



“农超对接” 指导手册

商务部市场体系建设司
中商商业发展规划院

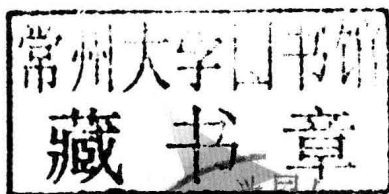
编著

中国农业科学技术出版社



“农超对接” 指导手册

商务部市场体系建设司 编著
中商商业发展规划院



中国农业科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

“农超对接”指导手册 / 商务部市场体系建设司, 中商商业发展规划院编著. —北京: 中国农业科学技术出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5116-1211-3

I. ①农… II. ①商… ②中… III. ①农产品—商品流通—研究—中国—手册 IV. ①F724.72-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 037860 号

责任编辑 张孝安

责任校对 贾晓红

出版者 中国农业科学技术出版社

北京市中关村南大街 12 号 邮编: 100081

电 话 (010) 82109708 (编辑室) (010) 82109704 (发行部)
(010) 82109703 (读者服务部)

传 真 (010) 82109708

网 址 <http://www.castp.cn>

经 销 者 各地新华书店

印 刷 者 北京富泰印刷有限责任公司

开 本 787 mm × 1092 mm 1/16

印 张 22.25

字 数 330 千字

版 次 2013 年 2 月第 1 版 2013 年 2 月第 1 次印刷

定 价 38.00 元

— 版权所有 · 侵权必究 —

编 委 会

(按姓氏笔画顺序排序)

主 编	王炳南	刘普合		
副 主 编	孔令羽	吴东来	张 静	
执 行 主 编	王黎民	罗杰含	龚新忠	
编委会成员	王天楠	王莉莎	王雅静	冯能彦
	刘书军	孙美玉	李亚琼	张钉钉
	陈 莹	段月永	赵惠如	铁志海

序

农产品流通是农产品生产与消费的中间环节，关系到农民增收，也关系到城市居民的日常生活，具有十分重要的地位和作用。国务院高度重视农产品流通体系建设，要求减少农产品流通环节，降低流通成本，创新农产品流通模式。

“农超对接”作为农产品现代流通方式，通过连锁超市与农产品生产基地对接，直接采购农产品，实现农产品由基地直达超市，减少流通环节，建立稳定的产销关系。2008年以来，商务部积极推进农超对接，是在加强城乡市场体系建设基础上，实施的又一项惠农利民工程。经过大家的共同努力，“农超对接”得到快速推广，在全社会引起较大反响，实现了超市、农民和消费者的三方共赢，为加强宏观经济调控、稳定市场物价、促进农民增收和保障食品安全都做出了积极贡献。但是，我们也认识到，“农超对接”仍然处于初步阶段，规模需要不断扩大，水平也有待持续提高。

当前，商务部认真贯彻国务院系列文件精神，按照“以‘农批对接’为主渠道，‘农超对接’为发展方向，直供直销为重要补充，电子商务为探索趋势”的总体思路，加强鲜活农产品流通体系建设，在中心城市深入推进农超对接，一方面，着力扩大“农超对接”规模，推进质量保障体系建设，同步推动“农超对接”数量与质量提升；另一方面，鼓励发展订单农业，带动农业生产的标

准化、品牌化，充分发挥流通产业的基础性和先导性作用。

这次，我们将近年来“农超对接”的工作情况、企业实践进行总结，汇集成册，旨在加强行业交流，启发工作思路。希望大家读一读，相信会从中汲取有益的知识，更加坚定发展“农超对接”的信心，推动我国农产品流通体系建设再上新台阶。

