

# 2023年设施蔬菜项目建设 设施蔬菜实习报告(通用5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 设施蔬菜项目建设篇一

自从对城南、永兴两市场进行标准化改造后，我们将农产品的价格行情在信息发布屏上予以宣传，同时对市场的农产品进行农药残留的检测，以便消费者明白市场行情，买得称心、吃得放心。此外，农户和商家实行“农超对接”，直接从菜农基地进菜，减少中间环节，降低成本。这些举措都大大也加快推动了农产品的营销。

### 七、对进一步加强菜市场建设、完善农产品零售网络的建议

1、尽快成立全县市场的专门管理机构，赋予其管理职能。以便规范管理各类市场，搞好我县“菜篮子”工程，提高我县城市品位。

2、进一步加大对农贸市场的建设与投入力度。目前我县县城仅4个农贸市场，这对于20多万县城人口来说是远远不够的，特别是梅苑开发区仅一个市场。因此，请政府行政划拨土地，加大市场建设力度，方便群众购物，搞活农产品流通，美化我县市容市貌，保障“双创”工作所取得的成果。

### 蔬菜市场调研报告范文篇拓展：食品市场调查报告范文

为全面掌握全市农资市场情况，加强农资市场管理，更好地为农民服务，市供销社于\*\*年\*\*月对全市农资市场进行调研。

现将调研情况报告如下：

## 一、基本情况

(一)市场供应货源充足。今年，全市全年化肥总需求量120884吨，可供应总量121971吨。其中：氮肥需求量56095吨，可供应量60360吨；磷肥需求量22592，可供应量28004.2；钾肥需求量9868，可供应量12202.2；复合肥需求量22329，可供应量21405。全市市场化肥可供应货源充足。

(二)农资质量整体较好，监管力度不断加强。在市政府的强力领导下，农委、质监、科技、供销社等部门持续开展农资打假活动，联合工商部门加强市场监管。一是在销售旺季进行抽样检测，不断增加抽样的覆盖率；二是要求零售商做好进货、销售台账，从正规渠道进货，提供生产厂家的营业执照、产品证书、产品检验报告，保证产品三证齐全(农药登记证号、生产许可证号、产品标准号)。

(三)农资经营网络日趋完善，群众购肥方便。近年来，供销社积极推动“新网工程”建设，全市农业生产资料现代经营服务网络得到较快发展。目前，全市运行中的农资配送中心5个，连锁经营店234个，75%以上的村有农资店或加盟的农资连锁经营店，各配送中心和部分经营店配备了送肥下乡专用车辆，送肥进村，农民购肥方便。

(四)经营主体较多，供销社优势突出。随着农资市场的发展，原有的经营格局逐步被打破，初步形成了供销社系统农资企业、生产厂家、农业“三站”、个体经商户等多渠道经营格局。我市有各种类型农资经营网点619家，其中供销社网点292家，农业“三站”网点37家，个体工商户290家。龙头企业主要是供销社系统的辉隆集团分公司、东升农资有限公司、东农农资有限公司等；供销社各类农业生产资料经营占市场份额51.4%，其中化肥经营市场份额达到65.1%，超出全市市场份额。

(五) 价格波动幅度不大，总体平稳。

进入20\*\*年春季，农资企业在生产过程中非常理性，价格没有出现大起大落，合理引导了市场；商家在采购中也没有盲目跟风，避免尿素价格出现虚高。市场在有需求拉动时价格平稳上涨，预计在用肥结束后，价格才出现回落。

## 二、存在问题

(一) 市场供大于求，农资市场完全进入买方市场。由于农资生产行业管理缺乏前瞻性，管理制度没有规范化，使得农资产业进入极为容易，再加之改革开放初期农资行业有着较高利润空间，大量行业外资本流入，从而使得农资生产企业数量剧增，形成产大于需。

(二) 经营渠道纷杂，市场管理仍较薄弱。随着农资市场的发展，原有的经营格局打破，初步形成了供销社系统农资企业、生产厂家、农业“三站”、个体经商户等多渠道经营格局。我市有各种类型农资经营企业和个体户600多家，分布面广而散，市场管理难度大，一些过期、无效农资产品或达不到使用效果的劣质产品，常常通过各种渠道流入市场，坑农害农现象时有发生。

