# 中国蜂业现状及存在的问题（最终定稿）

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2025-01-28

*第一篇：中国蜂业现状及存在的问题中国蜂业现状及存在的问题一、中国蜂业生产现状2024年，饲养的蜜蜂数量已达730万群，其中西方蜜蜂约占 2／3，东 方蜜蜂约占 1／3。东方蜜蜂以生产蜂蜜为主，西方蜜蜂生产主要分为两类：一类是生产蜂蜜为主，...*

**第一篇：中国蜂业现状及存在的问题**

中国蜂业现状及存在的问题

一、中国蜂业生产现状

2025年，饲养的蜜蜂数量已达730万群，其中西方蜜蜂约占 2／3，东 方蜜蜂约占 1／3。东方蜜蜂以生产蜂蜜为主，西方蜜蜂生产主要分为两类：一类是生产蜂蜜为主，另一类以生产蜂王浆为主。养蜂发达地区的蜂农以生产蜂王浆为主，如江浙一带。相对来说，中国西南部、东北部等地区以生产蜂蜜为主。

2025 年，中国蜂蜜产量为 29．3万t、蜂王浆产量为3000t、蜂花粉产量为 5 000t、蜂胶产量为 350t、蜂蜡产量为4000t。全国现有蜂农约30 万人，分为专业养蜂者和业余养蜂者。

中国由于疆域广阔，植被众多，一年四季均有蜜源植物开花泌蜜，很适合养蜂。据初步调查，现被蜜蜂采集利用的蜜粉源植物有14317种，分属于864 属，141科，分别占全国被子植物的 58．77％、29．32％和48．45％。其中主要辅助蜜源植物66种，主要粉源植物 24 种。中国能够生产大宗商品蜜的全国性和区域性主要蜜源植物 50 多种。东北地区的主要大宗蜜源植物有椴树、油菜、胡枝子、向日葵，华北地区主要有荆条、枣树、刺槐，西北地区主要有枣树、刺槐、百里香、老瓜头、养麦，华中地区主要有油菜、紫云英、乌桕、黄荆、棉花、柃木，华南地区主要有荔枝、龙眼、山乌桕、蜡烛果、窿缘桉、鹅掌柴、米碎花，西南地区主要有油菜、白刺花、乌桕、黄荆、鹅掌柴、米碎花、野坝子、东紫苏。近年来，由于农业结构调整和砍伐现象，中国的蜜源情况也相应地 发生了变化。

二、中国蜂业销售现状

目前，中国蜂业企业的销售范围主要包括蜂产品、种王、蜂药、蜂机具等，其中大多数企业从事蜂产品的生产和销售。

1．蜂产品加工、出口贸易、经营企业现状据 中国蜂产品协会公布的数据显示，目前中国蜂产品加工企业约2025 家，遍及全国各

省、自治区、直辖市，但以浙江、江苏、北京、湖北、安徽一带较为集中。大部分企业进行蜂产品生产并从事进出口贸易，其中外贸进出口企业占全国蜂产品企业的 2O％～25％左右。

蜂产品加工企业年产值约80亿元，但年销售额在1000万元以上的大型企业 不超 过 100 家，中型和小型的企业居多，另外还有零散的个体销售者。大型企业中，大部分做国内市场的企业都是以“特许加盟”的经营模式。

蜂产品的销售具有很强的地域性。从南到北，各地都有当地比较知名的蜂产品销售生产企业和品牌其中市场表现相 比较活跃的品牌主要有汪氏、知蜂堂、颐寿园、华兴等为代表的北方品牌和宝生园、养生源、明园、神蜂等南方品牌，主要是区域强势品牌。蜂产品市场销售额和利润中，蜂胶制品和蜂王浆占了大部分，蜂蜜和蜂花粉在整个蜂产品市场中所占份额较少。

目前，中国的蜂蜜有一半出口，主要出口到欧、美、日等国。50％～60％王浆出口，其中90％出口到日本。全世界的蜂王浆中有90％以上产自中国，80％～90％蜂蜡出口到国外。

2．蜂产品保健市场情况 由于蜂产品的纯天然性和良好的保健效果，因而作为一种保健品，已得到消费者的认可，成为保健品市场的一个佼佼者。各蜂产品加工企业也纷纷申报保健品批号。据不完全统计，从 1996年到 2025年9月，国产蜂产品保健食品共有283 种，其中王浆产品 148种，花粉产品 69 种，蜂胶产品 66 种，王浆进口保健食品1种，蜂胶进口保健食品 4种，花粉进口保健食品1种。相对于蜂王浆和花粉保健食品而言，蜂胶产品起步较晚，但它是目前市场上最热的蜂产品保健品。

蜂产品保健食品的剂型主要包括片剂、硬胶囊、软胶囊、液剂、散剂和原料等。申报保健食品的功能有：免疫调节、抗疲劳、延缓衰老、耐缺氧、抗 氧化、降血糖、调节血脂、美容、改善记忆、抗辐

射等，其中以免疫调节居多。申报的保健功能比较集中，有 84．9％的产品功能集中于免 疫调节、抗疲劳、调节 血 脂、调节血糖的4种功能上，而其他9项产品总共仅占15．1％。通 过 对 消费者购买力调查结果显示，成年人对保健食品的功能选择最多为减肥、抗疲劳和免疫调节，其中老年人食用保健品最多的是为了延缓衰老、免疫调节和调节血脂。不同蜂产品保健食品的产地分布各不相同，以北京、江苏、浙江、广东等地为主。

三、中国蜂业特点及存在的问题

新中国成立后，中国蜂业已经过了50 多年的发展历程，经历了20 世纪 50年代的恢复发展时期、60～7O 年代的显著提高时期和 80年代的高速全面发展时期，已经形成了自己的特点。

1．区域发展不平衡 由于历史原因，东部地区如浙江、江苏等省，从事养蜂生产的人员较多，养蜂技术较发达，蜂群总量也超过西部地区。西部省市养蜂发展较慢，西藏自治区目前处于起步阶段。

2．蜂群发展与蜜粉源资源分布不相称 中国的地势为西高东低，西部多山，东部多为平原。由于区域发展不平衡。致使东部地区与西部地区资源的载蜂量不同。中国有丰富的蜜粉源植物。特别是广大的山区，由于工业化程度较低，保存了大量的野生植物资源，其中有许多蜜粉源植物，但这些地区往往养蜂的人少，蜂群数量也少，因而中国蜂群发展与其蜜粉源资源的分布不相称。

3．蜂群流向与蜜粉源资源开发利用不协调 由于缺乏科学的指导，蜜源情况没有得到科学的预测预报，蜂产品的生产带有盲目性。蜂农仍遵循以前的放蜂模式，凭经验按照固定的路线开展养蜂生产，对一些野生蜜源的采集和利用程度不高，极易造成产量的不稳定。

4．中国养蜂业仍属于劳动密集型产业。生产处于传统养蜂阶段，现代化水平低，养蜂生产方式落后，收成很大程度上取决于外界自然条件。由于“优质不优价 ”，因而蜂农为了追求产量，多采取“多取

蜜、勤取蜜”的转地生产方式，生产的多为稀薄的不成熟蜜。这样的产品在国际市场上缺乏竞争力，只能低价出售。

5．蜂产品加工企业 规模小。目前，国内绝大多数蜂产品加工企业是固定 资产小于1000万元的小型企业，多数企业设备陈旧，厂房、生产线和工艺流程大多不符合良好操作规范(GMP)要求，因而生产的产品大都雷同。规模化、集中度、集约化程度低，经济效益和劳动生产率不尽如人意。

6．蜂 产 品 科技 投 入 少。产品附加值低蜂业行业内知识产权意识普遍 不强，用于新产品研发的投入比例很低，对蜂产品的研究和开发仍处于比较低级的水平，蜂产品原料及粗加工产品相对过剩，而精深加工产品却较为缺乏；蜂产品加工业技术水平和加工能力严重滞后于自身产业的发展：国内消费和出口的绝大多数蜂产品仍以原料型产品或经简单加工的产品为主，产品附加值低，贸易条件持续恶化；蜂产品的加工技术较陈旧、落后，科技含量较低，高新技术在蜂产品加工中的应用很少在当今国际贸易日益 频繁、全球经济一体化的大背景下，中国蜂产品市场 面临着巨大的竞争压力。中国蜂产品要想在市场(包括国内和国际)上占有一席之地，必须加强行业的管理，建立健全蜂产品标准，提高产品质量，树立品牌意识，建立名牌效应，进一步挖掘市场潜力，拓宽市场份额，逐步改变目前的生产和销售状况，提高中国蜂产品在国际市场上的声誉和影响力，进而带动国内蜂产品市场的良性循环。

**第二篇：中国钛工业现状及存在的问题**

中国钛工业现状及存在的问题

一、中国钛工业的现状

1．1 钛白工业

中国的钛白产量在世界排名已经是坐二望一。中国金属钛的生产位居世界第四。我国钛白工业起步于1958年，自1998年以来发展迅猛，总产能从19~104 t提高到2025年的 6×105 t后，成为产能位居世界第二的国家。2025年产能又提高到9x1 05 t，2025年达到115xl04 t。钛白产量也相应上升，已从1998年的14X104 t提高到2025年的106 t。

