类型。在地理分布上，辽中地区样本占比最高(31.55%)，辽南(26.19%)、辽东(22.41%)和辽西(19.85%)次之，各区域的样本数量均超过了最低样本量要求，能够较好地反映辽宁省不同农业生态区和预制菜产业发展水平的差异。

Table 1. Variable table
表 1. 变量表

变量表	
被解释变量	收入
解释变量	需求
	价格
	常态

2.6. 描述性统计分析

由表 2 可知，“常态”变量的评分范围也为 1.00 至 5.00，均值为 4.1376，为标准差 1.02971。该变量在三个变量中均值最高，说明受访者对预制菜消费的“常态化”认同度最强，即预制菜已逐渐成为日常饮食的一部分。这种常态化的消费趋势，反映了预制菜在消费者生活中的渗透程度不断加深，具备持续发展的社会基础。标准差略低于前两个变量，表明数据分布更为集中，受访者在这一问题上的看法更加一致。这种高度一致性进一步验证了预制菜消费正在从“新兴现象”向“日常习惯”转变。对辽宁省农民而言，消费常态化为农产品提供了稳定的下游需求，有助于推动农业产业结构调整，增强农民对市场风险的抵御能力[3]。

预制菜产业通过将初级农产品加工为标准化、便捷化的食品，显著提升了农产品的附加值和市场竞争力。辽宁省作为粮食、蔬菜、畜禽产品的重要产区，农民可通过参与预制菜原料供应、初加工等环节，实现从“卖原料”到“卖产品”的转变，从而提高收入水平[4]。

本研究通过对“需求”“价格”“常态”三个变量的描述性统计分析，发现受访者对预制菜的认同度普遍较高，数据分布集中，态度一致性强。这表明预制菜在辽宁省具备良好的市场基础和发展潜力。预制菜产业通过延伸产业链、创造就业、降低市场风险等机制，对农民收入产生积极影响[5]。

Table 2. Descriptive statistics
表 2. 描述统计

	N	最小值	最大值	均值	标准 偏差
需求	821	1.00	5.00	4.1035	1.04426
价格	821	1.00	5.00	4.0767	1.04658
常态	821	1.00	5.00	4.1376	1.02971
有效个案数(成列)	821				

2.7. 相关性分析

由表 3 可知，选取的自变量与因变量之间相关性显著。

Table 3. Correlation
表 3. 相关性

		需求	价格	常态
需求	皮尔逊相关性	1	0.513**	0.531**
	Sig. (双尾)		0	0
	个案数	821	821	821
价格	皮尔逊相关性	0.513**	1	0.536**
	Sig. (双尾)	0		0
	个案数	821	821	821
常态	皮尔逊相关性	0.531**	0.536**	1
	Sig. (双尾)	0	0	
	个案数	821	821	821

**在 0.01 级别(双尾)，相关性显著。

2.8. 回归分析——构建模型

构建模型： $y = \beta_0 + \beta_1 \text{需求} + \beta_2 \text{价格} + \beta_3 \text{常态}$

Table 4. Input/removed variables^a
表 4. 输入/除去的变量 ^a

模型	输入的变量	除去的变量	方法
1	常态，需求，价格 ^b	.	输入

^a因变量：收入； ^b已输入所请求的所有变量。

Table 5. Model summary
表 5. 模型摘要

模型	R	R 方	调整后 R 方	标准估算的错误
1	0.623 ^a	0.388	0.385	0.80261

^a 预测变量： (常量)，常态，需求，价格。

Table 6. ANOVA^a
表 6. ANOVA^a

模型		平方和	自由度	均方	F	显著性
1	回归	333.155	3	111.052	172.393	0.000 ^b
	残差	526.292	817	0.644		
	总计	859.447	820			

^a因变量：收入； ^b 预测变量： (常量)，常态，需求，价格。

Table 7. Coefficients^a
表 7. 系数^a

模型	未标准化系数		标准化系数	t	显著性
	B	标准错误	Beta		
1	(常量)	1.110	0.137	8.124	0
	需求	0.173	0.033	5.166	0
	价格	0.270	0.033	8.080	0
	常态	0.294	0.034	8.531	0