(三) 竞争激烈，市场监管难度大。农资经营是投资大，利润小的行业。生产企业之间为了争夺市场份额，大量赊货，产品价格大起大落；商商之间的竞争使得产品价格一降再降，经销商已无利可言，于是反过来又向生产厂家索要利润，迫使厂家再次降价，从而进入一种恶性循环。同时，当某种农资产品畅销，市场价格上涨时，假冒伪劣产品冲击市场，当农民需要某种产品又没有利润时，又买不到，人为造成市场混乱，市场管理难度增大。

(四) 化肥储备有待加强。2012年，市供销社与市发改委联合出台了《市市级救灾化肥储备办法》，但我市农资还没有建

立完善的政府储备，除供销社企业每年冬季储备外，其他企业都没有储备。近年来，随着农资市场供求情况和农民购买习惯的改变，农资化肥储备期相应拉长，储备资金大幅度增大，造成资金周转困难，储备量减少，影响市场供应和价格稳定。

(五) 农资经营品种比较单一，难以满足农民需求。从我市农资经营企业看，目前大部分只经营化肥，包括氮肥、磷肥、钾肥和复合肥等，品种较单一，特色农业生产需要的专用肥几乎没有，同时农药和农膜供应相对较少。

(六) 农资推广技术难，科学施肥水平较低。我市农资技术推广主要有供销社兴办的“庄稼医院”、农村综合服务社以及乡镇农技推广站。由于供销社农资技术服务网点比较少，乡镇农技推广站人员减少和老化，并划归乡镇，农技推广人员技术推广和服务活动逐渐减少，农民需要的农资技术服务很难。

### 三、几点建议

一是继续推进农资连锁经营服务体系建设。强力推动实施“新网工程”，建立农资现代流通服务体系。通过发展连锁经营，保障农民用上质优价廉的农业生产资料，杜绝假冒伪劣、高毒农药的滥用。通过连锁服务大力普及无公害农产品规范化生产技术，提高广大农民的环保意识和科学种田水平，提高农产品的安全卫生水平，减少污染，降低农业生产成本，增加农民收入。

二是加大对农资市场管理力度。探索建立农资市场管理长效机制，要加大农资有关知识普及和宣传，提高农民群众的知假辩假能力，增强经营者守法意识；要坚持经常性执法检查，打击取缔违法经营活动；要建立农资来源追溯、责任追究制度。

三是建立农资供应应急机制。积极争取政策支持，建立救灾

化肥分级储备制度，加强和完善农资宏观调控，通过淡储旺销、调剂余缺来稳定市场，确保农业生产用肥。

四是加快农资技术推广。在60%以上的农资连锁网点建立“庄稼医院”、农村综合服务社，长年开展农资服务；加大对农技人员的引进和培训，建立起一支高素质具备农资经营和管理的为农服务队伍，做到测土配方，科学施肥。

## 设施蔬菜项目建设篇二

为了全面贯彻落实党的十七届三中全会精神，带动农民致富，促进农村经济、社会发展。柏乡县内步乡政府、县供销社和全国十佳大学生村官郭华彬所在内步乡内三村，在了解市场需求的基础上，共同研究探讨农村经济发展的思路，立足柏乡农业县土地资源、交通便利、水利条件好、富余劳动力就业转化的实际，发展大棚蔬菜种植项目，实现农民增收之目的。

### 一、项目背景

蔬菜是人类生存必不可少的特殊商品，是人们保持膳食平衡的重要食物。蔬菜生产属劳动密集型产业，高效农业项目之一，也是农民增收的主渠道。为促进菜篮子工程的健康发展，改变当前蔬菜种植现状，确保四季蔬菜的均衡供应，内步乡内三村计划新建高标准日光温室蔬菜示范大棚50栋。

