

[地方案例]

江苏农民合作社
产品展销会举行

12月27日-29日,江苏省农业农村厅主办的第十三届江苏省农民合作社产品展销会在江苏国际农业展览中心举办。来自全省13个设区市以及陕西、新疆等地的330多家农民合作社通过展示展销、现场销售、试吃体验等多种形式,推介1000多种名特优新农产品。

展销会以“产销对接、强社富民”为主题。展会从全省各地农民合作社示范社中精心筛选有特色、有实力的农民合作社参展,参展产品优先选择通过“两品一标一基地”认证以及符合国家有关标准的优质农产品,区域特色明显。既有阳澄湖大闸蟹、太湖三白、黄桥烧饼、大沙河苹果等“老牌明星”,也有灵芝孢子粉、水蜜桃桃胶、黑花生、孔雀蛋等养颜、保健、强身佳品,更有“网红”产品马庄香包专业合作社制作的香包。

吴琼

新疆阿瓦提县：
合作社引领村民抱团发展

走进新疆阿瓦提县塔木托格拉克镇玉斯屯克塔木托格拉克村牛犛农民专业合作社,阿布拉·吾斯曼正忙着给牛添加草料、清理牛圈,忙得不亦乐乎。

今年7月,阿布拉·吾斯曼出资在合作社畜牧养殖基地修了1座牛圈,并把家里的牛全部运过来统一养殖。“以前在家里养牛最害怕过冬,家里的牛圈温度太低、阴暗潮湿,育肥效果不明显。现在的牛舍环境好、温度适宜,我把63头牛放在这里集中养殖,不用担心牛生病,牛长得也快。”阿布拉·吾斯曼说。

目前,塔木托格拉克镇共成立农民合作社35家,在各个合作社的带动下农民抱团发展,在带动农民脱贫致富的过程中发挥了积极作用。

潘婷

辽宁省已有9880个村
成立股份经济合作社

目前,辽宁省9880个村成立了股份经济合作社,并完成登记赋码工作,已确认1200万名股份(经济)合作社成员身份,量化资产总额491亿元。12月25日,从省农业农村厅获悉,辽宁省农村集体产权制度改革正在全力推进中,阶段性成效明显。

农村集体产权制度改革,以股份合作作为主要形式,以清产核资、成员界定、资产量化、股份设置为主要内容,旨在建立归属清晰、权能完整、流转顺畅、保护严格的农村集体产权制度,以保护和发展农民作为农村集体经济组织成员的合法权益。

随着农村集体产权制度改革的深入,各地集体资产监管得以加强。清产核资结束后,各地针对清查中存在的问题,建立了完善的集体资产管理制度,为管好用好集体资产提供了制度保障。大连高新区大山村建立了土地、合同、固定资产台账,并制定了8项资产管理方面的规章制度。锦州北镇市将清产核资数据按村录入管理系统,将合同、地籍图、相关证书扫描入库,加强了数据信息的电子化、规范化管理。

李越



**提升产品品质
实现草莓全程管控**

“科学技术是第一生产力,这是永远不会过时的话题。”合作社理事长马廷东说。为了抢占上市时间,合作社专门成立了一支由7人组成的技术研发团队,并与沈阳农业大学、辽宁草莓科学技术研究院、科技公司合作,从种苗选育、土壤改良、投入品选择着手,提升栽培管理技术,全方位研发升级产品包装、产后处理、仓储物流等各个环节。

努力没有被辜负,丹东红颜草莓的上市时间成功提早1个多月,成为全国红颜草莓最早上市的地区,每斤零售价最高可达100元。“这项技术对提升合作社综合竞争力和丹东草莓种植户的经济效益起到至关重要的作用。”马廷东说。

为了提升商品果率,合作社科学制定小浆果果品品质标准、包装、采后处理和物流配送标准等生产管理标准,合作社成员按照相应标准实行统一管理,统一回收、分级、包装销售,并结合大棚内安装的物联网设备、溯源监管体系进一

步提升成员的种植规范水平。

“我们合作社有一套完整的温室种植标准体系,采用现代化物联网模式,设定好草莓在不同生长时期所需要的最佳生长环境。只要将影响环境的环节采用数字化的形式输入计算机管控系统,计算机就会根据空气湿度、温度、光照等环境的变化,采取相应的措施来调节小浆果所需的最佳环境。”马廷东娓娓道来。生产过程数字化,大大提升了丹东小浆果商品果的标准化。

合作社综合利用网络技术、射线技术、条码识别技术,建立起集网站、POS机、短信和电话号码于一体的多终端农产品质量追溯系统。“我们给每户成员发放智能手机,并派技术员上门进行一对一的指导。农户将草莓生产的全程信息采集并上传到追溯平台,就会立即在追溯平台上公开展现。消费者只要扫描包装上的二维码,就可观看草莓的生长全过程。”马廷东介绍。

**拓展营销渠道
建立多元化销售网络**

“2008年,我们的销售不是很

理想,于是我就和理事会成员一起到全国主要的大型批发市场和大中城市调研草莓的销售情况,最终决定选择与生鲜连锁超市直接对接的销售模式。”回忆往事,马廷东感慨万千。

沈阳的地利生鲜连锁超市第一个月拿出5家门店免费为合作社代销,作为回报,合作社则把优质的草莓鲜果按成本价供应。短短一周时间,单店的草莓销量从原来的100斤激增到1000斤。“超市把其余20多家门店草莓的直供权直接给了我们,先期还给了我们1个月的免费销售权,我们由此在沈阳打开了市场。”马廷东说。

