

最新农产品批发市场调查报告总结 县农产品批发市场建设情况调研报告(汇总5篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

农产品批发市场调查报告总结篇一

为了了解本市居民在水果市场的消费情况，特进行此次调查。调查时间9月24日至25日。调查方式为问卷式访问调查。本次调查的样本总数是200人。调查工作结束后，对调查数据进行了整理分析与总结，调查报告如下：

二、调查目的

了解消费者对水果的需求，喜欢程度和对未来水果市场发展的看法。将调查结果结合当前实际对水果市场做出相应调整，从而满足消费者不断增长的需求和要求，实现扩大水果市场的目的。

三、调查对象的基本情况

样品类属情况：在有效样本中女性120人，占总比例60%；男性80人，占总比例40%。个人收入情况：500以下占总比例10%；500~1500占总比例10%；1500~3000占总比例70%；3000~4500占总比例5%；4500以上占总比例5%。本次调查结果显示，本市总的消费偏低，商家在定价时要根据消费者的收入情况慎重定价。

四、调查小组组员介绍

乐员芳(组长)程红萍龙芳宋春婷王芳魏伏花吴丽吴鹏吴小平
谢明英

五、调查范围

东华理工北区，洪客隆，抚河，步步高，东华理工南区附近。

六、调查内容

1. 水果总类：苹果、枇杷、山竹、葡萄、榴莲、芒果、香蕉、荔枝、火龙果、柑橘。
2. 喜欢的水果；
3. 喜欢水果的原因；
4. 购买水果时担心的问题；
5. 每周用于购买水果的支出；
6. 哪个季节购买水果更频繁；
7. 对水果的依赖程度；
8. 购买是水果最注重什么。
9. 促销和广告对水果销售的影响
10. 水果以后的发展前景

七、调查结果

1. 我们可以通过许多促销方式提高水果销售量，比如水果打折、会员卡、抽奖等。

2. 大部分消费者还是愿意购买环保水果产品。

3. 消费者对于新产品还是充满好奇，都会尝试购买。

4、季节也会影响消费者购买水果以及水果的销售量和价格。

5、通过此次对市场各类水果的调查，我们可以明确看到，水果消费市场的前景相对来说还是比较优越的。关键是我们抓住消费者的消费心理，解了消费者的需求。不同的的消费者在不同的季节对水果的各类的产品有不同的`需求，那么要去满足消费者的实际的需求。从调查数据显示来看，显然，苹果, 香蕉的市场占有率相对其他水果品种较高，葡萄, 芒果等产品相对较低，但是还是同样很受消费者青睐。其他类水果，比如荔枝和柑橘所占比例各达10.266%和14.073%。

百分之四十。而当他们购买水果时，最注重的还是质量第一，其次便是口味和价格。由此可以出五十至一百之间的消费者还是比较少的。

留问题。随着现代农业的高科技发展，农药残留的问题也越来越受到大家的重视。其次便是水果的不新鲜问题。

12. 消费者在路边摊购买水果的比例是最大的，占百分之二十八。

农产品批发市场调查报告总结篇二

告

盐城市农业委员会 2014年4月3日

为进一步了解掌握上海农产品市场和我市农产品在沪销售情况，加快推进盐城农产品进入上海大市场，3月27日-29日，我委组织有关人员专程赴上海，就我市农产品与上海市场销

售情况进行了调研，期间通过走访上海重点农副产品批发交易市场、盐城在沪农副产品销售企业负责人以及盐城在沪农产品经纪人和销售门店（窗口）负责人，对上海市农产品需求情况、批发市场概况等有了一个初步了解，研究形成了推进农产品进入上海市场的初步打算与建议。现将有关情况汇报如下：

一、上海市农产品消费情况

上海市地处长江入海口，是我国最大的工商业城市，gdp总量居中国城市之首，也是国际金融、贸易和航运中心，我国首个自贸区“中国（上海）自由贸易试验区”所在地。截止2013年末，全市常住人口超过2400万人，流动人口300万左右。随着我国经济的快速发展，上海以其特殊的地理位置和经济、人口优势已成为我国最大的农副产品消费城市和主要集散地之一，对农产品的需求不断增长，并有着巨大的潜力和空间。据有关数据显示，上海全市每天粮食消费量约1.5万吨左右，蔬菜约1.8万吨，家禽需求量约15万只，生猪约4万头。常年农产品需求量在1000亿元以上，其中70%以上需要靠外地供应。

二、上海市主要农产品批发市场概况

近年来，上海市根据城市发展需求，通过加大招商、整合资源，不断加强农副产品批发市场建设力度，建设形成了一批大型综合性农副产品批发市场。据了解，目前全市拥有农产品超市卖场6000多家，批发市场39家。这次我们重点走访了江桥、江杨、松江、上海中心农产品批发市场、西郊国际农产品交易中心等大型农产品批发市场。具体情况如下：

上海江桥农产品批发市场。位于上海西部的曹安路（312国道上海段）1936号，离沪宁高速公路和外环线江桥匝道口仅百米之距。市场占地10万平方米，建筑面积4.5万平方米，有交易营业大棚3万多平方米、肉类交易大厅6000平方米，可同时

供2000多家客户进场交易。市场于1992年9月开始建设，1994年10月建成开业。2002年8月14日起，经过改建扩容的市场吸纳了上海真如市场的蔬菜批发业务，一举成为上海最大的蔬菜批发市场。在安徽、浙江、海南、福建、山东、江西、广东、江苏等省市建立了60多家蔬菜生产和运销的友好基地、友好市场，采购商遍及上海市整个地区并延伸到周边省市。2013年，市场实现农产品批发交易量231万吨，农产品批发交易额约110亿元，其中蔬菜交易量约206万吨，农产品日均成交量达6000多吨，约占上海市蔬菜交易量的60%。外省市进沪蔬菜中，约90%进入江桥市场交易。