### 二、项目概况

1、建设地点：内步乡内三村。

2、建设规模：建设日光温室蔬菜大棚50栋，蔬菜育苗基地1200平方米。

3、建设条件：内三村位于内步乡西部，东距柏乡县城

6.5公里，西邻107国道，京深高速公路从中穿越而过，可谓“四通八达”。地理环境优越，四季分明，光照充足，热量丰富，气候温暖，雨量充沛，无霜期长，对蔬菜生产非常适应。

### 三、市场分析

随着全面建设小康社会的目标逐步实现，人们对生活质量的要求不断提高，尤其对饮食需求将出现很大的变化，绿色食品、无公害蔬菜日益受到消费者青睐，特别是黑色小黄瓜、豌豆等无公害蔬菜销量更大，价格更高。

柏乡县常住人口约18万人，年蔬菜消耗量在4000万公斤以上，而目前，柏乡县仅拥有各类蔬菜大棚近2500栋，面积350亩，年产蔬菜量在600万公斤左右，缺口极大。特别是在冬春季节蔬菜供应淡季，大部分蔬菜靠外调供应。新建50栋蔬菜大棚预计年产蔬菜140万公斤，仍然远远不能满足城乡居民的需求，市场前景广阔。

### 四、项目建设的有利条件

#### 1、自然条件

项目区交通十分方便，公路四通八达，产品运输便利。土质肥沃，无污染，地势平坦、开阔。

2、劳动力条件。我乡劳动力资源丰富，特别是随着农业产业结构调整，劳动力资源更加充沛。

简单粗放型发展状态，所建大棚多在农户庭院，生产能力低、经济效益差。近两年，内步乡首先通过专业合作社为农民聘请农科院专家，使农民技术上有了依靠，增强了信心。其次，柏乡县农业局已经在农业部注册“汉牡丹”商标，申请绿色无公害蔬菜40000亩，多方面打开销售渠道，再利用互联网等

多种形式帮助村民销售，建立销售网点。群众对建设高标准日光温室大棚的积极性明显提高。

## 五、建设规模

新建高标准蔬菜大棚50栋，占地230亩。

## 六、投资概算

经测算建设1栋蔬菜大棚需投资7.5万元，其中，棚架及覆膜44000元，保温被8000元，墙体1元，灌溉设施11000元。50栋蔬菜大棚共需投资375万元。

## 七、项目期限

期限3个月，即从7月1日起至9月1日止。

## 八、资金筹措

采取国家投资与个人自筹相结合的办法筹措项目资金。总投资375万元中，其中申请项目贷款300万元，自筹75万元。

## 九、效益分析

建设1栋面积1000平方米的高标准温室大棚，年产蔬菜3.2万公斤，按每公斤平均2元计算，年产值为6.4万元，去除成本年纯收入可达4万元。50栋蔬菜大棚年纯收入200万元，1.8年即可收回全部投资，经济效益十分可观。

通过蔬菜大棚建设，可加快种植业结构调整，促进乡域特色农业的又好又快发展，为指导和引导全乡乃至全县设施农业的建设和发展发挥良好的示范和带动效应，社会效益十分显著。

## 十、保障措施

1、成立由县委组织部、内步乡党委政府、县供销社及内三村有关领导组成的大棚蔬菜建设项目领导小组，明确工作目标，落实工作责任，实行专项推进。

2、组建大棚蔬菜生产技术服务小组，负责对示范大棚设计和蔬菜生产的全程技术服务。

3、新建工厂化蔬菜育苗基地1200平方米，保证蔬菜种植种苗供应。

## 十一、项目进展情况

目前，已经落实项目建设地230亩，大棚建设图纸已由县农业局设计完成，项目规划工作正在进行。

## 设施蔬菜项目建设篇三

目前国内有机蔬菜市场的现状及特点：

### 1、购买有机蔬菜的消费者组成

购买有机蔬菜的消费者中教师、科研人员企事业单位干部、国家公务员和私企职员占了86%，证明文化水平的高低与对有机食品的认同呈正比关系。

2、对“有机”、“绿色”、“无公害”三种安全食品的区别的了解很了解和不了解各占五分之一左右，而比较了解和基本了解的各占约三分之一。说明盲目购买有机蔬菜的消费者很少，这与一年前报道的在北京和上海的有机蔬菜市场调研中大部分购买者都不太了解，甚至根本不了解的结果相比，已经有了极为明显的进步。当然，必须强调的是，即使在那些认为自己很了解和比较了解三种安全食品区别的消费者中，实际上有很大一部分并不能真正说出三者的区别来。他们最通常的回答是：有机食品不使用农药和化肥，对于有