产量及消费量统计。2025年全国5O多家钛白生产厂，产能超过万吨的有3O多家。目前仍有许多在扩建或新建的钛白粉厂，未来2～3年将新增产能超过2x1 05 t。有专家预计：到2025年我国钛白产能将由现在的128x104 t陡增至25X10 t。国内金红石型钛白产品不论产量、品种和质量都难以满足国内需求，每年需大量进口国外高档金红石型钛白。钛白进口量从2025年的14．2x104 t增加到2025的25xl04 t。出口量从2025年的5．6x104 t增加到2025年18X104 t。主要是进口高档金红石型钛白，出口低端锐钛型钛白。近年来进口趋缓，出口大幅增加。但是，2025年国家执行一系列宏观调控政策以来，进口增加，出口则逐步减少。

1．2 海绵钛和钛锭产能迅速扩大

2025年是中国钛工业迅速崛起的一年。海绵钛的产量及产能迅速扩大。1O家海绵钛企业共生产海绵钛18 037 t，比2025年增加了8 526 t，增幅为89．6％。其中遵义钛厂10 204t。钛锭的年生产能力达到40 6OO t。其中宝鸡钛业股份有限公司12 000t／a，钛锭的熔炼能力以惊人速度发展。其中宝鸡钛业股份有限公司、宝钢股份特殊钢分公司、西部钛业有限公司3家企业具有完整的布料混料系统和8 t以上的大型真空自耗电弧炉，为中国钛加工业的骨干企业。

1．3 高钛渣及四氯化钛的产能和产量

近年来我国高钛渣生产随着钛自和金属钛需求和生产的扩展而迅速发展。仅钛白工业对钛渣的需求就有35xl04 t。采用小型敞口或矮烟罩电炉熔炼钛铁矿生产高品位钛渣(Tio ≥92％)，是目前我国独有的生产富钛料的工艺。由于这项工艺技术较易掌握，投资小，在市场需求的刺激下，近年来还在发展，有近4O家企业生产，年产能约为2xl05 t。生产企业主要集中在云南和四川攀枝花地区，最近又开始扩展至电力丰富的内蒙地区。攀钢集团引进乌克兰半密闭电炉熔炼钛渣技术，将其石墨电极改为自耗电极，建成25 000 kVA电炉，采用云南钛矿作原料，生产出含TiO 达到86％左右的钛渣，实现了钛渣生产电炉的大型化。高钛渣是制取四氯化钛原料，在东北和华北地区就有24个生产厂家，设计产能约2x10s t／a。目前全国产能已接近5x10 t／a。

二、中国钛工业发展需关注的问题

中国钛工业已经进入了快速发展期，海绵钛、加工材以及甚至深加工领域都已成为国内投资的热点。这对世界钛工业来说是件好事，但是，由于钛相对黑色金属来说属于小金属，因此过热投资可能会带来许多隐患。国内投资者应予以足够的重视。从我国可持续发展的战略目标出发，中国的钛工业应注意如下几方面的问题。

(1)钛资源的合理利用;（2）海绵钛新型制备技术的开发;（3）海绵钛生产中的污染问题;（4）低水平重复过度投资 ；（5）上下游企业联合 ；（6）实用技术的研发。

**第三篇：中国民营企业现状及存在的问题**

中国民营企业现状及存在的问题

(2025-03-17 09:08:50)转载

标签： 分类： 企业管理 杂谈

序

前几年，本人在北京工作期间参加了许多各种各样有关民营企业发展的研讨会和管理咨询活动，特别是2025年4月17日在清华紫光大厦召开的中国第一届职业经理人年会，会议研讨的主题便是《中国企业家在当今市场中面临的挑战》，到会的中国人大、北大、清华的经济管理学院周孝正、李强、张维迎等著名教授、企业家代表、经理人代表共300多人就中国民营企业家现状及问题和发展方向进行了认真的研讨，随后又参加中华工商联合会组织的中、小民营企业家与职业经理人对话活动，加之本人一直都在为民营企业服务，使我对民营企业主有了较为深层的认知和理解，对我国民营企业发展的阶段性问题有一定的认识和见解。民营企业家的现状及存在的问题

中国民营企业的发展一般分为两个阶段：第一次创业初级阶段和转折规范的第二次创业阶段。

创业初级阶段即最初的原始资本积累阶段，其最大特点是企业家靠敏锐的市场嗅觉抓住机遇，使企业迅速成长起来。这时企业的成长和管理主要依靠企业家的个人威信和聪敏才智，投机性很强，不确定性很强，管理是粗放和随意的，而有幸走过这一阶段的企业家也是及其少有的。从某种意义上说，初级创业成功是幸运之神的眷顾。有统计表明，我国中小企业的平均生命周期只有三年多一点。谈到商业威望，没什么比长寿更值得赞许的了。

2025年6月7日胡润再上海揭晓了《全球最古老的家族企业榜》，再上榜的100多家企业中，最长寿的已有1400多岁（日本大阪寺庙建筑企业金刚组，成立于公元578年，传到第40代）而最年轻的也超过了225岁。遗憾的是，华人企业无一上榜。

从改革开放起创业的一大批民营企业主到了1995年，中国这第一代民营企业主们，要么已经灰飞烟灭；要么已经完成了资本的原始积累，进入了二次创业阶段。

进入到第二次创业的民营企业主也出现了严重的多级分化，境遇各有不同：有的小农思想严重，小富即安，不愿继续冒险，开始过起了得过且过的舒坦日子，企业发展缓慢，逐步遭到淘汰；有的没有考虑顾及内、外部经营环境发生的重大变化，仍沿用创业初期的粗放式的经营与管理方法，在规模迅速扩大的同时，管理思想和水平都没有跟上去，导致企业发展失控、翻船。

上述两类人都没有实现从“生意人”﹑“小业主”﹑“小老板”，向企业家的转变。

当前，民营企业的发展主要受以下四个方面的条件的制约，一是企业老板的观念意识和综合素质，二是企业的法人治理结构，三是企业的文化，四是企业的战略规则。但最为关键的是企业领导人的观念、行为、价值观、道德观等的转变。

正如1995年6月中旬，我国著名经济学家吴敬琏先生到浙江省东阳市考察横店集团，告诫民营企业家们：“千万不要陶醉于已有的成功上。过去的成功，很大程度上得益于体制转轨带来的利润空间和商业机会，这种好事今后会越来越少，市场也越来越规范。过去是挣钱，而挣钱和做企业是不一样的。民营企业家要有决心和信心开始做现代企业。”

做现代企业与挣钱的最大不同之处在于：挣钱是个人对物质利益的占有欲望所驱动；做现代企业是团队为实现其最高层次的追求，使命感即对他人、对社会的责任感所驱动，是个人集合具有同种理想的人组成团队的行为。

从下海挣钱到办公司，做大企业集团，不能只看到表面与规模的变化，而最重要的是企业家的思维及观念要随企业的发展而发展，不能固化创业时的一些“成功”和因经营中的一些教训总结出的一些经验，成为异化理论，不能让这些异化理论和固化理念长期束缚了自己的观念转换和意识提升（投机取巧、过分注重策划、过分注重勾兑）。

因此，只有那些敢于面对挑战，敢于自我否定并全面进行管理体系建设，注重家族管理模式的转型和规范，企业才有可能步入平稳的发展阶段。

这第二阶段是企业发展到了一定规模，需要做到更加强大，更加规范，更加接近现代企业模式，更加能够抵御更大的市场风险，是企业家从个人英雄时代向团队组织精英群体的建设和发展的阶段，是企业走向成熟和国际化的阶段,这也就是我国民营企业发展方向——家族资本主体加职业团队管理（在欧美，意大利93％－99％、美国80％－90％是家族企业，但管理都是职业团队管理）。

而当今中国民营企业中只有及其少数的几家企业可算得上基本过关。

联想、华为、万向、科瑞等等，也只有能缔造成功的企业，才能被尊称为企业家。下面就四个方面条件的制约，（一是企业老板的观念意识和综合素质，二是企业的法人治理结构，三是企业的文化，四是企业的战略规则。）分几个小节来阐述。一﹑企业老板的观念意识和综合素质

（一）﹑民营企业家的管理理念即理论素质

回顾历史，我们不难看到，在这二十多年的我国初级市场经济发展过程中，无数各类体制、各种制度下的公司、企业，可谓风起云涌、潮起潮落，几经沉浮。（河南亚细亚﹑沈阳飞龙﹑山东三株﹑山东秦池﹑珠海巨人﹑广东太阳神﹑深圳爱多﹑北京南德等等）一大批曾为国人寄托希望，而最终以流星般坠落的公司，已给经济学家、企业家、社会各界学者留下了太多的问题和太多的感慨。对于这些企业的失误，学者们也总结出了各种各样的原因和问题：产权不清，制度不全；定位不准，管理不善；机制不健全，授权不充分；激励不到位，凝聚力不强等等。但是，我个人认为，还有一个更为重要的“简单”问题，却总被忽略：公司概念。我们必须从人为操纵的计划经济时代，完全过度到充分尊重市场体系的以自由企业为基础的自由公司经济体制的时代。

我们必须为公司“正名”，在正确的概念下，规范行为；在规范的行为下，运行、完善和提升。但是，现在我们很多，也可已说绝大多数企业家、老板、经理人，仍不关心公司实质的核心问题—— 公司概念既公司理论问题。

