

# 发展农民专业合作社联合社已成趋势

【现象评析】

农民专业合作社为适应市场竞争和改变弱势地位,社际之间走向联合,发展农民专业合作社联合社已成为一个新的趋势。对农民专业合作社联合社这一新生事物如何正确认识和科学引导,需要研究的问题很多。

## 从农交会看合作社产品销售

由农业部主办的第十届中国国际农产品交易会上,连续第二年在农交会上设置的农民专业合作社展区继续成为整个展会的亮点,吸引着一批一批客商洽谈交流。看着几百家合作社通过参展销售了产品、认识了朋友、拓宽了渠道、交流了经验,我们喜从中来,倍感欣慰。

截至今年6月底,全国依法登记的合作社达到60.01万家,实有人社农户达到4600万户,约占农户总数的18.6%。我国合作社近年来蓬勃发展,成就显著,特别是在组织带领农民“抱团”参与市场竞争,帮助农民实现产品“卖得出去、卖个好价”方面发挥着独特而又重要的作用。

越来越多的农民加入合作社,越来越多的农产品通过合作社这一载体进行销售,充分说明合作社在帮助分散农户组团销售方面优势明显。

合作社产品销售近年来之所以成为农产品销售市场中的一大亮点,一方面得益于合作社这一组织形式的特性,另一方面也受惠于国家对合作社的大力扶持。

从实践来看,目前合作社产品销售模式主要包括产地销售、终端销售、第三方中介销售。产地销售相对较为传统,合作社比较被动,定价议价空间较小,这一模式虽然目前占主流,但随着农产品销售市场的发展,将逐步萎缩。终端销售包括农超对接、农社对接、农批对接、农校对接、直销店等形式,目前越来越受到合作社、政府和社会各界的重视,这一模式可以有效减少农产品流通环节,是未来合作社产品销售模式的重要发展方向。第三方中介销售包括参加展示展销会、电子商务、连锁加盟等形式,这一销售模式主要通过借助第三方中介的帮助得以实现,合作社因社制宜,合理利用这一模式,可以有效提高产品销售能力。采取哪种模式销售产品,关键取决于合作社自身状况。从目前农产品销售市场的发展来说,合作社逐步采用减少流通环节,降低流通成本,提高产品定价议价能力的模式应该是未来方向。

从现实来看,目前合作社“小、弱、散”的发展现状决定了合作社产品销售仍面临着系列困难和挑战。从外部看,扶持合作社产品销售的法规政策环境还不够优化,部分地区合作社交纳所得税、认证费等负担较重,融资渠道不太顺畅。从内部看,合作社缺能人、缺资金,特别是带头人和营销人才严重缺乏,对融资、担保、保险服务需求强烈。

笔者认为,解决合作社产品销售困难是扶持合作社健康快速发展的重要环节。政府应该加大法规政策扶持力度,研究出台支持合作社产品销售的具体办法,设立政策性担保公司扶持合作社办理贷款和保险,对合作社办理QS认证、申报商标等给予资助,鼓励和支持合作社兴办农产品加工实体,加大合作社人才培训力度,形成全社会认识合作社、关注合作社、帮助合作社的氛围。

合作社应该苦练内功,全面加强自身能力建设,加强财务管理,做好盈余分配;要树立品牌意识,加强产品销售渠道建设,培养市场营销人才,适时进入产后加工领域,提高产品附加值,把自己办成一个“整体有实力、发展有活力、带动有能力”的优秀合作社。  
魏百刚

### 农民专业合作社联合社的发展动因

农民专业合作社自愿联合组建联合社应当是一个理性的经济行为,而不是一个行政捏合的产物,要让内因起到决定性的作用。从各地的实践来看,发展农民专业合作社联合社,主要出于三个方面需要:

一是出于规模经济的需要。农民专业合作社自愿联合组建联合社,可以在农业生产资料的购买和农产品的销售上,实现大规模购销,节约交易成本,产生规模效益。例如,江苏省宏广畜禽产销专业合作社联合社由53个合作社和单位发起成立,注册资本为1160万元,联合社禽蛋直接销售到德国麦德龙、泰国易初莲花等大型超市和我国澳门荦连、我国台湾驿路食品厂等企业,每天投向市场的鲜蛋50吨以上。