机食品关于转基因、转换期、缓冲带、轮作、跟踪体系、加工、储存、运输、认证、销售证等方面的知识几乎还是空白。

### 3、购买有机蔬菜的频率

只要消费者有需求，价格能接受，产品信得过，有机蔬菜是很容易形成一个固定的消费人群的。

### 4、对品种的选择和对品种多样性的需求

虽然几乎所有的消费者都只关心价格和需要，并没有对某些品种提出特别的要求，但对品种的多样性方面则要求比较高。他们的心理是，凡是普通菜场上供应的蔬菜品种，有机蔬菜也应该有，这样的反应应该说是有机蔬菜市场发展初期的特定情况。

根据调查和分析，得出如下结论和建议

1、在国内有机食品市场发展的初期，采取专卖店的形式销售有机食品是一种正确的选择。这样做可以减少销售的中间环节，降低有机食品的成本，提高消费者对有机食品的兴趣和购买力。

2、有机食品的专卖店应当首先开设在知识层次和消费层次相对较高的居民区，这样做有利于对有机食品的宣传，也有利于吸引消费者。但有机食品不是“贵族食品”，收入水平比较低的消费者也对有机食品产生了浓厚的兴趣，只要有机食品发展到一定程度，价格渐趋合理，有机食品专卖店就可以逐渐向其他居民区扩展，吸引和服务更多的消费者。

3、目前对有机食品的宣传力度相当弱，相当一部分消费者是在看到专卖店或看到货架上的有机产品后才知道有这样安全的食品。而且多数人并不了解有机食品与绿色食品和无公害

食品的区别。因此有机食品的从业者应当努力做好广告和宣传工作，各级政府也应当投入更多的注意力，积极鼓励和支持有机食品的发展，为有机食品的生产、加工和贸易者提供各种优惠政策。

4、从消费者对有机蔬菜品种的需求上看，消费者普遍反映品种不够，因此，有机食品的生产者和贸易者应当尽量扩大他们的生产和贸易品种，以满足不同层次和不同要求的消费者的需求。

5、各类有机食品专卖店（包括有机食品的其他类型的销售单位）都应当配备具有一定有机农业和有机食品知识，可以向顾客解释和宣传有机农业和有机食品的营业员和经理。有机食品作为一种新生事物，很多消费者需要在了解了产品的特点和功能后才会购买。

## 设施蔬菜项目建设篇四

近几年来，随着钟落潭高校园区不断有新的学校迁入，越来越多的商家选择在学校附近做水果销售。当然，工贸附近也有商家做起了水果销售。因此，我们这次调查是为了了解在学校附近做水果销售的盈利空间。

通过对工贸附近水果销售的实地调查，我们采用实地调查、问卷调查的方式对在我们学校附近做水果销售商户进行调查。我们与他们进行沟通交流，知道他们销售的水果主要是中低档的，而且附近有水果批发市场，他们可以每天进货一次以保证水果新鲜。我们将这些数据、资料进行整理总结，从中发掘水果销售的盈利空间及其制约发展的问题，共同讨论解决方案，促使其有更好的发展。

### 1、背景：

正值夏季，消费者对水果的购买日益增多，市场上水果种类

也日渐丰富，那么其在学校附近的销售情况如何呢？目前，学校正处建设阶段，很多条件如生活设施、学习辅助设备都不齐全，在一定程度上给老师和同学的生活带来不便，很多老师和学生都要到学校外面卖水果，针对这种情况，所以我们做了这份调查。

