

城乡发展一体化： 探索与创新

——北京市农村经济研究中心2012年研究报告
下册

郭光磊 主编

城乡发展一体化:探索与创新

——北京市农村经济研究中心 2012 年研究报告

下 册

郭光磊 主编

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

城乡发展一体化: 探索与创新: 北京市农村经济研究中心 2012 年研究报告 / 郭光磊主编. —北京: 中国农业出版社, 2013. 3

ISBN 978-7-109-17656-0

I. ①城… II. ①郭… III. ①农村经济发展-研究报告-北京市-2012 IV. ①F327.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 035952 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 姚 红

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月北京第 1 次印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 43

字数: 715 千字

定价: 50.00 元 (上、下册)

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

目 录

第三篇 构建新型农业经营体系

北京市安全农产品参与式保障体系试验示范研究	
——职工消费合作社与农民生产合作社对接试点研究	351
发达地区（北京）农村合作社发展思路研究	363
北京市农民专业合作社内部信用服务规范与发展研究	401
北京市“十二五”时期农业区域合作与协调发展研究	414
北京市农业企业上市培育的财政金融支持政策研究	449
合作社安全农产品质量追溯信息化支撑研究	473
北京市农民专业合作社示范社农产品电子商务现状分析与应用研究	498
北京市都市型现代农业物联网应用实证研究	519
平谷区农村社区土地股份合作社试点研究	545
创新生态涵养发展区经济发展的新体制	
——王平镇西马各庄村土地合作社主要做法及经验研究	568

第四篇 发展首都生态文明

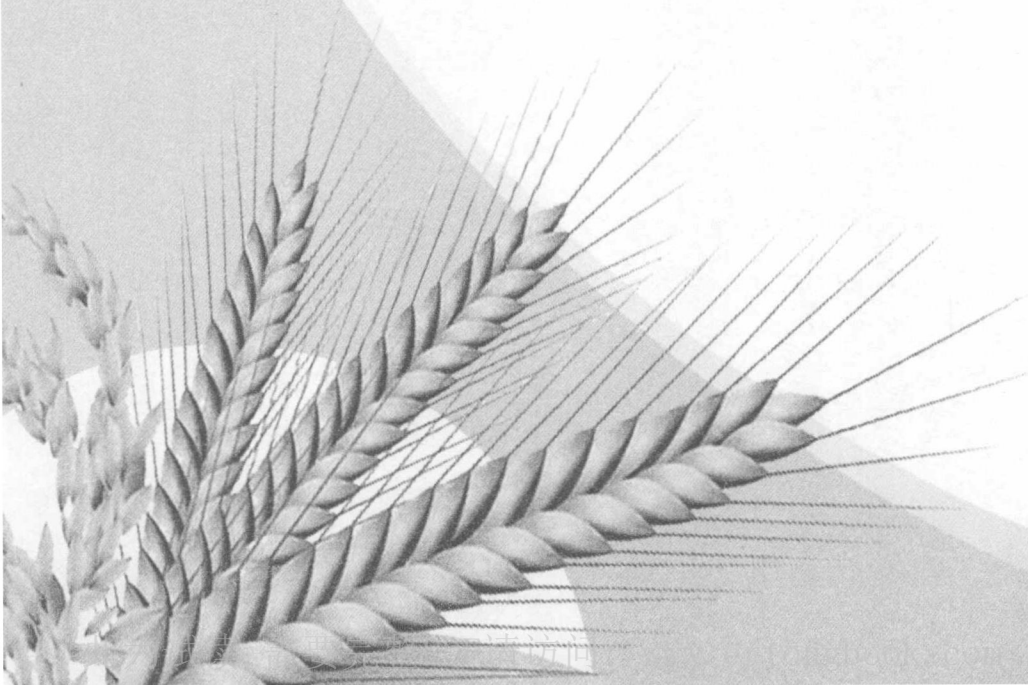
国家生态文明沟域建设与沟域资源整合开发研究	581
北京市休闲农业现状调查与分析	605
北京市郊区农民生活能源结构研究	630
北京市农村生活污水景观化处理利用研究与试验	637
北京市完善生态补偿机制的调查报告	646

第三篇

构建新型农业经营体系

.....