上海江杨农产品批发市场。地处上海宝山区，是全国绿色批发市场，规划总占地800余亩。江杨农产品批发市场是由上海蔬菜（集团）有限公司、上海曹安菜篮子股份有限公司、自然人周明昌共同投资组建的大型综合性农产品批发市场。市场营业面积65000平方米，拥有固定经营席位500多个，是集蔬菜、果品、粮油、土特产、肉类和水产等综合性农产品交易以及各类配套商务为一体的大型批发市场，年综合成交量达120万吨以上，成交额达100亿元以上。农产品辐射范围包括宝山、闸北、虹口、杨浦、崇明等区县以及苏南等地区。

上海松江农副产品批发市场。坐落于长三角经济重心——上海西大门——松江叶榭镇，占地面积约350亩，总建筑面积30万平方米，共有经营房、经营仓位约3000套。主营产品为南北干货、粮油、食品、百货、水产、水果、肉类、冻品、有机食品、蔬菜等。粮油月交易量7000吨，蔬菜月交易量达3万吨。此外，水产品、水果、肉类等商品交易在该市场也十分活跃。

上海农产品中心批发市场。简称“上农批”，地处上海市浦东新区，是上海市政府“菜篮子”重点工程，是上海市最大的综合型农副产品批发市场，市场占地面积27公顷，于1998年1月投入运营，2002年1月由深圳市农产品股份有限公司（为上市公司）的全资子公司上海吉农投资有限公司控股。

市场设有肉类交易区、蔬菜交易区、水果交易区、粮油交易区以及水产、南北干货交易区。2013年农副产品交易量132万吨、交易额100亿元。

上海西郊国际农产品交易中心。上海西郊国际农产品交易有限公司投资、经营的上海西郊国际农产品交易中心（简称西郊国际），位于上海青浦区华新镇，是上海及长三角地区现代化、综合性的农产品中央批发市场，为上海市重大工程之一。占地面积1658亩，总建筑面积45万平米，分批发交易、展示直销和检测服务三个区域。目前，由于位路较偏，目前农产品批发交易正处于起步阶段，2013年交易量70亿元，蔬菜年交易量40多万吨，肉类交易量100万吨左右。

通过对上述5家批发市场的现场调查分析，盐城农产品在这些市场的销售种类主要为大米、猪肉、家禽、鸡蛋和蔬菜，其中大米约占市场销售总量的10%左右（其余来自东北、安徽、上海周边及其在各地建设的农场），猪肉约占3%左右（其余以双汇、雨润等大型肉类企业和上海本地或在省外建立的养殖基地供应为主），家禽、鸡蛋均约占8%左右（其余主要来自浙江、安徽、山东等地及江苏其他地区），蔬菜约占4%左右（其余大部分来自山东，一部分来自安徽、河南、海南、浙江、福建及江苏其他地区）。

三、盐城农产品在上海销售的总体情况

一直以来，我市十分注重农产品在上海市场的销售工作，从1997年起，就连续以市、县（市、区）为单位每年在上海举办农副产品展销会、西瓜节、大米推介会、无公害农产品信息发布等活动。利用声、光、电、图片等手段充分展示我市名特优新农产品，采取包市场、租摊位、设窗口、进超市等多种形式，集中大量的农副产品到上海市场展示促销，并辅之以上海各大新闻媒体宣传推介，从而树立盐城农产品的形象，提高了盐城农副产品在上海市场的知名度，抢占了上海市场。目前，我市主要农产品越来越多地销往上海市场已

是不争的事实，一大批优质名牌产品受到了上海客商和市民的广泛欢迎。“东台”西瓜、“射阳”大米、“大纵湖”螃蟹、阜宁生态猪肉、建湖和响水的草鸡蛋等都以其优质、特色赢得了上海市民的青睐。

在推进农产品进上海的过程中，我市还造就了一支活跃在上海市场的农民经纪人队伍和盐城农产品在沪直供直销窗口。据初步统计，目前全市有约7.8万人的销售大军活跃在上海市场，一大批运销大户和农民经纪人通过市场中摸爬滚打，站稳了脚跟，成为上海农产品市场的佼佼者，有的甚至通过上海市场走向全国乃至国际市场，搞大购大销和外购外销，成为响当当的“西瓜大王”、“卖菜大王”、“倒蛋部队”。东台市的农民经纪人王青，每年在上海市场销售蔬菜达3000万元；大丰市的陈山每年在上海销售蔬菜等农产品达1.5亿元；开发区步凤镇的柏寿童，每年在上海销售禽蛋达1.8亿元；建湖县的陈元高每年在上海各大市场销售鱼、虾、蟹等水产品达8000万元。亭湖王崇林与上海农工商等超市建立了长期稳固的禽蛋销售合作关系，年销售鸡蛋8000万元以上。初步统计，我市每年在上海市场销售各类蔬菜瓜果、畜禽产品、粮油等主要农产品达120亿元左右。

