

2023年农产品产销对接实施方案(模板5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

农产品产销对接实施方案篇一

一、特色林果业基地建设现状

xxx具有得天独厚的资源优势和地缘优势，自然气候条件的优越，大部分区域非常适合发展特色林果业。产出的果品颜色艳，风味浓，口感好，特色十分明显；现已初步形成了葡萄、苹果、桃、杏、櫻桃李等林果基地，已成为调整优化农业农村产业结构，促进农民增收的重要途径。目前特色林果业面积16.3万亩（其中，葡萄4.6万亩、苹果4.3万亩、櫻桃李1.2万亩、桃1.9万亩、杏2.3万亩，其他2万亩）。建有8个林果示范园，面积达到1080亩，全县果品出口认证林果面积共13300亩；全县储藏保鲜库容量达15000吨。

二、基地建设发展思路、目标任务，采取的各项措施

1、基地建设发展目标、思路。建设“两条林果业基地产业带”，总面积控制在25万亩。一是在沿山逆温带，建立以发展苹果、桃、西梅李、櫻桃李、树上杏等为主的林果产业基地；二是在平原区沿218、312线、乡镇一线，建立以发展鲜食葡萄和酿酒葡萄为主的葡萄产业基地，构筑具有霍城特色的林果产业框架。

策，利用争取到的中央预算内资金，鼓励果农林果进大田、

进好田，大力实施一村一品战略，集中连片规模推进林果发展，调动发展林果业的积极性，凡种植经济林树种且连片面积在100亩以上的经济林地均予以补助。

三、特色农产品基地建设存在的问题与制约因素

1、基地建设投入资金不足，发展成效不明显。林果业是一个高投入、高产出的产业，发展林果业前期要投入大量资金，且回收期较长，林果基地的发展从果农培训、苗木繁育到基地建设，都需要大量的资金，投入资金不足，制约了特色林果业的发展。

2、专业技术队伍急需加强。随着特色林果基地的快速发展，现有的林业技术力量薄弱的问题凸现，果农的管理技术水平偏低，对林果业的发展造成了一定影响。因此加强林果技术队伍建设也迫在眉睫，一方面要加强本地技术队伍的培训，另一方面加大技术人才的引进。

3、果品出口基地认证、品牌商标注册等工作有待于加强。目前，林果出口潜力巨大，但却遭遇出口瓶颈，只有让林果产品穿上了靓丽的“嫁衣”，才能让林农得到实惠。坚持把开拓国内、国际市场作为实现霍城林果业走出去、上水平的关键措施，通过狠抓基地认证，促进了林果产业迈上新台阶。

4、林果产业抵御自然灾害和市场风险的能力不强。受林果产品销路不畅及雹灾、冻灾等自然灾害侵袭，林果业经济效益低，农民的积极性受挫。

四、对特色农产品基地建设的意见和建议

扶持壮大林果业专业合作组织，积极组织参加各类林果产品展销会、博览会和推介会，打出霍城品牌；四是大力推进地理标志产品保护认证，无公害、绿色和有机果品生产基地认证，出口注册果园登记申报，建设一批外向型林果业基地，

努力提升霍城林果产品的知名度和竞争力。

2、加强林果服务队伍建设。通过采取果农技能培训、良种

普及推广、低产果园改造、树种品种调优、矮化密植丰产栽培示范、有害生物防治、强化有效株数的栽培与管理理念等一系列行之有效的措施，提高了林果基地的管理水平和产出效益。林业部门和林果业技术服务队要坚决把果树管理工作放在当前服务工作的重中之重来落实，把精细、科学的管理手段贯穿于基地建设的全过程。坚持县领导包乡镇、乡镇领导包村制度，抓好基地建设，以点带面，推动整体管理水平的提高。

3、加强林果业灾害防控体系建设。一是强化灾害防控意识，加紧在果农中普及灾害防控技术，形成群防群控，把林果基地灾害防控措施落实到基地建设各项工作中。二是针对我县林果业突发性灾害开展研究，制定措施，进一步提高灾害监测预报预警能力、基础保障能力和林果业灾害防控整体水平。三是延伸灾害防控服务网络，扩大服务队伍，立足乡镇，面向农民，开展及时有效的灾害防控服务，形成灾害防控全覆盖。四是进一步完善林果业灾害防控应急机制，林业、气象、水利、农业、农机、科技等部门协作配合，共同推进林果业基地灾害防控工作。