商务部市场体系建设司司长 王炳南

2012年7月

目录

CONTENTS

第一篇 政府工作篇	001
商务部 农业部关于开展“农超对接”试点工作的通知	002
商务部 财政部 农业部关于做好农产品“农超对接” 试点工作的通知	007
商务部办公厅关于做好农产品“农超对接”试点工作的 意见	014
商务部办公厅 财政部办公厅关于农产品现代流通综合 试点指导意见的通知	016
商务部 农业部关于全面推进“农超对接”工作的指导意见	022
财政部 商务部关于 2011 年开展农产品现代流通综合 试点有关问题的通知	026
财政部办公厅 商务部办公厅关于 2012 年开展“农超对接” 试点有关问题的通知	031
陈德铭部长在全国“农超对接”现场会上的讲话	037
姜增伟副部长在全国农产品“农超对接”现场会上的讲话	045
第二篇 专家指导篇	055
“农超对接”的新思考	胡定寰 056
“农超对接”——我国农产品流通的新篇章	戴中久 080
“CCFA 百个‘农超对接’示范项目”分析报告	王 升 088
家乐福品质体系介绍	柏韦亚 102

第三篇 企业实战篇	123
联华超市股份有限公司“农超对接”介绍	124
华润万家有限公司“农超对接”介绍	128
大润发超市“农超对接”介绍	140
家乐福(中国)“农超对接”介绍	144
沃尔玛(中国)投资有限公司“农超对接”介绍	150
永辉超市股份有限公司“农超对接”介绍	160
Tesco 乐购“农超对接”介绍	168
山东家家悦超市有限公司“农超对接”介绍	191
麦咨达农业信息咨询有限公司“农超对接”介绍	198
辽宁亿家商业集团有限公司“农超对接”介绍	215
浙江供销超市有限公司“农超对接”介绍	218
衢州东方商厦有限公司“农超对接”介绍	224
中百控股集团股份有限公司“农超对接”介绍	228
四川德惠商业股份有限公司“农超对接”介绍	244
四川省西昌金雕实业有限责任公司(家佳超市) “农超对接”介绍	251
北京京客隆集团“农超对接”介绍	260
三江购物俱乐部股份有限公司“农超对接”介绍	265
石家庄北国人百集团“农超对接”介绍	268
第四篇 资料参考篇	279
农产品进超市经营指南	280
附录 1	308
附录 2	312
附录 3	337

第一篇

政府工作篇

“农超对接”即农产品与超市直接对接，市场需要什么，农民就生产什么，既可避免生产的盲目性，稳定农产品销售渠道和价格，同时还可减少流通环节，降低流通成本，给消费者带来实惠。自 2008 年 12 月起，为积极发展我国农产品现代流通方式，推进鲜活农产品“超市 + 基地”的流通模式，引导大型连锁超市直接与鲜活农产品产地的农民专业合作社产销对接，中华人民共和国商务部、财政部、农业部先后联合下发了多份文件，出台了扶持政策，推进了我国“农超对接”试点工作的开展。

商务部 农业部

关于开展“农超对接”试点工作的通知

（商建发〔2008〕487号）

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门、农业厅（局）、农委（办）：

为贯彻落实《中共中央国务院关于加强农业基础建设，进一步促进农业发展农民增收的若干意见》（中发〔2008〕1号）和十七届三中全会精神，探索城市支持农村的有效途径，积极发展农产品现代流通方式，推进鲜活农产品“超市+基地”的供应链模式，引导大型连锁超市直接与鲜活农产品产地的农民专业合作社对接（以下简称“农超对接”），培育大型农产品流通企业与自主品牌，保障城乡居民食品安全，促进农民持续稳定增收，扩大农村消费，推进现代农业和社会主义新农村建设，商务部、农业部决定自2008年起开展“农超对接”试点。现就开展试点工作提出以下意见：

一、充分认识促进鲜活农产品“农超对接”的重要意义

随着大型连锁超市和农民专业合作社的快速发展，我国一些地方已经具备了鲜活农产品从产地直接进超市的基本条件。开展鲜活农产品“农超对接”试点，积极探索推动鲜活农产品“农超对接”的有效途径和措施，着力解决当前存在的薄弱环节和突出问题，是减少流通环节、降低农产品流通成本的有效手段，是解决鲜活农产品卖难的根本途径，有利于促进鲜活农产品“农超对接”经营进入良性发展轨道，实现农产品质量从农田到