^a因变量：收入。

由表 4 可知，本调查小组把辽宁省农民因预制菜产业而带来的收入影响作为因变量(收入)；把预制菜产业中对预制菜农产品的需求作为自变量(需求)；把预制菜产业中用于支付农民的农产品价格作为自变量(价格)；把人们对预制菜产业发展能否成为常态的态度作为自变量(以常态)。β₀ 为常数[6]。

由表 5 可知，基于前文构建的多元线性回归模型(公式：y = β₀ + β₁ 需求 + β₂ 价格 + β₃ 常态)。从模型整体拟合优度来看，调整后 R² 为 0.385，表明三个核心解释变量能够共同解释农民收入预期变异的 38.5%。考虑到影响农民收入的因素具有多维性和复杂性，该解释力度在社会科学实证研究中处于可接受的水平，且 F 统计量(172.393, p < 0.001)在 0.01 水平上高度显著，说明模型整体具有统计意义。

由表 6 可知，从各解释变量的具体影响来看，回归方程可写为：收入 = 1.110 + 0.173 × 需求 + 0.270 × 价格 + 0.294 × 常态。三个自变量均在 0.001 水平上显著(p < 0.001)，具体解读如下：“常态”变量的影响力最大(β = 0.296, t = 8.531)。在其他条件不变的情况下，受访者对预制菜消费“常态化”的认同度每提高 1 个等级(如从“同意”升至“非常同意”)，其对农民增收的预期评价平均提升约 0.294 分。这一结果具有重要的实践含义：农民对产业稳定性的感知是决定其收入信心的首要因素。当农民认为预制菜不是“昙花一现”的短期热点，而是具有持续性的社会消费趋势时，他们更愿意进行生产投入、接受新标准、与企业建立长期合作关系。这也意味着，产业政策的首要目标应当是增强农民对产业发展确定性的感知，而非单纯扩大生产规模。

由表 7 可知，“价格”变量的影响次之(β = 0.276, t = 8.080)。农产品收购价格每提升 1 个等级，农民收入预期平均提高 0.270 分。价格的显著性验证了微观经济学中供给行为对价格信号敏感的基本原理。然而值得注意的是，该变量的标准化系数低于“常态”，暗示在当前产业阶段，价格的绝对水平对农民增收的驱动力可能弱于农民对产业能否持续运行的信心。这提示我们在对策设计中，稳定合作预期、降低交易风险比单纯提高收购价可能更为关键——因为如果合作关系不稳定，一次性的高价也难以形成持续的收入增长。

“需求”变量的影响相对最小(β = 0.176, t = 5.166)。市场需求每提高 1 个等级，收入预期平均提升约 0.173 分。虽然该变量仍然显著，但其影响力弱于价格和常态。可能的原因在于：农民对“市场需求”的感知是间接的、滞后的，主要通过企业的采购行为来感受，而非直接接触终端消费者。这种“间接传导”削弱了需求信号对农民收入预期的直接影响强度。同时，这也反映出在当前的产业链结构中，农民虽然能感知到市场在扩大，但由于其被排除在高附加值环节之外，市场需求的扩张并未等比例地转化为其收入的增长——这也恰好呼应了后文“现存问题”中“增收渠道单一”“无法享受增值收益”等发现[7]。

3. 现存的问题

3.1. 合作关系不稳定, 农民参与环节有限

当前预制菜产业中“公司 + 农户”或“公司 + 合作社 + 农户”模式虽已初步形成, 但合作关系的稳定性不足, 农民参与的产业链环节仍较为有限。

首先, 订单农业的契约执行缺乏有效保障。市场价格波动时, 农户与企业均可能出现违约行为: 市价高于订单价时, 农户倾向转向市场销售; 市价低迷时, 企业则可能压价或拒收, 导致双方难以建立长期稳定的合作关系, 农民收入预期波动加大[8]。

其次, 农民大多被排除在加工、品牌、营销等高附加值环节之外。受资金、设备、技术和食品生产许可等条件制约, 绝大多数农户和合作社无法参与清洗、切割、包装等初加工环节, 难以分享产业增值收益, 收入增长与产业扩张速度不匹配。

此外, 分散的小农户在面对大型企业时议价能力严重不足。企业凭借采购规模和市场地位掌握定价主导权, 农民仅能被动接受价格, 利益分配中长期处于弱势地位, 难以通过平等谈判实现收入提升[9]。