[城 乡 发 展 一 体 化 : 探 索 与 创 新]



北京市安全农产品参与式保障 体系试验示范研究

——职工消费合作社与农民生产合作社对接试点研究

内容摘要：为探索都市型现代农业发展中安全优质农产品发展方式，探讨全产业链农业、参与式保障农业、合作化农业等在现代农业发展中的作用和途径，北京市农村经济研究中心开展了为期3年的试验示范研究。以北京市农村经济研究中心职工消费合作社、延庆县康庄镇北菜园农产品产销专业合作社（联合）社作为试点单位，探索“社社对接”的组织体系与运行机制。建立了以“参与式保障”为核心的新型安全农产品“团购、直销、参与”供销模式，探索解决优质农产品销售难和农产品质量安全问题，提高本地生产的鲜活农产品市场流通效率。第一年组建了职工消费合作社，选择并指导了生产合作联社，建立了物流、信息流、资金流体系，通过组织农场访问、社员交流等活动增加了双方社员互信，基本形成了生产者与消费者直接互动的安全农产品供应链。为下一步扩大试验研究，探索“多对多社社对接”打下了基础。

一、研究背景及主要思路

当前，北京市约70%~80%的农产品需要通过批发市场从外埠调剂余缺，本地鲜活农产品自给率较低，猪肉、蔬菜、粮食、水产品自给率分别为31%、28%、15%和10%。农民专业合作组织是农产品生产与销售的主要力量，据北京市农经系统统计，截至2012年，全市共有农民专业合作组织5286个，直接参与合作组织成员近25万人，间接带动农户约24万余户，覆盖了全市近90%的农业劳动力。尽管农民专业合作组织数量得到迅猛发展，但是对农民的实际带动能力仍不理想，本地农产品市场存在诸多问题，表现在消费者对农产品的质量不信任；生产者实际组织化程度仍不高，受流通中间环节利益挤压，增收不显著。农民为了获得较高收入，会加大化学农药肥料的使用来增加产量，从而造成农产品质量安全的不可靠。如何化

解农产品产销两头的信任危机、理顺供求关系，提高北京本地鲜活农产品市场的流通效率，促进市民“菜篮子”的质量安全保障，解决农民的增收问题是本课题研究目的所在。

为此，市农研中心设计了“北京市安全农产品参与式保障体系试验示范研究”的3年中长期课题（2012—2014年），在本单位成立职工消费合作社，与生态涵养区延庆县康庄镇北菜园农产品产销专业合作（联合）社进行对接，以“社社对接”的形式探索在消费合作社与农民生产合作社之间建立起一条没有中间环节、相对稳定的购销渠道；通过“参与式保障”的形式，组织消费者更多地参与到农产品供应链的质量安全保障中来，化解产销两头间因信息不对称产生的不信任矛盾，形成生产者与消费者紧密型利益联结机制，让农民生产好产品卖出好价钱，让消费者以实惠的价格买到安全放心的农产品。同时结合市农经办（市农研中心）对农民专业合作社的指导职能，通过课题试验研究，加大对北京市农民专业合作社安全农产品产销的组织体系和运行机制的指导，支持本地农民专业合作社发展壮大。

二、“社社对接”流通模式的机制设计

“社社对接”流通模式是参照国际上认可的有机农产品参与式保障体系（Participant Guarantee System, PGS）搭建的。

（一）参与式保障体系（PGS）的特点

参与式保障体系（PGS）是目前世界上较为普遍的针对小农户的有机农业验证方式。当地利益相关者与生产农户之间，通过建立信任、社会网络 and 知识共用，形成的当地农产品品质保障体系。有以下特点：①验证所需文件材料比较少；②验证过程农民需承担更多的义务和责任；③验证制度更符合当地社会背景和农民情况；④更多涉及新验证的或有机转型期的农民；⑤鼓励消费者积极参与；⑥利用社会机制，通过当地有机农业利益者的参与和投入，让他们管理当地验证程序。

相对于第三方有机农业认证体系，参与式保障体系（PGS）的直接验证成本较低，比较重视农民和当地消费者的参与，使小农户在当地能够销售更多的产品。参与式保障体系（PGS）在不同国家有着不同的发展形式，根据各国社会背景和农业发展特点，参与式保障体系的产品质量验证方式会包含