在农产品进上海的市场开拓过程中，我市也由过去那种零散的销售方式，逐步实现了向设窗口、办市场，建立永久性销售基地转变。大丰市在沪设立直销窗口、直销店81个，年销售农产品超50万吨，销售额近12亿元。阜宁县在上海32家大型连锁超市、9家农产品经销店设立了阜宁生态农产品直销区，年交易额达8亿元。部分销售窗口还在一定程度上垄断了当地市场，建湖、阜宁在铜川水产品批发市场的销售窗口连成一片，形成了较大规模，主导了该市场的水产品销售。更有出巨资自办和租赁经营农产品批发市场的，如阜宁县陈乃柱等人在上海办起了属于自己的批发市场——上海盐阜农副产品综合市场，日交易额近千万元，经营十分火爆，阜宁草鸡等农副产品也通过市场源源不断地进入上海，走上了上海人的餐桌。

四、盐城农产品在上海市场销售面临的问题与启示 通过调查了解，我们发现我市农产品进上海存在着组织化程度不高、农产品品牌保护意识不强、直销窗口偏少等方面问题，一些省、市在这方面的做法很值得我们学习和借鉴。

1、以单打独斗为主，组织化程度不高。调查发现，我市在上海经销农产品的农民经纪人多以单打独斗为主，很少有联合起来共同闯市场的情况，同类产品经销者甚至存在相互竞争、相互压价、相互拆台的现象。反观在这方面山东和安徽的经销户却做得比较好，安徽甚至会有一个村的人组织起来通过统一供货、统一运输、统一定价，再分散到上海各地去销售鸡蛋；而在江桥、江杨等批发市场蔬菜销售区放眼望去尽是鲁q车牌（山东临沂牌照）在交易山东农产品。这种抱团闯市场的做法很值得我们学习和借鉴。

2、品牌保护意识不强，受假冒伪劣影响较大。如在上海市场深受欢迎的“射阳大米”，始终受到假冒伪劣产品的冲击，一直没能形成完善的品牌保护体系和产品价格体系，以致一些兴化等地生产的大米也贴上“射阳大米”的标签大行其道。我们调查过程中看到的“射阳大米”产品包装不下10种，价格也相差悬殊，令消费者无所适从。如果消费者购买到假冒伪劣产品，必将对射阳大米甚至盐城农产品的质量形象和口碑造成严重的损害。

3、直销窗口相对偏少，市场开拓力度不够。经过多年的发展，我市虽然在上海不少超市和市场建立了农产品直销窗口或门店，但是相对于我们这样的农产品生产供给大市来讲还是显得相对不足。调查发现，有不少在上海各大批发市场从事农产品销售的盐城经纪人销售的根本不是盐城生产的农产品，这一部分销售资源在我市推进农产品进上海过程中可以加以挖掘和利用。

五、推进农产品进入上海市场的初步打算与建议 加快推进盐城农产品进入上海市场，是盐城接轨上海、融入上海、服务

上海的重要内容，也是推进农业生产与城市消费对接，构建便捷、高效、畅通农产品现代流通体系，促进农业持续增效、农民持续增收的重要举措，对我市加快实现农业现代化具有十分重要的意义。下一步，我们将围绕市委、市政府推进农产品进上海的总体工作部署和要求，切实转变抓现代农业的思维方式和工作方式，本着“政府搭台、企业唱戏、市场运作、优势互补、农民得益、市民受惠、互利共赢”的原则，实行市、县（市、区）联动，以县（市、区）为主，合力推进，努力增加盐城农产品顺畅进入上海大市场的品种和数量，提高盐城农产品在上海市场的占有率和知名度。

1、以上海市场准入标准为依据进一步加强农产品质量建设。根据上海市场客观要求，进一步加强无公害农产品基地建设，推广农业标准化生产技术，强化农业投入品监管，完善质量安全市场准入制度，积极推进“三品”申报及管理，做好优质农产品与上海市场的有效对接。今年，我们将把无公害农产品的监管工作作为质量建设的重点工作来抓，健全绿色食品、有机食品和无公害农产品的生产台帐和质量档案，健全农产品质量安全监管队伍，真正把农产品质量安全建设工作抓细、抓实、抓到位，从源头上把好质量控制关，把我市建设成为上海市场认定的优质农副产品生产供给基地。

2、定期举办政府层面以推进农产品进入上海市场为主要内容的相关活动。每年举行一次沪盐两地政府层面交流活动，由市领导和上海市农委、商务委等单位领导举行会商，重点研究包括农产品流通在内的两地农业合作重大课题、重点项目和重要活动；一次上海有关农产品大市场、大超市负责人到盐城农产品生产基地现场考察指导或与盐城农产品基地、龙头企业负责人对接洽谈活动；一次盐沪农产品商会代表会议，研究解决盐城农产品在上海销售过程中遇到的困难和问题，共谋加快推进盐城农产品进入上海市场的办法和措施。

3、认真组织好盐城农产品在上海的会展促销活动。认真组织参加省政府每年11月下旬在上海举办的江苏名特优农产品

（上海）交易会，组织参加每年由上海市农委、上海市商务委组织的上海市迎新春农副产品大联展。在此基础上，在每年的中秋国庆期间组织一次盐城农产品上海展示促销活动，通过会展平台，大力度向上海市民宣传推介盐城农产品，让更多的上海市民了解盐城农产品，购买盐城农产品，提高盐城农产品在上海市场的知名度。

4、扩大盐城农产品上海直供窗口、配送中心和营销网络。认真借鉴推广阜宁县在沪宁线大中城市设立农产品直销窗口的做法，以县（市、区）为单位，以企业为主体，通过“政府搭台，市场运作”的方式，积极在上海增设一批盐城农产品上海直供窗口、配送中心，健全盐城农产品上海营销网络。力争到2015年底，全市在上海增设盐城农产品上海直供窗口和配送中心100个以上，年销售盐城农产品50亿元以上。

