

农民合作社政策应平衡好支持与规制

【核心提示】支持(或扶持)和规制(或规范)作为合作社治理的两大主要策略,在逻辑上两者并不矛盾,也不是绝然对立的。鉴于合作社带动小农户的独特功能,规范肯定是要支持的,不规范肯定需要规制,而规制是为了更好发挥合作社功能;因而支持与规范是一个互为统一、相互平衡的关系,某种意义上规制也是一种支持的表现。

□钟真

马克思主义政治经济学原理表明,发展合作经济是社会主义农业经济的本质特征,合作经营是农业经营体系中不可或缺的经营方式,农民合作社也是中央强调要“突出抓好”的两类经营主体之一。2021年的中央一号文件再次强调,“推进农民合作社质量提升,加大对运行规范的农民合作社扶持力度”。基于合作社出台十余年来的发展实践看,“规范发展和质量提升”将成为“十四五”期间农民合作社发展的“主旋律”。

那么究竟该如何规范、如何提升、依据何在?不仅需要理论界的答案,也需要实践中的探索。但关键是在“本源”上认识中国合作社发展的特点。由于中国农民合作

社是在家庭承包经营近30年和乡镇企业等为代表的经济组织发育多年之后才正式拿到“身份证”进入市场的,并且曾一度被赋予了提升农民组织化程度、提高小农户市场话语权,以破解“公司+农户”模式缺陷的“重任”,因而它从一开始就面临强大的市场竞争和高度的“政策关怀”。这使得多数合作社偏离了经典合作社理论关于成员身份的“所有者与惠顾者相同一”原则。尽管西方国家也存在着类似的“偏离”,但中国尤甚,表现为各种形式的“不规范”。那么,这种状况在多大程度上导致了当前合作社发展的“不规范”,是否会阻碍合作社功能的发挥,其持续演化是否影响新时代农业合作经济的繁荣?

当前,中国的农民合作社发展已经从各种“十字路口”走到了“无

人区”,我们面临的不再是“向左转还是向右转”的问题,而是“如何走好自己的路”的问题。如果成员高度异质性条件下,所有者与惠顾者的同一性也高度差异化是中国农民合作社的“基因”,那么具有这种“基因”的合作社能否撑起市场化条件下繁荣合作经济的重任,并与家庭经营、企业经营等经营方式一道共同推进中国特色农业现代化?答案应该是肯定的,但要平衡好支持与规制两种策略,进而为世界提供繁荣农业合作经济的中国方案。

支持(或扶持)和规制(或规范)作为合作社治理的两大主要策略,在逻辑上两者并不矛盾,也不是绝然对立的。鉴于合作社带动小农户的独特功能,规范肯定是要支持的,不规范肯定需要规制,而

规制是为了更好发挥合作社功能;因而支持与规范是一个互为统一、相互平衡的关系,某种意义上规制也是一种支持的表现。所以,合作社治理策略往往是支持与规制为主

的某种组合措施。按照交易成本理论和契约理论,在市场完善和交易费用为零的情况下,政府采取何种治理策略,其经济结果都应是一致的。但现实中要素市场并不完善,交易费用也不可能为零。因而,有效平衡支持与规制的手段将成为农民合作社政策需要处理的关键。那么,如何将有限的政策资源,通过有限的规范化建设,实现“不断增强农民合作社经济实力、发展活力和带动能力,充分发挥其服务农民、帮助农民、提高农民、富裕农民的功能作用,赋予双层经营体制新的内

涵,为推进乡村全面振兴、加快农业农村现代化提供有力支撑”的目的,就需要充分认识中国农民合作社独特的演化规律,准确把握在成员异质性基础上围绕成员身份同一性程度来分类施策的原则。我们认为,针对规范性程度较高的合作社,治理策略应以支持为主,如果其绩效偏低有必要进行“政策救助”;针对规范性程度较低的合作社,治理策略应以规制为主,如果发生合作社性质异化应依法加以清理整顿,避免占用公共资源甚至套取政策扶持资金;针对规范性程度处于合作社绩效最优区间时,治理策略应以引导为主,在让市场机制发挥决定性作用的前提下通过政府引导发挥其更大的示范带动效应。

(摘编自《中国农民合作社》)

