

农村经济 专刊



扣准经济脉搏,体悟乡土中国

更多精彩内容,请关注农民日报农村经济微信公众号:15号圆桌。

■ 年终特稿

以农民合作社规范提升行动为抓手——

推进农民合作社高质量发展

农民合作社是广大农民群众在家庭承包经营基础上自愿联合、民主管理的互助性经济组织,是实现小农户和现代农业发展有机衔接的中坚力量。党中央、国务院高度重视农民合作社发展,习近平总书记多次作出重要指示批示,反复强调要突出抓好农民合作社和家庭农场两类农业经营主体发展,赋予双层经营体制新的内涵,不断提高农业经营效率。经过多年不懈努力,我国农民合作社蓬勃发展,在组织带动小农户、激活资源要素、引领乡村产业发展、维护农民权益等方面发挥了重要作用。

带动能力显著提升。到2019年10月底,依法登记的农民合作社达到220.3万家,通过共同出资、共创品牌,成立联合社1万多家。农民合作社辐射带动全国近一半的农户,普通农户占成员总数的80.7%。

产业类型逐步拓展。合作社产业涵盖粮油、肉蛋奶、果蔬茶等主要农产品生产,80%以上从事种养业;行业结构进一步优化,农机作业等服务业合作社增长明显,占比7.7%;注重开发农业多种功能,发展休闲农业、乡村旅游、民间工艺和农村电商等新兴产业新业态。2万家农民合作社发展农村电子商务,7300多家进军休闲农业和乡村旅游。

服务功能持续增强。农民合作社开展仓储、加工、物流等增值服务,提供产加销一体化服务的农民合作社占比达53%,平均为每个成员统一购销1.56万元、二次盈余返还1402元。加工服务型合作社增速较快,3.5万家合作社创办加工企业等经济实体,8.7万家拥有

注册商标,4.6万家通过农产品质量认证。一年来,农业农村部着力建立健全农民合作社法规制度,强化政策扶持,加强指导服务,合力推进农民合作社质量提升。

加强顶层设计。经国务院同意,中央农办、农业农村部等11个部门制定印发《关于开展农民合作社规范提升行动的若干意见》,明确了到2022年提升农民合作社规范化水平、增强服务带动能力、加大政策支持力度的目标要求和政策措施。召开促进农民合作社和家庭农场高质量发展工作现场会议,强调加大对农民合作社扶持力度,增强发展活力和服务带动能力。部署开展“空壳社”专项治理,进一步明确了规范提升的发展导向,实现农民合作社“清理整顿一批、规范提升一批、扶持壮大一批”。

推进试点示范引领。农民合作社质量提升整县推进试点扩大到全国158个县(区、市),优先将贫困县纳入,围绕发展壮大市场主体、培育农民合作社联合社、提升县域指导服务水平,探索整县域推进农民合作社高质量发展的路径方法。遴选推介了首批24个全国农民合作社典型案例,为农民合作社产业振兴、创新机制、带动增收提供了可借鉴的鲜活教材。推进国家、省、市、县级示范社四级联创,通过中央财政支持各级示范社提升农产品加工、经营管理、市场营销等关键能力。

夯实基础性制度。落实农民合作社普法责任制,完善农民合作社配套法规制度建设,农业农村部制修订并及时发布《农民专业合

作社示范章程》《农民专业合作社联合社示范章程》,指引合作社依法办社、照章办事。修订印发国家农民合作社示范社评定及监测办法,更加严格了国家示范社在产品质量安全、社会声誉等方面的标准要求。会同财政部制定印发了《农民专业合作社解散、破产清算时国家财政直接补助形成的财产处置暂行办法》,为农民合作社市场退出中有关财产处置提供制度遵循。浙江、陕西等地多部门联合集中发布农民合作社简易注销、分类处置便民措施,畅通农民合作社市场退出机制。

组织动员社会力量助力农民合作社发展。合作经济司与中邮、中化、中粮等央企签署了共同促进农民合作社质量提升框架协议,细化实施方案,指导基层多部门有效对接,发挥各自行业优势,为农民合作社提供现代农业服务。截至2019年11月底,邮政系统直接服务8000家示范社,邮储银行惠农合作社贷款25.4亿元,中邮保险为近千名合作社社员提供2620万元风险保障支持。中化系统服务带动5034家农民合作社,85家农民合作社成长为中化MAP现代农业技术服务平台的合伙人,127个农民合作社的产品荣登“熊猫指南”。中粮集团重点支持甜菜、乳业、粮食生产的农民合作社质量提升,我买网开设扶贫(农民合作社)专区,农特产品合作区域覆盖全国12个省份的19个县。

