

[政策动态]

# 湖北破解合作社“成长的烦恼”

## 农机3·15保障农机消费者合法权益

3月15日,全国“农机3·15”消费者权益日主场活动暨江苏省“农机闹春耕”系列活动在江苏省姜堰区举行,同时山西太原、黑龙江哈尔滨、山东菏泽、广西南宁、陕西汉中、云南昆明六大分会场一齐联动,更广泛地营造了维护农民合法权益、助推农机转型升级的良好氛围,这也是农业农村部农业机械试验鉴定总站联合中国农业机械化协会首次在全国范围内统一行动,组织“农机3·15”主题活动。

农业农村部农业机械试验鉴定总站负责人表示,此次活动旨在深入贯彻《国务院关于加强推进农业机械化和农机装备产业转型升级的指导意见》和农业农村部全国春季田间管理暨春耕备耕工作视频会议,以及农业农村部等七部门联合召开的2019年全国农资打假专项治理行动电视电话会议精神,加大宣传力度,提高农民朋友在购买、使用、维修农机方面的权益保护意识,举全行业之力,推进农机质量不断提升,助推农机化高质量发展。他希望,广大农民朋友要自觉提高依法维权意识和维权能力,理性消费,自觉抵制农机销售和服务中的侵权行为;农机制造、销售、维修服务企业要增强质量主体责任意识,遵纪守法、积极创新、提升质量、诚信经营,为广大农民朋友提供高质量的农机产品和优质服务;各级农机管理部门及相关机构、行业组织,要强化质量监管责任担当,加强体系建设,完善制度,创新方法,认真做好农机鉴定、质量调查、投诉监督、维修管理等工作,维护农机消费者合法权益,助推农业机械化和农机装备产业转型升级。

在姜堰主场,农业农村部农业机械试验鉴定总站、中国农业机械化协会联合地方农业农村管理部门向农机生产、销售、维修服务企业发出倡议:严把产品质量关,严格执行标准规范,不生产、不销售假冒伪劣农机产品,不误导和欺骗消费者,依法实施“农机三包规定”,不断提升服务质量。现场发放了《农机质量与监督·农机用户购机指南》、农机投诉服务卡等宣传材料,开展了农机新产品展示和投诉受理咨询,发布了《“大马拉小车”问题农机产品消费警示》,指出了“大马拉小车”问题产品的危害以及如何辨别“大马拉小车”问题产品,提醒广大农民朋友在选购农机产品时一定要擦亮眼睛,不要被不法不良企业蒙蔽而购置“大马拉小车”问题产品,使自身权益受损;同时启动了2019年全国插秧机质量调查工作。

同期启动的江苏省“农机闹春耕”成为系列活动一大亮点,现场集中展示和演示了12类200多台套现代农业装备,无人驾驶成为重头戏,进一步诠释和丰富了江苏设施农业“机器换人”工程的内涵,呈现了智慧农业的未来景象。

江苏省农业农村厅副厅长沈毅表示,“农机闹春耕”将在“闹”字上担当作为,在“实”字上狠下功夫,通过送检下乡、送科技下乡、送知识下乡、送维修下乡、送政策下乡,让农民群众有更多的获得感,打好农机春耕备耕漂亮仗。

中农

“开展合作社规范提升行动,深入推进示范合作社建设。”刚刚发布的2019年中央一号文件释放信号:农民合作社发展将从“数量扩张”转向“质量提升”。

农民合作社,是连接小农户和现代农业发展的纽带。湖北省农民合作社起步早、发展快,经工商注册登记的农民合作社总数超过9万个,他们已成为带领农民参与市场竞争和品牌化经营的生力军。然而,一些合作社发展水平不高、经营机制不灵活、合作意识不强等问题凸显,无法满足现代农业发展的新要求。

破解“成长的烦恼”,走高质量发展之路,农民合作社正面临一场全面的转型。

### 告别分散化 全省一半以上农民有“娘家”

2月20日,刚过正月十五,仙桃卫祥水产养殖专业合作社就迎来了两位水产养殖户,他们要求加入合作社。

合作社理事长易卫祥与他们一番交谈,初步了解两位渔民的生产状况,并在合作社微信群里进行公示,得到多数社员的认可后,两位渔民顺利入社。

仙桃卫祥水产养殖专业合作社成立于2011年,入社社员245名,去年合作社在近万亩的养殖水面上创出3亿多元的产值。该合作社推出“两个5%”,即统一采购生产资料,价格低于市场价5%;收购社员产品,价格高于市场价5%,让农民得到实实在在的好处。“跟着合作社干,吃不了亏。”每位社员心中有一杆秤。

长久以来,千家万户延续单打独斗的经营模式,小农户与大市场之间信息不对称,抗风险能力弱、市场竞争能力不足,常常让农户束手无策。

农民合作社应运而生,一头连农户,一头连市场,形成风险共担、利益共享的命运共同体,带领农民走向农业产业化经营。“合作社模式”被实践证明,也被业界诸多专家学者认可。一时间,农民合作社如雨后春笋般兴起。据省农业农村厅统计,自2007年以来,湖北省农民合作社数量连续11年呈两位数高速增长,截至2019年1月,全省农民合作社数量已达97300个,全省一半以上的农户加入了各类农民合作社。