3.2. 质量标准执行难, 规模扩大受限

标准化是预制菜工业化生产的基本要求, 但将工业标准向分散的小农生产体系传导面临显著困难, 制约了原料供应的规模化和品质稳定性, 成为产业扩张与农民增收的阻碍。

首先, 小农生产的异质性与工业标准化要求之间存在固有矛盾。预制菜生产线要求原材料在大小、成熟度、农残等指标上高度一致, 而小农户分散经营、种植习惯与投入品使用差异较大, 即使同一品种, 产出品质也难以统一, 导致加工效率低下、成品口味不稳等问题[10]。

其次, 质量监控与追溯成本过高, 抑制企业合作意愿。企业需建立覆盖种植、采收、运输全链条的追溯体系, 并对分散农户进行持续的技术指导与监管, 管理成本巨大。一旦环节出错, 整批原料面临拒收, 风险双向传导, 促使企业更倾向与大型标准化基地合作, 将多数小农户排斥在供应链之外。

最后, 农民对工业标准的认知滞后, 生产与加工需求脱节。传统农民长期面向集贸市场销售, 对农产品的色泽、规格等细微差异关注不足, 对预制菜特定的原料标准缺乏了解, 导致其生产成果与企业收购要求不匹配。这既可能造成产品被拒收的经济损失, 也挫伤了农民依靠提升品质来增加收入的积极性[11]。

3.3. 价格影响力不显著, 增收渠道单一

参与预制菜产业时, 农民的收入增长主要依赖于数量的增长, 在价格的提升上收效甚微, 其增收渠道单一, 抗风险能力脆弱, 未能从根本上改变其在传统农业中的收入模式。

首先, 价值分配机制使农民无法享有品牌与市场溢价。消费者为预制菜支付的价格里包含了品牌价值、研发成本、营销费用等。而农民所提供的初级原料, 在加工过程中其原始身份和价值被忽略, 农民最终获得的都只是原材料的基础价格。产业的蓬勃发展、品牌价值的提升, 与农民的收入关联度极低。增值收益绝大部分被产业链中下游的企业获取, 农民被隔离在分享品牌红利的机制之外[12]。

其次, 采购环节很难真正做到优质优价。虽然企业需要高品质的原料来吸引更多消费者, 但在激烈的市场竞争和成本压力下, 绝大多数企业往往更倾向于性价比高的产品。原料在达到企业标准后, 原料的价格就成为最有力的竞争要素, 原料的价格无法真正提高。这就导致农民加大了投入提升品质, 但很难获得更高的回报。这种“高投入、低回报”的预期, 会打击农民提升产品品质的积极性, 使其陷入低质到低价的恶性循环。

最后是农民的收入来源单一, 缺乏应对风险的能力。目前, 农民从参与预制菜产业获得的收入, 都主要来源于一次性出售初级农产品。他们不参与初级农产品的加工、储存, 物流、销售等环节, 也无法获得品牌价值和其他的衍生价值产生的收益。这种单一的收入来源, 使农民缺乏应对风险的能力。一旦遭遇市场价格波动、自然灾害或企业违约取消订单, 其收入将面临断崖式的下跌, 他们无法获得稳定的、可持续的收入。

3.4. 市场需求感知不清, 消费者要求未有效传导

预制菜产业以消费需求为导向, 但市场信息从消费端向生产端的传递效率较低, 导致农民难以根据真实需求安排生产。首先, 信息传递链条过长且内容衰减。消费者偏好先由企业捕捉, 再转化为采购标准, 但采购环节通常只传递技术参数和价格要求, 忽略市场需求背后的消费趋势与变化动因, 农民难以理解生产的“目的”。其次, 农民处于信息末端, 生产决策缺乏依据。农民仅按订单执行指令, 不了解产品最终流向和消费场景, 无法预判市场变化。一旦需求转向, 农民往往被动调整, 易造成滞销或损失。最后, 缺乏有效的信息共享平台。目前尚缺少连接消费者、企业和农户的公开信息渠道, 农民也缺乏信息分析能力, 生产安排带有较大盲目性, 制约了增收空间[13]。