加快培育贫困地区农民合作社。按照中央关于打赢脱贫攻坚战的重要部署,加快贫困地区农民合作社培育,采取试点示范倾斜、开展专题培训、加大财政支持等措施,发挥农

民合作社对贫困户的组织带动作用。全国贫困地区培育发展农民合作社68.2万家,385.1万个建档立卡贫困户加入农民合作社。

从注重数量增长向注重质量提升转变,是农民合作社保持可持续、高质量发展的关键。展望2020年,在对农民合作社规范提升作出全面设计和统筹部署的基础上,将按照党中央、国务院决策部署,坚持“姓农属农为农”的合作经济组织属性,坚持农民主体地位,把满足农民群众对合作联合需求作为目标导向,把农民合作社服务带动农户能力作为首要评价标准,突出抓好、重点培育、扶优扶强农民合作社,努力激发合作经济的潜力、活力与竞争力。

要抓好主体培育,扎实推进农民合作社质量提升整县推进试点工作,深入推进示范合作社建设,培育一批产业竞争力强的农民合作社联合社。引导和推动农民合作社加强内部管理,完善章程制度,健全组织机构,合理分配收益,提升规范化水平。认真总结农民合作社高质量发展的成功做法和典型经验,打造一批农民合作社高质量发展的样板。拓展社企对接,组织电商营销等企业对接服务农民合作社,帮助农民合作社的优质农产品拓市场、树品牌,提升农民合作社的市场影响力和经济效益。强化统筹协调,充分发挥全国农民合作社发展部际联席会议“总协调”作用,指导地方各级综合协调机制加强协同联动,促进横向互通、上下联动,形成促进农民合作社高质量发展的强大工作合力。

农业农村部农村合作经济指导司

浙江玉环市 干江镇花菜丰产又丰收



12月14日,在浙江省玉环市干江镇垟坑阳村口,农户们正在以每公斤4.6元的价格销售花菜。近年来,干江镇积极探索“支部+合作社+农户+经纪人”产销新模式,今年下半年种植了1500多亩花菜,亩产约1800公斤,农户丰产又丰收。 吴达夫 摄

贵州黎平县罗寨社区 蛋鸡养殖带动社区贫困户

“年底快到了,合作社又来给我们贫困户分红了!”贵州黎平县德凤街道罗寨社区贫困户蒋木子激动地说,“想不到仅一两年的时间,我们社区的蛋鸡养殖场就会有这么好的发展,我们的鸡蛋现在都成了县城甚至周边县市的‘抢手货’,这得感谢党和政府!”

12月17日,天气转暖,阳光明媚,罗寨社区院坝里格外热闹,收到分红通知的贫困户早早来到罗寨社区等待分红的美好时刻。参加罗寨社区蛋鸡养殖专业合作社年度分红的乡亲们,个个脸上绽放着笑容。

近年来,罗寨社区在党支部引领下,采取“党支部+合作社+能人+贫困户”的模式,实行支部引领、能人带动、抱团发展、助推脱贫的方式,合作社成员由最初的5名能人发展到现在的54人,其中建档立卡贫困户社员49人,覆盖了全社区的所有贫困户。合作社运营后,通过发展养鸡等产业,既吸纳了贫困户就近就业,还直接解决了14名群众就地就业,月务工收入达3000元。目前,合作社已建成育雏、饲料加工、粪便发酵处理等转型生产设施,每年可为合作社压缩成本40万元,大大提升了合作社抗风险、降成本、增收的能力。合作社现拥有轻质白羽红心蛋鸡养殖场一个,养殖棚三个,育雏棚一座,仓库一座。现存栏蛋鸡2.9万羽,存栏雏鸡3万羽。满产时,可养殖蛋鸡5.9万羽,每天产蛋5.2万枚,日产值2.8万元。罗寨鸡蛋产品打通了贵阳、黎平及周边市场。据了解,合作社从2018年8月建成投产到2019年1月,已实现利润82万元,2019年1月18日合作社首次分红63万元。2018年社区49户贫困户每户分红1800元,2019年实现每户贫困户分红2000元。

姚进忠 马云 王瑞丹

吉林农安县 农缘合作社玉米每公顷增收2000元

12月20日,位于吉林省长春市农安县前岗乡永德村的农缘农业机械专业合作社院内一派忙碌,一台脱粒机正在进行玉米脱粒作业。伴随着轰鸣声,玉米棒被“喂入”机器后,很快就“吐出”了金灿灿的玉米粒。“这段时间,我们合作社每天都在忙着给玉米脱粒。”农缘合作社理事长李志余抓起一把玉米,满脸喜悦。

