

<< “农超对接” 怎样做？ >>

图书基本信息

书名：<< “农超对接” 怎样做？
>>

13位ISBN编号：9787511602732

10位ISBN编号：7511602738

出版时间：2010-8

出版时间：中国农业科学技术出版社

作者：胡定寰

页数：319

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<< “农超对接” 怎样做？ >

前言

This book depicts a project with long-term benefits for Chinese companies——farmers as direct suppliers to companies. When I came to China four years ago, I asked everyone this question: "Do retail companies in China purchase fresh farm products directly from farmers ?

" The answer was no——this kind of system didn't even exist !

Today Direct Purchase is a reality and Carrefour China is on the way to reach in a near future 50% fruits and vegetables farm association procurement in Beijing and Shanghai. But you should know that we traveled many roads to reach this point. The Chinese government, including the Ministries of Commerce and Agriculture, formulated new laws and regulations, such as a law establishing farmer cooperatives. Local governments also enthusiastically joined in, giving farmers training and support. All retail companies were involved in this project. I myself was an enthusiastic participant in this great project. Through the farmer direct-purchase project, customers can buy inexpensive and safe fresh produce while farmers earn more money and gain greater expertise. It's truly a win-win situation. The success of the farmer direct purchase project is a result of the cooperation of companies with universities and research institutes in a new type of collaboration to help farmers flourish. I would like to take this opportunity to thank the Chinese Academy of Agricultural Sciences, especial Professor Hu Dinghuan, head of the farmer direct-purchase project. The success of the project was due to his combination of the theory and practice. It is my hope that Carrefour will be a model of localization in China. Building on this experience we can spread the concept far and wide. Farmers linked directly with your home !

<< “农超对接” 怎样做？ >

内容概要

全书共分以下五部分：（1）农民专业合作社篇。

在中国农民专业合作社法颁布已经有3年多时间了，但是，仍然还有很多农民不知道怎样去组织农民专业合作社，从而使得很多农产品生产条件很好的地区由于没有合作社，或者“真正的”合作社而无法做农超对接。

本篇目的是让一名普通的农民读了这部分书以后，对合作社产生兴趣，并学会怎样去组织农民专业合作社。

（2）超市篇。

超市虽然很接近城市居民的生活，但是对于农民和合作社领导来说了解得不多，从而，难以理解他们直接同超市做生意的意义在什么地方。

超市篇主要介绍超市为什么会逐渐地取代农贸市场成为消费者主要的购买生鲜农产品的渠道，超市的业态，采购模式，超市的管理组织结构。

书中还配有家乐福、沃尔玛、麦德龙、家家悦、华联和联华超市等案例，使得读者对超市有进一步的了解。

（3）农超对接篇。

这是本书重点，分为以下部分：农超对接的基本理念、成为农超对接合作社伙伴的条件、超市审核专业合作社的步骤、农产品从采收到进超市工作、超市采购标准及农产品达标率、农产品物流需要注意的问题。

（4）发展篇。

介绍“农超对接”不同的发展阶段，不同阶段有哪些特征和特点。

提出随着农超对接的发展，合作社内部管理越来越重要，作为提高质量和安全性管理的手段，建立农产品可追溯体系意义很大。

这部分介绍建立农产品可追溯体系的要领。

为了让读者有感性认识，本书还介绍了家乐福品质体系和麦德龙的农产品可追溯经验。

（5）挑战篇。

目前，无论超市，合作社还是农民在农超对接实践过程中不可避免地会遇到各种挑战和问题。

我们不怕问题的出现，这是新生事物不可避免的，关键是有解决问题的信心和找到解决问题的方法。

本书在介绍可能出现挑战的同时，将同读者一道探讨解决的方案和途径。

<< “农超对接” 怎样做？ >

书籍目录

前言第一章 农民组织篇 第一节 农产品为什么难卖的真正原因 第二节 农产品为什么卖不出好价钱 第三节 城里消费者想要什么样的农产品 第四节 食品安全对我们农民的影响 第五节 农民组织的积极作用 第六节 国外的农民合作组织 第七节 我国历史上的农民组织 一、互助组阶段 二、初级合作社阶段 三、高级合作社阶段 四、人民公社阶段 第八节 农村家庭承包经营制度 第九节 农业分散经营的局限性 第十节 农民专业合作社的由来 第十一节 农民专业合作社法 第十二节 农民专业合作社的基本理念 第十三节 农民专业合作社由谁来组织 第十四节 同农民专业合作社有关的 规定和定 第十五节 组建农民专业合作社的具体步骤 第十六节 农民专业合作社办理登记手续 第十七节 农民专业合作社的运营管理 第十八节 农民专业合作社的分配方式 第十九节 农民专业合作社案例 第二章 超市篇第三章 农超对接实践篇第四章 农超对接发展篇第五章 农超对接的挑战附录跋

<< “农超对接” 怎样做？ >

章节摘录

插图：组织起来的农民如果有读者问，我是农民，真正的种地的农民，我能够做农超对接吗？

我们的回答是可以，这是必要条件，但不是充分的条件。

我们这里强调，农超对接的对象是“组织起来的农民”。

大家都知道，我国人多地少，农民人均耕地只有1_3亩。

如此有限制的耕地面积，单个农民家庭无论是种什么，都难以满足超市采购的数量需求。

农民同超市合作截然不同于把农产品卖给经纪人或者批发商。

把农产品卖个经纪人或批发商的方法很简单，有什么卖什么，只要价格被双方接受，让他拉走就可了。

。

同超市做生意是不行的。

因为超市采购以后，需要立即配送门店立刻上柜出售。

超市人手少，无法对采购的农产品进行分拣、包装。

因此，做农超对接的时候，超市会要求合作社对自己的农产品进行，分级、加工、包装和配送。

少数几个农民是无法完成这些工作的。

怎么办，就借助集体的力量。

成立农民专业合作社以后，组织起上百户，甚至上千户农民。

组织化以后，我们不仅可以在数量上满足超市采购数量要求，而且也可以在合作社社员之间进行合理分工，有管理能力和经营头脑的人负责经营，懂得营销的人负责市场，精通种植技术的人做质量管理，合作社的加工车间，运输部门也需要很多的劳动，社员可以在生产时间之余参与各项工作。

农民专业合作社内部的集资也有同样的意义。

社员农民可以把剩余资金拿出来作为股份投入合作社的公共设备和设施建设，建造包装车间、冷库。

这样就更加容易引进农超对接了。

目前，还有不少人认为农民可以办好农民专业合作社没有信心，其中包括部分基层干部，他们认为农民是一盘散沙。

持有这种观点也有原因。

因为他们长期在基层工作，对农民情况相当了解。

<< “ 农超对接 ” 怎样做？ >

编辑推荐

《"农超对接"怎样做?》由中国农业科学技术出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>