## 2、目的：

通过对学校附近水果摊位的水果销售情况的调查，了解其盈利空间及目前存在的问题，试找出解决办法以加深认识。

a□问卷调查 b□实地观察 c□访谈

a□小型水果摊位 b□学校超市

经过实地调查水果摊位的水果销售情况，对其销售水果相关问题及其营销手段有了初步认识，以下是学校附近水果摊位的相关情况。

一、水果销售的主要群体 0% 0% 40% 学生 附近居民 外来工 其他 60%

从图一可以看出，学校附近水果摊位销售的主要对象是学生，其次是附近居民。因此，水果销售应该以中低档为主。

二、什么水果卖得最好 20% 0% 苹果 橙子 香蕉 其他 60%

从图二可以看出，香蕉说的销售是最好的，应该要多进些比较好卖的水果。

三、摊位的租金是多少 40% 60% 0% 00以内 300 400 500以上

从图三可以看出，学校附近的水果摊位的租金存在差异，有固定摊位的在500以上。而在市场上的流动摊位，因为没有人

监管通常在200以下。

#### 4、问题分析如下：

(1)、通常这次调查，我们发现水果销售的主要群体虽然是学生，但是商家均表示学生消费不高，而主要的盈利来源是附近居民。(2)、水果的种类不够丰富，在校外的水果只能满足我们日常生活的需要，没有反季节水果，没办法改善我们对一些水果的腻味感。(3)、商家表示水果一般储存在仓库，只有少数放在冰柜，容易造成腐烂。

(4)、水果摊位一般在马路边上，车辆经过引起灰尘，容易污染水果，拿来食用不够卫生。

(5)、商家为了盈利，私自调制电子称，从而出现短斤少两的问题。

(6)、商家没有明确地表明价格，使我们每次购物都要对单价进行询问，麻烦又费事，多数时候问多了价格后又不好意思不买，甚为不便。

(7)、水果摊位在校外，距离我们宿舍有点远，每次我们买水果都要到校外，因为水果不经放，所以我们每次都不可以买太多。

1、学校附近的水果摊位经营规模较小，条件不足。

2、学校附近的水果摊位主要的消费群体是学生，但盈利要来源于附近居民。

3、商家都是每天进一次货，以保证水果的新鲜，还根据水果的销量进货。

4、水果在夏秋卖得好，而香蕉是最好卖的。

5、商家都是自己去运输水果，运输成本低。

6、大部分商家都是把水果储存在仓库，很少放在冰柜里，难以保持水果新鲜。

7、商家没有自己的营销策略，没有一个好的管理办法，加上宣传力度也不足，难以形成规模效应。

8、商家对市场需求认识不足，盲目跟风进货，没有自己独特的竞争力。

9、商家一致认为在学校附近做水果销售盈利空间不大，人流量不多。

1、增加水果品种：通过对市场细分，需求存在很大差异，很多种类水果在小型摊位没有出售，如果经济能力允许，还可以加进一些稀有品种，刺激消费者新需求，以扩大市场，而在同行获得竞争力。

2、水果的摆放：通过观察发现商家摆放水果没有目的性，体现不了整体视觉效益，应将水果摆放整齐美观，有必要可以利用水果做一些造型吸引消费者，把应季水果放在显眼的地方。

3、定价策略：利用顾客求廉心理，将某些水果低价吸引顾客，每天都要有一两种水果降价出售，吸引顾客经常光顾，同时也会吸引顾客选购正常价格的水果，还可以把价钱定在在中间价格上，适合更多的消费者心理倾向。

4、水果采购联合：通过调查发现商家一般都是每天进货一次。进货频繁，且物流费用都由自己承担，因为都是销售中低档的水果，建议联合，由统一供货商送货上门，减少成本，提高利润。

5、促销：普遍销售中低档水果，属于应季水果，价格波动大，很可能过几天卖价没有进价高，需促销加快流通速度，因此采取适合自己的促销活动，在特定的节假日销售。

6、宣传：尽管这附近的水果摊位都属小型，没有自己的品牌，不可能做广告等大型宣传，但可以进行简单宣传，如在摊位竖立小牌，写上个水果名称和其营养价值，人们都比较注重健康问题，消费者为了健康就会买没有计划要买的水果，还可以是写上水果产地，有的人会因为产地优良而选择。