他们实质最关心的都是个人利益的最大化，这一最实际表象的问题。正因为这样，他们的公司注定是短线的。

他们在创建公司之初，将个人狭隘的、短见观念复制进了公司的理念中，造成整个企业发展过程中的战略决策、战术执行和日常工作安排、日常问题的处理，都显现出个人意识的狭隘和短见性。

所以，目前全国私营企业的平均寿命只有3岁多。古人曰：名正言顺。

没有一个正确的公司概念，也就不可能诞生基业长青的真正意义的公司——自由企业。我们首先必须更新或改变原始的、世俗的个人狭义的公司概念即个人挣钱的机器；个人私有的财产；个人狭义目的的工具，减少自然人属性，增强社会组织机构的法人属性。公司是什么? 公司做什么? 公司怎样做(运行和发展)? 这类既简单(表面上看),又很概念化的理论性问题,很多人会不屑一顾，“问这么幼稚的问题”。但，正是这样一个“简单、幼稚”的问题，却让“现代管理之父”——彼得·徳鲁克在1945年对GM(通用汽车)公司用了十八个月调研完成的一部近二十万字的专著——《公司的概念》来阐明他对这类“幼稚”问题的重视程度和基本观点，才第一次给世人理里清晰了公司概念。公司概念

公司无论大小，都是一种社会组织，即人文组织；公司只有按照其自身的规律办事,才能实现为社会和个人服务的目的；公司的社会属性决定了他的生命周期应远大于自然人“公司是永恒的，股东才是暂时的”，生存是公司的最高法则；公司必须同时具备经济和社会的双重属性,经济目标是公司的社会基本职能和表现,社会责任是公司存在的价值和意义；公司是个人实现其社会存在和价值的平台,个人的目标和决定必须服从于公司的利益和生存需要;公司利益包涵了股东、职业人、社会、环境、等多边共同利益，利益的分配原则必须遵循多边互惠、相互制恒原则，公司利益高于一切；公司是社会财富的创造者；公司是社会组织机构中最基本、最重要的组织，公司必须是社会主流文化的倡导者和执行者。经营与管理理念

正如，当今世界最前沿的思想家和科学家——欧文·拉兹洛在《管理的新思维—— 第三代管理思想》中的阐述：归根到底，我们选择什么样的观点并通过它来观察世界并不是一种无所谓的概念游戏，而是关系决策的重大决定。理性的决断无不受世界观的限定，恰如所见所闻无不受文化训练和社会经验的限定。那种“不管理论，只顾行动”的实用主义者是不会奏效的；他只是太幼稚了，因而是个糟糕的决策者。这也就是说，管理实践是需要管理理论的正确指导。

因此，公司要想长远、健康的发展，首先必须理清„公司‟概念，在正本清源的公司概念的指导下，建立起基业长青的公司核心理念——公司生存、发展变化的遗传密码；在建立和制定公司核心理念时，坚持把握人文思潮主流，将人文主导思潮中，具备恒亘悠远的，具有真理般理性的理念，复制进公司核心理念中，使之成为公司生命遗传密码的“长链条”；坚定不移的按照核心理念制定公司阶段性发展战略，将阶段性发展与长远目标有机结合；在阶段性的发展过程中，注重长远发展战略所必需配备与整合的软、硬件——核心理念裂变、孵化和培育的公司文化和企业基础设施；在公司发展的每个阶段都认真解决好“三个相互依存的问题：领导问题，基本政策问题，以及运行和决策的标准问题”。

（二）﹑企业家最基本的素质

我在这里讲两个真实的案例来揭示一些最朴素最普遍的共性基础素质。

可能我们每个人都有过美好的理想和梦想，虽理想和梦想只是一字之差，就可能是一念之差，就可能产生两个截然不同的人生轨迹和人生碑铭。萨姆˙沃尔顿从一名小店员、小店主变成“世界五百强企业榜首”沃尔玛商业帝国的缔造者。萨姆·沃尔顿的传世之作就是对理想变成现实的创业成功者最好的诠释。1918年萨姆·沃而顿出生在美国俄克拉何马的金菲舍镇，是一个土生土长的乡下人。他大学毕业后的第三天就在小镇的一家连锁超市里开始了他人生的第一份工作。几年后，他利用工作积累下来的资金开设了自己的第一个小店，即沃尔玛商业帝国的种子店，从此便一发不可收拾。经过50年的经营，他的店开遍了美国各州，开到了世界的大多数国家，改变了美国人的生活方式，成就了沃尔顿家族传世的商业帝国。在他逝世后的十年里，尽管新经济极大的改变了世界的商业版图，却没有动摇沃尔玛商业帝国的世界第一的位置，到今天他都还在不断的扩大他的市场份额和市场占有率。

沃尔顿的成功让无数探究商业成功秘密的研究者为之叹服。他的简洁理念，更是让人称绝。明确的目标即理想：做简单的事，始终如一。

我们每一个人对自己都有着独特的期许，都想扮演好自己理想的角色。但梦想和理想又有着实质的差别，只有正确切合实际并与自我能力资源相匹配的期望才有可能是理想的目标和方向，才有可能实现自己的远大理想。

年轻时的萨姆·沃尔顿对政治﹑军事﹑商业做过充分的权衡后，确信唯一可以实现生命价值的，就是做一家能够改变国人生活方式的公司，而且，必须是“以正确和道德的方式来完成使命”。

萨姆·沃尔顿的成功就在于他的思想结合当时的现实实际形成的理想目标与他的行动高度一致，并且坚持一贯行为作风即“以正确和道德的方式来完成使命”，秉承“做简单的事，始终如一”的战略目标。

这也正应正了海尔集团总裁张瑞敏的两句经典名言：什么是不简单？把每一件简单的事做好就不简单；什么是不平凡？把每一件平凡的事做好就是不平凡。做简单的事，始终如一。“以正确和道德的方式来完成使命”

做企业，最难的也是这样一种始终如一的精神。

我国现代不乏叱咤风云的所谓的商业领袖（河南亚细亚﹑沈阳飞龙﹑山东三株﹑山东秦池﹑珠海巨人﹑广东太阳神﹑深圳爱多﹑北京南德等等）超常思维，雄才伟略足以与历史上的任何英雄相媲美。可惜各领风骚三五年，便无影无踪。反思起来，缺乏的就是这种恒定的精神。第二个案例，讲讲深圳华为集团总裁任正非。

任正非生于1944年，43岁即1987年10月，在深圳创建华为公司。创业初期注册资本金21000元人民币，员工5名；到1977年员工5600人，年销售额41亿元人民币；到2025年员工人数近三万，年销售近600亿人民币，其中海外市场占到一半多，近45亿美元。任正非被美国《时代周刊》评为“2025全球最具影响力的100人”，他是中国内地唯一一位入选的企业家，到2025年底员工近6万、销售总额近千亿元人民币，其中海外市场占到60%以上。从一名转业的团级军队干部到全球最具影响力的企业家，任正非用了18年的奋斗时间。他的发展历程充满神秘的传奇色彩。

任正非创建华为初期就确定了华为的发展目标和战略，即做世界一流的通信设备制造企业。他向所有华为人宣称：未来世界电信市场，三分天下，华为有其一。在仅有两万多元注册资本，靠经销别人的产品和敲敲打打的作坊式生产自己的仿制产品维持生计的时候，任正非就给华为描述了一个似乎可望而不可及的未来。但十多年后的今天，我们不得不佩服任正非作为企业家的前瞻性和深邃的洞察力。

《中国企业家》2025年第23期，在200525位最具影响力企业领袖排名（国内）中，有这样一段短文描述任正非：华为的成吉思汗。文中有这样一段精彩的文字，让我们一起来分享一下。

“2025年4月10日，当美国《时代周刊》将他列为„2025全球最具影响力的100人‟（他也是内地唯一入选的一位企业家）时，据说任正飞特意嘱咐手下不要搞任何形式的宣传。但刻意的低调瞒不住精明的竞争对手。在即将过去的一年中，所有的老牌国际电信巨头都感受到了华为这家由他一手缔造的中国企业的强大压力——不再仅仅局限于第三世界国家，也不再仅仅局限于低端设备领域——现在，无论是在他们的心脏地带欧洲﹑美国，还是在代表未来方向的创新电信解决方案方面，他们再也不能轻视华为的存在。

因为，在今年四月份英国电信（BT）为其21世纪网络计划进行的100亿英镑招标中，（该项目据说是目前世界上最具革命意义的下一代网络改革方案），华为从300多家竞标者中脱颖而出，成为传输和接入两个领域的优选供应商，而据估计这两个领域一般会占到整个项目投入的70％左右。”

我们通过这一段文字描述便可看到一个中国民营企业的高点和业界对任正非的敬佩。我们现在对上述两个案例进行分析，对不同文化背景及不同年龄段的创业者进行纵向与横向的比较，就不难从中看到企业家普遍存在的性格特质。首先，他们都有远大理想，然后是持续不断向目标前进的决心。其次，他们都有坚忍不拔的毅力和超常的耐力。再次，他们都有强有力的抗诱惑能力，耐得住寂寞。另外，他们都有共同的学习观念和超强的学习能力。