发展永不止步,合作社积极参加全国各地的农产品展览会和农交会,探索农超、农企、农校、农社等产销对接的新思路。合作社的线下销售渠道也拓展到百果园、果多美等其他生鲜连锁超市,销售的产品则从单一的草莓扩大到蓝莓、黄姑娘等其他浆果产品。

销售问题顺利解决,品牌的打造便提上日程。为了发展高附加值农产品,合作社注册了“圣野果

源”商标,并从2013年开始举办“圣野果源”杯草莓大赛,搭建了成员、种植户交流、展示的平台。

合作社还积极开拓线上市场,进驻天猫、京东、拼多多等大型电商平台。“2019年的天猫年货节,我们备足了货源,委托专业电商销售团队24小时值班,年货节首日旗舰店的草莓销售量就突破了1万单,销售额突破100万元,是天猫店铺当天唯一销售额破百万且发货无差评的水果店铺。”马廷东满脸自豪。

**重视成员结构
提升全方位带动成效**

“在合作社的带动下,小浆果成为丹东农民的致富果,成员户均年收入超20万元,带动了周边10多个乡镇3万余户农民从事小浆果种植。”马廷东如数家珍。十年的发展,合作社成员从最初的6户发展到266户,种植面积超过1.2万亩,最高日销售草莓10万斤,年销售额突破1亿元。

面对销售能力持续提升、草莓供不应求的情况,合作社在东港吸纳人品好、土地条件好、种植技术优的农户加入合作社。“经过成员大会决议,我们决定将售卖的利润在草莓收购时直接加价返给成员,成员户的草莓收购价比非成员价每斤提高0.5元-1元。”这样的举措极大地激发了周边草莓种植户的入社热情,同时有效解决了合作社货源不足的问题。

“我们合作社先后招聘了10多名大学生从事生产技术、信息化管理、文案、销售等工作。”马廷东介绍,培育和发展人才队伍是企业保持活力的秘诀,更是带动广大成员进一步发展壮大保障。

与此同时,合作社还积极参与脱贫攻坚事业。“我们带动了东港、凤城、宽甸、振安区、振兴区及大连庄河地区的贫困户,从种苗提供、技术指导、管理和销售服务等方面帮助他们发展草莓种植,助力脱贫致富。”马廷东说。

孙莹

青海：合作社+特色=致富

业村。由于海拔高、气候条件恶劣,畜牧业生产效率低、草场黑土化严重、草畜矛盾突出,一些村民只能勉强混个温饱。全村183户中,一半以上都是贫困户。

如何发挥当地优势,走一条带动牧民致富的好路子。年扎村生态畜牧业专业合作社理事长长寿说:“早在2011年外出参观学习的时候,我就看到其他县上在办合作社。可回村一看,一缺资金、二缺资源,时机并不成熟。一直到2014年,合作社才发展起来。”

据长寿回忆,从2013年10月合作社开工建设,到2014年6月15日正式组建,村里大小会议召开了不下50次,最终140户选择加入合作社,整合草场0.8万公顷,羊2000只。

“后来政府又投资200万元,一对一配股一只白藏羊,每户自己入股一只,合作社分成了18个养殖点,建成了高效养殖区。”长寿

说。

2015年,为了推动合作社发展,年扎村三十多名党员率先带头“转型”当起了合作社的工人。

“我们把羊群、草山分好后,一边放牧、治理黑土滩,一边把老弱白藏羊集中起来进行高效养殖出栏。平时放羊、打针、剪羊毛、喂草……来来回回骑摩托车,也没跟社里要过一分油钱。”村委会主任德却是村上的老党员,说起为合作社做的这些事儿,他一脸自豪。

就这样,2015年,年扎村基本实现了羊畜平衡,年底出售白藏羊796只,实现利润42万元。其中30%留作发展基金后,并向社员分红29万多元,分红最多的拿到了3万多元。

肉保是村上的贫困户。家里除了妻子和孩子,还有年迈的老母亲以及亲戚家的一个孩子。前些年,家里生活困难,一年到头家里的收入不到1万元。合作社成立后,他

不仅积极入股,还和妻子一起成了合作社的放牧员。一年下来,两人工资加分红,收入超过了10万元,顺利脱贫摘帽。

2017年,合作社分红资金达到103万元,户均分红7357元,人均分红2330元。看到合作社发展形势一片大好,之前没有加入合作社的村民们全部入股。

村民豆杰以前是地地道道的牧民,把牛羊草山入股后,他学了汽车修理的手艺,在县城开了家汽车修理店,2018年就挣了5万多元。现在,年扎村已经走出去73名像豆杰这样的有技术傍身的年轻人。

变化不仅仅发生在年扎村。

通过一个村的发展带动,如今玛沁县不仅申请注册了“白藏羊”“玛卿白藏羊”品牌,还在下大武乡清水村和尼青村按照股份制经营模式成立了白藏羊养殖生态畜牧业合作社。

乔六花