

中国供销合作社
CHINA CO-OP

牢记嘱托再出发

奋力开创新局面

深耕为农结硕果 踔厉奋发半年红——来自四川供销系统的半年成绩单

实干笃行守初心 服务“三农”显担当

德阳什邡市供销社上半年重点工作纪实

□本报记者 李鹏飞



市民在什邡好物名品馆选购商品

抓实思想政治建设 筑牢履职思想根基

什邡市供销社严格落实“第一议题”制度，引导全体党员干部立足供销社主责主业办实事、求实效，坚持学用结合，把理论学习成果转化为服务乡村振兴、助力农户增收的实际行动，上半年共开展党组理论学习中心组学习2次。压实工作责任，守牢思想与纪律底线。严格落实意识形态工作责任制，常态化开展意识形态风险排查、舆情管控，牢牢把握意识形态工作主动权，保障系统思想阵地安全。从严格落实党风廉政建设责任制和全面从严治党要求，组织签订全面从严治党主体责任承诺书10份，延续纪

律教育、廉政风险防控等工作机制，常态化纠治“四风”，组织观看警示教育片2次，营造风清气正的干事氛围。

夯实基层组织体系 深化“三社”合作发展

持续健全县、镇、村三级供销服务网络，全市已建成基层供销社22个，实现各镇(街道)服务全覆盖。常态化开展农民专业合作社动态管理、业务指导，推动合作社规范化提质增效；依托现有基层社网点及社有企业，同步开展农资保供、会计代理、便民服务等基础业务，搭建产销对接基础载体，为“三社合作”新建、老旧基层社升级改造、特产网销队伍建设等年度重点任务提供阵地、主体资源支撑。

2026年上半年，四川省德阳市什邡市供销社紧扣服务“三农”核心职责，扎实推进思想政治建设、基层组织完善、为农服务提质、资产管理、安全生产、党风廉政与意识形态等各项工作，持续深化供销合作社综合改革，不断夯实为农服务根基、提升助农惠农质效，各项重点工作平稳有序推进、成效扎实有力。

聚焦主责主业 全面提升为农服务水平

抓实春耕农资保供基础工作。深化与省供销社下属企业邦力达农资企业合作，依托全域基层供销社网点提前储备化肥、种子、农药，畅通农资供应渠道，稳定全市农业生产物资供给，筑牢粮食安全保障底线。常态化推进农业社会化财务服务。依托金穗会计服务有限公司，推广“基层供销社+专业服务公司+农业经营主体”服务模式，规范农村经营主体财务工作。搭建产销对接基础载体。联合本地食品饮料产业商会22家经营主体搭建合作运营平台，配套建设微信视频号门店、抖音小店、什邡特产专属销售小程序，完成线上销售渠道基础搭建，为年度网销队伍组建、展销推介活动开展搭建数字化阵地。

规范资产管理运营 实现资产保值增效

全域开展资产清查建档。完成全系统社有资产拉网式实地核查，覆盖土地、房产、经营性设施共120处，动态更新资产、租赁台账3处，实现资产底数清晰、账实相符，防范资产流失。实施存

量资产盘活改造。推进原物资回收公司沿街危房改造，总投资170万元，建成什邡好物名品馆，同步消除建筑安全隐患，打造线下特产展销实体平台，为年度农产品展销活动提供固定场地支撑。健全标准化资产管理制度。修订完善《社有企业内部管理制度》，严格执行资产公开招租、竞价流程，实现资产运营全程公开规范，为重点项目落地提供资产资源保障。

严守安全监管底线 筑牢系统安全防线

严格落实“党政同责、一岗双责”“三管三必须”安全工作要求，分层压实安全管理责任，上半年签订安全责任书112份；建立日常巡查、专项督查、节假日抽查机制，重点排查老旧房屋、消防、用电、汛期安全隐患，累计开展安全排查51次，整改隐患3处；组织消防演练、安全培训4次，上半年实现全系统安全生产零事故，为综合改革、基层项目建设、展销经营活动筑牢安全屏障。

下一步，什邡市供销社将立足供销社主责主业，补齐工作短板、聚力提质增效，持续深化为农服务体系，助推乡村振兴全面振兴。

(图片由什邡市供销社提供)



在青白江区村糖·城厢仓里交流商品流通场景打造

□本报记者 何嘉文 / 图

近期，四川省成都市金堂县供销社党组书记、主任李俊带队，先后到德阳市旌阳区、成都市青白江区、自贡市大安区、自贡市富顺县等地，就推进沱江流域供销流通，赋能产业共兴相关工作开展走访交流，商讨了农资、特色农产品等商品流通常态化合作机制，对成立“联盟”提出了合作建议。