不同的内容，其共同原则在于通过建立人与人之间的信任来代替高成本的、复杂的、被动的有机农业认证体系。

（二）“社社对接”流通机制设计

“社社对接”流通模式的目标是保障农产品质量安全和提高生产者、消费者利益。“社社对接”流通机制的设计也包含两个方面。一方面，借鉴参与式保障体系（PGS）的精髓，培养生产者的主动诚信，强调构建城乡人与人之间的和谐关系，培育建立以诚实互信为基础的安全农产品交易规则，采取“感情约束+技术披露+利益捆绑”的组合制度设计，达到从源头上保障农产品质量安全的目的，即通过生产者与消费者互动活动来增加双方的认知和情感，使生产者不忍生产不诚信产品；通过现代技术手段来强化农产品质量的信息披露，使生产者不敢生产不诚信产品；通过稳定的购销关系形成紧密型利益联结机制，使生产者不愿生产不诚信产品。另一方面，集成直销、团购、智能化、封闭式供应链等现代交易理念，有效节约流通过程中产生的交易费用和流通成本。通过有效地将本地农民组织起来，形成生产者联盟，和本地消费者团体组成的消费者联盟建立起对等的、稳定的市场交易关系，采用电子商务技术和智能化配送管理系统，实现“产消”双方直接、便捷的交易，减少农产品市场两头因主体分散弱小，受到大型中间商挤压，从而产生的两头利益受损和价格不稳定的问题。我们称这种流通模式为“社社对接”的智能化参与式保障体系（Smart Participant Guarantee System，SPGS）。

三、“社社对接”流通模式的主要做法

2012年是我们开展“社社对接”流通模式试验的第一年。通过调查研究了消费合作社的组建方式和农民专业合作社的生产管理情况，横向比较研究了国际消费合作社的发展现状，分析借鉴了国际认可的安全农产品参与式保障体系（PGS），初步搭建了农民专业合作社与职工消费合作社“社社对接”的购销平台，主要做法如下：

（一）组建农研职工消费合作社

1. 调查研究，筹备成立消费合作社
合作社筹建前期，课题组做了大量的调研和准备工作。通过走访考察北京林业大学消费合作社，咨询合作社方面的专家，了解学习组建消费合作社

的条件、程序与经营管理要求；通过给全体职工发放《消费合作社调查问卷》，了解职工的购菜需求特点和需求范围；以中心工会的名义给全体职工发放倡议书，向职工传递成立职工消费合作社的意义、作用，倡导广大职工自发组织起来成立自己的消费合作社。

2. 召开农研职工消费合作社成立大会

在农研中心党组的指导下，课题组通过中心工会倡导和发起，首批 149 名职工自愿加入农研职工消费合作社。2012 年 4 月 19 日，由单位职工自己组织，召开了农研职工消费合作社成立大会。大会全员表决，通过了《农研职工消费合作社章程》，选举产生了农研职工消费合作社理事会、监事会、社务会等合作社组织机构，聘请了农研中心全体党组成员和部分中心专家咨询委员会专家为首届农研职工消费合作社顾问，初步形成了农研职工消费合作社运营组织构架。

3. 农研职工消费合作社的性质、宗旨和任务

依据《农研职工消费合作社章程》，农研职工消费合作社是根据北京市农村经济研究中心调研工作的需要，按照《关于工会兴办职工消费合作社若干问题的试行办法》（京工发〔1998〕13 号），由北京市农村经济研究中心工会发起，单位职工自愿参加、共同所有、民主管理、自我服务，不以盈利为目的成立的群众性合作组织。该组织倡导绿色环保、优质安全、健康消费的理念，通过选择、培育安全优质农产品生产合作社、农业企业等为供应商，开展农产品商品团购等服务，向社员提供质优、价廉、安全的农产品货源，最大限度地降低社员农产品的消费成本，最大幅度地保障社员农产品的安全水平。倡导合作文化，提升社员合作共赢意识。