餐桌的全过程控制，提高农产品质量安全水平，对建立农产品现代流通体制、增加农民收入和促进城乡统筹协调发展具有重要的现实意义。地方各级商务、农业行政主管部门要高度重视，树立全局观念，进一步提高认识，统一思想，增强责任感、使命感和紧迫感，增强工作的积极性和主动性，采取有效措施，加大工作力度，推动试点工作顺利开展。

二、开展鲜活农产品“农超对接”试点工作的指导思想、基本原则与主要目标

（一）指导思想

以科学发展观为指导，以发展鲜活农产品“农超对接”经营作为农产品流通体制改革的突破口，以减少农产品流通环节、降低农产品流通成本，保障城乡居民消费安全，增加农民收入，促进社会主义新农村建设和城乡统筹协调发展为宗旨，按照建立符合中国特色社会主义农产品现代流通体制的总体要求，推进农产品流通现代化，加快形成流通成本低、运行效率高的农产品营销网络。

（二）基本原则

坚持政府引导，市场化运作。以城市大型连锁商业企业为主体，支持连锁商业企业和农民专业合作社发挥网络、信息、配送等优势，建设农产品生产基地，建立新型鲜活农产品供应链。政府给予政策支持。

坚持因地制宜，试点先行。根据不同地区经济发展水平、连锁商业企业实力、城乡居民收入水平等实际情况，采取不同的发展模式稳步推进。在大中型城市选择部分大型连锁商业企业和部分农民专业合作社进行鲜活农产品“农超对接”试点。

坚持贸农结合，以商促农。以大型连锁超市为基础，与农民专业合作社相结合，建立新型农产品流通渠道，贸农结合，以商促农，促进连锁企业产业链的延伸和农产品供应链的整合。

（三）主要目标

到 2012 年，试点企业鲜活农产品产地直接采购比例达到 50% 以上，

减少流通环节，降低流通费用，并建立从产地到零售终端的鲜活农产品冷链系统。

三、鲜活农产品“农超对接”试点主体

根据各地推荐的企业情况，经研究，第一批确定山东家家悦超市有限公司、河北保龙仓商业连锁经营有限公司、家乐福（中国）管理咨询服务有限公司、锦江麦德龙现购自运有限公司、江西国光商业连锁有限责任公司、沃尔玛（中国）投资有限公司、上海康成投资（中国）有限公司、华润万家有限公司、中粮集团9家企业为国家“农超对接”试点企业。下一步根据各地推进情况适时吸纳新的企业参加试点。各省商务主管部门会同农业行政主管部门根据当地情况确定省级农超对接试点企业和产地农民专业合作社。

四、鲜活农产品“农超对接”试点建设内容

（一）加大鲜活农产品现代流通设施投入

加快应用农产品现代流通技术是鲜活农产品现代流通的根本体现。当前重点是加强鲜活农产品冷藏冷冻设施投入，对部分鲜活农产品试行强制性冷链流通，降低鲜活农产品损耗，保障鲜活农产品质量，同时实现降低连锁超市冷藏冷冻设施投入成本。

（二）增强鲜活农产品加工配送能力

鲜活农产品高效物流配送是鲜活农产品进入市场的重要环节，也是降低鲜活农产品损耗率，提高农产品增加值的重要途径。支持大型连锁商业企业通过新建鲜活农产品配送中心、在现有日用消费品配送中心中增加鲜活农产品配送功能、发展第三方农产品物流配送等多种方式，建立与农产品生产基地规模及零售规模相适应的物流配送体系。

（三）提高鲜活农产品经营信息化水平

连锁商业企业和有条件的专业合作社要强化鲜活农产品信息系统建设，广泛推广数字终端设备、条码技术、电子标签技术、时点销售系统和

电子订货系统等，进一步推广品类管理和供应链管理等现代管理技术。通过电子信息技术，以农产品产业链为基础、供应链管理为重点，实现连锁商业企业与农民专业合作社之间业务流程的融合和信息系统的互联互通，提高市场反应能力，建立鲜活农产品质量可追溯体系。