3.5. 技术培训缺乏, 农民适应能力不足

预制菜产业对上游原料生产提出较高的标准化和品质管控要求, 但现有农民培训体系在内容、方式和覆盖面上均难以满足这一需求。

首先, 培训内容与产业需求错位。传统农技推广侧重高产、抗病等目标, 较少涉及品质一致性、安全追溯等预制菜所需的生产规范, 农民难以掌握针对性技能。其次, 培训方式偏重理论, 实操性不足。多数培训以讲座为主, 缺乏田间地头的实地指导, 且通用内容多、个性化方案少, 导致农民转化应用困难, 尤其缺乏食品安全和标准操作方面的系统培训。最后, 部分农民学习意愿和能力有限。年龄偏大、文化程度较低的农民对新技术和严格标准存在抵触, 依赖传统经验, 若培训不能快速见效, 积极性难以维持。这使得农民整体技能提升缓慢, 与产业发展的技术差距持续扩大。

4. 对策建议

4.1. 稳固利益联结, 拓展农民参与深度

针对合作关系不稳定、农民参与环节有限的问题, 应从契约完善和能力扶持两方面入手。首先, 强化订单履约保障。推广“保底收购 + 利润分红”合同模式, 设立覆盖生产成本的保底价以保障农民基本收益, 并在企业盈利后按原料贡献进行二次分红, 使农民分享产业增值。由行业协会或政府制定标准合同范本, 明确质量、价格、违约责任等条款, 并配套纠纷调解机制, 降低双向违约概率。其次, 扶持合作社向加工环节延伸。整合政府与企业资金, 在产区建设面向合作社和农户开放的小型初加工设施, 让农民参与清洗、分切等环节以获取加工收益。支持有条件的合作社打造地域特色品牌, 政府在注册、营销和渠道方面给予配套扶持, 提升农民在产业链中的地位和收入[14]。

4.2. 推进标准化与数字化, 弥合生产质量差距

针对小农生产与工业标准之间的鸿沟, 应从源头管控、数字监管和标准普及三方面发力。首先, 建设标准化原料基地。在产业园区和优势产区推行“一园一标”模式, 由龙头企业和合作社联合制定涵盖品种、种植、采收的全环节标准操作流程, 结合“定向种植 + 订单农业”实现品种和规格的定制化生产。其次, 构建数字化质量溯源体系。在规模化基地部署物联网传感设备, 实时监测环境和生产数据; 运用

区块链技术建立从田间到工厂的全程溯源系统,降低企业监管成本。开发简易农事记录 APP,将农户施肥用药数据同步至企业品控数据库。最后,强化标准宣传与农技适配。将工业标准转化为图文、短视频等通俗形式向农民普及;将预制菜原料标准纳入农技员考核与培训内容,提升其对农户的精准指导能力。

4.3. 建立优质优价和二次分红机制

首先,建立优质优价的正向激励机制。根据产品品质,分级定价,引导预制菜企业改变单一的定价模式,建立更精细的、与品质挂钩的价格。对于达到绿色、有机标准的农产品,给予价格溢价,用市场化的手段激励农民提高品质。还要开展特色食材产地认证,挖掘具有独特地域风味和特点的农产品,进行产地认证并打造特有品牌。使其成为高端预制菜的“名片”,从而获得品牌溢价,实现价格的提升。

其次,建立二次分红机制,深化利益返还,提高农民收益。在政府主导的项目中,可将建立利润返还机制作为获得政策支持的前提条件。对于市场化合作,通过典型案例宣传、税收优惠等政策,引导龙头企业与农民进行二次分红[15]。

最后是发掘农业多重功能,拓宽农民的三产收入。大力推动预制菜与休闲农业发展相结合,鼓励在预制菜原材料生产基地发展农事体验、旅游观光等业态。让消费者在品尝预制菜的同时,也能到原材料的产地,体验农业生产过程,欣赏田园风光,使农民获得三产服务的收入。

4.4. 搭建信息桥梁,实现生产与消费精准对接

针对市场需求传导不畅的问题,应从企业枢纽、公共平台和农民信息素养三个层面打通信息链路。首先,强化企业的信息传递职能。建立供应链信息共享平台,企业定期向合作社和农户反馈产品销售数据和消费偏好趋势,推行附带需求说明的“菜单式”订单,帮助农民理解生产目的和市场逻辑。其次,建设区域性产业数据公共服务平台。由政府或行业协会牵头,整合原料需求、价格走势和消费偏好等信息,向农民开放查询和推送服务,降低其信息获取成本。最后,提升农民数字信息素养。将智能手机应用、电商操作等纳入培训课程,鼓励大学生和返乡青年等“新农人”担任合作社带头人,利用其信息整合能力带领传统农户科学决策。