推动建立沱江流域供销社系统“流域经济农资统购统销联盟”和“一江多品”特色农产品销售联盟，是金堂县供销社深入贯彻县委、县政府关于金堂县推动沱江流域经济高质量发展的整体部署，立足“沱江首城”区位优势，主动发挥牵头引领作用，助力沱江流域经济高质量发展的重要平台。主旨是联合沱江沿线相关区(市)县级供销社，以两个“联盟”为核心，聚焦农资集采直供、特色农产品互惠流通，推动流域商品信息互联互通、共建共享，纵深推进跨区域合作，提升区域为农服务水平。

一是壮大农资供销体量，完善为农保供体系。整合沱江流域上下游供销社系统肥料、农膜、农药等农资购销渠道，统筹流域农资供应保障链，提升供销社系统县域仓储配送中心、镇级为农服务中心及村级农资放心店“三级”农资仓储配送运营能力，进一步保证农资淡储旺供、价格稳定。

二是搭建商品购销“联盟”，畅通供需对接渠道。重点梳理沱江流域特色商品与重点农产品，拓展流域商品销售渠道，促进以金堂羊肚菌、广汉缠丝兔、雁江蜜柑、内江蜜饯、资中血橙、富顺桂圆、江阳桂圆、简阳大耳羊等为代表的特色农产品在沱江流域更加快捷广泛流通，以“一江多品、共同营销”的全域流通模式，增强商品品牌影响力，提升流域商业营收能力。

三是布局商品销售网点，提升流通服务能力。通过项目争取、社会资本合作等方式，拟在旅游景区、重点商圈、消费集中区等投放以供销社为主体的特色商品展销门店，将沱江流域“一江多品”特色产品与本地消费业态相结合，打造线上线下的消费新场景，促进游客与老百姓的关注与选购。

李俊表示，下一步，该社将继续与成都市简阳市、德阳市广汉市、资阳市雁江区、内江市市中区、内江市资中县、泸州市江阳区等沱江流域相关区(市)县供销社和当地农资企业开展实地对接，进一步夯实合作机制，紧密“联盟”合作关系，使沱江流域经济向更高质量发展迈进。

四川省供销社赴越西县开展特殊困境儿童爱心捐赠活动

□本报记者 冯庄文 / 图

近日，四川省供销社携手成都市武侯区玉林街道新联会，在凉山州越西县大花镇开展特殊困境儿童爱心运动鞋捐赠活动，为该镇4个村51名特殊困境儿童送上总价值1.5万余元的全新运动鞋履。

按照越西县特殊困境儿童帮扶分工调整安排，四川省供销社在帮扶点位优化调整后，第一时间印发《“供销伴成长爱心护童行”关心关爱越西县特殊困境儿童工作方案》，明确12个机关党组织结对包保职责，建立“一对一”常态化长效关爱机制，筑牢帮扶工作根基。

此次捐赠活动中，四川省供销社主动链接成都市武侯区玉林街道新联会社会公益资源，积极引导爱心力量下沉彝乡、助力越西。活动严格坚持公益物资本土化采购原则，捐赠的运

动鞋全部定向采购于越西县域企业越荣服装制造有限公司，既切实保障特殊困境儿童生活所需、传递社会温暖，又助力本土企业拓宽销路、纾解经营难题，实现公益帮扶、消费帮扶双向赋能。

本次活动是四川省供销社“1+3”特殊困境儿童帮扶模式的生动落地实践。该模式以“供销伴成长 爱心护童行”结对关爱体系为核心，同步释放三重帮扶效能：一是兜牢民生底线，精准帮扶特殊困境儿童，护航少年儿童健康成长；二是拓宽帮扶路径，广泛汇聚社会公益力量，构建多方联动、协同发力的帮扶格局；三是赋能县域发展，将消费帮扶理念贯穿关爱全过程，以定向采购助力本土市场主体稳产增收。

下一步，四川省供销社将持续深化



“1+3”特殊困境儿童精准帮扶模式，组织各结对机关党组织分批赴大花镇开展实地走访慰问，动态掌握困境儿童学习生活状况，精准落实暖心关爱举措。同时持续链接优质社会公益资源，常态

化推广“公益捐赠+本地采购”帮扶模式，不断丰富帮扶内涵、扩大覆盖范围，以精准化、常态化帮扶成效，助力越西持续巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴。



广西壮族自治区供销社：打造供销品牌矩阵 赋能农业产业提质增效

□本报记者 李艳

针对广西特色农产品资源丰富，但品牌布局分散、产品附加值偏低、市场辨识度与行业影响力偏弱、产销对接体系不完善等产业短板，广西壮族自治区供销社以打造特色鲜明的广西供销品牌矩阵为切入点，持续深化综合改革，聚焦培育自治区级龙头品牌、孵化区域特色品牌，有效赋能农业产业提质增效，为乡村全面振兴注入强劲供销动能。