二是出于组织再造的需要。近年来,农民专业合作社虽然得到了较快发展,但规模普遍偏小,入社成员百户以下居多,小合作难以适应大市场的矛盾在一些地区和一些产业开始显现,迫切需要进行合作组织的创新再造。特别是在同一地区一些规模化的农业产业基地内组建的同质的分散的农民专业合作社,为了联合起来一致对外,有效避免恶性竞争,实现二次合作,发展农民专业合作社联合社。

三是出于服务功能拓展的需要。随着不断的发展壮大,合作社原有的“几个统一”服务,难以适应农民不断发展的多样化需求,需要提供一些新的服务,单个合作社势单力薄,难以实现。比如,扩大农产品销售,实现产品直销功能;兴办农产品加工项目,实现加工增值功能;开展信用合作,实现资金互助功能等。

### 农民专业合作社联合社的主要形式

农民专业合作社联合社是由两个以上同类或关联性的农民专业合作社自愿联合、依法设立的互助性经济组织。农民在实践中探索的形式主要有三种:

一是同行业的合作社自愿联合组建的同业型联合社。例如,2010年东台市明星蚕业专业合作社牵头与南京、南通、徐州、苏州、盐城、连云港的26家蚕业专业合作社和16家龙头加工企业,建立江苏明星蚕业专业合作社联合社,联合社拥有注册资金5108万元,成员8万多户,带动农民20多万人,总规模达到江苏蚕业的1/3,形成了推动整个江苏茧丝绸产业发展的强大动力源。

二是同地区的不同行业的合作社自愿联合组建的同域型联合社。例如,上海市嘉定区农民专业合作社联合社,以合作社为基本成员,以行业协调、信息提供、技术推广、专业培训以及协调、管理、指导、服务合作社规范运作和健康发展为己任,积极构建面向合作社的服务平台,帮助合作社解决实际问题,发挥了积极的作用。

三是同地区的不同行业的合作社为开展某项服务活动而自愿联合组建的同业型联合社。例如,2010年,为联合直销农民专业合作社产品,由盐城市鼎兴农产品专业合作社发起,联合



盐城市28家合作社,出资305万元,经工商部门登记注册,组建的盐城市苏合农产品销售合作社联合社。联合社在盐城市区开设了一家苏合盐城农产品销售合作社联合社直营店,营业面积达160多平方米,销售了100多种农产品,通过苏合农产品销售合作社联合社为实现合作社产品直销构建了很好的平台。

胆探索。

### 农民专业合作社联合社的主攻方向

农民专业合作社联合社是农民专业合作社在更大范围、更高层次上的深度合作,联合社应该主攻以下几个方向,发挥单个合作社无法替代的作用:

一是共创产品品牌。联合社应制定并执行好由全体合作社成员共同的生产标准,着力推进标准化生产,建立健全生产记录制度,统一质量安全标准和生产技术规程,统一农业投入品采购供应,统一产品和基地认证认定,统一注册农产品商标,统一创建农产品品牌,共同创建和使用统一品牌销售。

二是共办加工实体。联合社应积极组织各合作社共同出资,联合兴办单个合作社办不了或办不好的农产品精深加工等经济实体,着力推进农业产业化经营,让农民成员更多分享农产品加工增值成果。

三是共拓直销市场。联合社应不断加大开拓市场的力度,争取拿到更多的大订单,对成员所需农业生产资料统购或对成员生产的农产品统销,为成员谋求更多的价格优惠。有条件的联合社要在城市开设联合社农产品直销店,建立物流和配送中心,构建城市直销网络。

