

中国供销合作社
CHINA CO-OP

牢记嘱托再出发

奋力开创新局面

强基固本 开放合作 守正创新
——喜迎四川省供销合作社“八代会”·五年成就巡礼(六)

守正创新 高山上的“年轻”供销社

——雅安市汉源县富庄镇联络村破局记

□本报记者 冯庄 实习记者 秦智城 文 / 图

在四川省雅安市汉源县富庄镇的连绵群山间,幅员 19.8 平方公里、平均海拔 1500 米的高山上,茂密的果树林铺满山坡,联络村便坐落于此。

过去,因山高路远,村民们面临生产生活物资采购不便、农产品销售难等诸多困扰:买袋化肥要颠簸半天才能下山;种出来的苹果、樱桃品质再好,也时常烂在地里卖不出去。如今,一座“年轻”的供销社在这里扎下了根——富庄镇联络供销社(农业社会化服务中心)成立短短一年,就成为深山里的“幸福驿站”,用扎实的实践,回答了困扰偏远山村的三个根本问题:资金从哪来?人才何处找?服务怎么干?

资金从哪来? 三级联动,让高山平台“建起来”

高山建社,启动资金是第一道坎。联络供销社探索出一条“上级社输血+集体造血+金融活血”的多元路径。

一是“输血”强基础。在雅安市供销社帮扶和汉源县供销社支持下,完成了场地改造、基础设备购置,解决了“从无到有”的关键问题。二是“造血”聚民心。创新推行“村集体经济主导+村民自愿

入股”模式,吸纳 103 户村民入股,将村民变成“股东”,建立起利益共享的共同体。三是“活血”减负担。引入“蜀农一卡通”惠农金融服务,通过农资补贴、消费优惠等方式,为村民持续“减负”,让有限的资金发挥最大的杠杆效应。

人才何处找? 引育结合,让高山团队“活起来”

人才是发展的第一资源。联络供销社打破传统用人思路,用“引育结合、内外联动”的办法,建

起了一支结构合理、充满活力的队伍。一是干部带头,筑牢“主心骨”。驻村第一书记和村“两委”干部组成核心管理团队,他们懂政策、熟民情、有威信,让供销社的起步有了“定盘星”。二是青年返乡,注入“新血液”。对返乡大学生实行“合伙人制”:取消固定工资,建立利润分成体系,使其个人收益与供销社经营效益直接挂钩。不是“打工”,是“合伙”;不是“拿工资”,是“挣分红”。这既缓解了初期运营压力,更将“雇佣关系”升华为“发展共同体”,让年轻人真正以主人翁的姿态投身于乡村振兴。三是培育能手,壮大“主力军”。通过定期开展农业技术培训,把种植大户李剑等一批本土能人培养成“田秀才”“土专家”,一支扎根乡土、永不撤离的技术服务队逐渐成形。

服务怎么干? 多元拓展,让高山乡村“旺起来”

联络供销社坚持“农民需要什么,供销社就提供什么”,不断拓展服务边界。一是生活服务“一站购”。开办生活超市,商品种类从油盐酱醋到日常生产用品一应

俱全;与邮政合作设立快递点,让深山村民享受和城里一样的便捷物流。二是生产服务“一条龙”。在农资供应方面,通过自建商贸流通公司,严把质量关,统一采购配送优质化肥、农药等农资产品,并配以专业技术指导,从源头上保障了农业生产安全;利用电商平台直播带货,让高山糖心苹果、甜樱桃等特色水果走出大山,从源头直达消费者餐桌。三是创新服务“暖心窝”。探索红白喜事集中采购配送服务,为村民省钱省心;自然灾害来临时,米、面、油、水等基本物资保障不断供,供销社成了村民信赖的“安全港湾”。

短短一年,联络供销社从无到有、从有到优。下一步,联络供销社将在服务广度上拓空间,深化“川货进渝”战略,与重庆九龙坡区供销社建立稳定合作关系,共建绿色农产品基地,向产业链上下游延伸;在服务深度上强融合,推动数字供销、新媒体与传统业务融合,构建线上线下协同发展新格局;在服务温度上守初心,始终站稳群众立场,让供销社真正成为连接城乡、促进流通、服务“三农”的综合性平台,在高山之巅续写更多温暖故事。