做强核心品牌 树立标杆引领

广西壮族自治区供销社依托直属社有企业，聚焦特色优势赛道，培优做强“三鹤”六堡茶、“三冠”陈皮两大核心自有品牌，夯实广西供销品牌矩阵支撑体系。其中，广西梧州茶厂有限公司打造的“三鹤”六堡茶品牌，位列中国茶叶企业品牌第14位、广西茶叶品牌首位，辐射带动发展订单茶园约4万亩，带动

培育区域品牌 丰富矩阵体系

在自治区级龙头品牌牵引带动下，全区各级供销合作社立足属地资源禀赋与主导产业，因地制宜培育本土化、差异化、特色化地域供销品牌，形成“龙头引领、多点开花、全域赋能”的格局。

玉林市供销社打造“玉供”自有品牌，构建“标准化农资服务+农产品精深加工”双轨发展体系，一

方面研发适配本地土壤、作物的专用农资产品，保障农业生产提质；另一方面深挖本地特色农产品、药食同源资源，延伸深加工产业链，推出多元化“玉供”系列新品，通过专场展销、云端推介拓宽市场化渠道。百色市供销社打造“百供臻品”公共品牌，整合右江、田阳、田林等多个县区优质粮油、山茶油、山野特产，实行统一品控、统一包装、统一溯源、统一运营，批量推动深山小众农产品规模化、品牌化出山入市。贵港市供销社打造“荷城货郎”基层服务品牌，集电商、服务、产品展销于一体，建有1个市级运营中心、5个县区服务中心、50个乡镇服务站、5个农产品展销厅，线上开通微信公众号、小程序商城，同步运营视频号、抖音号、头条号，全方位宣传推介地方特色产品。此外，合浦县供销社打造的“浦康花生油”、融水苗族自治县供销社打造的

“高山鱼稻”、东兰县供销社打造的“那田园”等一批极具地方特色的供销品牌稳步发展，进一步丰富了全区供销品牌矩阵体系。

畅通销售渠道 拓宽品牌市场

为推动广西供销品牌矩阵从“规模成型”向“品牌出圈、市场畅销”迭代升级，全区供销合作社系统构建“线下场景化展销+线上全域化引流”双线联动推广体系，全方位放大品牌效应、拓宽市场流通渠道。

线下持续做强“广西供销大集”特色IP，依托中国—东盟博览会、农产品产销对接会等平台，组织全区供销合作社系统品牌产品集中参展，统筹推介、集中展示，全方位提升广西供销品牌整体辨识度与行业影响力；线上依托“832平台”“桂供云集”等供销官方电商平台，搭建农产品线上展销渠道，组建区、市、县三级供销直播队伍，深入产业基地、田间地头开

展产地直播和线上推介，依托基层供销网点、农民合作社等货源优势，压缩流通环节，实现品牌推广、产品销售、助农增收一体推进。

严把质量标准 守护品牌口碑

全区供销合作社系统坚持品牌培育与规范管理同步推进。广西壮族自治区供销社在进一步规范使用“中国供销合作社”标识的同时，联合自治区市场监督管理局出台文件，规范“供销”字样市场主体登记管理，整治市场冒用、挂靠、滥用供销品牌等问题，维护供销品牌公信力。各级供销合作社结合实际，更加注重供销品牌标准化和品质管控工作。北流供销合作社规范“铜桂香”全品类运营标准，统一农产品分选、包装、质检、出库全流程规范，实现县域品牌标准化、体系化、品牌化运营。大化瑶族自治县供销社深入实施农产品质量提升工程，对

七百弄鸡、大化白玉薯等特色品类实行分级分选、品质严控、品牌赋能，积极引导经营主体开展“三品一标”认证，全县供销合作社赋能认证农产品达26个，有效带动山区农产品附加值显著提升。环江毛南族自治县供销社创新推行“供销合作社组织、基地参与、第三方检测”三方抽检机制，从生产源头严控农资与农产品质量，守住供销品牌品质底线，全面提升广西供销品牌市场竞争力与群众认可度。

下一步，广西壮族自治区供销合作社系统将持续聚焦广西供销品牌矩阵全域提质升级，做强自治区级龙头标杆品牌、做优区域特色新锐品牌、做实双线推广流通平台，不断优化品牌层级结构、放大品牌赋能效应，擦亮广西供销品牌名片，以品牌建设新成效赋能广西特色农业产业提质增效，助力乡村全面振兴。