推进农产品进上海是一项长期的重大战略任务，需要充分调动政府和市场主体各方面的力量和积极性，需要从组织领导、政策扶持等方面切入，因此，我们建议当前要重点抓好三个方面：一要切实加强农产品进上海工作的组织领导。成立盐城农产品进上海工作领导小组，由分管农业的副秘书长任组长，市农委、市商务局和盐城驻上海办事处等部门负责人为成员，具体负责加快推进盐城农产品进入上海市场相关工作的统一领导和协调指挥。市委、市政府分管领导定期听取情况汇报，协调解决工作中遇到的困难和问题。各县（市、区）也要高度重视加快推进盐城农产品进入上海市场工作，成立相应工作机构，明确具体责任部门，落实责任措施，合力推进盐城农产品进入上海市场。二要加快筹建成立盐沪农产品商会。根据市领导要求，加快成立盐沪农产品商会。目前，商会初步架构方案已经形成，会长、副会长等相关人员已经推选完毕，请市领导尽快研究审定，召开商会成立大会。以商会为平台，充分发挥在沪农产品经纪人在加快推进盐城农产品进入上海市场的桥梁和纽带作用，深化盐城农产品生产经营者与在沪盐城农产品经纪人的沟通与交流，提高我市农产品进入上海市场的组织化程度。三要切实加大对盐城农产

品进入上海市场的政策扶持力度。市级设立专门奖励资金并列入财政预算，采取以奖代补的办法，对在推进盐城农产品进入上海市场中业绩突出的企业和农民经纪人进行奖励。重点对农产品生产加工企业销往上海市场的农产品给予运输补贴，降低企业物流成本；对在上海新设立的具有一定规模的直供窗口和配送中心给予奖励补助，以充分调动市场主体向上海市场销售盐城农产品的积极性。

农产品批发市场调查报告总结篇三

蔬菜是新绛县农业生产中的第一大支柱产业。这些年，县委县政府依靠技术进步，积极改进蔬菜种植方式，使之由过去季节性生产，发展到“大田—拱棚—日光温室”三结合的周年生产，其质量也由普通蔬菜上升到无公害蔬菜，温室、拱棚高效设施蔬菜种植面积逐年增加。目前，全县现有面积23万亩，其中日光温室6万亩，拱棚8万亩，大田菜9万亩。种植的蔬菜品种主要有西红柿、黄瓜、茄子、茼蒿、西葫芦、冬瓜、韭菜、芹菜等十余个。分布在8个乡镇的143个村庄，占全县农村总数的65%；有3xx个农户从事蔬菜生产，占农户总数的42%；蔬菜提供的人均纯收入达到1750元，占农民人均纯收入的52%；蔬菜总产量90万吨，总产值10亿元左右，占全县农业总产值的43.75%。在蔬菜生产户中，人均收入超万元的达3000多户，人均收入5000元到近万元的达4000余户，人均收入3000元到近5000元的上万户。

全县拥有6个各具特色的蔬菜生产示范基地：即以三泉、古交、北张、泽掌、泉掌为主的万亩无公害反季节双茬西红柿基地，以横桥、龙兴为主的万亩甘蓝生产基地，以古交南片为主的万亩无公害茄子生产基地，以万安、北张为主的万亩黄瓜生产基地，以龙兴、横桥为主的万亩西葫芦生产基地，以鼓水流域为主的千亩莲菜生产基地。

无公害蔬菜的规模化发展，带动了市场建设。全县目前运营着西曲、南李村、刘建、王守、北行庄5个专业性产地蔬菜批

发市场。

西曲蔬菜批发市场是最早建设而且最大的市场。占地120亩，建筑面积10600平方米，场地硬化6万平方米，交易棚面积3500多平方米。市场日客流量达到3000人次，车流量1000多车次，日平均交易130万公斤，旺季可达300万公斤。xx年蔬菜产品远销内蒙、甘肃、陕西、河南、北京等21个省市的200多个县市，并出口日本、韩国、俄罗斯、新加坡等国家。交易量8.6亿公斤，交易额8.2亿元，实现利税656万元，是华北、西北、东北地区较大的集蔬菜、瓜果批发、装卸配货、冷藏储存、生活服务于一体的综合蔬菜产地批发市场。市场先后被确定为“全国50家鲜活农副产品定点市场”、“国家农业产业化重点龙头企业”和“农业部农产品信息网信息采集点”以及省政府“1311”调产工程项目。

新绛县绛州绿蔬菜有限公司是一个集全县蔬菜生产、组织、管理、销售于一身的股份制企业。公司位于县城龙兴街125号，现有办公用房1200平方米，注册资金150万元，总资产500万元，流动资金200万元。公司技术力量雄厚，238名职工中具有中级以上职称的. 就达15人之多。

公司下属“一园四站四市场”。“一园”即南李村科技示范园。占地60亩，主要进行新品种、新技术的实验、示范。“四站”即古交、泽掌、泉掌、北张四个服务站。四个服务站涵盖了全县90%以上的无公害蔬菜生产区域。在优良种子、生产物资供应等方面，为蔬菜生产提供产前、产中、产后服务。

“四市场”即古交镇南李村、泉掌镇刘建、泉掌镇王守、北张镇北行庄四个蔬菜产地批发市场。古交镇南李村产地蔬菜批发市场位于108国道南侧，占地35亩；泉掌镇刘建产地蔬菜批发市场位于县道新乡路西侧，占地42亩；泉掌镇王守产地蔬菜批发市场位于县道新乡路南侧，占地31亩；北张镇北行庄产地蔬菜批发市场位于县道新乡路北侧。