守为农服务初心,压实工作责任、细化工作举措,坚持科学布局、因地制宜的原则,稳步推进“供销优选”便民超市项目建设。同时持续优化乡村供销服务体系,不断完善基层便民服务功能,全力打造标准化、规范化的乡村供销服务阵地,以精准高效的供销服务赋能乡村振兴。

丁明海 朱卓颖

深耕便民服务阵地 筑牢乡村服务根基

宜宾市叙州区供销社调研农村聚居点“供销优选”超市建设工作

为落实区委、区政府工作部署,健全农村便民服务体系,补齐乡村商贸服务短板,切实打通惠民服务“最后一公里”,8 月上旬,四川省宜宾市叙州区供销社主要领导带队深入合什镇农村聚居点,实地调研“供销优选”便民超市项目规划建设情况。

调研过程中,工作组深入项目拟建场地,立足农村群众实际

生活需求,细致开展场地面积测算、区位优势分析、功能分区布局等前期摸排工作。结合合什镇农村聚居点人口分布、村民消费习惯、交通配套等实际情况,工作组对超市选址合理性、经营服务范围、整体建设规划等进行全面研判,细化完善项目建设初步方案,明确建设思路与推进方向,为项目后续落地开工、规范运营筑牢

坚实基础。

乡村便民超市是供销社系统服务“三农”、服务民生的重要基层阵地。推进“供销优选”超市进农村聚居点,能够有效优化农村商贸服务布局,丰富村民日常生活物资采购渠道,让村民在家门口就能享受到便捷、实惠、放心的购物服务,切实提升群众获得感、幸福感。

下一步,叙州区供销社将坚

什邡供销社拧紧安全生产“安全阀”

□高明山 本报记者 李鹏飞

为切实压紧压实安全生产责任,筑牢系统安全防线,坚决防范化解各类安全事故,近日,四川省什邡市供销社组织全体中层及以上干部集中观看安全生产警示教育片,开展专题安全警示教育。

警示片通过真实鲜活的事案例、直观震撼的现场画面,深入剖析消防安全、交通安全、城镇燃气使用等领域典型事故的成因、处置漏洞及惨痛后果,深刻揭示日常工作生活中潜藏的安全隐患,直观展现违规操作、责任缺位带来的严

重危害,为全体参会干部敲响安全警钟。

什邡市供销社相关负责人强调,全体干部要深刻汲取事故教训,树牢“安全无小事、责任大于天”的底线思维。聚焦供销社经营场所、仓储库房、办公区域等重点

场景,紧盯消防设施运维、车辆出行管控、燃气设备排查等关键环节,常态化开展隐患排查自纠。同时压实岗位安全责任,强化安全宣传和提升应急处置能力,以高标准、实举措筑牢供销社系统安全生产坚固屏障。

西南供销

上半年广西供销社系统 销售总额突破 1230 亿元

□本报记者 胡斌

今年以来,广西壮族自治区供销社系统聚焦农资保供稳价、农业社会化服务、农产品销售、再生资源回收利用四大主业,多线发力深化综合改革,助力“桂字号”农产品拓市行销,推动服务乡村全面振兴跑出“加速度”。1—6 月,广西全区供销社系统销售总额达到 1230.25 亿元。

筑牢粮食安全底线,农资保供主渠道作用凸显。统筹区、市、县、乡四级供销农资网络,1—6 月销售化肥 742.9 万吨。通过价格监测预警、集采直供等方式稳控农资价格,强化农资质量监管,开展农资打假行动,保障农户用上放心农资。

农业社会化服务不断扩面提质。大力推广“供销社+村集体+农户”等合作模式,探索适配丘陵山地的服务路径,服务链条延伸至粮食烘干、仓储保鲜、产地初加工。1—6 月,全系统开展农业社会化服务 206.43 万亩次。积极落地“人工智能+低空植保+农业社会化服务”创新试点,广西供销直属院校广西经贸职业技术学院与北京航空航天大学共建低空经济应用实验室,在来宾、贺州“双高”基地分别完成 2708.38 亩、1665 亩数据采集,集成测土配方、统防统治等全链条服务,助力农业节本增效,成效明显。

