[政策动态]

农业部部长韩长赋：

促进新型农业经营主体健康发展

日前，农业部部长韩长赋在黑龙江调研农机合作社时强调，要进一步深化农村改革，创新农业经营体制机制，大力扶持农民合作社等新型农业经营主体，发展适度规模经营，积极探索符合中央要求、适应本地特点的改革路子，推动传统农业向现代农业跨越发展。

这几年，黑龙江大力推进农业机械化，发展适度规模经营，一批农机合作社应运而生，成为农村改革的亮点。克山县仁发现代农机合作社是全国农民专业合作社示范社，盛夏时节，合作社万亩马铃薯高产示范田里薯花盛开、充满生机，一台台农机在穿梭移动、施肥作业。韩长赋走进薯田，详细了解马铃薯种植、单产、株数、销售和深松整地效果等情况，叮嘱合作社社员加强田间管理，严防病虫害发生，确保再夺丰收。韩长赋还来到仁发村村民祈秀臣家走访，了解土地经营、家庭生活情况，看到院子里种满了各类蔬菜，称赞房前屋后土地利用得好。随后，他来到仁发合作社会议室，与社员代表进行座谈，听取了理事长李凤玉和社员代表杨斌等关于规模经营、管理方式、分配机制、面临困难、下一步发展方向等方面的介绍，对仁发合作社以土地分配为主、国投收益平均分配、公积金等同个人投资、合作社没有无主财产、实行民主管理、入社自愿退社自由、农机单车核算的做法给予了充分肯定。

他指出，仁发合作社在李凤玉的带领下，探索和创造的经验难能可贵，发展了现代农业、增加了农民收入，农民赢得了尊严，各地情况不同，农业生产规模不能复制，但体制机制可以学习借鉴。他认为，农村工作之所以重要，因为搞的是“三农”；之所以艰难，是要解决“三农”问题；之所以意义重大，是要统筹城乡发展。仁发合作社的创造和探索，符合农村改革的方向，既解决了效率问题，又解决了公平问题；既解决了农业问题，又解决了农民问题；既解决了利益问题，又解决了民主问题。归根到底，既解决了生产力问题，也解决了生产关系问题，是在稳定土地承包关系、坚持农村基本经营制度的基础上，实现“第二次飞跃”。中国的农民合作社一定会搞好、搞强、搞优，也必将走出一条路子。韩长赋勉励合作社继续探索实践，结合自身实际，发展畜牧业、贮藏保鲜和初级加工业，延长产业链条，培育出自己的品牌，形成与管理者能力、机械生产能力、资金支撑能力、规避和抵御风险能力等相适应的土地规模，保持生命力、竞争力。

目前，像仁发这样的合作社，黑龙江共有100多家。韩长赋还到绥棱县双合现代农机合作社调研。看到合作社机库里，一排排农机具整齐排列，他对合作社规范的农机保养管理表示满意。听说合作社入社土地3万亩，还代耕3万亩，韩长赋对这种做法予以充分肯定，指出，农机合作社要发挥农机化的作用，在保证入社土地经营的同时，可以开展土地半托管或全托管，提高农机使用效率，带动规模经营，促进合作社发展，这也是生产力带动生产关系，合作社与农业社会化服务相结合。 **赵经平**

四川成都蜀上锦生态蔬菜联合社

织“网”两年难题待解

凌晨1点，四川成都蜀上锦生态蔬菜联合社的配送员已经装车待发，他们要为联合社的300多户会员送去最新鲜的蔬菜。定位于高端市场，蔬菜平均售价在8~12元/斤的蜀上锦联合社从正式成立，到现在已有2年时间，客户数量逐渐增长，而网络正成为其开拓市场、寻找客户的重要平台，但也遇到诸多难题。

B2C网上商城
业务量低于预期

蜀上锦联合社成立于2012年5月，由成都市郫县境内的12家蔬菜合作社和2家农产品流通企业共同组建，除了要承担起搭建郫县生态蔬菜销售平台，建立农产品质量安全追溯体系，创立郫县农产品公共品牌“蜀园”的职责外，蜀上锦联合社也尝试着发展生态有机蔬菜的会员配送业务。