四个市场覆盖了全县百分之七十的蔬菜生产区，年交易量63万吨，交易额7亿元。公司营销的无公害精品菜远销陕西、河南、湖北、内蒙古、江苏等十几个省市，建立了较为宽广的销售网络。

公司与中国农科院蔬菜花卉研究所建立了科技依托关系，聘请张志斌等专家为蔬菜生产技术顾问，负责全县蔬菜生产的技术指导。公司与全县2xx多农户建立了协作关系，实行了公司 + 基地 + 农户的运作方式，在新品种、新技术的引进、实验和示范方面做了大量的工作，提升了全县蔬菜生产的标准和质量。

公司组织牵头对联系的保护地蔬菜进行了无公害质量认证，无公害蔬菜认证面积达到20万亩，认证无公害蔬菜品种6个，认证的无公害蔬菜产量达到42.5万吨。

公司在品牌建设上取得可喜成绩，绛州绿商标被评为“山西省著名商标”，绛州绿品牌被认定为“山西省名牌产品”。公司先后被省人民政府评为“商贸先进企业”，被省质量技术监督局评为“质量信誉aa级企业”。

现在，新绛县无公害蔬菜生产在全省乃至全国都享有较高的声誉，先后被确定为北京市“场地挂钩”外埠蔬菜生产基地、全国蔬菜标准化生产示范县、中国绿色食品总公司蔬菜生产基地、中国果菜十强县和国家级无公害农产品生产示范基地。

农产品批发市场调查报告总结篇四

为全面了解我县农村服务中心建设现状，督促各乡镇完成社区服务中心建设任务，进一步促进统筹城乡发展，加快推进城乡一体化，更快更好地实现城乡公共服务均等化明显改善，提高农村村民自治和村级服务水平，促进和谐社会和社会主义建设，让农民共享改革发展成果，开展此次调研活动。自3月1日至4月1日，县委组成调研组，利用了一个月左右的时间，

通过现场查看、与不同层次的人员座谈等形式，对全县14个乡镇社区服务中心建设情况了一遍。

一、我县社区服务中心建设现状

其中汶上镇建成1处，南站建3处，康驿建成1处，南旺在建1处，刘楼乡在建1处，次丘镇在建2处，寅寺镇2处建，郭楼镇在建1处，郭仓乡建成1处，杨店乡建成3处，白石乡在建1处，军屯在建2处，苑庄镇建成1处、在建一处，义桥乡建成1处。全县已建成10个，在建11个。

其中南站镇已建社区3个——辛店社区服务中心、南村社区服务中心和曹堂社区服务中心。辛店社区服务中心属镇企共建，三层楼，三十余间，分设为民服务大厅、社区室、警务室、计划生育服务室；南村社区服务中心为原南站老法庭改建，分设为民服务大厅、社区卫生室、社区警务室、计划生育服务室，其中为民服务室设立六个服务窗口——窗口、、新农合、土地流转、经管站、窗口。康驿镇专门成立了社区建设指挥部，已建社区服务中心一处——三十里铺社区，为原村委改建一部分、村民共建一部分，三层楼，20余间房，已建成广场，整合了卫生室、。郭仓乡已建社区为任仓社区服务中心，四层，60余间，与镇社区服务中心合署办公。杨店乡已建社区3处——庙口，王楼，泗汶社区，其中庙口社区为原预付厂自建，共56间，除预留社区办公用房外，其余运作，开展社区服务同时利用局驻村契机，共建同心花园（文化广场）。泗汶社区为四村联建，各村按人口比例分别筹资，以后四村合署办公，原集体办公用户籍拍卖，拟建三层，1386平方，门前设广场。门面商业运作，开展社区服务，部分已建成。已建集中居住楼房3幢，是下步社区整合的一个典型代表。白石乡在建社区为寨子社区，已建成居民楼4幢，门面已开发为各种社区服务项目，并且预留了办公用房，方式是驻地开发与村民集中聚居相结合，是农村社区中心建设的另一个典范。苑庄镇已建成社区为前小秦社区，他们利用上级联社优惠政策，在县联社的支持下，社区拿土地，共建成为集、

农资、生活超市、饭店、卫生院、浴池、警务、广场、阅览室等为一体的政治、文化中心，目前该中心运作良好，辐射周围3公里。义桥乡已建社区服务中心为沈营社区服务中心，四层楼，并以完成集中居住，主要是利用搬迁之际统筹规划，一步建成。汶上镇柳行社区服务中心已建成并投入运营。在建社区服务中心情况：刘楼乡乡中心社区服务中心，年底前建完。次丘乡中心社区服务中心和徐村社区服务中心正在筹备。寅寺镇石楼社区社区服务中心、寅寺镇社区服务中心在建，11月份建完。郭楼镇马店社区服务中心，年底建完。军屯乡：李集社区服务中心，已启动年底建完；南陶社区社区服务中心，年底建完。苑庄镇新苑社区服务中心，年底建完。

二、取得的经验

（一）拓宽投入渠道。一是县乡把财力和争取的项目资金尽量向农村社区服务中心建设上倾斜，将推进新型社区建设工作列入经济社会发展规划，对农村的公共服务和公益事业设立专项经费并逐年加大投入。二是部门资源和小城镇建设、村工程、村级组织活动场所建设和其他支农经费，与农村社区服务中心建设对接，形成部门齐抓共建的合力。按照“捆绑发展、集中使用、上下齐攻”的原则，将各级各部门用于农村社区的警务室、卫生室、室、劳动和社会保障所、文化站、文化大院、生活超市、农资超市、慈善超市、农家书屋、体育健身设备、社会福利设施建设等资金整合在农村社区服务中心，避免多头建设、重复建设、分散建设。