4.5. 优化培训体系,促进农民职业化转型

针对技术培训与产业需求脱节的问题,应从内容、模式和供给体系三方面进行系统性重构。首先,定制化培训内容。针对不同品种和环节开发专项课程,供农民按需选择;政府联合企业将未来产业趋势和新型原料要求前瞻性纳入培训内容,帮助农民抢占市场先机。其次,创新实训教学模式。将培训课堂设在企业标准化基地或田间地头,由专家现场指导;利用在线课程和远程诊断系统扩大覆盖面,惠及偏远地区农民。最后,构建多元协同的培训供给格局。明确龙头企业对合作农户的培训责任,并将其纳入政策扶持评价指标;支持专业合作社、农业科技园区等社会力量参与培训。对完成培训并通过考核的农民颁发技能认证,赋予其订单承接中的优先权,形成“学习-提升-受益”的正向循环。

5. 总结

本文从辽宁省预制菜产业入手,全面探究这种新出现的业态在乡村产业振兴大环境里给农民收入预期带来的实际影响,经由搭建起包含“需求”、“价格”和“常态”这三块内容在内的分析架构,并且联系到对 821 份有效样本展开实证考察与细致质性剖析之后,找到农民增收微观层面的真正机理、遭遇的结构化难题以及达成共同发展的可行途径。

基于研究,我们提出要真正把预制菜产业的富民潜能转化为现实,政策着力点就要从仅仅扶持做大产业规模转向努力构建一个更有包容力和韧性的产业生态系统。其核心就是让农业生产契合经济和时代

发展的需要,使农民从过去的被动的“原料生产者”向积极的“产业链价值共创参与者”转变。这一过程不仅是龙头企业不再满足于简单的采购关系、通过推广“保底收购+二次分红”等形式创新合作模式与农民结成更加紧密利益共同体的过程,更是政府扮演关键引导和服务作用的时候——既要牵头制定标准合同范本及纠纷调解机制保障农民合法权益;又要大力支持农民合作社向初加工、品牌化等领域延伸增强其议价能力;还要建设区域性公共信息服务平台打破信息孤岛帮助农民按需种植养殖。更要整合各类资源形成“政府-企业-科研院校”共同参与并精准对接产业发展需要的新型农民职业技能培训体系。只有依靠系统性的制度创新和能力建设,才能真正打通利益传导的“最后一公里”,建立起企业与农户风险共担、价值共享的产业生态系统。

参考文献

- [1] 严如贺,张凤平,张忠明.预制菜加工赋能乡村产业振兴的理论框架、增效机制与实现路径[J].农业经济,2024(4):133-135.
- [2] 张晓华,张长峰,刘柳,等.我国预制菜产业发展现状与前景[J].保鲜与加工,2024,24(12):132-137.
- [3] 孙静,张紫雯,杨铭铎,等.预制菜消费意向影响因素分析:基于技术接受模型[J].商业经济研究,2025(16):82-85.
- [4] 姚敏,刘岩,王丹.浅析我国预制菜产业及贸易发展若干问题[J].世界农业,2023(6):138-140.
- [5] 张学靖,项朝阳.预制菜C端消费者购买行为及影响因素[J].中国农业大学学报,2024,29(9):179-191.
- [6] 刘帅.乡村振兴战略下农业产业化发展对农户的影响——评《农业产业化对农户生计的影响研究》[J].广东财经大学学报,2023,38(5):117-118.
- [7] 周艳丽.乡村振兴战略下农业产业化联合体的培育发展研究[J].农业经济,2019(4):27-28.
- [8] 王慧.农业产业链整合对农民收入增长的影响分析[J].农村科学实验,2025(1):24-26.
- [9] 王妮妮.辽宁省农产品加工产业现状分析及对策[J].农业经济,2020(12):89-90.
- [10] 陈涛,杨佳怡,陈池波.农业机械化促进农民增收的作用机制与路径:基于农业生产环节的可分性[J].华中农业大学学报(社会科学版),2022(4):129-140.
- [11] 蔡春霞.数字经济发展对农产品价格波动的影响研究[J].商展经济,2024(14):96-99.
- [12] 姜长云.龙头企业与农民专业合作社、家庭农场发展关系研究[J].社会科学战线,2018(2):58-67.
- [13] 刘珂.小农户和现代农业发展有机衔接促进路径分析[J].河北农机,2024(20):76-78.
- [14] 付长余,刘吉祥,赵炳坤,等.西部地区农业绿色发展对农民收入的空间效应研究——基于收入水平和收入结构视角[J].资源开发与市场,2025,41(2):231-239.
- [15] 孙青山,杨涵旭,魏紫琪,等.专利分析视角下我国预制菜产业的发展态势与建议[J].食品与发酵工业,2025,51(17):424-433.