畅通产销渠道,农产品上行步伐持续加快。抢抓各类消费旺季,上半年,区市县联动举办线上线下供销大集 736 场,交易额 5.22 亿元。用好“832 平台”,上半年销售脱贫地区农产品 2.08 亿元。升级运营“桂供云集”电商平台,上架 519 款特色农产品,常态化开展直播带货,累计销售额 176.78 万元。同时在粤港澳大湾区布局展销场馆,广西供销名特优农产品展销中心、三鹤六堡茶(北京)文化展示中心在北京开业,助力“桂品出乡”工程,持续推动更多“桂字号”特色农产品走出广西、走向全国。

再生资源回收体系加快建设。系统组建固废综合治理专班,发力锂电池回收业务,培育回收龙头企业,推广智慧回收模式,推动回收网点与垃圾分类站点融合,联动参与农村人居环境整治。上半年再生资源销售额 15.80 亿元。

系统改革强基固本,内生动力持续激活。实施基层社、社有企业改革提升专项行动,集中资源做强核心产业。一批重点项目落地见效,供销新茶饮品牌门店开业,自有饮用水品牌销量突破 10 万瓶(桶)。1—6 月基层社营业总收入 32.57 亿元,社有企业营业收入 18.14 亿元。打造全区首个供销现代农业社会化服务中心,辐射带动周边 5000 多亩水稻规模化连片种植。

文旅引流 供销搭台 农户增收

□本报记者 冯庄 文 / 图



近日,贵州省黔南布依族苗族自治州惠水县供销社联合贵州省绿色农产品流通控股集团有限公司,依托惠水县九龙山 AAA 级景区客流优势,成功举办流动供销社景区农产品集市活动。贵阳、余庆、罗甸、贵定等多地供销社系统齐聚惠水联动参展,搭建起跨区域供销资源互通、特色好物共享、助农共赢共富的平台,为乡村产业振兴注入新动能。

活动现场人气火爆,展销品类丰富多元、地域特色鲜明。惠水本地生态粮油、枫香染、布依族蜡染等特色产品集中亮相,罗甸火龙果、芒果等优质水果口感醇厚、品质突出,贵阳都市农特产品、余庆特色茶品、石阡黄水粳、贵定地道农产等各地优质好物同台展销,汇聚省会及黔南多县市特色物产,吸引大批景区游客驻足选购。

“这种跨区域供销联动展销模式,既丰富了景区文旅业态,提升了游客游玩体验,也为各地农户、经营主体搭建了低成本、高流量的产销对接平台,有效破解农产品销售难题。”当地供销社相关负责人表示。

近年来,惠水县供销社积极创新服务载体,在九龙山景区常态化

布设固定供销服务网点的基础上,推行“固定网点+流动供销社”双线服务模式,将供销流通服务从乡镇村寨延伸至文旅景区,有效破解了优质农特产品、非遗文创产品展示少、销路窄、曝光低等突出问题。本次景区农产品集市,是惠水供销深化文旅融合、扩大供销品牌影响力、拓展助农增收渠道的重要实践,更是推动乡村产业发展的有力举措。

此次多地供销联动、政企协同办集,充分发挥了贵州省绿色农产品流通控股集团有限公司流通渠道优势和各县供销社基层服务优势,通过“文旅引流、供销搭台、农户受益”的模式,把景区人气有效转化为产业财气,真正实现了乡村产品走出山野、走进市场、走向游客。

下一步,惠水县供销社将持续深耕“供销+”特色模式,常态化开展流动供销社进景区、进社区、进城区、进小区、进商圈展销活动,持续深化与贵州省绿色农产品流通控股集团有限公司及周边县市供销社系统的联动协作,不断完善农产品城乡流通体系,拓宽黔货出山渠道,以精准高效的供销服务助力乡村产业振兴、带动群众持续稳定增收。