2013年被联合社CEO龙飞视为发展电子商务平台至关重要的一年。按照他的规划，未来“网上交易、网下配送”将成为联合社事业发展的重要模式。为了实现网络经营与实体经营的融合，拓展产销对接新形式，结合食品安全追溯系统，联合社还专门建立了B2C交易网站，为农产品的网上交易奠定基础。登陆可以发现，网上商城位于联合社官网二级页面，商品分类为蔬菜、蔬菜套餐、盆栽蔬菜、禽肉蛋类以及粮油副食五大类。目前上架的仅为前面三类，且品种不多。

龙飞介绍，按照最初制定的目标，是希望网上商城实现2013年全年网上销售10万以上、网上注册会员1000人以上。“目前看来，这一目标没有达到。”龙飞表示。

全方位网络营销
难解生鲜农产品难题

与网上商城建设同时进行的还有全方位的网络营销。“有机蔬菜是一种比较新的概念，而且就蔬菜的价格来说也比较高，接受这样的新事物和比较昂贵的东西，需要这样的消费人群：一是观念比较新，比较善于接受新事物的人群；二是有一定消费能力的人群；三是对自身身体健康非常重视，注重养生的人群。”龙飞表示，根据客户人群定位分析，联合社制定了详细的网络营销方案。

“本地人气论坛、网上购物网站、微博、博客是营销重点。”龙飞说，联合社专门聘请了人员撰写、收集用户的体验文章，期待通过对蔬菜的选种、种植、保存、运输等过程的呈现，打造一个绿色无污染、生态健康的绿色蔬菜形象。此外，联合社还拿出资金在当地网络媒体策划专题、进行搜索引擎排序竞价、百度问答等尽可能多的网络平台进行营销。

虽然投入了大量人力物力，但效果却不如人意。根据统计，目前来自网络的客户比例仍不到50%。“与工业品销售不同，生鲜农产品还存在诸多难题。”龙飞说。

蔬菜现采自联合社自己的基地，虽然保证了产品的品质，但一到三四月份和八九月份的春秋淡季，联合社便无菜可卖或是品种十分单一，而且自然灾害也可能对货源产生影响。

如何赢得市场信任也成为联合社业务拓展的棘手问题。“有机生态蔬菜在种植过程中不施农药化肥，往往卖相较差，如何让客户相信蔬菜的品质也是一个难题。”龙飞表示。

此外，配送时间也是影响客户体验的重要因素。“目前我们的客户分布在成都市区和二圈层区县，配送员需要近8个小时才能全部配送完成。”如果业务量进一步拓展，龙飞对配送时间的精确管理仍感到担忧。

缺资金 少人才
生鲜农产品电商门槛高

既然企业自己搭建的电商平台很难获得流量，为何不利用当下热门的电商平台呢？龙飞说，其实联合社也想过在淘宝、京东上开店，但苦于找不到具有相关经验的人才。“去年我们联系了多名网店运营人员，但都因为对方待遇要求太高而不得不作罢。”龙飞表示。

联合社面对的处境并不是个案。四川省农民专业合作组织网副总编辑齐管劳介绍，在四川农民合作组织名录系统收录的3万多家合作社中，自行开展电子商务的屈指可数，虽然产品极佳，但人才和资金是两大难题。

成都市农村电子商务协会会长章继刚就曾接触过一些尝试搞电子商务的合作社，最后因为人才和资金缺乏而不得不作罢。章继刚介绍，目前一名经验丰富的网店运营人员的年薪在15万以上，而且要在海量商品中脱颖而出，营销推广费用不菲，更不用说生鲜农产品本身存在的物流、标准化难题。 **张艳玲**

[相关]

湖北超千家合作社进驻“楚合”