其实，每一位成功的企业家都因其具有超强的人格魅力和事业感召力吸引了一大批杰出的各类人才汇聚到身边，而组织协调好这些人才正是企业家需要急待加强的管理观念和管理才能。

二﹑企业的法人治理结构

第二个问题“企业的法人治理结构”，这一问题必须是在企业家对公司概念有了一个清楚和正确的认识后，才可能将企业推向规范的第一步，是民营企业从家族管理向现代化企业管理的进步。

下面我选摘我在成都晨明集团的《管理咨询诊断案例》一文中的一段来阐述这个问题。“晨明集团应选择一个什么样的治理结构，及企业产权结构、权力分配，制约机制、经营运行模式？

企业的所有者与经营者归为一身，在董事长与总裁之间的角色转换上，是否能达到一个最佳转换时间和效果。这是很难办到的。往往因为角色转换所需的时间太长，造成经营管理的实效降低。工作效率低下，这已在前一次的企业基本调研中特别突出；其

二、责任不够明确，造成工作落实不充分，中、高层的工作浮于表面（围绕让一个人看了满意上做表面文章，结果是一个人也不满意，大家也不满意，大家很累）；其

三、没有分项的责任人，有，也是形同虚设，造成具体项目工作没有详实的工作计划和有计划也随个人意志随意更改，造成一大群人等待工作具体安排（东部汽车城项目最为突出）；其

四、责任与利益关系不明确。这一切造成一种耐人寻味的现象，即在企业内很多人对老板总是用一种阿谀的口吻表达自己的意思，以至于没有一个反对意见，一片赞美之词，或是保持沉默以求平安。

从长远的观点上看，人的创造力的解放毕竟是一种社会的进步，然而社会总是在淘汰极端者的过程中前进的，只是对于那些当事者来说，悲剧的意义过于沉重。在现代企业管理中，没有也不应该有绝对权力，超越制度的权力。有，那就是投资者、产权者以资产损失为代价来实现。

所有权与经营管理权，有机结合与分配，是企业是否进入现代化管理的分水岭。正如马克思所说“没有无权力的义务，也没有无义务的权力”

随着晨明集团经营的不断扩张一个突出的问题是：我们依靠什么样的管理模式来推进和控制这种扩张？

要不要通过多元化来实现企业的扩张，并不完全是一个经营理念的问题，而是在企业的经营业务的拓展中，这个企业是否有信心和能力将一种成功的合作秩序即运作程序在新的领域找到适合的位置对接和复制。

晨明集团是否也已将自己过去成功的运作模式和合作秩序整合为一种可以复制的标准模式？

法人治理结构即公司治理，非个人人为随意性，是市场经济体制中，企业的所有者（股东）、经营者（职业经理人团队）、生产者（高、中、低级管理人员和一般员工），按照企业的“游戏规则”和社会责任形成了各自独立、责权分明而又相互制约和依赖的法人治理结构。我们都知道，现代管理制度建设的一个重要的基点，就是要实现“少了谁都行”的防范风险机制，以及必须发挥团队每一个人的合作机制的经济运行和管理体系。

陈惠湘（联想集团副总裁）先生在他的《企业团队修炼》中提出了一个相当有分量的观点：“当企业达到一定规模之后，没有副手的总裁是危险的总裁，设了副手又让副手形同虚设的总裁是愚蠢的总裁”，正如我们幼小学过的一则寓言《盲人摸象》，实际上，我们对于现代企业管理，在很大程度上无意于是“盲人”，如果我们能多几个盲人都将各自摸到的体征汇集在一起，也能反映出更多客观的形象来。

企业的法人治理结构，也就是为了将复杂的市场经营战略问题，让组成的复合式管理团队，发挥各自的思维长项，集合为公司的综合思维和决策能力，来实现法人机构共同的目的，它关系到企业能否正常健康的按照共同制定的程序进行，是否能有效的实现在法制监控下的有目的的运行和发展，而减少个人人为情绪下的冲动行为。

法人治理结构的核心是责﹑权﹑利一致并相互相乘，能有效利用绩效考核来管理管理层的工作，让管理层真正的负起责任来，经营的结果与个人的收益有明文的规定和考评的科学方式，这一切都以企业法律性文件界定好。只有法人治理结构才能真正解决，有人、有时间思考企业长远发展，和现行业务有专人按照规划严格执行。企业的各项目标都分解到人头，大家都按照既定的基本规划进行工作流程，也能在工作中充分发挥创造性思维的积极作用。” 法人治理结构，是强调一个团队的管理，是专业的现代化企业管理，而不是一个人的管理，一个人的行动。

企业的管理，重要的是制度建设和创新，而所有的制度建设和创新都要求我们首先建立起对制度的正确理解和认识，建立起有利于制度形成的文化氛围和机制，从而生成多数人都拥护的通过降低交易成本实现最大利润的强烈渴望。只有在这种制度的建设和创新中，我们的企业才能形成健康发展的共享知识和共同的文化积淀。同时，企业一定要有一个“纠偏机制”，必须依靠法人治理结构和依靠制度来防止重大决策失误给集团带来重大的灾难，而不能指望决策者自己迷途知返，那样对企业的发展就太危险了（这类例子太多了！）。这也是企业法人治理结构的重要功能。三﹑企业的文化

企业文化既是一个关于企业自身的制度知识和价值观念的不断阐释的过程，也是将这种阐释在内部进行复制的过程。

我们发现，当剖析企业为何成功或失败的时候，在举出一百条经营上的原因的同时，也能举出一百条文化上的原因，甚至如果深究下去，许多经营上的问题其实就是企业文化上的问题。考察众多被公认为是成功的企业，我们不难发现，真正使企业久盛不衰的秘密，往往是隐含在经济后面的文化力。其实，我国大多数中小企业的文化就是企业家个人把自己的人生观和价值观及行为常态放在企业这个大缸里勾对出来的可乐（至于是否可口，他们自己最清楚）。所以，企业家在做人上的风格，就是他所在企业的风格，企业家的德行就是那个企业道德水平的最高点。

大举扩张的企业，当业务的扩张远远大于企业文化的张力，这种反差又长期不被引起重视的情况下，企业家的心态必然发生变异，先是失去自我，然后是失去企业。

我个人在总结公司概念时，也认为企业文化一定是应该代表着当代人文思想的主流文化。企业文化一定是以正直、公平、公证为基础，以经营诚信为主旨。过分强调智取、巧取、或聪明，必然导致一种投机取巧的风行，这不是正确的基业常青的企业文化理念，只是一种智慧误读。

古人曰：大智若愚，企业文化也有大智与小慧之分。

在国外一些大公司里，企业文化被视为企业的“圣经”，在这个意义上，企业领导者的职责之一，就是要充当企业文化建设的“牧师”。

“牧师”是要净化人们的心灵，而企业的“牧师”是要净化企业内部的交易行为，使之阳光化。让员工知道什么是该做的，什么是不该做的，让员工清楚企业的发展愿景和个人的利益的一致性，充满着激情的鼓舞着员工的工作热情，因为公司的利益里有每一个员工的一份，企业的成功与失败都与自己息息相关。

真正构成竞争力的是互补性的知识，互补性的知识是别人拿不走的。企业文化就是这样的知识。互补性知识的积累是一个不断学习的过程。

管理的最高境界是“默契”，所谓：“心有灵犀一点通”。企业内部形成默契的前提是大家有共同语言。在不确定的因素逐步增大的今天，领导好一个团队是很不容易的，要能懂得他们的语言才行。

企业文化是软实力，是一个企业对外的影响力和感召力，是企业中大多数优秀成员共同的文化融合。国外一流企业已提出将企业做成“魅力型企业”，这就要求企业管理者必须在企业发展战略和企业文化上全面提升。

长命的企业即基业常青的国外百年大公司都有一个共同点，这就是重视在经营理念上形成企业的知识积累，这一点是至关重要的。在企业的实际运作中，如何处理好“虚”与“实”的关系，往往决定着企业的生存状况和长远发展。成功企业多属虚实结合，既讲大目标，也注重文化力；既讲人才，也注重人心；并且在这几个方面都坚持一种对称性，真正做到虚而实之，实而虚之。

四﹑企业的战略规划：创业的技能 企业的战略规划是企业的硬实力，是企业各项体系能力的综合实力。人力资源系统﹑信息系统﹑市场营销系统﹑运行执行系统﹑后勤保障系统﹑规划与决策系统等，企业的战略规划就如由这些“系统木板”围做的木桶，无论你的决策者如何高瞻远瞩﹑产品如何精妙﹑市场布局如何合理﹑营销如何得力等等，但只要有一项不得力或“短板”，那么结果就可想而知了。我们可对美国发动的海湾战争进行简单的战略规划案例分析，从中我们体会什么是世界一流的战略规划……

从美国国家战略全局来看，能源是核心……

中东地区地缘政治﹑民族宗教﹑历史积怨﹑两伊问题……

引子…911…基地组织…支持基地﹑大规模生化武器……—制造理由……舆论攻势先行； 外交…组建核心团队（英﹑日﹑韩﹑澳等北约）…外围支持联合国安理会……取得道义支持； 战争准备…情报…规划…部署……；