（二）整合各种资源。一是农村自有资源整合。各社区利用社区闲置设施、房屋、土地等资源，采取改建、联建、共建等多种方式改造或改建成农村社区服务中心。二是挖掘社区人才、资金潜力，努力争取社会各界对农村社区服务中心建设的支持，鼓励企事业单位、各类经济组织和个人以资金、设备、技术、信息等方式农村社区服务中心建设，兴办各类服务项目。三是整合各种技术、信息资源。市县包村部门把新型社区服务中心建设作为一项重点工作；民政部门督导各

乡镇把农村社区服务中心建设作为服务于统筹城乡一体化建设的重点，从业务上指导各乡镇完成社区服务中心建设任务；建设部门充分发挥专业优势，协助乡镇搞好社区服务中心选址规划，等等。

公司联建而成的。

3、社区自建即基础比较好的村，在政府的支持下建设新型社区，杨店乡泗汶社区就是有社区所覆盖的四个村联合建成了农村社区服务中心。

4、社会力量兴建。有些比较有眼光的个体户，认识到社区发展的潜在优势，在政府的帮助下建设社区服务中心。我县王楼社区、庙口社区、路楼社区、沙沟社区的社区服务中心都是在政府的指导下，由民间力量建设完成的。王楼是利用原预制厂，在政府的指导下，确定建立社区服务中心，政府帮助跑手续，整合土地等，私人投资建设社区服务中心，除预留必要的办公场所外，他经营超市、饭店等项目，搞的非常成功。郭仓乡沙沟社区利用本村一个在外经商多年的村民，劝其回家发展社区建设，该老板经过考查，发现投资社区服务中心建设，既方便了群众，自己又有利可图，投资60多万建大型生活超市、慈善超市、农资超市、幼儿园、卫生室、饭店等。杏林社区是由建筑商，自己投资建商品房、超市、服务中心等服务项目。5、引资共建。苑庄镇前小秦社区服务中心就是利用县供销社积极争取上级政策资金共建成功的。

三、存在的问题与不足

1、乡镇对社区建设工作认识不够。部分乡镇认为社区建设是一村一社区，因此在社区中心建设时没有留出足够的办公用房，而是停留在村级服务场所建设层面上。部分乡镇存在畏难情绪，没有充分挖掘社会资源，存在等靠要思想。有些乡镇认为搞社区就是和村并居，或先和村并居再搞社区服务中心建设，岂不知和村并居需要的不是3年5年的事，而是10年

甚至一代人的事。而社区服务中心建设成功后，服务功能完善，自然聚集人气、商气，人慢慢靠拢，反而促进和村并居。

2、社区规划不合理。白石27各村规划了10个社区，2.7个行政村和一个社区；汶上11个村规划了4个社区，中都街道11个村规划了4个社区，2.75个村和一个社区；南站54个行政村规划了13个社区，4.1个村合一个社区；苑庄23个行政村，规划了6个社区，3.8个村和一个社区；杨店25个行政村规划了9个社区，2.7个村和一个社区，覆盖率偏低，服务半径偏小，建设任务太大，不太符合社区建设的目的。

3、社区建设标准偏低。有些乡镇把村委大院当作为民服务大厅，把街上的小买部、小商店、小诊所说成是服务项目，认为这就是社区了。

四、意见及建议

1、加大投入力度。从的情况看，大多数的3建社区服务中心的乡镇反映乡镇资金缺乏，就包括在建和已建成的也反映这一制约我县社区建设的瓶颈问题，建议上级财政列支一部分，县财政配套一部分，乡镇村自筹一部分。

2、多方式建设，整合各种资源。在现在逐级没有资金扶持政策的前提下，各乡镇社区可以整合各种资源，采取多种方式改建、联建、共建。苑庄镇前小秦就是利用县社争取上级优惠政策，共建成功的。杨店乡王楼社区服务中心利用有钱大户搞开发建设。泗汶社区则采取四村联建。南站镇利用原法庭改建，都是比较成功的路子。从目前情况看，采取政府指导，充分发动民间力量也是一条有效的途径。另外，把上级各种扶持政策，包括派驻工作组，卫生、体育、文化等都往社区倾斜，也是一条可以探索的经验。从工作方式上抓好四个整合：一是领导力量整合，成立主要领导为，组织、财政、民政、农业、文化、体育、公安、司法、等涉农较为密切的部门主要负责人为成员的领导小组，统筹安排全县农村社区

建设工作。二是部门资源和涉农项目资金整合：形成部门齐抓共建的合力，为农村社区建设服务。各有关部门立足自身职能，找准农村社区建设的切入点，主动配合，主动融入，研究支持农村社区建设的具体方案和措施，在实施乡村建设、农村工程建设、农村卫生设施建设、农村劳动力工程、文明村镇建设等项目中，围绕农村社区建设来进行联动。三是农村自有资源整合：利用社区闲置设施、房屋等资源，改造或改建成社区服务中心，提升农村社区自我服务的功能。四是社会资源整合：挖掘社区人才、资金潜力，努力争取社会各界对农村社区建设的支持，鼓励社会力量捐资兴办农村社区公共服务事业，促进农村社区健康发展。