4. 缴纳入社股金

首届农研职工消费合作社社员每人缴纳股金 200 元作为合作社启动资金和日常周转资金，同时也代表消费合作社社员维护合作社健康发展的一份责任与义务。

（二）农产品生产合作社的安全农产品种植要求

1. 选择确认北菜园农产品产销联合社为生产合作对象

经研究，按照生产合作对象有安全生产认证、具有一定生产规模、产品品种较多、管理规范、热心“社社合作”、具有配送能力等条件，经过 2 个多月的考察，消费合作社最终决定优先选取位于北京生态涵养区的延庆县康庄镇的北京北菜园农产品产销联合社，作为“社社对接”试验研究的合作对

象。双方协商沟通后,达成了合作试验研究意向,确定了消费合作社以团购形式从生产合作社购买若干个品种的有机蔬菜、消费合作社宣传引导职工社员团购消费、定期提前购买生产合作社预付卡、在线支付有机蔬菜货款等“社社对接”环节。5月中旬,消费合作社社员开始上网购菜,“社社对接”正式启动运行。

2. 北菜园农产品产销联合社的安全有机产品生产

(1) 概况。北京北菜园农产品产销联合社由延庆县 12 个乡镇的 16 家农民专业合作社组成,涉及农业种植业、养殖业、农产品粗加工、中药材种植等行业,是一家以销售为纽带、整合农业资源的综合性农民专业合作社,拥有 300 亩的有机蔬菜种植面积。北菜园农产品产销联合社有独特的生态环境优势。延庆县地处妫水河的冲积平原,东、南、北三面环山,西面临水,凭借燕山山脉这一天然屏障,阻隔了来自城市的污染和西北的风沙,拥有官厅和白河堡两个水库,大气与水的质量均达到国家一、二类标准,为种植有机蔬菜提供了很好的生态环境。尤其是北菜园基地所处的小丰营村,农业资源丰富、无污染、气候冷凉,灌溉全部采用 166 米的深井水,为发展生态农业提供了得天独厚的条件。

(2) 有机农业生产的保障措施。为了确保有机农业的安全生产,作为农研职工消费合作社主要对接对象的基层社,北京绿菜园蔬菜专业合作社实施了严格的质量安全管理制度:①实行统一种植规划、统一育苗、统一农资供应、统一病虫防疫、统一技术指导、统一品牌销售的“六统一”标准化生产管理。绿菜园合作社生产所用的种子全部是由农资门市部统一到县种植中心、种子站等专卖机构购买的非包衣、非转基因种子;使用的农药是统一采购的通过有机认证的符合有机蔬菜生产的生物农药。对于肥料的使用,底肥使用了德清源养鸡场的沼渣,混合德清源鸡粪、归原有机牛厂的牛粪,经高温发酵后形成;追肥使用德清源养鸡场的沼液,兑入清水,调解浓度形成,利用以色列滴灌技术加肥。授粉主要采用蜜蜂授粉和震荡授粉两种方式。生物防治采取高压杀虫灯、黄粘板、个性诱剂黄盆和赤眼蜂相结合的方式。有机种植大棚还采取轮作的方式保证土地肥力和土壤卫生,轮作休耕期间,工人会用一定浓度的食用芥末对大棚进行密闭消毒。②配备专人每天对设施大棚的温度、湿度、防疫、蔬果等情况进行抽查,抽查结果由生产工人签字确认。③对每一批蔬菜都要进行农药残留、等级认证等项目的抽样检测,检测合格方可销售,从根源上切断了不合格产品流向市场。④建立了蔬菜追溯码系统,在蔬菜包装箱内用标签注明生产时间、产品品种、数量、生产和管理

人员姓名、质量情况等相关标识，一旦发现问题产品，可以追溯到生产者个人。

（三）建立新型农产品电子配送体系

1. 采用电子订单和智能柜配送

为提高“社社对接”配送效率，最大程度减少人工成本，两社购销过程所需的订单生成传送、货物集配指令的下达全部采取电子化操作；货物配送采取集中一站式送达，配送终端采用了智能柜装置，配送工作人员只需将货品送至消费单位的智能柜即完成了配送任务，无需与购买人碰面。

2. 货款结算方式

为配合网络平台购物方式，消费合作社采取了用现金直接向北菜园联合社购买消费充值卡，将其金额充值到网上虚拟账户，通过在线支付的形式，完成货款结算。这种预充值结算的方式类似于我们的手机充值卡消费。