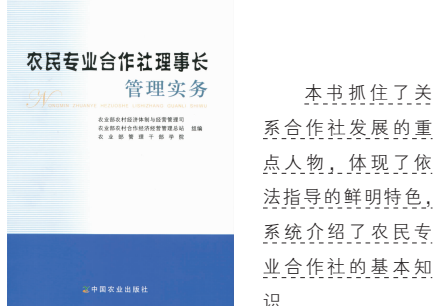
四是共推信用合作。农民专业合作社联合社成员要比单个合作社多得多,由联合社开展以资金互助为主要内容的信用合作试点,可以做到更专业、更经济,可能是一个发展方向。有条件的地方可以像组建农民专业合作社销售合作联合社一样,组建农民专业合作社信用合作联合社,探索开展信用合作试点。  
杨群义

### 农民专业合作社联合社的基本属性

一种观点认为,农民专业合作社联合社是农民进行二次合作的一种合作组织形式,联合社就是扩大了农民专业合作社,联合社应严格遵循《合作社法》的法则,进行规范组建和运作。如联合社成员总数二十个以下的,只可以有一个与联社业务有关的企业、事业单位或者社会团体成员;成员总数超过二十人的,企业、事业单位和社会团体成员不得超过成员总数的百分之五;联合社成员大会选举和表决,实行一社一票制,成员各享有一票的基本表决权;联合社可分配盈余百分之六十以上要按成员与本社的交易量(额)比例返还等。

农民专业合作社联合社真的就是扩大了的农民专业合作社吗?我们认为不完全是,大家知道合作社主要是自然人之间的联合,是人合组织,而联合社是合作社法人之间的联合组织,显然不同于合作社,无需以《合作社法》的法则来规范联合社,而应该放手让农民群众在实践中探索选择合作的形式和运作方式。联合社无论是在吸收与联社业务有关的企业、事业单位或者社会团体成员比例上,还是可分配盈余按成员的交易量(额)返还比例上,甚至于一社一票制的民主管理方式上,都要允许农民大

【转载·业务管理】



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 编著

### 农产品加工(选载六)

我国农产品加工业的发展现状和基本政策  
当前我国农产品加工业发展的主要原则  
农业部在《农产品加工业“十一五”发展规划》中确定了农产品加工业发展的六项原则,可供农民专业合作社在选择农产品加工项目和开

农民专业合作社的业务管理涉及建立生产基地、标准化生产、农产品加工、质量认证、农产品营销等多项内容,把握好这些内容的基本概念、体制规则、主要模式等,对于推动合作社发展壮大,提升合作社的竞争能力和推动合作社持续、快速、健康发展具有十分重要的意义。

展农产品加工业务时参考。

一是坚持以人为本的原则。把促进农业发展、农村繁荣、农民富裕作为农产品加工业发展的出发点和落脚点。通过农产品加工业的带动,建设专业化、标准化、规模化原料基地,形成加工企业与农户风险共担、利益均沾的利益联接机制,使农民分享到加工环节利益。

二是坚持市场导向原则。充分发挥市场对资源配置的主导作用,通过优化资源配置,提高行业的整体效益;通过研究、开发一批名牌产品,提高市场占有率;通过培育一批农产品加工优势企业和主导产业,提高国际竞争能力。

三是坚持质量安全原则。建立和完善农产品加工标准体系,建立从“从农田到餐桌”全程质量控制体系。严格执行农产品(食品)卫生标准和产品标准,大力发展无公害食品、绿色食品和有机农产品,确保农产品加工的质量安全。

四是坚持科技创新原则。整合科技资源,加强国外先进技术的引进、消化和吸收,加大技术集成和原始创新,加强企业技术创新,全力打造一批农产品加工科技创新基地和产业化示范基地,全面提高我国农产品加工业的自主创新能力,在关键技术领域实现重点突破。

五是坚持因地制宜原则。充分发挥资源、经济、市场和技术优势,依托优势农产品生产区域,发展特色农产品加工业,逐步形成农产品生产和加工相协调的现代农业产业带,实现农产品加工与原料基地的有机结合,将资源优势、区位优势转变为经济优势。

六是坚持可持续发展原则。实施可持续发展战略,积极发展环境友好型和资源节约型农产品加工业,原料基地建设必须服从生态环境保护的要求,农产品加工的过程要重视清洁生产 and 循环利用,加强资源的深度开发利用,节能降耗,减少环境污染,走可持续发展之路。