临近年底,李志余开始为合作社进行盘点,“今年产量又创新高,还拿了一个冠军!”据悉,今年合作社流转承包了170公顷耕地,全部采用玉米秸秆覆盖保护性耕作技术,不但创造了当地玉米的高产纪录,还在东北三省玉米保护性耕作高产竞赛中获得了冠军。

据东北黑土地保护与利用科技创新联盟的测产,农缘合作社种植的玉米折合标准水分公顷产量为13582.25公斤,比对照田的12580.91公斤平均高出12%。算下来,合作社的170公顷玉米田多打粮17万公斤。

虽然玉米产量增加了,但合作社今年的化肥施用量却大幅下降。由于秸秆覆盖还田具有培肥地力的作用,农缘合作社采用玉米秸秆覆盖保护性耕作技术种植方式,化肥施用量由上一年的每公顷1吨减少到了800公斤,平均降低了20%。这么算来,今年一共减少使用化肥34吨。

秋收后如何处理秸秆曾是困扰李志余的难题。合作社的170公顷耕地会产生近2000吨的玉米秸秆,用了玉米秸秆覆盖保护性耕作技术后,秸秆全部覆盖还田。“秸秆不用烧,省事又环保。”李志余说。

农缘合作社的这套“组合拳”效果如何?每公顷玉米增产收益近1600元,每公顷节省农机作业费用近500元,节省秸秆离田转移费用近500元,节省化肥投入300元左右……李志余晒出了增收账单,合作社今年玉米每公顷增收2000元。 袁达 李社潮

山东青岛市 “立体草莓”迎来上市季



寒冬时节,山东省青岛市即墨区段泊岚镇草莓种植户种植的“立体草莓”迎来上市季。今年以来,当地农业部门积极引导群众调整农业产业结构,向农民推广“立体草莓”栽培技术,将传统的草莓栽培模式变为大棚立体栽培,有效节省了土地资源,管理、采摘更加方便,成为当地农民致富的新亮点。 梁孝鹏 摄

云南普洱:农民合作社搭起致富桥

一提到普洱,便想到云南。近年来,云南省普洱市把发展农民专业合作社与实现农业产业化相结合,共发展农民专业合作经济组织4604个,成员总数19.65万户,覆盖87.6%的行政村。2018年,合作社统一销售农产品总值达7.3亿元,比2017年增长3.6%,形成了“办一个合作社、带一个产业、富一方百姓、带出一群能人”的喜人景象。

茶叶,作为普洱市衣食万户的大产业,一直存在着茶树资源分散和茶叶种植户“多、小、散、弱”等问题。茶叶专业合作社通过统一生产资料采购、统一技术标准、统一质量要求、统一生产加工、统一包装销售,促进了生态茶园建设,增强了市场竞争力。

“我们合作社带动了整碗村及周边2万多名村民发展生态茶园建设,实现户均增收2.4万元。”思茅区高山茶园专业合作社负责人董继文踌躇满志。

“农民专业合作经济组织改变了一家一户

分散经营的状况,使农村土地向农民专业合作经济组织集中,增强了农业生产的组织化程度,加快了农业产业结构调整步伐,实现了土地规模化经营。”普洱市农业农村局副局长邓传春介绍了普洱市农民专业合作社的建设成效。

普洱市部分合作社采取承包、租赁、拍卖、股份合作等多种形式,将农民一家一户分散的土地集中起来,推进了农村土地有序流转。目前,全市土地流转面积55万亩,其中流转给农民合作社的土地占流转总面积的20%。农民不仅通过土地流转获得土地收益,还可以帮业主打工再得一份劳务收入。

孟连绿牛油果种植专业合作社,流转土地1.6万亩,签订流转合同812份。农户为公司打工,户均劳务收入1.4万元。江城鸡枞柑柚农民专业合作社流转康平镇147户农户的7000亩土地用于柑枞种植,户均收益8万元。农户为公司打工,人均劳务收入1.57万元。

沈浩 李汉勇

好水果从种植开始

——走进辽宁丹东圣野浆果专业合作社

□□ 本报见习记者 孙莹

位于“中国草莓第一县”的辽宁省丹东市圣野浆果专业合作社,创立之初就秉承着“好水果从种植开始”的理念,坚持生产在家、服务在社的经营管理模式。从单一的草莓推广到蓝莓、板栗、黄菇娘、艳红桃等极具丹东地域特色的各种水果,形成了集种苗、研发、种植、管理、包装、销售为一体的现代果业闭环。2008年-2019年,十年时间,合作社创建的“圣野果源”品牌价值已达1.82亿元。

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

果品质量标准,包装、采收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货直接给了我们,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、黄菇娘等其他浆果产品。

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。