7、水果再加工：只是仅卖水果，进货太多有可能滞销，因此，对部分水果进行深加工，如做水果沙拉，榨果汁，增加销量，提高利润。

## 调查问卷

敬爱的各位商户：

您好！

本问卷目的在于了解在学校附近做水果销售的盈利空间。本次调查不会对您造成负面影响，仅供我们做实训参考，请放心如实填写。感谢您的配合。

广东工贸职业技术学院20xx年6月20日

1、水果销售的主要群体是（）

a□学生 b□附近居民 c□外来工 d□其他

2、什么水果卖得最好是（）

3、卖得水果都是什么档次的（）

a□高档b□中档c□中低档d□低档

4、水果在什么时候销售情况最好□□a□春天b□夏天c□秋天d□冬天

5、摊位的租金是多少（）

a□200以内b□300c□400d□500以上

6、运输费用是否自己承担□□a□是（做第7题□b□否

7、运输成本占销售额的多少（）

a□10%b□20%c□30%d□30%以上

d□其他原因\_\_\_\_\_

9、如何储存你的水果（）

a□放在仓库b□放在冰柜c□当天进货当天销完，无须储存d□放在流动车上

10、如何宣传你的水果（）

a□广告宣传b□打折促销c□发传单d□没有宣传

## 设施蔬菜项目建设篇五

自从对城南、永兴两市场进行标准化改造后，我们将农产品的价格行情在信息发布屏上予以宣传，同时对市场的农产品进行农药残留的检测，以便消费者明白市场行情，买得称心、吃得放心。此外，农户和商家实行“农超对接”，直接从菜农基地进菜，减少中间环节，降低成本。这些举措都大大也加快推动了农产品的营销。

## 七、对进一步加强菜市场建设、完善农产品零售网络的建议

1、尽快成立全县市场的专门管理机构，赋予其管理职能。以便规范管理各类市场，搞好我县“菜篮子”工程，提高我县城城市品位。

2、进一步加大对农贸市场的建设与投入力度。目前我县县城仅4个农贸市场，这对于20多万县城人口来说是远远不够的，特别是梅苑开发区仅一个市场。因此，请政府行政划拨土地，加大市场建设力度，方便群众购物，搞活农产品流通，美化我县市容市貌，保障“双创”工作所取得的成果。

### 蔬菜市场调研报告范文篇拓展：食品市场调查报告范文

为全面掌握全市农资市场情况，加强农资市场管理，更好地为农民服务，市供销社于\*\*年\*\*月对全市农资市场进行调研。现将调研情况报告如下：

#### 一、基本情况

(一)市场供应货源充足。今年，全市全年化肥总需求量120884吨，可供应总量121971吨。其中：氮肥需求量56095吨，可供应量60360吨；磷肥需求量22592，可供应量28004.2；钾肥需求量9868，可供应量12202.2；复合肥需求量22329，可供应量21405。全市市场化肥可供应货源充足。

(二)农资质量整体较好，监管力度不断加强。在市政府的强力领导下，农委、质监、科技、供销社等部门持续开展农资打假活动，联合工商部门加强市场监管。一是在销售旺季进行抽样检测，不断增加抽样的覆盖率；二是要求零售商做好进货、销售台账，从正规渠道进货，提供生产厂家的营业执照、产品证书、产品检验报告，保证产品三证齐全(农药登记证号、生产许可证号、产品标准号)。



(三) 农资经营网络日趋完善，群众购肥方便。近年来，供销社积极推动“新网工程”建设，全市农业生产资料现代经营服务网络得到较快发展。目前，全市运行中的农资配送中心5个，连锁经营店234个，75%以上的村有农资店或加盟的农资连锁经营店，各配送中心和部分经营店配备了送肥下乡专用车辆，送肥进村，农民购肥方便。

(四) 经营主体较多，供销社优势突出。随着农资市场的发展，原有的经营格局逐步被打破，初步形成了供销社系统农资企业、生产厂家、农业“三站”、个体经商户等多渠道经营格局。我市有各种类型农资经营网点619家，其中供销社网点292家，农业“三站”网点37家，个体工商户290家。龙头企业主要是供销社系统的辉隆集团分公司、东升农资有限公司、东农农资有限公司等；供销社各类农业生产资料经营占市场份额51.4%，其中化肥经营市场份额达到65.1%，超出全市市场份额。