战争进程…轰炸…电视宣传（心里战）…地面进攻……；

战争结果…有效占领…推翻现政…极小的伤亡（一千多人死亡﹑几千人负伤）…建立亲西方的新政权…基本完成战略目标。我们再来看一看华为的战略规划……

任正非创建华为初期就确定了华为的发展目标和战略，即做世界一流的通信设备制造企业。为了实现企业目标华为人制定了严格的战略规划。

根据当时的中国电信市场现状制定了市场营销战略规划…代理销售…学习仿制…独立创新…紧跟一流…局部超越…全面提升……

从华为发展轨迹看，与国际接轨、实现全面的国际化是华为二次创业的主要任务，是华为的管理体系、企业文化、组织架构、市场营销、技术研发等全面提升，达到国际化水平的过程。拥有核心技术国际化的基础和前提，管理、员工、文化、资本等要素的国际化是国际化的手段和过程，市场的国际化是最终结果，国际化过程的最大特点是开放与合作。企业的战略规划是一个很大的命题，今天只是抛砖引玉。下面简要概括一下战略选择应考虑的四个问题： 1﹑风险评估；

2、经营结构与经营方式的均衡；

3、战略步骤、实施方式的决策；

4、组织匹配。

综述：

只要我们民营企业家都能认真客观的面对上述问题，全面反思、持续改进，只要思想和观念（内因）改变了，外在的一切都事在人为。

前几天有一件值得大家可喜和深思的事件，我认为是可以载入我国民营企业发展史史册的——2025年6月7日，20位中外地产巨头齐聚上海召开2025上海国际地产大会“10＋10圆桌会议”与会地产集团总裁一致达成了“上海共识”。“上海共识”特别提到，“房地产企业无论是中国的还是外国的，都应不仅是投资者﹑参与者，还应当是建设者，我们必须承担相应的社会责任”。

这是一次重大的进步，是一次企业家内心的自悟。我相信有了这一次的觉悟就是中国百年企业的基础。

**第四篇：蜂业合作社章程**

\*\*\*\*养蜂专业合作社章程

[2025年4月11日召开设立大会，全体设立人一致通过]

第一章 总则

第一条：为保护成员的合法权益，增加成员收入，促进本社发展，依照《中华人民共和国农民专业合作社法》和有关法律，法规、政策制定本章程。

第二条：本社由\*\*\*\*\*\*\*等13人发起，于2025年4月11日召开设立大会。本社名称：\*\*\*\*蜂业合作社，成员出资总额50万元。本社法定代表人：由理事会或成员选举产生。本社住所地：\*\*\*\*郁山镇白池村一组

第三条：本社以服务成员，谋求成员的共同利益为宗旨。成员入社自愿，退社自由，地位平等，民主管理，实行自主经营，自负盈亏，利益共享，风险共担，盈余主要按照成员与本社的交易量（额）比例返还。

第四条：本社以成员为主要服务对象，依法为成员供蜂业产品的销售，精加工，运输，贮藏以及与蜂业生产经营有关的技术，信息等服务。主要业务范围如下：组织本社成员发展蜂产业，推广应用蜜蜂养殖，选配选购优质蜂种，开展养蜂更新技术培训、技术指导和咨询服务。为成员组织养蜂所需专用配件、材料供应。

第五条：本社对由成员出资，国家政策直接补贴及合法取得的其他资产所形成的财产，享有占有，使用和处分的权利，并以上述财产对债务承担责任。

第六条：本社每年提取的公积金，按照成员与本社业务交易量依比例量化每个成员所有的份额。国家政策补贴形成的财产以成员实际经营

规模统计量化份额，作为可分配盈余分配的依据。

本社为每个成员设立个人账户，主要记载该成员的出资额，量化为该成员的公积金份额以及该成员与本社的业务交易量（额）。

本社成员以其个人账户内记载的出资额和公积金份额为限对本社承担责任。

第七条：本社及全体成员遵守社会公德和商业道德，依法开展产业经营活动。

第二章 成员

第八条：具有民事行为能力的公民，从事组织蜂业发展和经营，推广优良品种，研发养蜂新技术，并承认遵守本章程。履行本章程规定的入社手续的，可申请成为本社成员。本社吸收从事与本社业务直接有关的经营活动的企业，事业单位或者社会团体为团体成员。具有公共管理事务职能的单位不得加入本社。

第九条：凡符合前条规定，向本社理事会提交书面入社申请，经成员大会审核并讨论通过者，即可为本社成员。第十条：本社成员权利

㈠、参加成员大会，并享有表决权，选举权和被选举权； ㈡、利用本社提供的服务和生产经营设施；

㈢、按照本章程规定或者成员大会决议分享本社盈余；

㈣、查阅本章程，成员名册，成员大会记录，理事会会议决议，监事会会议决议，财务报告和会计账簿； ㈤、对本社的工作提出质询，批评和建议； ㈥、提议召开临时成员大会；

㈦、自由提出退社声明，依照本章程规定退出本社； ㈧、成员共同决议的其他权利；

第十一条：本社成员大会选举和表决，实行一人一票制，成员享有一票基本表决权。

第十二条：本社成员的义务

㈠、遵守本社章程和各项规章制度，执行成员大会和理事会的决议； ㈡、按照章程规定向本社出资；

㈢、积极参加本社各项业务活动，接受本社提供的技术指导，按照本社规定的质量标准和生产技术规程从事经营，履行与本社签订的业务合同，发扬互助协作精神，谋求共同发展；

㈣、维护本社利益，爱护养蜂经营设施，保护本社成员共有财产； ㈤、不从事损害本社成员共同利益的活动；

㈥、不得以其对本社或者本社其他成员的债权，抵销已认购但尚未缴清的出资额；不得以已缴纳的出资额，抵销其对本社或者本社其他成员的债务；

㈦、承担本社的亏损； ㈧、成员共同决议的其他义务。

第十三条：成员有下列情形之一的，终止其成员资格： ㈠、主动要求退社的； ㈡、丧失民事行为能力的； ㈢、死亡的； ㈣、被本社出名的。

第十四条：成员要求退社的，须在会计终结的三个月前向理事会提出书面声明，方可办理退社手续；其中，团体成员退社的，须在会计终结的六个月前提出。退社成员的成员资格于该会计结束时终止。资格终止的成员该分摊资格终止前本社的亏损、债务。

成员资格终止的，在该会计决算后1个月内，退还记载在该

成员账户内的出资额和公积金份额。如本社经营盈余，按照本章程规定返还其相应的盈余所得；如经营亏损，扣除其应分摊的亏损金额。

成员在其资格终止前与本社已订立的业务合同应当继续履行。第十五条：成员死亡的，其法定继承人符合本法律及本章程规定的条件的，在3个月内提出入社申请，经成员大会讨论通过后办理入社手续，并承继被继承人与本社的债权债务。否则，按照第十四条的规定办理退社手续。

第十六条：成员有下列情形之一的，经成员大会讨论通过予以除名： ㈠、不履行成员义务，经教育无效的； ㈡、给本社名誉或者利益带来严重损害的； ㈢、成员共同决议的其他情形。

本社对被除名的成员，退还记载在该成员账户内的出资额和公积金份额，结清其应承担的债务，返还其相应的盈余所得。因前款第二项被除名的，该对本社出相应的赔偿。

第三章 组织机构

第十七条：成员大会是本社的最高权力机构，由全体成员组成。成员大会行使下列职权：

㈠、审议，修改本社章程和各项规章制度；

㈡、选举和罢免理事长、理事、执行监事或者监事会成员； ㈢、决定成员入社、退社、继承、除名、奖励、处分等事项。㈣、决定成员的出资标准及增加或者减少出资； ㈤、审议本社的发展规划和业务经营计划； ㈥、审议批准财务预算和决算方案； ㈦、审议批准盈余分配方案和亏损处理方案；

㈧、审议批准理事会，执行监事或者监事会提交的业务报告；

㈨、决定重大财产处置，对外投资，对外担保和对外经营活动中的其他重大事项；

㈩、对合并，分立，解散，清算和对外联合等作出决议；

（十一）、决定聘用经营管理人员和专业技术人员的数量，资抄，报酬和任期；

（十二）、听取理事长或者理事会关于成员变动情况的报告；

（十三）、决定其他重大事项。

第十八条：本社每年召开两次成员大会，成员大会由理事长负责召集，并提前3日向全体成员通报会议内容。

第十九条：有下列情形之一的，本社召开临时成员大会； ㈠、百分之三十以上成员提议； ㈡、执行监事或者监事会提议； ㈢、理事会提议；

㈣、成员共同决议的其他情形。

理事长不能履行或者在规定期限内没有正当理由不履行职责召集临时成员大会的，执行监事或者监事会在十五日内召集并主持临时成员大会。

第二十条：成员大会须有本社成员总数的三分之二以上出席方可召开。成员因故不能参加成员大会，可以书面委托其他成员代理。一名成员最多只能代理一名成员表决。

成员大会选举或者做出决议，须经本社成员表决权总数过半数通过；对修改本社章程，改变成员出资标准，增加或者减少成员出资、合并、分立、解散、清算和对外联合等重大事项做出决议的，须经成员表决权总数三分之二以上的票数通过。成员代表大会的代表以其受成员书面委托的意见及表决权数在成员代表大会上行使表决权。