（四）培育农民专业合作社自有品牌

试点连锁超市要广泛宣传和大力支持农民专业合作社自有鲜活农产品品牌，向消费者提供质量安全可靠的农产品及加工制品，增强消费者对农民专业合作社鲜活农产品质量安全信心，促进农民专业合作社鲜活农产品销售规模的扩大。

（五）调整连锁超市商品经营结构

围绕扩大农民专业合作社鲜活农产品经营规模，适当调整连锁超市商品布局，增加鲜活农产品销售种类，扩大鲜活农产品经营面积，努力提高鲜活农产品销售比重。通过扩大农民专业合作社鲜活农产品经营规模，提高连锁商业企业市场竞争力。

（六）建立“农超对接”渠道

商务主管部门负责组织试点连锁超市，农业行政主管部门负责组织本辖区内产业基础牢、产品规模大、质量安全优、品牌效应好、农户成员多的优秀农民专业合作社，通过定期举办专场对接洽谈会、产品展示推介会等形式，为超市与合作社搭建对接平台，疏通对接渠道，由连锁超市与农民专业合作社签订购销合同。连锁超市要给予农民专业合作社市场信息、加工包装技术、运储以及价格等方面的支持服务和优惠。

五、鲜活农产品“农超对接”的政策保障

（一）加大政策扶持力度

落实农产品仓储设施建设用地按工业用地对待政策。鼓励地方政府安排相应资金，重点扶持发展鲜活农产品冷链系统建设，支持鲜活农产品“农超对接”经营。商务部和农业部扶持“农超对接”试点的具体政策会商有关部门另行制定。

（二）拓宽投融资渠道

通过政策杠杆引导社会资金加大对鲜活农产品基础设施的投入。鼓励各类大型连锁超市进入鲜活农产品流通领域，进行示范带动。协调金融机构对鲜活农产品“农超对接”予以信贷支持，对连锁商业企业和农民专业合作社申请贷款提供技术指导。

（三）培育农产品现代流通人才

扩大国际交流合作，继续举办农产品市场流通培训班，培训一批熟悉国际农产品流通先进经验的商务管理人才。加强连锁商业企业和农民专业合作社人才培训，编制符合企业和农民专业合作社发展要求的人才培训规划，培养适应农产品现代流通经营需求的管理人才，为加快鲜活农产品“农超对接”发展提供人才保障。

（四）加强组织落实工作

各地商务和农业部门要认真组织，精心部署试点工作。要加强与财政、国土、税务、金融等有关部门的沟通，出台配套政策措施，形成政策合力。根据本地实际情况，积极争取当地政府支持，帮助解决试点工作中遇到的实际问题，加快推动“农超对接”试点工作。在试点工作中如果遇到相关问题，可与商务部和农业部联系。

各试点单位要制定试点实施方案，报商务部（市场建设司）和农业部（经营管理司），并每半年书面报告一次进展情况；要积极探索实现“农超对接”的有效机制、模式和政策措施，不断创新思路解决试点过程中遇到的各种问题；要及时总结试点工作经验，以便更好地交流和推广。

商务部 农业部
二〇〇八年十二月五日

商务部 财政部 农业部

关于做好农产品“农超对接” 试点工作的通知

(商建发〔2009〕286号)

河北、吉林、浙江、安徽、江西、山东、青岛、河南、湖北、湖南、海南、重庆、四川、贵州、陕西省(市)商务主管部门、财政厅(局)、农业(农林、农牧)厅(局、委、办):

为贯彻落实《中共中央国务院关于2009年促进农业稳定发展农民持续增收的若干意见》(中发〔2009〕1号)和《国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见》(国办发〔2008〕134号)精神,积极推进大型连锁超市、农产品流通企业直接与鲜活农产品产地的农民专业合作社对接(以下简称“农超对接”),加快农产品现代流通体系建设,进一步促进农民增收,扩大农村消费,商务部、财政部、农业部决定2009年在各省(市)开展“农超对接”试点工作,现就有关事项通知如下:

一、项目建设内容

《商务部 农业部关于开展“农超对接”试点工作的通知》(商建发〔2008〕487号)下发后,各地积极探索。从各地实践看,开展鲜活农产品“农超对接”,发展农产品从基地到超市的直接流通方式,是减少农产品流通环节、降低流通成本的有效手段,是解决鲜活农产品卖难的根本途径,有利于实现农产品质量从农田到餐桌的全过程控制,提高农产品质量

安全水平，对建立农产品现代流通体制、增加农民收入和促进城乡统筹协调发展具有重要的现实意义。

本通知所称农产品“农超对接”项目是指大型连锁超市、农产品流通企业与农产品专业合作社对接，在农产品生产基地所在县（市）的区域内，当年建设完工并投入使用的鲜活农产品冷链系统、快速检测系统、配送中心等基础设施项目。

大型连锁超市、农产品流通企业建设项目包括鲜活农产品冷链系统项目和农产品配送中心项目。农产品专业合作社建设项目包括鲜活农产品快速检测系统项目和基地农产品品牌建设项目，农产品专业合作社要认真总结试点经验，根据实践需要，逐步扩大建设内容。

二、承办企业应当具备的资质条件

（一）大型连锁超市和农产品流通企业应满足以下条件

第一，实力较强、经验丰富、信誉良好，无不良销售记录。

第二，注册资本东部地区 1 000 万元以上，中西部及东北地区 500 万元以上。

第三，年销售额在本省位居前列，2008 年度鲜活农产品年销售额东部地区 6 000 万元以上（中部及东北地区 4 000 万元以上，西部地区 2 000 万元以上）或鲜活农产品销售额占企业总销售额的比例不低于 30%（中西部及东北地区不低于 20%）。

第四，超市生鲜业务自营，已建有鲜活农产品直采基地，并与对接的农产品专业合作社具有良好的合作关系；制定了农超对接项目发展规划。

第五，省相关部门规定的其他条件。

（二）农产品专业合作社应满足以下条件

第一，具备《中华人民共和国农民专业合作社法》规定的设立和登记条件，并依法注册半年以上。

第二，社员在 100 个以上，有规范的章程、完善的管理制度、健全的监督机制、独立的会计核算。

第三，有符合对接超市和农产品流通企业需求的基本生产能力和规模。

第四，省相关部门规定的其他条件。

(三) 根据《财政部商务部关于做好支持搞活流通扩大消费专项资金管理的通知》(财建 2009〔16〕号)，中央财政农村物流服务体系发展专项资金将对“农超对接”项目给予支持，具体办法另发。

每个企业、每个农产品专业合作社只能申报 1 个“农超对接”项目。1 个县申报的“农超对接”项目不超过 1 个。每个“农超对接”项目包括的鲜活农产品冷链系统项目、配送中心项目、快速检测系统项目和品牌建设项目均不超过 1 个。

三、项目验收标准

(一) 鲜活农产品冷链系统项目和农产品配送中心项目验收标准见附件 1。各地可据此标准制定详细的验收标准

(二) 鲜活农产品快速检测系统项目和基地农产品品牌建设项目验收标准由省级商务主管部门会同财政、农业部门制定

四、有关工作要求

(一) 各试点地区要高度重视农产品“农超对接”工作

商务部门要会同财政、农业部门认真组织项目申报，按照公开、公平、透明原则进行审核，择优选定“农超对接”项目，并填写《农产品“农超对接”项目申请汇总表》，于 2009 年 7 月底前以正式文联合报商务部、财政部、农业部。要加强对项目的监督和管理，制定详细的工作计划，建立工作档案，掌握工作动态，并及时向商务部、财政部、农业部上报有关情况。中央企业可直接向财政部、商务部提出项目建设申请，由财政部、商务部会同有关部门进行审核。

(二) 各省级商务主管部门应会同财政、农业部门，组织相关领域专家做好项目验收

验收重点应核查项目是否达到项目可行性研究报告中提出的功能要