农产品产销对接实施方案篇二

解决“小生产、大市场”的矛盾是一项复杂的系统工程。因此，要根本解决农产品产销问题，必须进行顶层设计和制度创新。在当代中国农产品产销体系中，它既有市场领域中的以盈利为目的的自我运营主体，又有公共领域中的关怀和秩序的期望引导与管控。目前，包括政府职能部门在内的各类农产品产销主体各自自我存在、自我组织、自我发展，彼此脱节并缺少协同。然而“农产品产销体系”是一个复杂的共同体，主体之间存在着各种各样共生关系链接。“农产品产

销”涉及三个领域或部门，一是公共管理部门，也就是政府组织；二是市场领域，主要是竞争性企业；三是介于两者之间的“第三部门”，即非政府公共组织，主要包括事业单位、社会团体和社会中介组织等。现在政府与社会（市场）呈二元结构，农产品产销体系呈碎片化状态。进行顶层设计、系统规划、管理创新是解决农产品产销问题的根本路径和方法。特提如下建议：

一、聚合服务主体，建设“农业商务服务”基地

农业具有显著的“公共性、基础性、社会性”。这需要全社会理解农业的本质、关注农业发展和关爱农民，把农业作为公益事业来对待。建设农业“商务服务”基地，整合引进各类服务主体，并为一定区域内的农民合作社配备专职“秘书”进行集中办公，如此，便于对农业生产主体进行全方位、高效的服务。

现代新型农民是现代农业发展的主体，是现代农业建设的主导力量，其发展需要摆脱传统分散经营农户的发展困境，而且必须向年轻化、知识化、组织化、规模化、科技化、品牌化、信息化、企业化等特征方向发展。当前，在很大程度上，农民整体素质差、市场化意识不强、开拓创新能力弱，不能适应现代农业发展的需要。因此，对于农业主体，特别是农民合作社的培育与服务是一项最核心、最根本的工作。由于各类农主体散落分布在各乡各村，造成了农业产业的碎片化状态——规模小、信息封闭、知识陈旧、经营管理模式落后的现象，同时也造成社会对其服务的不便。“建设农业商务服务基地”，聚合各类服务主体和各类农业主体（农业大户、合作社等），这将有利于各类服务主体对生产主体开展各种服务，也有利于农业主体之间的沟通、合作，促进其进行组织联合，迅速提高农业生产的组织化程度，促进小规模的合作社向集约化、规模化生产的方向发展。

二、建设农产品产销体系平行管理平台

建设产销体系平行管理平台，实现各类主体之间的信息共享和行动的协同，最终形成系统化、组织化、生态化的产销体系整体效应。目前，各部门、各地区的政策与各类市场流通主体的关联性、协调性、衔接性不强，各类主体都是在艰难地自我运作，整个体系效率低，成本高。平行管理是通过对产业体系整体的规划和管理去间接影响个体，又通过对个体的直接管理去影响“整体规划”，是对“整体”和“个体”的管理结合起来的动态的、过程化的管理方式。通过平行管理的信息化平台可以构建起组织化、生态化的“农产品”产销体系。具体说，首先规划建立理想化的“产销体系”平台（模型），其次通过现实主体与理想系统的交互协同最终实现组织化、生态化的农产品“产销体系”的整体涌现。

三、平台功能与运营基本设想：

第一阶段：产销体系的整合形成阶段：

1、农委负责整合农业产业主体

动员农业大户、农民专业合作社上网注册，实现信息宣传并接受社会的监督评价；

2、商委负责整合构建流通体系

支持物流企业开展“对接”平价商店建设。引导社会资金新建一批产地预冷、销地冷藏、保鲜运输和保鲜加工等冷链物流基础设施，推动传统冷库向冷链物流快速配送处理中心转型。培育冷链物流示范园区和冷链物流快速配送处理中心以及冷链物流企业。实现大部分成规模的学校和企业确立稳定直供关系。