第二十一条：本社设理事长一名，为本社的法定代表人。理事长任期三年，可连选连任。理事长行使以下职权：

㈠、主持成员大会，召集并主持理事会会议； ㈡、签署本社成员出资证明；

㈢、签署聘任或者解聘本社经理，财务会计人员和其他专业技术人员聘书；

㈣、组织实施成员大会和理事会决议，检查决议实施情况； ㈤、代表本社签订合同；

㈥、履行成员大会授予的其他职权。

第二十二条：本社设理事会，对成员大会负责，由四名成员组成，设副理事长一人。理事会成员任期三年，可连选连任。副理事长行使下列职权：

㈠、组织召开成员大会并报告工作，执行成员大会决议；

㈡、制订本社发展规划，业务经营计划，内部管理规章制度等，提交成员大会审议；

㈢、制定财务预决算，盈余分配和亏损弥补等方案，提交成员大会审议；

㈣、组织开展成员培训和各种协作活动；

㈤、管理本社的资产和财务，保障本社的财产安全；

㈥、接受、答复、处理执行监事或者监事会提出的有关质询和建议； ㈦、决定成员入社、退社、继承、除名、奖励、处分等事项[注：如不设立理事会此项可删除]；

㈧、决定聘任或者解聘本社经理、财务会计人员和其他专业技术人员。第二十三条：理事会会议的表决，实行一人一票。重大事项集体讨论，并经三分之二以上理事同意方可形成决定。理事个人对某项决议有不同意见时，其意见记入会议记录并签名。理事会会议邀请执行监事或者监事长、经理和3名代表列席，列席者无表决权。

第二十四条：本社设执行监事一名，代表全体成员监督检查理事会和工作人员的工作。执行监事列席理事会会议。

第二十五条：本社设监事会，由一名监事组成，设监事长一人，监事长和监事会成员任期三年，可连选连任。监事长列席理事会会议。监事会行使下列职权：

㈠、监督理事会对成员大会决议和本社章程的执行情况；

㈡、监督检查本社的生产经营业务情况，负责本社财务审核监察工作； ㈢、监督理事长或者理事会成员和经理履行职责情况； ㈣、向成员大会提出监察报告；

㈤、向理事长或者理事会提出工作质询和改进工作的建议； ㈥、提议召开临时成员大会；

㈦、代表本社负责记录理事与本社发生业务交易时的业务交易量（额）情况。

卸任理事卸任一年后方能当选监事。

第二十六条：监事会会议由监事长召集，会议决议以书面形式通知理事会。理事会在接到通知后15日内就有关质询作出答复。第二十七条：监事会会议的表决实行一人一票。监事会会议该有三分之二以上的监事出席方能召开。重大事项的决议须经三分之二以上的监事同意方能生效。监事个人对决议有不同意见时，其意见记入会议记录并签名。

第二十八条：本社经理由理事会聘任或者解聘，对理事会负责，行使下列职权：

㈠、主持本社的蜂业经营工作，组织实施理事会决议； ㈡、组织实施生产经营计划和投资方案； ㈢、拟定经营管理制度；

㈣、提请聘任或者解聘财务会计人员和其他经营管理人员。本社理事长或者理事可以兼任经理。

第二十九条：本社现任理事长、理事、经理和财务会计人员不得兼作监事。

第三十条：本社理事长、经理和管理人员不得有下列行为： ㈠、侵占、挪用或者私分本社资产；

㈡、违反章程规定或者未经成员大会同意，将本社资金借贷给他人或者以本社资产为他人提供担保； ㈢、从事损害本社经济利益的其他活动；

㈣、兼任业务性质相同的其他专业合作社的理事长、理事、监事、经理。

第四章 财务管理

第三十一条：本社实行独立的财务管理和会计核算，严格按照国务院财政部门制定的农民专业合作社财务制度和会计制度核定生产经营和管理服务章程中的成本与费用。

第三十二条：建立健全财务和会计制度，实行每月25日财务定期公开制度，会计和出纳不得同一人兼任。

第三十三条：会计终了时，由理事长按照本章程规定，组织编制本社业务报告，盈余分配方案，亏损处理方案以及财务会计报告，经执行监事或者监事会审核后，于成员大会召开十五日前，置备于办公地点，供成员查阅并接受成员的质询。第三十四条：本社资金来源包括以下几项：

㈠、成员出资； ㈡、未分配收益； ㈢、国家扶持补贴资金；

㈣、每个会计从盈余中提取的公积金、公益金； ㈤、其他资金。

第三十五条：本社成员认缴的出资额，须在一个月内缴清。第三十六条：经理事长审核，成员大会讨论通过，成员出资可以转让给本社其他成员。

第三十七条：为实现本社全体成员的发展实际需要调整成员出资时，经成员大会讨论通过，形成决议，每个须按照成员大会决议的方式和金额调整成员出资。

第三十八条：本社向成员颁发成员证书，并载明成员的出资额，成员证书同时加盖本社财务印章和理事长印鉴。

第三十九条，本社接受的国家财政补贴，按本章程规定的方法确定的金额入帐，作为本社的资产分配给成员。

第四十条，当年扣除生产经营和管理服务成本弥补亏损，提取公积金和公益金后的可分配盈余，经成员大会决议，按照下列顺序分配： ㈠、按照成员与本社的业务交易量（额）比例返还，返还总额不低于可分配赢余的百分之之二十；

㈡、按前款规定返还后的剩余部分，以成员帐户中记载的出资额和公积金额以及本社接受国家财政补贴的财产平均量化到成员份额，按比例分配给本社成员，并记载在成员个人帐户中。

第四十一条：本社如有亏损，经成员大会讨论通过，用公积金弥补，不足部分也可以用以后盈余弥补。

本社的债务用本社的公积金或者盈余清偿，不足部分依照成员个

人帐户中记载的财务份额；按比例分担，但不超过成员帐户中记载的出资额和公积金份额。

第四十二条，执行监事或者监事会员 本社的日常财务交换监督，根据成员大会的决定，本社可以委托审计机构对本社财务进行审计、专项审计和换届、离任审计。

第五章：合并、分立、解散和清算

第四十三条：本社与他社合并，须经成员大会决议，自合并决议作出之日起十日内通知债权人。合并后的债权、债务用由合并后存续或者新设的组织承继。

第四十四条，经成员大会决议分立时，本社的财务作相应分割，并自分立决议作出之日起十日内通知债权人。分立前的债务由分立后组织承担连带责任。但是，在分立前与债权人就债务清偿达成书面协议另外约定的除外。

第四十四条：本社有下列情形之一，经成员大会决议，按登记机关核准后解散：

㈠、本社成员人数少于五人： ㈡、成员大会决议解释；

㈢、本社分立或者与其他专业合作社合并后需要解散； ㈣、因不可抗力因素致使本社无法继续经营； ㈤、依法被吊销营业执照。

第四十五条：本社因前条第一项、第二项、第四项、第五项的情形解散的，在解散情形发生之日起十五日内，由成员大会推荐三名成员组成清算组接管本社，开始解散清算，逾期未解组成清算组时，成员债权人可以向人民法院申请指定成员组成清算组进行清算。

第四十六条：清算组负责处理与清算有关未了结的业务，清理本社的财产和债权、债务制定清偿方案，分配清偿债务后剩余财产，代表本社参与诉讼、仲裁或者其他法律程序，并在清算结束后，于十五日内向成员公布清算情况，向原登记机关办理注销登记。

第四十七条：清算组自成立起十日内通知本社成员和债权人，并于六十日内在相关报纸上公告。

第四十八条：本社财产优先支付清算费用和共同债务后，按下列顺序清偿：

㈠、与他人发生交易所欠款项； ㈡、所欠本社成员其他债务； ㈢、归还成员出资、公积金； ㈣、按清算方案分配剩余财产；

清算方案须经成员大会通过或者申请人民法院确认后实施，本社财产不足以清偿债务时，依法向人民法院申请破产。

第六章 附则

第四十九条：本社的名称、住所、成员出资额，业务范围，法定代表人姓名发生变更的，应当自做出决定之日起三十日内向本社登记机关申请变更登记。

第五十条：本章程由本社理事会负责解释。

二零一零年四月十一日

**第五篇：山东省蜂业发展规划**

山东省蜂业发展规划(2025—2025年)

为加快我省蜂业发展，促进农业增效和农民增收，实现由养蜂大省向养蜂强省转变，制定本规划。

一、发展现状

(一)发展概况。

1.蜜粉资源丰富。我省地处我国南北气候过渡带，属于暖温带半湿润季风气候区，气候温和，四季分明，较华北平原其他地区温暖湿润。蜜粉源植物丰富，多达220余种，物候期自西南向东相差7—14天。蜜粉源植物主要有刺槐、荆条、枣树、泡桐、苹果、玉米、棉花等。其中，刺槐330万亩、果树900万亩(其中苹果400万亩、枣树55万亩)、玉米4000万亩、棉花1000万亩、蔬菜3000万亩。全省除11月至翌年2月无蜜粉源外，其他月份均有蜜粉源。5月初至5月底的刺槐花期、5月中旬至6月下旬的枣花期、6月中旬至7月下旬的荆条花期，为我省的流蜜盛期。可载蜂量200万群以上，发展蜂业的自然条件优势得天独厚、潜力巨大。

