

“行情一路走低,比前两年差远了!”在对桃村、唐家泊、蛇窝泊等多个苹果市场的连日走访中,许多果农纷纷对苹果价格喊“跌”。但是有一批果农根本不担心,因为他们加入了合作社。“不管市场价怎么跌,我们的卖价不会变。”

苹果合作社

富士  
难“红”

# 入了合作社 果农尝甜头

今年合作社的收购价普遍比市场价高四五毛

独家报道  
直击真相  
967066

□记者 孙芳芳 苗华茂 报道  
qlwbsff@vip.163.com

本报11月1日讯 就在果农们担心苹果价格一路滑到底的时候,牟平王格庄镇果农徐永宽却十分坦然。因为他家4万多斤的苹果早就有了着落,而且以高于市场价1块多的高价卖了出去。记者从多家合作社了解到,今年合作社的苹果收购价每个级别普遍要比市场价高出四五毛左右。

“今年算是尝到合作社的甜头了,能比周围村庄的果农多收入好几万元。”1日,说起今年的苹果收成,牟平王格庄镇东道口口的徐永宽乐得合不拢嘴。

“一二级果,我们合作社的社员收购价是每斤3.6元,而其他果农卖到市场上就是每斤2.5元左右。”徐永宽说,眼瞅着市场价一天天落下来,他们却一点也不担心。“我们都已经提前跟合作社签订了协议,不管市场价怎么跌,我们的卖价不会变。”

徐永宽和周围果农加入的是牟平三旺合作社,该合作社经理李曰苏介绍,今年的300多万斤苹果全都是以每斤3.6元的价格收上来的。“签了协议后,果农卖果价格有了保障,我们的收购质量、数量也有了保障。”

李曰苏说,合作社跟超市签订了3年合同,所以才敢保证这个收购价。合作社的苹果主要销往深圳、上海、福州等地的超市以及农产品专卖店等,合作社每年也会跟社员签订销售合同。合作社每年给社员提供农药、化肥等物资以及相应的技术支持,社员每年要向合作社供应4000-6000斤优质果。

“85级别的收购价是每斤3.6元左右。”烟台汤西专业果品合作社社长刘范明介绍,今年的苹果收购已经接近尾声,平均每个级别都要比市场价高出四五毛左右。



一家收购商直接把收上来的苹果倒在苹果堆里。 记者 赵金阳 摄

●好处

直接与超市对接  
掌握定价主动权

“如果是果农单枪匹马各卖各的,人家超市肯定不会跟你谈。”牟平三旺合作社经理李曰苏告诉记者,合作社模式最大的优势就在于团结了众多果农,因而在销售时掌握了一定的定价主动权。

苹果要想卖个好价钱,首先要在质量上有保证。为了保证培育出优质果,合作社为果农们提供了技术上的帮助。“农药、化肥都由我们统一提供,天气干旱时统一采用微灌的方式灌溉。”海阳西古现合作社社长于志军说,统一管理不但为果农提供了指导,还保证了果品质量。

“苹果质量好、数量大,超市肯定会对我们另眼相看。”李曰苏说,这样跟超市谈判也有底气。

●延伸调查

## 部分合作社“不务正业” 只卖化肥农药不管销售

□记者 孙芳芳 苗华茂

加入合作社后,果农们的销售价格有了保障,合作社的收购量也有了保障。据了解,目前合作社的规模已经覆盖烟台43%的果农,50%的果园。然而合作社在迅猛发展的同时也存在一些问题:有的合作社只管卖农资,对果农的产前、产中、产后一概不管,“就是卖化肥、卖农药的经销商。”一些果农说。

“长远来看,合作社模式可以说是一个多赢的选择,也是一个大趋势。”栖霞金农果蔬合作社成立于2008年,是栖霞最早的

一批合作社之一。

对合作社模式的发展前景,社长刘洪民充满信心。但是他认为,在合作社铺天盖地发展的同时,也存在一些问题。

“有的合作社,名义上是合作社,但实际上就是卖化肥、卖农药的经销商。”谈起合作社,果农刘新一脸无奈,他说周围的一些合作社都是化肥、农药的经销商开的,所谓的社员也都是在合作社里买农药、化肥的果农。

据了解,这类合作社就是卖农药和化肥的农资店,并不与果农签订协议,也不会收购苹果。

“说白了,就是化肥、农药经销商的另外一块牌子。”一位业内人士透露,许多挂着合作社牌子的公司都是流于形式,并没有对果农种植或者苹果销售带去实质性的帮助。

“合作社确实是个很好的形式,果农在苹果还没成熟之前就已经有了销路,而且价格要比市场价高出一些。”牟平三旺合作社经理李曰苏认为,合作社的形式给果农的苹果销售保障了出路,但是还需要将经销农资和保障销售集合起来,从产前、产中到产后,全程保驾护航。

●规模

烟台一半果园  
加入合作社

在今年的果蔬会现场,海阳凤凰顶果树农民专业合作社、黄塘果树种植专业合作社、牟平区广联合作社、绿健果品合作社等都在现场设了展位,展示自家的果品。

不少专家认为,合作社模式解决了果农单枪匹马办不了的事。“合作社模式为果农提供产前、产中、产后各个环节的服务,解决了一家一户办不了、办不好、办了不合算的问题。”烟台市苹果协会会长赵培策介绍,目前合作社规模已经覆盖烟台43%的果农,50%的果园。合作社模式带动了越来越多的果农从“小生产”走向“大市场”,从一家一户的分散经营走向专业化、规模化、集约化经营。

记者 孙芳芳 苗华茂