3、属地政府负责政策性终端 体系（平价商店）

根据市场的波动，适当进行价格调控；形成社会监督评价机

制——社会满意度（便捷、价格、食品安全）

四、实施建议

1、落实一个区或县进行试点

2、探索建立非政府主导模式，及市场化、社会化的运作，征召一个愿意担当的公司或事业单位、社会组织负责基地和平台的“总体”运营。

3、构建“总体性”运营机制：目标系统——理想指标的设定

动力系统——各级政府、各职能部门主体责任的落实

五、结束语：

以稳物价为目的进行农产品产销对接的体系规划是一项复杂的系统工程，需要进行大量的调研论证。此次提交的只是一个概念性的设想，但是还希望政府组织一些力量进行一下调研论证。基于现有的体制如何动员、整合各类社会主体及资源解决“复杂问题”本身就是一个非常值得探索的事。

北京国和通咨询公司

2012年6月20日星期三

李延亮

农产品产销对接实施方案篇三

对接信息发布会主持词

刘镇东

各位领导、各位企业家朋友、同志们：

请**金玉农产品综合交易中心营销部经理孙一韦上台发布信息；请**县燕**果品专业合作社理事长吴建合上台发布信息；请**县宝福牧业有限公司吴利民上台发布信息；请**市和发食品厂董事长王志和上台发布信息；请**市旗风饮料有限公司董事长潘士杰上台发布信息；请**市乐丫农产品开发有限公司总经理许晓冰上台发布信息；请**市佳禾生态农业开发有限公司总经理沈秀华上台发布信息；请**尚禾谷板栗发展有限公司业务经理朱阁上台发布信息；请**县远洋食品有限公司业务经理陈秀艳上台发布信息；请**县金帝甘栗食品有限公司总经理侯福聪上台发布信息；请**栗源食品有限公司行政部经理马昆然上台发布信息；请**美客多食品集团有限公司业务经理刘军上台发布信息；请**蓝猫饮品集团有限公司董事长张井印上台发布信息。农产品产销对接信息发布会到此结束。

式讲话

各位专家、各位农民朋友： 大家上午好：

刚才，首届中国特色农产品博览会暨 专业知识和技能认真细致的讲解给每位农民代表。另外，希望各位专家能够以本次活动为契机，加强学习，完善知识，提高水平。会后要经常深入基层，多进农村现场指导，多和农户直接交流，切实帮助农民提高科技创新的能力。

我们组织选拔的百名专家都是我市农业战线上的精英，他们带来了农业、农机、畜牧、果林、植保、农药、水利等多方面的科学知识与技术。希望与会的各位农民代表能够珍惜这次机会，结合自身实际，把所有的疑难和问题都讲出来，让各位专家帮助解决；同时还要认真学习领会，切实把专家讲的科技知识转化成增收致富的强大动力，率先垂范，辐射周边，为全市现代农业发展和社会主义新农村建设贡献自己的

力量。

我相信通过百名专家咨询活动，广大农民朋友会有很大收获，我市的农业农村科技水平也会得到很大提高。

最后，我宣布“首届中国特色农产品博览会暨第四届**农产品展示交易会百名专家现场咨询活动”正式开始，并预祝本次活动圆满成功。

谢谢大家！

农产品产销对接实施方案篇四

随着中国经济的深度发展，各地特色品牌（含名、优、特产品）作为地方经济的名片和优势产业，如何进一步创新发展，全面走向国内外主流市场等问题已成为各界有识之士共同关注的热点。传承于明清500多年间（公元1368年到公元1912年），拥有着深厚的晋商文化的山西商人，面对自己家乡的名、优、特农产品，更想为它们寻找更加广阔的天地，山西特色农产品（北京）直销中心由此应运而生，于5月10日在北京明日五洲酒店正式揭牌成立。