3. 一个完整的购销配送过程

为使读者更为形象地了解“社社对接”购销配送过程中资金流、信息流与物流的传输路径，本节将描述一个完整的购销配送过程。首先，消费合作社社员从生产合作社购买消费充值卡，将充值卡金额充值到购销平台（运行在互联网上的“农研职工消费合作社购销服务信息平台”）的本人账户中。在购销平台中选购需要的产品，用账户内预存储的金额支付货款。用户在线选购和支付产品货款后，北菜园的销售部门根据每个社员的电子订单，于配送当日8:00以前完成订购产品的采摘，于9:00之前完成产品的加工、包装、二维码标签制作、发货单据准备等工作，同时给订货的社员发送短信，告知货物已经进入配送流程。约9:00北菜园的配送车辆向农研中心集中配送货物。约中午12:30将货物放入位于农研中心机关食堂的智能配送柜，消费合作社社员同时会收到短信通知，告知存放所购货物的货柜号和取货密码，社员在午饭后就能顺便在食堂凭密码取货，社员拿走货物关上柜门后，北菜园购销部门同时会收到短信，显示该货柜中的货物已经取走。至此一个完整的购销配送过程完成。

最初，北菜园周一到周五都给社员配送货物，后来经过统计发现一周中周五购菜人较多，为了节省配送费用，消费合作社征求社员意见后，将配送时间调整为周二和周五配送。

（四）加强两社之间的参与式互动

为化解消费者与生产者因生产交易信息的不对称所产生的不信任感，促进两社形成紧密型利益联结机制，课题组设计和实施了一系列两社参与式互动活动。通过实施消费合作社社员到生产合作社基地的访问交流，组织消费合作社社员观看生产记录片，参与农事体验，亲眼见证有机农产品安全的生长环境和管理技术，让消费合作社社员了解所购蔬菜的生产过程，看到安全农产品苛刻的生产条件和较高的生产成本，从内心愿意适当花多一点儿钱购买真正安全高品质的农产品。同时，邀请生产合作社管理者和社员代表到农研职工消费合作社做客座谈，让生产合作社社员了解消费合作社社员的真实想法，知道消费者是如何重视农产品质量和安全的，他们需要什么样的产品，能够承受什么样的价格。

通过加强两社社员之间的相互了解与信任，促使双方自觉遵守承诺，达到生产者诚信经营，尽可能生产出安全高品质的农产品以优惠价格满足消费者需求；消费者愿意以稍高的价格，从固定的信任渠道购买安全高品质农产品的目的。

（五）利用信息化手段强化源头质量监管

在产品的质量安全保障上，除了有生产合作社自身实施严格的质量安全管理制度，消费合作社社员还可利用北菜园联合社农产品包装上粘贴的二维码追溯到田间地头的农产品生产行为信息，增强了消费者对安全农产品的消费信心。此外，为进一步配合农产品源头质量安全监督和保障，中心还设立了“合作社安全农产品质量追溯信息化支撑研究”课题，初步形成了消费者追溯、政府监管、合作社自律“三位一体”的农产品质量安全追溯体系研究成果及合作社安全农产品质量追溯信息化解决方案。

（六）不断调整职工消费合作社的内部管理与服务

为了更好地做好自我服务与管理，消费合作社社务会作为合作社具体办事机构下设了三个部门，分别为财务部、购销部和培训部。财务部负责合作社的财务服务工作和资金管理，编制财务报表并提交监事会监督。购销部负责开展合作社的产品购销服务，为社员寻找、购销安全质优价廉产品，为社员购买合作社产品提供一切必要的服务。培训部负责调查研究和社员培训等工作，提升社员对合作社组织、办社宗旨的认识与理解，通过调研、宣

传、培训、对外交流等活动促进合作事业发展。社务会的具体工作如下：

1. 通过各种渠道了解合作社社员真实消费需求

通过设计消费合作社社员调查问卷，召开社员代表会议，了解社员对合作社供应产品的需求、在购买过程中遇到的主要问题、对产品质量的反馈以及对合作社自我管理和服务的意见和建议。

2. 定期召开消费合作社社务会会议

讨论合作社遇到各种问题，提出解决方案，并通报合作社活动情况和社员购买产品的情况。

3. 利用各种渠道为社员寻找安全质优的产品

为了给社员找到安全优质的产品，购销部的工作人员多次到各个区县的农民专业合作社进行考察，收集安全农产品产销信息；邀请优秀合作社的相关负责人到消费合作社做客座谈；参观第六届中国（上海）国际有机食品博览会，了解国际有机食品市场行情。