在湖北各大城市，合作社进社区办直营店已经比较普遍。可单个合作社的产品链并不丰富，如何让合作社联合起来办超市？他们需要一个共同的“家”，那就是楚合商城。

楚合商城，是一个以湖北农业信息网为载体，政府主导推动，专业供全省合作社产品网上展示、购物网站和网下实体直营店于一体的电子商务直销平台。只要湖北合作社的工商税务登记、代码证、产品认证等信息齐全，就能进驻楚合商城。目前，已有1000多家合作社登陆楚合商城实现网上销售，全省70%的合作社直销店都使用了“楚合商城”标识。

湖北省明确要求合作社将信息网络建设作为申请财政项目补助的必要条件之一，目前，全省大部分合作社已做到了有网站、有电脑、有网线、有信息员。湖北省农合办副主任黄国源介绍，通过集中共建楚合商城这个网络数据平台，各合作社信息员按照统一标准负责完善各自商品信息、注册信息、所获荣誉、联系方式等线上数据资料，由楚合商城统一提供专业客服人员，统一直销店形象，常年面对农民专业合作社实行免费招商，各合作社自行负责线下交易物流发货。这样一来，降低了合作社开展电子商务的成本，提高了交易的可行性。

抱团加入楚合商城后，合作社可以自行确定一个全省统一零售价，各店面再按销量提点。枝江市天盈蔬菜农民专业合作社负责人周金龙认为，通过楚合商城的合作社直接对合作社交易，减少了农产品交易两个以上的批发中转环节，至少节省了20%的利润。 **乐明凯**

[选载·文化建设]

本书抓住了关系合作社发展的重点人物，体现了依法指导的鲜明特色，系统介绍了农民专业合作社的基本知识。

农业部农村经济体制与经营管理司
农业部农村合作经济经营管理总站
农 业 部 管 理 干 部 学 院

合作社文化是指合作社组织的核心理念以及体现核新理念的意识、伦理、精神等元素的总合，它是合作社制度存在和发展的精神依据。合作社精神是现代意识与合作社个性结合的一种群体意识。

合作社文化的内涵(选载五)

创新精神。创新是适应信息化和经济全球化的客观要求。面对今天这个信息化、经济全球一体化时代，如果每个人与市场不结合在一起，不去创新，这个经济主体就没法生存。创新与风险相伴而行，这就需要营造一种鼓励创新、积极向上的开拓性企业文化，以形成不畏风险、勇猛精进的良好氛围。市场风险的不可测性，让多数中国农民一时还难以适应。家底较薄弱的、以家庭为单位的竞争模式面对风云变幻的大市场，显然制约了农民财产性收入的快速增长，也制约了农村经济的发展。所以，组织化程度的提高带有必然性。当然，这种组织化显著有别于以地域性集聚的村级组织，更区别于改革前僵硬体制下的人民公社。改革开放以来，农民专业合作社风起云涌，发展势头迅猛，在农村发展市场经济的舞台上，显示出强大的生命活力，为当前的社会主义新农村建设提供了健康持久的推动力。市场经济环境中的农民合作组织，建立在自愿、民主管理的基础上，是对农村要素的一次大重组，它的惊人能量将进一步地显露出来。

合作社文化的作用

伴随着对人性假设的不断认识，现代管理及其理论先后经历了经验管理、科学管理，现在正步入一个文化管理的时代。文化管理是以人为中心的管理，其对人性的基本假设是将人视为自我实现的人。组织文化的目的，就是要在组织内部倡导和营造一种积极健康、活泼和谐的精神氛围。做组织文化的各项工作都集中指向这一核心点。解决好这个问题，就会对组织的各方面的工作起到良好的推动作用，就体现了组织文化的价值。

(1)组织文化是形成组织效能的共同认知系统。组织文化使每个员工知道组织提倡什么、反对什么，怎样做才能符合组织的内在规范要求，怎样做可能违背组织的宗旨和目标。文化是共同认知下形成的一种氛围，在这样一种氛围中，即使不认同的人也会逐渐同化。

(未完待续)