2.产业链较完善。经过多年发展，我省逐渐形成了包括蜂业养殖、产品加工、机具生产、授粉应用在内的较完整的产业链。据统计，2025年，全省蜂群存养量35万群，客蜂50万群，蜂蜜、蜂王浆产量分别约为20000吨、150吨，蜂产品产值约6亿元；全省蜂蜜、蜂王浆年加工贸易量分别达到35000吨和500吨。2025年，山东华康蜂业有限公司蜂蜜出口13000吨，占全国蜂蜜出口量的10%以上。利用壁蜂、蜜蜂为苹果、梨、桃等果园授粉面积500多万亩，占果园总面积的60%以上。

3.组织化程度较高。目前，全省年销售额过千万元的蜂产品加工企业达到10余家，60多家蜂产品企业通过认证(企业食品生产许可)。成立省级蜂业协会1个、市级和县级蜂业协会12个，发展养蜂合作社100多个、社员1600多户；全省蜂业从业人员(含加工企业职工)20000余人，逐步形成了龙头企业带动养蜂专业合作社和养蜂基地、企业与蜂农互促共赢的产业化发展格局。

4.支撑体系较强。近几年，我省在蜜蜂良种繁育推广、蜂业人才培养、技术研发及蜜蜂授粉技术普及等方面取得了一定进展，蜂业支撑服务体系不断完善。2025年，成立了山东省蜂业良种繁育推广中心、山东省蜂业与蜂产品质量检验所。我省拥有国家蜂产业技术体系岗位专家1人，综合试验站1个。尤其在机械化装备研发方面居全国领先水平，由东营市蜜蜂研究所与五征集团联合研制的全国首款养蜂移动平台，是我国养蜂业迈向机械化的关键一步，它集养蜂生产、蜂群运输、蜂产品初加工等功能于一体，专门配备小房、视屏等休闲娱乐设施，改善了养蜂人的生产生活条件，提高了养蜂的经济效益。2025年，2款养蜂移动平台(养蜂车)列入了山东省农机补贴产品目录。

(二)重大意义。

蜂业是生态农业和设施农业的重要组成部分，被誉为“健康产业”、“空中农业”，既不与养殖业争饲料，又不与种植业争水土，仅利用自然界中的百花资源，便可获得蜂蜜、蜂王浆、蜂胶等十多种蜂产品。这些产品既是良好的保健医疗食品，还是重要的工业原料。蜂业具有投资少、见效快、回报率高等特点，对维护生态平衡、保障人类健康、促进农业增产和农民增收具有重大意义。

1.促进农业增产需要大力发展养蜂业。农业安天下，粮食保民生，促进农业增产、维护粮食安全是我国经济社会发展的重中之重。蜜蜂被誉为“月下老人”，蜜蜂授粉可以显著提高农作物产量和品质，并间接影响畜牧业的发展，其经济价值远大于蜂产品本身。根据1981年美国农业机构的统计，蜜蜂授粉对农业的增产效益是蜂产品价值的100余倍，按照此标准测算，蜜蜂授粉带给我省农作物的增产效益约600亿元。蜜蜂授粉是一项既不需要扩大耕种面积，又不需要增加设施投资的增产措施，早已引起世界性广泛重视，许多农业发达国家将其作为一个特色产业纳入政策扶持。我省农业资源开发利用强度大，生产要素和资源环境有限，而通过蜜蜂授粉促进农业增产的空间很大。

2.满足消费需求需要大力发展养蜂业。蜂产品是传统的保健产品、绿色天然食品，对保障人体健康有重要作用。随着人民生活水平的提高，追求天然保健食品成为趋势，蜂产品市场方兴未艾。2025年我国人均蜂蜜消费量为245克，而美国人均蜂蜜消费量为500克，德国人均蜂蜜消费量为1000克，因此蜂产品市场发展潜力巨大。

3.维护生态和谐需要大力发展养蜂业。世界上约有16万种由昆虫授粉的显花植物，其

1中依靠蜜蜂授粉的占85%。蜜蜂授粉能够帮助植物顺利繁育，增加种籽数量和活力，从而修复植被，改善生态环境。随着现代农业的迅猛发展，化肥、农药和生长激素的滥用导致农业生态系统受到破坏，蜜蜂授粉对保护生态环境的重要作用更加凸显。因此，大力发展养蜂业是建设生态山东、美丽山东的客观要求。

(三)存在问题。

我省是养蜂大省，但向养蜂强省转变还存在一些亟待解决的困难和问题，主要表现在：

1.重视程度不够。长期以来，人们只把养蜂业作为副业，既没有充分认识到蜂产品对人类健康的作用，更没有认识到蜜蜂授粉对农业增产的重要性。蜂业发展缺乏规划引导和资金支持，养蜂业基本处于自发状态，组织管理、技术推广、生产服务、产销衔接等相对滞后。

2.层次水平不高。全省蜂业发展规模偏小，蜜蜂饲养数量仅占全国860万群的4%，户均养蜂规模只有70群左右，养蜂生产的机械化、标准化、良种化和规模化水平较低，品牌带动效应较弱。蜜蜂种质资源保护利用不够，良种覆盖率较低。蜜蜂为农作物授粉的覆盖率较低，对农业的提质增效功能尚未充分发挥。

3.发展环境堪忧。农药、大气、水质等污染直接导致蜜粉资源减少，生产环境日益严峻。蜂产品质量安全监管乏力，产品品质良莠不齐，行业信誉屡受打击，市场竞争力整体较差。因放蜂引发的伤害蜂农事件屡有发生，养蜂者的合法权益难以保障。

二、指导思想、基本原则和发展目标

(一)指导思想。以党的十八大和十八届二中、三中全会精神以及总书记视察山东重要讲话精神为指导，坚持高产、优质、高效、生态、安全的蜂业发展理念，以提高养蜂生产能力和推广普及蜜蜂、壁蜂授粉增产技术为重点，转变蜂业生产方式，优化区域布局，着力提升蜂业标准化、组织化和产业化发展水平，建立和完善蜂产品质量监管体系，努力推动我省蜂业又好又快发展。

(二)基本原则。

1.坚持规模扩张与重点突破相结合。在不断扩大蜜蜂饲养量的同时，因地制宜选择养蜂生产方式，努力在蜜蜂标准化机械化养殖和蜂产品质量安全方面实现重点突破，不断提高养蜂效益。

2.坚持发展生产与扩大授粉相结合。既重视蜜源的有效开发利用，又注重发挥蜜蜂、壁蜂授粉对农业增产的促进作用；既重视蜂群数量的扩张，又考虑到农业发展对蜂业布局的客观要求。

3.坚持技术创新与体制创新相结合。加强科技研发，积极推进成果转化，充分发挥科技对蜂业发展的支撑作用；支持养蜂合作社发展，建立健全充满活力的现代蜂业管理体制和运行机制。

4.坚持市场导向与政府推动相结合。充分发挥市场机制在各类资源配置中的决定性作用，强化政府对蜂业的指导、管理和服务，保障蜂业健康发展。

(三)发展目标。

1.生产能力稳步提高。到2025年，全省蜂群数量达到50万群，其中西方蜜蜂48万群，中华蜜蜂2万群；年繁殖壁蜂8亿只，苹果、梨、桃等果园壁蜂授粉面积达到70%以上。年产蜂蜜40000吨，蜂王浆300吨，蜂产品产值12亿元以上。生产的蜂蜜50%以上为成熟蜜，蜂王浆质量100%达到国家标准，蜂产品质量合格率达80%以上。培育1—2个西方蜜蜂抗病高产配套系，蜜蜂良种覆盖率达90%以上。

2.产业化水平明显提升。推行标准化、机械化、规模化养殖，建设蜜蜂壁蜂授粉、养蜂生产、蜂产品加工出口、优质蜜源四大优势区域，逐步形成布局合理、养殖规范、加工带动有力的产业体系。到2025年，120群以上的规模蜂场由目前比重不足30%提高到60%。

3.授粉技术加快普及。到2025年，建设35个专业授粉示范蜂场，蜜蜂为农作物授粉覆盖率达到70%以上，增产效益1000亿元以上，初步实现蜜蜂授粉产业化。

三、区域布局与发展重点

(一)区域布局。

根据我省各地蜜粉源植物丰富程度、地理生态、养蜂生产状况及蜂产品企业分布，全省蜂业可划分为蜜蜂壁蜂授粉、养蜂生产、蜂产品加工出口、优质蜜源四大优势区域。

1.蜜蜂、壁蜂授粉优势区。该区包括烟台、青岛、潍坊、日照和淄博，是果品和蔬菜生产集中区域，目前苹果种植面积400余万亩，草莓种植面积20多万亩，大樱桃种植面积2

5万亩左右。2025年本区西方蜜蜂存养量9万群，约占全省总量的25%；壁蜂5亿只左右，约占全省总量的80%。立足本区域丰富的果蔬资源优势和农民浓厚的蜜蜂、壁蜂授粉意识，建立蜜蜂、壁蜂授粉示范基地，蜜蜂、壁蜂为果蔬授粉覆盖率达80%以上。

2.养蜂生产优势区。该区包括临沂、潍坊、泰安、淄博、日照和济宁，是传统的养蜂生产区域，地质、地貌及气候多样性使得植物分布多样化，蜜粉源植物丰富，养蜂业相对发达。2025年本区蜂群存养量25万群，约占全省总量的70%。立足本区域发展养蜂生产的传统优势，扩大蜜蜂饲养量，力争2025年蜂群存养量达到35万群。