附 录

预制菜产业发展对农民收入的影响调查问卷

1. 您的性别:
 - A. 男
 - B. 女
2. 您是否从事与农业生产相关的工作
 - A. 是
 - B. 否
3. 您家庭年收入主要来源中, 农业收入占比约
 - A. 30%以下
 - B. 30%~60%
 - C. 60%~90%
 - D. 90%以上
4. 您是否向预制菜企业出售过农产品
 - A. 是
 - B. 否
5. 您向预制菜企业出售的农产品类型
 - A. 蔬菜类
 - B. 水果类
 - C. 畜禽肉类
 - D. 水产类
 - E. 粮油类
 - F. 其他
6. 您所在的合作社/家庭农场与预制菜企业有稳定的合作关系
 - A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
7. 为供应预制菜原料, 您种植/养殖的规模扩大了
 - A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
8. 预制菜企业对您提供的农产品有明确且严格的质量标准(如大小、品相、农残等)
 - A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定

- D. 同意
E. 非常同意
9. 您参与预制菜产业链，参与农产品初加工或精深加工环节
- A. 非常不同意
B. 不同意
C. 一般/不确定
D. 同意
E. 非常同意
10. 您认为市场对预制菜的需求在增长
- A. 非常不同意
B. 不同意
C. 一般/不确定
D. 同意
E. 非常同意
11. 您认为消费者对预制菜的品牌、品质和安全(如原料新鲜、无添加)有很高要求
- A. 非常不同意
B. 不同意
C. 一般/不确定
D. 同意
E. 非常同意
12. 因为消费者的需求，企业愿意为高品质的农产品支付更高的价格
- A. 非常不同意
B. 不同意
C. 一般/不确定
D. 同意
E. 非常同意
13. 预制菜产业的发展，为您销售农产品拓宽了新的渠道
- A. 非常不同意
B. 不同意
C. 一般/不确定
D. 同意
E. 非常同意
14. 与预制菜企业合作，增强了农产品销售的稳定性(减少了滞销风险)
- A. 非常不同意
B. 不同意
C. 一般/不确定
D. 同意
E. 非常同意
15. 与直接向市场销售相比，向预制菜企业供货，使您的农产品销售单价更高
- A. 非常不同意

- B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
16. 您的家庭农业经营性收入因与预制菜企业合作而增加。
- A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
17. 您通过在当地预制菜工厂, 物流等环节工作, 工资性收入有所增加
- A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
18. 您通过入股、出租场地或设备等方式, 从预制菜产业中获得了财产性收入。
- A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
19. 总体而言, 预制菜产业的发展提高了您的整体收入水平
- A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
20. 您能及时获得预制菜企业提供的技术指导或培训
- A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
21. 您对通过参与预制菜产业链实现农民增收持乐观态度
- A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意

22. 您认为预制菜产业是未来农业发展的一个重要方向
- A. 非常不同意
 - B. 不同意
 - C. 一般/不确定
 - D. 同意
 - E. 非常同意
23. 您认为当前预制菜产品在食品安全与卫生保障方面的水平如何?
- A. 非常不安全
 - B. 比较不安全
 - C. 一般
 - D. 比较安全
 - E. 非常安全
24. 您的年龄
- A. 20~30 岁
 - B. 30~40 岁
 - C. 40~50 岁
 - D. 50 岁以上