合作社数量增长,经营和服务领域也在扩大,覆盖种植、林业、畜牧、渔业等方面,同时在农机作业、农资经营、农产品销售、加工、运输、贮藏、沼气等诸多环节生根开花。

省农民专业合作社指导办公室主任黄慎慎表示,合作社解决了传统农业原子化、分散化的问题,提高市场议价能力和抵御风险的



能力,实现了效益的最大化。

### 内因外因交织成长有烦恼

合作社发展成绩令人欣喜,然而,在快速发展的同时,“成长的烦恼”也随之而来。

一些合作社办公室的墙面上醒目地张贴着管理章程、分配制度等,但实际操作中,却并非如此。一些合作社财务管理比较粗糙,制度建设不规范,与农民的关系黏性也不强。

一位社员直言不讳地说:虽然加入了合作社,但基本还是靠自己,合作社发挥的作用并不明显。

据了解,湖北省农民合作社数量在全国位居前列,但真正办出质量、办出品牌的合作社仍只有少数,国家级、省级示范合作社占全省农民合作社的比例不足10%。

农民合作社“发育不良”现象不止在湖北省出现,浙江等农业现代化程度较高的省份也存在。2016年,浙江省农业部门清理整顿了一批“空壳社”“休眠社”“家族社”,引导和促进农民专业合作社规范提质发展。据调查,全国近130家合作社中,80%以上都属于空壳合作社。

为何农民合作社发展如此艰难?“有自身发展不规范的问题,也有外界原因。”省农民专业合作社指导办公室相关负责人坦言。

该部门去年的一份调研报告显示,合作社在实践中普遍存在“四难”:融资难、贷款难;用地用电难;人才引进难;税收优惠难,这些都制约着合作社的发展。

监利兴华专业合作社是当地一家实力相对较强的合作社,但理

事长毕利霞一直在为“人才”发愁,她表示,随着合作社的不断壮大,更加迫切需要专业的管理型人才。这几年,她四处招聘,却“人才难求”。

随县祥瑞合作社却是因为资金而苦恼,贷款难,缺乏有效抵押物,加之管理不善,发展3年多,仍然难以摆脱亏损的局面。

这是全省多数农民合作社的普遍困境。对症下药,着力解决他们的期盼与诉求,农民合作社才能朝着更高的质量和水平前行。

### 一路奔跑一路规范

经历“成长之痛”,部分合作社主动转型,组建农民合作社联合会,应对新挑战。

洪湖历来有种植优质稻的传统,全市从事种植的农民专业合作社不计其数,每到农忙时节,恶性竞争、打乱仗的情况时有发生。

面对无序状态,春露合作社理事长张永前召集25家农民专业合作社的理事长,牵头成立功能齐全、管理完善的“舰队”——春露农作物种植专业合作社联合社。张永前介绍,大到机耕整田、粮食收储,小到育种播种、植保配肥,每个生产环节均有专业团队,大家各司其责。

大规模带来议价权,农资厂家上门服务,按出厂价专供专销,成本降了;统一的稻谷品种和品质,引来中储粮等大公司的青睐,效益提升了。

船大抗风浪,全省各地陆续成立了柑橘、茶叶、中药等行业的联合社,抱团闯天下。

成立联合社成为不少“弱、小、

散”农民合作社的选择,而有的合作社则在创立之初就自我约束,以规范的姿态起跑。宜昌要求新成立的合作社有固定的办公场所,建立成员大会、理事会、监事会“三会”治理结构,实行科学的财务管理。多数农民合作社安装了统一的合作社财务软件,实行了财务电算化。规范管理吸引外来资本,浙江多家企业前来投资,与合作社联手发展茶叶、中药材等产业。

黄慎慎认为,合作社的规范化建设已势在必行,今后名存实亡的“空壳社”、管理无序的“小合作社”生存空间会越来越小。

去年新修订的《农民专业合作社法》中,一大重点任务就是清理“空壳社”“挂牌社”,农民专业合作社连续两年未从事经营活动,或者连续3年未报送年度报告的,吊销其营业执照;弄虚作假注册农民专业合作社的,处以5000元以下50000元以下罚款,情节严重的,撤销登记或者吊销营业执照。

近日,农业农村部启动农民专业合作社质量提升整县推进试点,湖北省夷陵区、洪湖市、利川市、天门市4地入选。力争通过两年努力,试点县(市、区)农民专业合作社年报公示率达80%以上;80%以上的合作社建立完备的成员账户,实行社务公开,依法进行盈余分配。

重数量,更重质量。全省开展农民专业合作社品牌建设,将农民专业合作社品牌建设纳入示范社评定和监测指标,鼓励农民专业合作社积极参加各类品牌培育、驰名商标认定等活动,省级以上农民专业合作社示范社实行“进退机制”。

胡琼瑶

[选载·建设管理]

发展农民专业合作组织,是市场经济条件下推进农业产业化经营的重要举措,是创新农村经营体制、提高农民组织化程度的有效方法,更是实现农业增效、农民增收,促进农村经济发展的重要途径。

### 3.农产品流通企业介入型对接模式

(1)合作社弱势对接模式。农民专业合作社的市场营销功能在不完善的情况下,把营销功能从农民合作社中分离出来,由专门公司负责接洽业务及谈判,并承担产品品牌开发,实现与超市对接。如都江堰禹王生态农业公司做营销先锋,申报原产地认证,设计新颖包装,使农民专业合作社产品进入欧洲市场。

(2)超市弱势型对接模式。一般中小型超市,因其实力还不足以建立配送中心,只有通过产地批发市场购买大宗农产品。

(三)市场平台建设

农民专业合作社市场平台建设是指各级政府和有关部门通过提供产品交易场所、市场信息服务、产品促销推介活动等形式,为实现农民专业合作社产品销售所创造的营销条件。

### 1.农民专业合作社产品直销市场

各级政府和有关部门在连锁超市、农贸市场、便民店、社区菜点、平价超市等市场内划定专门的农产品直销区域,搭建直销平台,为消费者提供安全、质优、新鲜、价格合适的农产品。此外,农民专业合作社产品还可以直接进入学校、军队、企业等相关消费场所。

(未完待续)



本书对于指导农民专业合作健康规范经营具有重要参考价值。

## 农民专业合作社基础知识(七十五)