

上海思甜家禽养殖专业合作社 思甜农产品，安全卫生天然绿色。中国著名品牌，通过ISO9001、ISO14001和无公害农产品认证。
市区直销店地址：黄浦区西凌家宅路160号 传真：021-58233496 销售热线：300亩立体种养示范基地，采用生态循环方法生产无公害绿色农产品。
合作社地址：浦东新区大团镇团新村二团1518号 58233820 13671750473 产品介绍：“联手”牌系列桃园散养鸡、草鸡蛋、水蜜桃、翠冠梨、葡萄和时令蔬菜。

美国农业市场营销中农业供销合作社的作用

【异域传真】

农业市场营销作为在现代化建设中,促进农业生产顺利转型的重要手段,越来越受到中国政府的重视。探索出一条符合中国基本国情、促进农业生产沿着更加高效的方向发展,从而确保农业生产直接与市场挂钩、与消费者需求无缝衔接已经成为当下亟待解决的重要问题。基于此,本文试图通过对美国农业市场营销的考察,在借鉴其发展途径之后,针对中国的客观现实,找出最符合中国农业市场营销的发展途径。

丹麦五个养猪合作社将进行全程无抗生素养殖实验

在欧洲抗生素宣传日上,英国养猪协会(BPEX)养猪专家Helen Clarke有一句精妙总结——对于所有抗生素的使用而言,最简单的规则是使用必要的量,但要尽可能地少。

从今年12月1日起,丹麦皇冠旗下五个养猪合作社将进行全程无抗生素养殖实验。

在全世全球养猪业,丹麦是使用抗生素最少的国家。现在,他们准备更进一步,丹麦皇冠旗下养猪合作社将尝试为丹麦养猪业寻找更为可持续的发展方案。

DC Pork公司CEO加斯帕·弗里斯说:“正是看到日益激烈的关于抗生素的讨论,我们公司联合几个其他公司将开展实验,探索如何实现全程不使用抗生素养猪。”

从今年12月1日开始,博恩霍尔姆岛上的5养猪生产企业将正是开始全程不使用抗生素的实验。

来自丹麦皇冠的顾问组将配合当地的技术顾问和来自丹麦养猪研究中心(VSP)及其他相关专业人士对实验全程进行监督。监督的目的在于保证实验过程中满足动物福利要求,并且患病动物得到抗生素治疗,且被治疗的猪将被移出无抗生素饲养群。

在实验的育肥场,我们将尝试研究从断奶到育肥完全不使用抗生素是否可行,而在参加实验的自繁自养场,我们将验证仔猪从出生到出栏全程不使用抗生素的可能性,加斯帕说。

全程不使用抗生素将增加饲养的成本,并且环境卫生要求更高因此劳动力付出更多。所以丹麦皇冠也将考察这样的猪肉是否存在市场,在商店中,这些肉将会以更高的价格出售以抵消增加的成本。

农业供销合作社的意义

农业合作社是持续推进新型农业经营体系、促进现代农业发展的重要载体,同时也是发展现代农业、促进农民增收增收、建立农业可持续发展长效机制的重要新型经济组织形式。而市场营销则是农业专业合作社发展壮大的关键,也是实现农民增收增收最为重要的环节。市场营销不仅与传统意义上的农业生产关系密切,而且与“生产—产地经销商—批发商—销地经销商—消费”整个流通链的每一个环节都息息相关。比如就生产而言,如若能充分发挥市场营销的积极作用,解决好农产品的市场销路问题,就很大程度上解决了农业生产的小生产与大市场的矛盾,就能有效调动农村富余劳动力,提供更优质的生产服务从而使得农业生产的附加值提高,进而对促进农村就业、农业经济可持续发展(保护生态)、农民增收等方面都有重要的推动作用。在当今快速发展的互联网时代,一些具备现代营销理念及现代营销手段(如电子商务B2B、B2C、C2C)等新兴的商业模式应用到的电子工具)的农业合作社往往为农业经济全面快速可持续发展、农村经济产业结构调整、农民增收致富、民生不断改善等提供了良好的机遇。