山西省政协委员、山西省农业厅副厅长赵安泽，北京市农委农产品流通处处长叶观涛，山西省农业厅市场信息处处长梁建刚，山西省名优产品开发中心主任杨光辉，山西省政协委员、北京山西省企业商会昌平商会会长、北京山西红梅集团董事长孙红梅，北京山西企业商会常务副会长邢秀乔，山西特色农产品北京展示直销中心负责人燕黎明，山西特色农产品（北京）展示直销中心负责人北京新博晋丰农业科技有限公司总经理王贵平，山西特色农产品（北京）展示直销中心、北京新博晋丰农业科技发展有限公司企划总监明放，中商商业规划院院长刘普合，北京志恒达科技有限公司董事长原鹏，中国晋商俱乐部ceo刘文斌，北京明日五洲酒店管理有限公司孙乾，解放军三军仪仗队原队长程志强，晋中市太谷县县委

副书记刘伟，吕梁市岚县副县长李铁珍，临汾市洪洞县副县长刘春林，山西省运城市农委副主任田清震，北京山西企业商会副会长郭占斌，山西越鼎盛集团股份有限公司总经理孟晓辉，太原市隰县商会会长郑峰，临汾市新晋商联合会会长卫江峰，中国国际品牌协会会长、晋商品牌联盟主席解艾兰等领导同志以及各著名晋商企业家等参加了揭牌仪式，部分领导同志及企业家作了发言，对山西特色农产品（北京）直销中心、山西特色农产品商会的成立表示了祝贺，对直销中心未来的发展和可发挥的巨大作用表达了自己的美好祝愿与期盼。

5月10日正式揭牌成立的北京山西特色农产品商会，是由北京山西企业商会、北京昌平山西商会、山西特色农产品（北京）展示直销中心、北京新博晋丰农业科技发展有限公司共同发起，通过与北京山西企业商会会长及在京各界领导共同达成一致意见，特成立的。其旨在集结政府、商会、资本及市场相关机构的资源优势，为山西省特色品牌和名、优、特农产品搭建一个良好的外部环境。

山西特色农产品（北京）展示直销中心，是山西省农业厅在北京授权的唯一推广平台，该中心以“政府扶持、企业操作、专业管理、市场运作”为理念，以品牌宣传推介为载体，以北京市场为重点，联合山西在京的企业办事处及个体经营者，多方式多渠道合作，推动山西省特色农产品及地理标志产品，进一步深化北京市场的拓展，提升山西省农产品的市场占有率，以“聚品牌、聚形象、聚文化、增销量”为理念，建立电子商务、直销、分销、加盟等多种销售渠道，为入会企业提供市场信息反馈、产品研发、营销策划、包装提升、项目对接融资等服务。

山西特色农产品（北京）直销中心致力于打造山西企业产销对接平台，建设山西名、优、特农产品在京的营销基地，同时吸纳山西省上规模的名、优、特农产品加工企业和在京与农业相关的成功人士成为会员。会员们群策群力，共同打造

提升山西农产品的“优质、绿色、安全、健康”的品牌形象。

山西特色农产品北京展示直销中心现首批入驻品牌企业达100多家，其中荣获“中华老字号”企业5家、山西省获国家地理标志保护产品39种、山西省著名商标20家，产品分为酒类、醋、农副产品、小杂粮、熟肉制品、饮料制品、轻纺织品、工艺品、干鲜果品、保健品等十多种，共计500余种。

直销中心都以发挥规模效应，实现连锁经营，增强市场竞争力；建立山西农产品“诚信、质优”的行业道德标准；组建北京山西特色农产品（北京）直销中心与生产农产品的上游企业和销售农产品的下游商家建立战略合作关系，实现纵向联系；同北京地区山西籍各界工作人员、社团组织、老乡会、金融机构等实现横向联系；印刷《山西品质》刊物，制作产品质量可追溯软件为使命。坚持抱团作战，规范运营，走现代化专业化营销之路。

山西特色农产品（北京）直销中心以“诚信赢天下、规范得人心”为服务理念，相信在广大山西企业及商家的共同推广、合力共勉下，必会继续发扬老一辈晋商精神，为山西省特色农产品创造更加辉煌灿烂的未来！

农产品产销对接实施方案篇五

x年，我局积极拓宽农产品营销渠道，动员引导社会力量加强农产品产销对接，帮助具备条件的贫困地区农产品销售，推动建立长期稳定的产销关系，促进产业发展。现将总结如下：

一、工作成效。

x□依托平台，开展产品产销对接。目前，我区建成村级电商邮乐购服务站点x个，覆盖率x.x%□其中贫困村x个，覆盖率x%□x年，我区依托“邮乐购”这个电商平台，与x个农产