4. 开展社员培训讲座

邀请国际有机农业运动联盟驻亚洲代表周泽江研究员，到消费合作社举办“食品安全与消费及有机农业参与式保障体系建设”知识讲座，邀请中国农业大学资源与环境学院孟凡乔教授为消费合作社社员举办“绿色食品和人类健康”讲座，丰富社员食品安全知识，开阔社员眼界；邀请消费合作社专家顾问刘登高和李伟克为社员讲解消费合作社的功能作用与管理理念，提高社员合作意识。

5. 促进消费合作社社员之间的交流

社务会培训部负责编辑印发《农研职工消费合作社简报》，以社会活动、产业典型、会议纪要、绿色生活、社员语录等栏目的形式，宣传消费合作社活动、发展动向，促进社员之间的交流。目前，《简报》已经编印到 21 期。此外，及时张贴消费合作社各种活动通知和提醒事项。设计运行专门的在线购销服务平台，发布安全农产品生产和消费服务信息，支撑购销业务，方便社员交流消费心得。

四、“社社对接”试验研究的初步效果

（一）消费合作社社员以优惠的价格吃到了放心菜

农研职工消费合作社运行 8 个月以来，网上购销平台为社员提供了果蔬、蛋奶、菌菇、粮油副食等 50 余种商品，社员总计从生产合作社直购安

全农产品 5 万多元,社员对产品质量和配送服务反映良好。社员购买有机蔬菜的平均价格为 7 元/斤,约比市场价格低 20%。以有机胡萝卜为例,市场价^①为 6.75 元/斤,社员价格是 5.2 元/斤,便宜了 23%之多;再以有机芹菜为例,市场价为 7.27 元/斤,社员价格是 5.6 元/斤,便宜了 22%。

(二) 农民专业合作社有机菜卖上了好价钱

据了解,由于蔬菜销路问题,北菜园联合社种植的有机蔬菜常常卖不上有机价格。据联合社负责人反映,2010 年卖出有机价的有机蔬菜仅占 10%,2011 年占 30%,其余蔬菜则以常规蔬菜的价格销售掉。自从“社社对接”以来,农研职工的购买量平稳增加,目前职工消费合作社网上平台购菜总量加上食堂团购总量之和已经占到北菜园联合社有机蔬菜销售量的 17%,北菜园联合社有机蔬菜的平均销售价格明显提高,农民增收初现效果。

(三) 与“农宅对接”相比,“社社对接”形式在一定程度上节省了销售成本和配送费用

对北菜园联合社来说,“社社对接”与北菜园其他直销方式相比,在节约配送成本和稳定销售量上具有显著优势。据调查,北菜园在“农宅对接”^②中常常受到配送成本过高的考验。以每户起售额 100 元计算,从延庆县到市区的配送成本,包括配送人员外出补助每人每天 30 元,伙食补助每人每天 15 元,加上往返交通费 12 元(送货量较小的时候,配送人员乘坐公共交通配送),配送成本共计每人每天 57 元。在遇到订单量小的情况下,利用公共交通配送的方式效率很低,一般一人一天仅能配送 5 户左右,平均每户的配送成本为 11 元,扣除产品成本和配送成本外,农宅对接直销方式的利润并不如意。“社社对接”流通方式由于结合了团购、直销和统一地点取货的优势,因此合作社能有效减少寻找买家的交易成本(包括买家信息搜寻成本、广告成本等)和分散配送的成本。北菜园固定在周二和周五集中送货,每次的送货量约为 20 单,每单消费 40~60 元,总销售额在 800~1 200 元/天,由于只需送到单位固定地点,且一次性送货量较大,只需占用一个