乘势而力促生鲜电商快速健康发展

□康春鹏

随着“宅”经济的兴起,生鲜电商逐渐成为人们获取生活物资的新渠道,其发展不仅影响人们的生活方式,也正在对行业进行重塑。

一是渗透率进一步提升。疫情给生鲜电商平台带来了难得的发展窗口,催生了大批新用户,特别是平时无法触及的中老年用户。此外,还培养了用户线上购买生鲜的习惯。疫情之后,一部分线上用户可能会重返线下门店,一部分用户会继续留存。总的来看,生鲜电商渗透率有望进一步提升。在线下实体用户和线上渠道用户会出现回落分化之前,电商平台需要持续提升服务质量,将已经获得的用户转化为线上高频用户。

二是线上线下进一步融合。随着超市到家业务在疫情期间的高速增长,将会有越来越多的商超开辟线上销售渠道,积极上线自建APP或微信小程序,抑或加速入驻第三方电商平台。同时,社区生鲜团购也有望得到进一步发展。但是生鲜电商还需不断优化创新运营和商业模式,积极构建全产业链配置,进行全

渠道资源深耕,更好地推动生鲜电商线上和线下融合发展。

三是头部平台进一步凸显。对于生鲜电商平台而言,供应链能力是成功的关键,要立于不败之地,就需要不断拓展供应链的广度和深度,建立数字化的智慧供应链体系。但是供应链的建立和维护需要投入大量的资金,相应也会带来更大的市场风险。生鲜电商企业比拼的不仅是用户规模,更重要的是精细化运营能力,那就迫切需要企业在供应链、仓储、即时配送、流量等方面进行全方位布局,这就需要电商企业投入大量的资金和资源。因此,只有具备供应链或资本优势的头部超市和生鲜电商平台才能持续深耕,其价值也将进一步凸显,强者恒强。

疫情期间,生鲜电商企业迎来短暂繁荣,但从中长期来看,疫情并不是生鲜电商企业发展的强心针。

从短期看,生鲜电商暴露出的问题主要有:一是“最初一公里”中采摘、加工等环节人工不足,导致成本上涨;二是交通运输和物流速度受疫情影响较大,难以确保生鲜农产品质量和新鲜度;三是生鲜电商企业和生产者缺少直接联系,货

源不稳定,断供现象时有发生;四是“最后一公里”体验较差,主要是配送员不能进小区,且配送时效性差。随后几大电商平台推出了“人才共享”计划,大大缓解了疫情期间的人才供需矛盾。

从中期看,疫情虽然让生鲜电商平台短时间内获得了大量的增量用户,并培养了线上消费习惯,在一定程度上提高了生鲜电商渗透率。但疫情结束后,用户会恢复“理智”,只会留下1-2个体验好的平台,很多用户会流失。如何留住增量用户,将成为生鲜电商企业生死存亡的关键,尾部企业将加速淘汰出局。

从长期看,供应链脱节、冷链物流发展滞后,生鲜产品标准缺失、品质和成本管控难等问题还将长期存在,并成为制约生鲜电商健康快速发展的主要因素。

生鲜电商企业要乘势而为,加快补短板、强弱项,不断提升服务质量和效率。各级政府部门也要把生鲜电商作为关系到农民“钱袋子”和居民“菜篮子”的民生工程来抓,在冷链物流、供应链、标准化等方面加强指导和支持。

一是优化冷链物流配送体系。

加大田头集货、产地预冷、冷藏保鲜、冷链物流、集货仓储等配套仓储物流基础设施建设,为生鲜电商提供冷链服务。支持生鲜电商企业在城市社区设立生鲜配送点、便利店、自提点和提货柜。鼓励生鲜电商企业依托农产品批发市场,探索满足城市日常消费的“批发市场+宅配”模式,减少农产品的流通环节,提升配送时效。

二是加强供应链建设。加强产地与上游供应商的直接合作,产地直采缩短供应链,减少了生鲜农产品的流通环节,提高了农民的收入,使消费者获得实惠。利用大数据、物联网等现代信息技术,建立智慧供应链,提升供应链环节的紧密性和敏捷性,推动生鲜电商供应链向产业链两端延伸,实现生产端与消费端之间的智能化联结。