3、建设标准要提高。要想实现社区建设的目的，必须要提高标准，按照上级“一厅九室三市两栏一园一校一场”的要求建设。“一厅”：即综合服务厅，主要职责是为居民提供劳动就业、养老、合作医疗、农村低保、农村五保、土地流转、变动等“一站式”服务；“九室”：即办公室、服务室、室、调解室、计生室、警务室、卫生室、图书室、文体活动室；“三市”：即生活超市、农资超市、慈善超市；“两栏”：即社区事务公开栏、科普栏；“一园一校一场”：即幼儿园、居民学校和文化健身广场。有条件的社区根据居民需求，积极发展农机维修、、保险、餐饮洗浴等项目，不断丰富农村社区服务内容。这样才能把社区建设政治经济文化中心，才有吸引力，辐射力。“服务大厅”以不少于100平方米为宜，提倡社区公共服务用房500平方米左右，占地不少于5亩，位置相对集中的一体化社区服务中心。社区建设以建立中心型社区为主。

4、加强领导，一口上下。我县社区建设缺乏统一领导，有十几个单位部门都在搞社区建设，许多资源缺乏有效整合，建议设立农村社区建设的专门组织，一口上下，以便整合资源，加快我县社区建设步伐。

5、建立农村社区建设多元化投入机制。坚持工业反哺农业、

城市支持农村和多予少取放活的方针，按照统筹城乡发展、实现公共服务均等化的要求，大幅度提高农村社区建设投入占农村投入和在整个财政支出中的比重，形成以财政投入为主体、部门帮扶为补充和社会广泛参与的多元化投入机制。

县、乡设立农村社区建设专项资金，按照“捆绑发展、集中使用、上下齐攻”的原则，切实解决农村社区建设资金不足问题。财政部门牵头，将各级各部门用于农村社区的警务室、卫生室、计生室、劳动和社会保障所、文化站、文化大院、生活超市、农资超市、慈善超市、农家书屋、体育健身设备、村级场所、社会福利设施建设等资金整合在农村社区服务中心，避免多头建设、重复建设、分散建设和资源浪费。鼓励企事业单位、各类经济组织和个人以资金、设备、技术、信息等方式投资农村社区建设，兴办各类服务项目。

6、推进农村社区生产生活服务。在各级政府及有关部门加强农村社区生产生活服务设施建设的同时，按照“谁投资、谁所有、谁受益”的原则，鼓励和支持各类组织、企业和个人以投资入股、合作经营等形式，到农村社区开办生活超市、农资超市、农机维修、邮政通信、金融保险、文化娱乐、餐饮洗浴等服务项目，最大限度满足社区居民需求。对开办商业性服务项目的单位和个人，社区提供平台，搞好服务，落实相关优惠政策。

7、做好农村社区规划工作。按照城乡一体化、工业园区化、农业产业化、农村城镇化、农民市民化、居住社区化、公共服务均等化要求，坚持高起点、高品位、高标准和适度超前的原则，把农村社区规划与新农村建设、小城镇建设、新型乡镇建设等工作结合起来，充分考虑村庄压煤搬迁、合村并点、旧村改造、空心村治理、自然村合并等因素，以县为单位，统一编制农村社区规划，形成梯次合理的农村社区村庄布局。

8、合理确定农村社区服务范围。按照地域相近、规模适度、

西葫芦、冬瓜、韭菜、芹菜等十余个。分布在8个乡镇的143个村庄，占全县农村总数的65%；有3xx个农户从事蔬菜生产，占农户总数的42%；蔬菜提供的人均纯收入达到1750元，占农民人均纯收入的52%；蔬菜总产量90万吨，总产值10亿元左右，占全县农业总产值的43.75%。在蔬菜生产户中，人均收入超万元的达3000多户，人均收入5000元到近万元的达4000余户，人均收入3000元到近5000元的上万户。

全县拥有6个各具特色的蔬菜生产示范基地：即以三泉、古交、北张、泽掌、泉掌为主的万亩无公害反季节双茬西红柿基地，以横桥、龙兴为主的万亩甘兰生产基地，以古交南片为主的万亩无公害茄子生产基地，以万安、北张为主的万亩黄瓜生产基地，以龙兴、横桥为主的万亩西葫芦生产基地，以鼓水流域为主的千亩莲菜生产基地。

无公害蔬菜的规模化发展，带动了市场建设。全县目前运营着西曲、南李村、刘建、王守、北行庄5个专业性产地蔬菜批发市场。

西曲蔬菜批发市场是最早建设而且最大的市场。占地120亩，建筑面积10600平方米，场地硬化6万平方米，交易棚面积3500多平方米。市场日客流量达到3000人次，车流量1000多车次，日平均交易130万公斤，旺季可达300万公斤。xx年蔬菜产品远销内蒙、甘肃、陕西、河南、北京等21个省市的200多个县市，并出口日本、韩国、俄罗斯、新加坡等国家。交易量8.6亿公斤，交易额8.2亿元，实现利税656万元，是华北、西北、东北地区较大的集蔬菜、瓜果批发、装卸配货、冷藏储存、生活服务于一体的综合蔬菜产地批发市场。市场先后被确定为“全国50家鲜活农副产品定点市场”、“国家农业产业化重点龙头企业”和“农业部农产品信息网信息采集点”以及省政府“1311”调产工程项目。

新绛县绛州绿蔬菜有限公司是一个集全县蔬菜生产、组织、管理、销售于一身的股份制企业。公司位于县城龙兴街125

号，现有办公用房1200平方米，注册资金150万元，总资产500万元，流动资金200万元。公司技术力量雄厚，238名职工中具有中级以上职称的就达15人之多。

公司下属“一园四站四市场”。“一园”即南李村科技示范园。占地60亩，主要进行新品种、新技术的实验、示范。“四站”即古交、泽掌、泉掌、北张四个服务站。四个服务站涵盖了全县90%以上的无公害蔬菜生产区域。在优良种子、生产物资供应等方面，为蔬菜生产提供产前、产中、产后服务。