美国农业市场营销中的农业供销合作社作用

根据美国农业部(USDA)农业供销合作社统计年鉴(2012)统计。截至2012年年底,美国的农业合作社数量达到了2238家,社员总数超过210万人,比美国家庭农场的总数还多,这是因为一个农场主往往参加了多个农业合作社。统计表明,美国农产品总量的80%是由农业合作社加工的农产品所构成的;同时,美国全部农产品的出口贸易中,高达70%是由农业合作社完成的。因此,美国的农业合作社对于农业市场营销有着极其重要的地位。

从农产品流通上看,作为拥有完善农业科技水平和农业经济制度的世界农业大国,美国的农业生产产量巨大,按市场规律,当供给大于需求时,就会造成产品的滞销,而美国尽管连年丰收,却很少出现农产品滞销的困境。很重要的一个原因是在农业市场营销领域,美国形成了一套以农业供销合作社为核心的供应链,大幅提升了农产品流通效率。

农业合作社是一个集生产、营销、融资和仓储等多种功能于一体的组织。合作社是一种互助性质的企业,可以省去中间零售商等环节,降低成本,提高效率。就中小农户而言,他们缺乏仓储运输能力,而合作社可以弥补这方面的不足。农户及时将收获的农产品送到就

近的合作社,合作社利用自身资源,统一调配,整合包装社员的农产品,使得农产品的附加值增值并具有较强的市场议价力,从而更利于营销中的品牌打造。

合作社往往掌握着较为全面的供求信息,拥有本地历史的产销数据,在需求及市场谈判方面,能够形成足够的力量统一与进口商等合作伙伴进行洽谈,并达成销售协议,缩减了农产品流通链中不必要的环节。此外,在本地市场饱和的情况下,农户往往陷入困境,而合作社基于其强大的信息协调及运输能力,助力将农产品销往外地甚至出口到国外。

美国农业供销合作社的组织结构

通过全面考察美国农业合作社的发展过程,不难发现拥有一个结构完整、内容齐备的组织架构,是顺利实现农业合作各项事业稳步推进的基本前提和保证。

美国在长期农村供销合作社的探索过程中,其构成层次逐步发展成为由政府以及民间两大主体参与的组织形式。在政府层面上,为确保农业市场营销顺利开展,政府大力推进由合作推广服务部门及农业合作服务机构为代表的两大核心部门建设,在这两大部门的积极努力下,当地农业市场营销活动,不仅仅能够得到必要的管理服务、农业信息支持以及必要的教育帮助,还可以帮助更多的农民建设起更多种类的农村供销社,扩大服务规模。就民间结构分析,又可以分为两大类组织方式:一类是以全国性及专业性的社会服务团体为代表进行的规模较大的服务;另一类是将服务重点放置在对地方性的区域性合作社组织。不同行业的农业供销合作社服务的重点可以集中在政治上,也可以专注于经济上,还可以从立法、教育等方面为广大农民提供真正高质量的指导,它们的存在为广大农场主提供了全面而及时的服务。

对中国农业市场营销发展的建议

随着中国农业经济的不断发展,农民专业合作社已成为中国农业经济发展中一种新的组织形式和连接“小农户”与“大市场”的平台。尽管近些年农业合作社得到快速发展,取得一定成效,但仍存在一些问题值得重视,总



体规模偏小;资本“集中化”;负责人“干部化”;治理结构“形式化”;经营水平和自我发展能力不高,过度依赖政府等。此外,营销模式复制严重也是问题之一。当一个地方的农民专业合作社项目搞得很有成效时,往往会吸引很多地方政府前来“取经”,取经后往往盲目跟风,将模式在当地直接复制推广,而这样往往很难成功。对此,笔者认为,应该从以下方面,来提升农业市场营销的发展:

一是通过机制创新规范引导农业供销合作社。美国农业市场营销的关键在于其高效科学的农业合作社经营组织方式,合作社在农产品流通营销和流通中都有重要作用。当前中国合作社处于发展阶段,应正确引导合作社,使其向组织体系分明、各级分工明确,提高农民组织化程度,保护农民利益的方向发展。而政府应在健全法律法规和政策扶持上支持合作社的发展。