三是加强质量标准化建设。政府部门应尽快出台统一的生鲜农产品电商交易规范,同时联合企业和行业协会制定行业标准,加快生鲜农产品标准化进程。政府部门还应该加快构建农产品质量安全溯源体系和信用评价机制,确保消费者线上购买生鲜农产品“买得放心、吃得安心”。

(摘编自《新三农》)

莫让基层干部变“手机奴仆”

□买天

不少基层干部“吐槽”:每天出门要带五六部工作专用手机,里面是各部门不同的工作系统要填报,以及各种各样工作微信群要应对,真是应接不暇,忙得不可开交。

手机APP、微信工作群等现代办公平台的合理使用,可以减轻信息报送等方面的奔波之苦,有助于提高工作效率。但凡事过犹不及,一味追求“屏上展示”和“群来群往”,搞得基层干部疲于应付,难以沉下心来工作,则会消耗他们听民声、解民忧、办实事的时间精力,工作效果也将大打折扣。

对此,有关部门应多接一些地气,在督查工作方面,既要善于挖掘利用手机等新手段、新平台的优势,又要注意防止网络时代新的形式主义干扰,保证基层干部轻装上阵,促使他们在解决实际问题上投入更多精力。

(摘编自《中国青年网》)

多向农民宣传民法典

□柯利刚

“民法典”是如今的热门词,但媒体的宣传多偏向于市民群体,在一定程度上存在“城热村不热”的现象。民法典中的“民”,既包括市民,也包含农民,此外,农民的法律知识较之市民更为短缺,因此,民法典宣传工作,除了面向市民,更要多面向农民。

多向农民宣传民法典,于国于农,意义重大。民法典对于农村土地“三权分置”、村集体特别法人资格等,都有专门的说明和规定,做好相关宣传,有助于广大农民更好地把握未来发展趋势,有利于推进“三农”发展和城乡融合。相关机构和部门一定要摸清农民的兴趣点,创新工作的着力点,推动民法典宣传入村入户、入耳入心。

(摘编自《农民日报》)

心系人民才能切实做好乡村振兴工作

□张旺

中国共产党根基在人民,血脉在人民。人民是历史的创造者,是决定党和国家前途命运的根本力量。党团结带领人民进行革命、建设、改革,根本目的就是为了让人民过上好日子,无论面临多大挑战和压力,无论付出多大牺牲和代价,这一点都始终不渝、毫不动摇。

脱贫攻坚取得胜利后,要全面推进乡村振兴。对我们来说,推进乡村振兴是利国利民的大举措,也

是一项考验。党员干部作为巩固脱贫成效、接续乡村振兴的中坚力量,要勇作“排头兵”,肩负着实现农民富、农业强、农村美的重任,争当推进乡村振兴战略的拓路者和模范生。

推进乡村振兴要听民声知民情。这就要求我们基层党员干部必须“接地气”。如果党员干部只是坐在办公室等问题,那就像和群众隔了一道门、关了一扇窗,村民更不会主动把问题带到办公室来反映。我们党员干部要融入农村,融入群众,和群众打成一片,走到

村民家中,与他们同坐一张板凳,主动去找问题,找“麻烦”,这才能消除村民心里的隔阂。党员干部只有切实掌握基层实情,深入农舍村户、田间地头倾听民声、了解民情,才能真正将农村面临的问题挖掘出来,寻找到合适的并符合当地乡村实际的发展路子。

推进乡村振兴要问民需、知民困。党员干部要认真学好、落实好相关政策,站在群众的角度思考问题,和群众讲掏心窝的话,这样才能真正知晓民需、了解民困。只有坚持倾听人民群众的意见,落实

好相关政策,人民群众生活才能真正得到实际改善;把群众呼声作为“第一信号”,把群众需求作为“第一选择”,把群众利益作为“第一考虑”,把群众满意作为“第一标准”,才能把乡村振兴工作做到实处,带领人民群众走向共同富裕。

在新时代,基层党员干部只有不断提高自身能力水平,坚持“以人民为中心”的发展思想,始终把全心全意为人民服务的宗旨记在脑子里,刻在心头,才能带领群众开启乡村振兴的新篇章。

(摘编自《中国青年网》)