品生产企业建立了电商销售合作。

目前，全区通过“邮乐购”电商平台销售的农产品，累计达到x.x万元。其中，百香果x万多件约x吨，销售额x万元；白玉甘蔗x.x万件约x.x多吨，销售额x.x万元；马蹄x万件约x多吨，销售额x.x万元；沃柑x万箱约x吨，销售额x万元；木衣柜x万件，销售额x万元。

x□精准服务企业。疫情期间，我局积极开展指导企业复工复产服务工作，深入企业了解销售遇到的问题，及时与有关部门沟通、协调解决，为农产品销售提供切实保障□x年x月，接到八塘街道办山泉村木薯滞销的问题，我局马上多措并举，采取多种方式，通过一周多的时间，将八塘街道办山泉村x万多斤的木薯销售完毕。

x□拓宽市场，促进农产品销售畅通。通过线上线下相结合的方式，多方式多渠道拓宽农产品销售市场。

一是x年x月x日我区组织x市通达米业有限公司、港南储备粮□x市天健家居用品有限公司□x市港南区北一茶厂等x家企业参加了在x园博园游客中心举行的市长代言直播活动□x个小时销售额合计达x.x元，有力地促进了我区特色农产品和贫困地区产品网络销售。

二是三月三期间，为贯彻落实自治区党委、政府关于打造“壮族三月三·八桂嘉年华”文化旅游消费品牌和“提振消费信心、促进消费回补”的工作部署，我局积极发动了x多家企业参加了自治区和阿里巴巴合作举办的“壮美广西·三月三暖心生活节”活动，利用阿里巴巴平台旗下淘宝、天猫、飞猪、饿了么、口碑、聚划算□x等各板块资源，开展系列主题促销活动，促进消费回补，带动线上线下商家销售，推动我区社会消费品零售总额实稳步增长。

截止x月x日，核销了x张消费券，核销金额x.x万元，直接带动消费x.x万元。

三是组织x家企业参加了x年x市x名特优产品展销活动，x家企业参加了x月x日的四季花田荷花节暨农产品展销会活动，扩大了消费。

二、存在问题。

（一）农产品流通网络不完善。农产品产销对接基层服务网络不健全，不能满足现代农产品流通发展的需要，农民“卖难”问题尚未从根本上得到解决。

（二）配套服务功能不强。

受资金等因素制约，农产品冷链物流、储备设施严重缺乏，低温保鲜建设滞后。至今我区还没有与之配套的冷链物流及加工储存设备，严重地制约了产品大规模外销和抢占外地市场，直接影响农产品销售质量和价格。

（三）入驻大中型超市受限制。

农民专业合作社及龙头企业的底子薄，难以适应入驻超市销售的高门槛，与大中型超市真正对接存在困难。

三、下一步工作措施。

（一）强化市场培育，持续壮大电商主体。一是继续做好电子商务进农村、进企业工作，完善经营台账，提高网点服务质量。二是引进电商龙头企业。如，我区即将与阿里巴巴公司进行电商发展合作，加快搭建和完善农村信息流、物流、资金流等方面的基础设施，有利于建立农村网络服务平台、配送网络和金融服务网络体系。三是重点引导企业开展线下、线上同步营销。通过整合传统和网络销售资源，盘活企业人

力物力和财力资源，促进企业尤其是中小企业加快发展。

（二）继续组织企业开展各种促消费活动和参加各种展销会活动，进一步拉动我区经济增长。

一是以农产品展销活动为基础，重点推荐我区贫困村合作社、加工企业、专业合作社、贫困村产品参展各种展销活动。

大力支持和指导各大商场、市场等商贸流通企业开展促消费活动，积极为企业争取双百促销专项资金，努力繁荣消费品市场。

（三）加大对电子商务发展的资金及政策扶持，鼓励电商企业做大做强。

争取各级政府对电商企业给予适当的优惠扶持政策，特别是在用地、资金等方面给予大力支持，引导企业规范化抱团发展。