(五) 价格波动幅度不大，总体平稳。

进入20\*\*年春季，农资企业在生产过程中非常理性，价格没有出现大起大落，合理引导了市场；商家在采购中也没有盲目跟风，避免尿素价格出现虚高。市场在有需求拉动时价格平稳上涨，预计在用肥结束后，价格才出现回落。

## 二、存在问题

(一) 市场供大于求，农资市场完全进入买方市场。由于农资生产行业管理缺乏前瞻性，管理制度没有规范化，使得农资产业进入极为容易，再加之改革开放初期农资行业有着较高利润空间，大量行业外资本流入，从而使得农资生产企业数量剧增，形成产大于需。

(二) 经营渠道纷杂，市场管理仍较薄弱。随着农资市场的发展，原有的经营格局打破，初步形成了供销社系统农资企业、

生产厂家、农业“三站”、个体经商户等多渠道经营格局。我市有各种类型农资经营企业和个体户600多家，分布面广而散，市场管理难度大，一些过期、无效农资产品或达不到使用效果的劣质产品，常常通过各种渠道流入市场，坑农害农现象时有发生。

(三) 竞争激烈，市场监管难度大。农资经营是投资大，利润小的行业。生产企业之间为了争夺市场份额，大量赊货，产品价格大起大落；商商之间的竞争使得产品价格一降再降，经销商已无利可言，于是反过来又向生产厂家索要利润，迫使厂家再次降价，从而进入一种恶性循环。同时，当某种农资产品畅销，市场价格上涨时，假冒伪劣产品冲击市场，当农民需要某种产品又没有利润时，又买不到，人为造成市场混乱，市场管理难度增大。

(四) 化肥储备有待加强。2012年，市供销社与市发改委联合出台了《市市级救灾化肥储备办法》，但我市农资还没有建立完善的政府储备，除供销社企业每年冬季储备外，其他企业都没有储备。近年来，随着农资市场供求情况和农民购买习惯的改变，农资化肥储备期相应拉长，储备资金大幅度增大，造成资金周转困难，储备量减少，影响市场供应和价格稳定。

(五) 农资经营品种比较单一，难以满足农民需求。从我市农资经营企业看，目前大部分只经营化肥，包括氮肥、磷肥、钾肥和复合肥等，品种较单一，特色农业生产需要的专用肥几乎没有，同时农药和农膜供应相对较少。

(六) 农资推广技术难，科学施肥水平较低。我市农资技术推广主要有供销社兴办的“庄稼医院”、农村综合服务社以及乡镇农技推广站。由于供销社农资技术服务网点比较少，乡镇农技推广站人员减少和老化，并划归乡镇，农技推广人员技术推广和服务活动逐渐减少，农民需要的农资技术服务很难。

### 三、几点建议

一是继续推进农资连锁经营服务体系建设。强力推动实施“新网工程”，建立农资现代流通服务体系。通过发展连锁经营，保障农民用上质优价廉的农业生产资料，杜绝假冒伪劣、高毒农药的滥用。通过连锁服务大力普及无公害农产品规范化生产技术，提高广大农民的环保意识和科学种田水平，提高农产品的安全卫生水平，减少污染，降低农业生产成本，增加农民收入。

二是加大对农资市场管理力度。探索建立农资市场管理长效机制，要加大农资有关知识普及和宣传，提高农民群众的知假辩假能力，增强经营者守法意识；要坚持经常性执法检查，打击取缔违法经营活动；要建立农资来源追溯、责任追究制度。

三是建立农资供应应急机制。积极争取政策支持，建立救灾化肥分级储备制度，加强和完善农资宏观调控，通过淡储旺销、调剂余缺来稳定市场，确保农业生产用肥。

四是加快农资技术推广。在60%以上的农资连锁网点建立“庄稼医院”、农村综合服务社，长年开展农资服务；加大对农技人员的引进和培训，建立起一支高素质具备农资经营和管理的为农服务队伍，做到测土配方，科学施肥。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档