“四市场”即古交镇南李村、泉掌镇刘建、泉掌镇王守、北张镇北行庄四个蔬菜产地批发市场。古交镇南李村产地蔬菜批发市场位于108国道南侧，占地35亩；泉掌镇刘建产地蔬菜批发市场位于县道新乡路西侧，占地42亩；泉掌镇王守产地蔬菜批发市场位于县道新乡路南侧，占地31亩；北张镇北行庄产地蔬菜批发市场位于县道新乡路北侧。

四个市场覆盖了全县百分之七十的蔬菜生产区，年交易量63万吨，交易额7亿元。公司营销的无公害精品菜远销陕西、河南、湖北、内蒙古、江苏等十几个省市，建立了较为宽广的销售网络。

公司与中国农科院蔬菜花卉研究所建立了科技依托关系，聘请张志斌等专家为蔬菜生产技术顾问，负责全县蔬菜生产的技术指导。公司与全县2xx多农户建立了协作关系，实行了公司 + 基地 + 农户的运作方式，在新品种、新技术的引进、实验和示范方面做了大量的工作，提升了全县蔬菜生产的标准和质量。

公司组织牵头对联系的保护地蔬菜进行了无公害质量认证，无公害蔬菜认证面积达到20万亩，认证无公害蔬菜品种6个，认证的无公害蔬菜产量达到42.5万吨。

公司在品牌建设上取得可喜成绩，绛州绿商标被评为“山西省著名商标”，绛州绿品牌被认定为“山西省名牌产品”。公司先后被省人民政府评为“商贸先进企业”，被省质量技术监督局评为“质量信誉aa级企业”。

调查地点：齐齐哈尔市铁锋区人民法院民三庭

调查方式：资料汇总 调查目的：因城市供暖而产生的纠纷越演越烈，供暖纠纷案件大幅激增，成为法院所受理的民事案件中增长最为迅速的一类。供暖作为一项社会公用事业，维持着城市功能的正常运转，与百姓生活息息相关，关系到社会的稳定。由于供暖纠纷涉及面广，影响面大，一旦处理不当，极易引发社会的不稳定因素，所以要想妥善处理该类纠纷，还必须对现有的法律、法规、规章进一步完善，建立一个适应社会发展的供暖模式。因此，通过对供暖纠纷的特点及产生的原因的调查分析，来解决供暖领域尚存在的制度的缺失和法律的缺位的问题。

调查结果：在实习期间我有针对性的对在齐齐哈尔市铁锋区人民法院办理的供暖合同纠纷案件进行了资料汇总□xx年铁锋区人民法院共受理供暖纠纷案件132件□xx年上升为206件，增幅56.1%□xx年更猛增到398件，与上年同期相比增幅93.2%，与xx年相比增幅高达129%。近三年来，供暖合同纠纷案件成倍增长，我认为供暖纠纷案件激增现象的产生包括下面六个方面的原因：

一、因房地产商、物业公司与业主之间的矛盾，导致业主拒交供暖费。近年来，大批住宅小区建成使用，房地产商、物业公司与业主之间因利益不同存在多种矛盾，业主因此而拒交供暖费的现象非常普遍。

二、业主个人因下岗、失业等客观经济原因而无力支付取暖费，从而造成拖欠。下岗工人、失业人员等社会低收入人群因经济拮据无力承担取暖费、而被供暖单位告上法庭，这类

情况约占供暖纠纷案件的80%。

三、供暖单位供暖质量不合格导致用户拒交取暖费。例如住户室内温度不达标，没能达到国家规定的温度标准、时间标准，所以用户拒交取暖费。此类案件比重很大。

职工下岗、分流，以及企业破产等变化因素，出现了无人交费，无力交费或者不愿意交费的现象，造成供热企业收费困难，致使供热单位被欠费拖累的难以为继。

五、用热方未及时变更供暖协议引发纠纷。这种情况主要包括三种因素。其一，随着公有住房制度的改革，部分用热单位对供暖费的承担方式也随之进行了改革。用热单位与职工约定，职工承担一部分供暖费用，或是将供暖费用直接发放给职工个人，由个人直接交纳供暖费，单位不再负担该项费用。但是用热单位却未曾对原供热协议中供暖费的承担条款作出相应变更，使得自己仍然是供热协议的一方相对人，仍应对供暖费承担付款义务。其二，有些单位与供暖方签订供暖协议后，部分职工用户与该单位解除了劳动合同关系或调离本单位，而单位没有及时与供暖方就职工供暖费的支付方式等条款进行变更或解除，当供暖单位收取供暖费用时，又拒绝为该部分职工支付供暖费，从而产生纠纷。其三，有些单位职工购买了单位房屋的产权，但是未及时通知供暖单位变更供暖合同，造成用暖职工不知交纳，所在单位误以为职工已经交纳，而供暖单位等待用暖单位交纳的脱节现象。六、整体串联供暖体系使得不需集体供暖的用户失去选择权，导致部分用户拒交供暖费。目前的整体串联供暖体系，在技术上无法满足用户自愿选择的要求，在供暖费用较高的情况下，部分不需集体供暖的用户以拒交供暖费的方式表示抗拒，从而引发纠纷。因此，供暖方只有诉至法院，通过诉讼程序解决纠纷。从而也就使得供暖费纠纷的案件大量涌现。因供暖合同具有连续性的特点，而一次诉讼或追讨只能解决之前拖欠的费用，不能从根本上解决问题，下一个供暖季到来时往往会再次产生新的大量纠纷。