二是加大资金投入和技术援助。美国关于农村供销合作社的支持,大部分都集中在非资金方面,其中包括技术、研究以及服务等。虽然在资金方面对合作社的投入有限,但合作社的发展却和其他企业是一样能够享受同等资金来源。农业供销合作社在中国的发展,同样也需要加大资金投入和技术援助。政府依据当地农业的实际情况,相应制定适宜的支出(如资金及技术支出),合理编制合作社运营财政预算。依照市场发展新趋势,帮助农民制订相应的农业生产计划,进一步拓宽农产品发展新业务。

三是大力培养高素质营销人才。现代营销方式与传统营销方式相结合培养高素质营销人才,对农产品的产出规划,产品形象设计、宣传,产品销售渠道建设及客户开发维护等多方面、深层次的分工合作管理,促进农民专业合作社的科学运作。

李靖

新主体·人物

一位农民专业合作社社长的“网上淘金”

——记浙江桐乡市缘缘食用花卉专业合作社社长缪文建



“你在阿里巴巴上搜‘缘缘菊业’,我们所有信息都挂在上面呢!你有微信吗?加我吧,网上聊!”日前,在浙江桐乡市缘缘食用花卉专业合作社里,55岁的社长缪文建拿着手机,正大声回答客户的咨询。一时说不清楚,他就让客户去合作社的网店、微信上了解、留言。

打开电脑,登录合作社的网站,一条条外地客商求购杭白菊的信息立即呈现在缪文建的眼前。在与一位福建客商谈妥后,缪文建问明对方的收货地址,随即把信息转发给副总经理缪悦啸,装好货、填上快递单,一笔交易就算完成了。

“独坐中军帐,悄悄把网上,手中有宝贝,胜过诸葛亮。”缪文建是个会赶时髦的农民,2004年6月,他组建了桐乡市缘缘食用花卉专业合作社。合作社与农户以“订单”方式合作,带动周边3000多户农户种植杭白菊,形成了3500亩无公害基地。合作社从一个两人的小作坊变成30多人的浙江省示范性农民专业合作社。

凭借稳定优质的货源,合作社的产品备受市场青睐,年销售额达到1000万元以上,在杭州、上海等地设立的销售网点也增加到

5家。可是,当缪文建尝试继续增加营销网点来带动销售量时,销售额和年利润增幅却并不明显。

2011年,正当他为如何做大市场发愁时,还在读研的儿子缪悦啸无意中向他提起:“你可以搞个网站,在上面作自我推广。”于是,缪文建利用网络建成模板在阿里巴巴上注册了一个网站。很快,第一笔生意就做成了。“杭州网友买的,35块钱。”

试水网络营销后,让“缘缘”杭白菊越卖越好。不过,由于缪文建对网络不够熟悉,合作社又缺乏这样的人才,网店缺乏特色,加上长期不打理,几个月下来,销售额逐渐下降。

正当缪文建倍感棘手时,2012年5月,在乌克兰留学的儿子缪悦啸回来了,他决定留在家乡,帮助父亲“网上淘金”。这个经济学硕士毕业的80后小伙很有闯劲,在对全市的

业内网店进行了一番研究后,缪悦啸开始“招兵买马”,对原有的网站进行重新布局、改动,做精内容,还通过了阿里巴巴的产品实地认证,当年网店的销售额就达到了100万元以上。

在国外留学的几年里,缪悦啸就一直尝试向俄罗斯、乌克兰等国推广杭白菊,并取得成功。如今,他决定借助互联网的优势打开国外市场。2013年6月,合作社成为全省首家获得自营进出口经营权的杭白菊企业。去年,缪悦啸拿到了好几个来自国外的大订单,其中一个订单额就达到300多万元。

缪文建说,瞄准网络营销以后,合作社的年销售额保持在2000万元以上,其中由网络带动的销售额占到了一半以上。缪文建打算再招募几名大学生,专门打理网店、微信,把线上的生意红火火地做起来。

宋彬彬