3.蜂产品加工出口优势区。该区包括日照、潍坊、济南和枣庄，区内蜂产品企业相对集中，蜂蜜、蜂王浆年加工贸易量约28000吨和400吨，均占全省总量的80%以上。立足本区域雄厚的加工出口基础，实施品牌带动战略，建立严格的质量监管和追溯体系，重点培育壮大4个蜂产品龙头企业(每个市培育1个)，辐射带动8个优质蜂产品生产基地。

4.沿黄地区优质蜜源优势区。该区包括沿黄地区的菏泽、聊城、德州、滨州和东营，刺槐和枣树的栽植量均占全省的50%以上，一直是我省优质刺槐蜜、优质枣花蜜的生产地区。立足沿黄地区丰富的刺槐和枣树资源优势，在该区域建设10个优质刺槐蜜和优质枣花蜜生产基地(每个市建设2个)。同时，在适宜区域扩大刺槐、枣树种植面积，形成蜜源与蜂业良性发展的格局。

(二)发展重点。

1.推行蜜蜂标准化机械化养殖。规范养蜂场布局，推行养蜂生产各环节的标准化操作，实施蜂产品安全生产规程，提倡饲养强群，加强疫病防控，建立健全养殖档案和养蜂日志。扶持养蜂机械研发与生产，提高养蜂的机械化水平。在养蜂生产优势区建设30个标准化机械化养蜂示范场(临沂、潍坊、泰安、淄博、日照和济宁各5个)，在沿黄地区优质蜜源优势区建设15个标准化机械化养蜂示范场(菏泽、聊城、德州、滨州和东营各3个)，所生产的蜂蜜和蜂王浆全部达到国家标准。

2.提高蜂业组织化程度。建立健全市、县级蜂业协会组织，加强行业主管部门对蜂业优势区域的管理力度。规范壮大养蜂专业合作社，在淄博、东营、潍坊、济宁、泰安、临沂、德州、聊城、滨州和菏泽等支持建设20个养蜂生产示范合作社(每个市建设2个)；在蜜蜂、壁蜂授粉优势区支持建设5个蜜蜂授粉示范合作社(烟台、青岛、潍坊、日照和淄博各1个)。努力形成以蜂农为基础、专业合作社为依托、蜂产品企业为龙头的蜂业产业化经营方式。

3.推广普及蜜蜂授粉增产技术。加大蜜蜂、壁蜂为农作物授粉增产技术的普及推广，开展授粉增产示范活动，在蜜蜂、壁蜂授粉优势区和养蜂生产优势区建立11个蜜蜂授粉示范基地(烟台、青岛、潍坊各2个，临沂、泰安、淄博、日照和济宁各1个)，建设35个专业授粉示范蜂场(烟台、青岛、潍坊、临沂、泰安、淄博和济宁每个市3个，全省其他各市每市1—2个)。

4.建立健全蜜蜂良种繁育推广体系。重点强化山东省蜂业良种繁育推广中心职能，完善提升5—6个种蜂场的育种条件，保障优质种蜂王供应，提高蜜蜂良种化水平；加强中华蜜蜂种质资源保护利用，建设5个中华蜜蜂种质资源保护区，建设1个中华蜜蜂种质资源基因库。

5.完善蜂产品质量保障体系。严格蜂药、蜂饲料等投入品使用管理，严把蜂产品原料、生产和检验关。完善蜂产品质量安全检测、监管、信息发布和质量追溯体系，建立蜂产品企业质量信用评估制度，提升蜂产品质量安全水平。

6.加强省级信息化平台建设。充分发挥互联网技术在行业管理中的作用，逐步建立起集蜜源植物、蜂群分布、企业信息、市场咨询、监督检验和品牌推介等为一体的省级蜂业数字化信息平台，为行业管理和技术指导提供支撑，加快推进我省蜂业的标准化、机械化和信息化发展。

四、政策措施

(一)切实加强组织领导。建立蜂业产业发展协调推进机制，畜牧、发展改革、财政、林业、农业、科技、工商、金融、质检等部门参加，研究制定政策措施，统筹协调蜂业发展规划的组织实施。畜牧部门要充分发挥主管部门职能，负责牵头协调，并切实加强对蜂业发展的指导和总体管理。林业部门负责抓好蜜粉源植物基地建设，协调提供放蜂场地。农业部门负责抓好蜜蜂和壁蜂授粉增产措施的组织实施，努力减少化学农药对蜂业的影响。发展改革、财政部门要加大基建资金和财政资金对蜂业发展的支持力度，做好项目实施和资金监督管理

工作。科技部门要努力改善蜂业发展科技创新条件，提升科技支撑能力。其他相关部门也要根据各自职能范围，加强对蜂业发展的支持力度。建立健全蜂业发展指标考核体系，并将考核结果纳入各主产区政府现代农业发展考核体系。省政府有关部门要制定全省蜂业发展绩效考评办法，并将绩效考评结果作为省级选择扶持项目的重要依据。

(二)加大政策扶持力度。依托山东省蜂业信息网和山东省优质蜂产品推介中心，加快信息软件开发和短信平台建设的步伐，支持建设省级蜂业数字化信息平台。以规模化蜂场建设、养蜂机械设备购置、蜜蜂授粉、蜜蜂良种培育、合作社发展等方面为重点，加大资金扶持力度，积极引导社会资本投入，形成多元化投入机制。按照“渠道不变、性质不变、集中投向、提高效益”的原则，积极整合现代农业发展、特色产业发展、良种工程、科技推广、标准化示范创建、动物疫病防控等相关资金，适当向蜂业倾斜，发挥资金规模效应。将蜂业和蜜蜂良种选育推广纳入山东省特色畜牧业重点产业和山东省农业良种化工程，加强资源保护和利用工作，支持建设中华蜜蜂保护区和保种场。扶持蜂业龙头企业改善生产和技术条件，提高精深加工水平，增强市场竞争力。制定完善蜂产品优质优价收购政策，尽快出台成熟蜜地方标准，鼓励蜂农从事成熟蜜生产，树立山东蜂产品良好形象。鼓励和支持保险机构开发适合蜂业生产的保险产品，降低蜂农生产经营风险。加大对养蜂移动平台的补贴力度，积极探索改进财政补贴的手段，提高蜂业生产机械化水平。完善奖励扶持机制，综合运用财政补贴、贷款贴息、项目补助等方式，推进规划组织实施，促进产业稳步发展。

(三)转变蜂业发展方式。通过示范、扶持、服务、监管等措施，加快培育龙头企业、养蜂大户、专业合作社、行业协会、中介组织、供销社等新型经营主体和新型经济合作组织，建立“公司+基地+农户”、“公司+合作社”等蜂业产业化经营模式，进一步完善双方发展保障和利益分配机制。到2025年，力争使85%的养蜂场(户)纳入产业化经营体系。鼓励和支持工商业资本进入养蜂业或从事蜂产品加工，与养蜂户及专业合作社建立稳固的利益联结机制，提升带动发展能力。通过加强政府扶持、鼓励联合兼并、支持产品开发、引导企业上市等措施，做大做强蜂业龙头企业，支持企业开展连锁经营、产销直挂、农超对接，不断延伸产业链条，增强市场竞争力。大力发展养蜂大户等新型蜂业经营主体，积极开展从业者职业技能鉴定，加快培育新型职业蜂农队伍；综合运用技术培训、示范带动、标准化生产、机械化装备等多种措施，改善蜂农的生产生活条件，吸引更多高素质、高技能人才加入，增强蜂业发展活力。引导和支持蜂农建立合作社，拓展合作社服务功能，规范运行方式，提高标准化集约化养蜂水平。充分发挥行业协会熟悉行业、贴近企业的优势，加强和改进行业管理，在联系政府、服务行业、规范生产、培训蜂农、品牌推介、促进行业自律、推动行业交流等方面发挥更大作用。充分发挥供销社联系农民、熟悉市场的综合优势，引导有条件的供销社积极参与蜂业产业化经营，为生产者提供全方位服务，把更多的利润返还给农民。

(四)强化科技创新支撑。加强蜂业基础研究和关键技术研发，紧紧围绕制约蜂业发展的技术瓶颈问题展开科技攻关，重点在蜜蜂饲养、蜂机具研发、病虫害防治、授粉增产技术、蜂产品研发、良种繁育推广、蜂产品质量控制等领域进行科研与技术推广，争取实现较大突破。在实施重大科技专项、协同创新工程、农业科技成果转化等项目时，向蜂业适当倾斜。推进产学研有机结合，加强先进适用技术的推广，加速蜂业科技成果转化步伐。加强蜂业科技人才的培养，建立蜂业从业人员定期培训制度，每年培训蜂农3000人次以上。

(五)加强舆论宣传引导。各级、各有关部门要利用各种形式，广泛宣传发动，充分调动群众的养蜂积极性。大力宣传蜜蜂、壁蜂授粉对农作物增产和促进生态农业发展的意义，大力宣传蜂产品对人类健康的作用，大力宣传蜜蜂文化，使蜂业的经济、生态和人文效益为社会所认同，努力营造“小蜜蜂、大产业”的良好氛围。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！