^① 该市场价是指北菜园联合社面向社会大众开办的网上商城价格,网址为 <http://www.365xian.net/>。

^② 农宅对接是北菜园近年来新探索的销售方式,借助电子商务销售平台和物联网技术,通过线上下单、付款、送菜上门的方式,向消费者销售农产品。

劳动力，大大减少了平均每单的配送成本，每单配送成本降为约每单 5 元。合作社将节省的交易成本和配送成本的一部分让利于消费者，形成生产、消费两头均得利的好结果。

（四）生产者与消费者之间建立了信任感

在“社社对接”过程中，通过两社之间的相互走访，社员们进入农场的亲身体验，与农民的直接交流，初步建立起了一道生产者与消费者沟通的桥梁，增进了生产者与消费者之间的了解，为下一步建立双方互信奠定了基础。正如消费合作社社员石慧这样写道：“通过访问和近几个月的买菜体验，让我亲身感受到了有机菜的育苗、制肥、病虫害防治、包装配送等环节的科技含量，深刻感受到了当一个现代农民是一件多么高科技的事，同时也感受到了作为一个职工消费合作社的社员，能够以这么实惠的价格，这么便捷的方式，买到这么放心的蔬菜，是一件多么幸福的事。”

（五）增加了职工的集体归属感和单位的凝聚力

农研职工消费合作社的组建和运行都是在职工自我组织、自我管理、自我服务的方式下运作的，充分体现了民主、平等和自由的氛围，“团购能优惠”的核心理念激发了职工合作意识；消费合作社组织的各种轻松愉快的社员集体活动增加了社员之间的感情交流，也增加了职工的集体归属感和单位整体的凝聚力。此外，消费合作社的自我管理决策的工作方式还能激发出了一批基层职工、年轻职工的组织能力、管理能力，有利于中心人才的挖掘。

（六）引起社会的关注

鉴于“社社对接”试验研究的现实意义和初步效果，该项目的实施引起一些媒体的关注。北京市电视台新闻频道、延庆县电视台生活频道和《北京日报》先后对“社社对接”项目和实施效果进行了宣传和报道；一些兄弟单位为此来学习调研；该课题应用还得到了市有关领导的认可。

五、目前“一对一社社对接”试验研究的主要问题

（一）消费合作社的服务项目还满足不了社员的多元需求

农研职工消费合作社依托试验研究课题，在单位职工范围内运行，属于模拟性质，目前主要是对接北菜园联合社一家，为社员提供以蔬菜为主的农

产品。经过几次问卷调查发现,社员对蔬菜的品种较少、产品供应的种类较为单一存在不少意见。还有一些社员反映消费合作社供应的品种主要是有机蔬菜,级别较高,价格虽比市场便宜,但是对于一般工薪阶层来说,还是较贵。从某种程度上说,这些问题的存在影响了社员购买的积极性。下一步,消费合作社将结合社员的多元需求特征和消费理念,通过扩展试验,建立“多对多社社对接”方式,来尽可能地增加产品供应种类与层次,最大程度满足大部分社员的消费需求。

(二) 消费合作社的结算方式不利于合作社拓展对接对象

目前,消费合作社不具备自我结算和配送功能,而是采取委托北菜园联合社结算和配送的方式,因此在一定程度上限制了消费合作社与其他生产合作社的拓展对接。下一步,消费合作社将研究第三方委托结算和配送的方式,进一步完善购销体系,促进“社社对接”合作对象的进一步拓展,将更多的农民生产合作社纳入“社社对接”试验研究范围,增加产品供应的种类与层次。

(三) 少数社员对消费合作社的性质不了解

办社8个月以来,少数社员依然对消费合作社这种古老而又新鲜的事物不理解,误将消费合作社理解为福利社,认为消费合作社是给职工免费发放福利的组织。甚至某些社员入社的动机也是以为消费合作社是福利社,当他们进入合作社后发现没有“免费的午餐”时,就会疏离合作社,这在一定程度上影响消费合作社的凝聚力、组织力和活力。下一步,消费合作社将加强对社员有关合作组织、消费合作社办社宗旨性质、运行要求的培训,加强对消费合作社理念的宣传,使更多的社员真正融入到合作社中,理解“我为人人,人人为我”的良性循环机制,提高社员的归属感、参与力和责任感,加强社员之间的合作默契,不断健全消费合作社的自我组织管理能力。

六、总结与计划

2012年的试验研究工作明确了研究目标和工作思路,通过成立农研职工消费合作社,初步搭建了“社社对接”购销平台,积极探索了“社社对接”智能化参与式保障体系的组织架构和运行机制,并在试验过程中发现和分析运行中的问题。