中国供销合作社 CHINA CO-OP

牢记嘱托再出发 奋力开创新局面

广安市供销社与佳木斯市供销社签订跨省战略合作协议
推动川黑两地优质农产品双向流通 实现互利共赢

为深化跨区域合作，畅通农产品产销流通渠道，赋能乡村全面振兴，10月29日，四川省广安市供销社与黑龙江省佳木斯市供销社成功签订跨省战略合作协议。两地供销社系统正式建立长期稳定、互利共赢的协作机制，搭建起南北互通、资源共享、产销联动的现代农业合作新平台，推动川黑两地优质农产品双向流通、双向赋能。

广安地处川渝合作前沿，特色农业产业优势突出，龙安柚、青花椒、大雅柑、蜜梨等特色农产品品质优良、市场认可度高，是川渝地区重要的特色农副产品供应基地。佳木斯坐拥广袤黑土地，是国家重要商品粮基地，优质大米、黑木耳、杂粮等“黑土优品”享誉全国，绿色、生态、优质的农产品资源得天独厚。两地农业资源差异互补、市场空间双向契合，具备极强的合作基础与发展潜力。此次供销战略合作，精准依托两地资源禀赋差异，打通南北农产品流通壁垒，实现川货北上、黑土优品南下的双向流通新格局。

根据合作协议，两地供销社创新构建多元化产销对接体系，整合资源推行“订单农业＋大宗购销＋商超直供＋电商直播＋展销推介”立体化销售模式。双方将共建标准化农产品直供基地、米业加工产业园与区域经销平台，统一农产品质量标准，建立全程质量追溯体系，严把食品安全关口，全力打造两地特色供销农产品品牌矩阵。同时，充分依托“832平台”等国家级电商渠道，结合线上直播带货、线下展会推介等方式，拓宽农产品销售半径，让两地优质农产品走出地域、走向全国。

此次协作设定清晰量化的发展目标，合作首年力争实现跨区域农产品购销签约5000万元，稳步推进市场深耕，全力冲刺年流通销售额突破1亿元。未来三年，两地将持续深化产业链合作，逐步建成集标准化种植、精深加工、仓储物流、终端销售于一体的全链条农业产业体系，推动供销合作从短期产销对接向长期产业共建转型升级。

为保障合作落地见效，两地建立常态化联动工作机制，实行季度对接会商、半年联席会议制度，对合作项目实行清单化管理、项目化推进、销号式落实。常态化沟通对接产销信息、解决流通难题、共享市场资源，持续优化协作模式，确保各项合作举措落地落细、见行见效。

近年来，广安市供销社持续深化供销合作社综合改革，不断夯实基层服务阵地，做强社有企业平台，成功打造农资联购分销、生鲜统一配送、学生营养配供三大特色服务体系，在助农增收、产业赋能、区域协作方面成效显著。此次与佳木斯市供销社跨省牵手，是供销社系统服务乡村振兴、畅通国内大循环的重要实践。

南北携手聚合力，产销互通促发展。下一步，两地供销社将持续深化资源共享、优势互补、产业共融，不断完善农产品流通体系，降低流通成本、提升产业效益、带动农户增收，以供销力量助力成渝地区双城经济圈与东北三江平原农业协同高质量发展，为乡村振兴注入持久动能。

沈仁平

供销进景区 好物迎游客
“游仙优品”亮相忆西游主题公园

□本报记者 吕婕 文/图



为深化农文旅融合发展，拓宽本土农特产品销售渠道，10月24日，四川省绵阳市游仙区供销社在忆西游主题公园布设特色农产品展销点位，将田间好物搬进文旅景区，依托景区客流优势，推介“游仙优品”，助力乡村振兴。

本次布展活动统筹多方资源，精心搭建供销助农展销平台。游仙区供销社邀请区内多种类别的本地代表性食品企业进驻现场驻点服务，并由工作人员现场讲解产品工艺、品质特点，为游客提供咨询、品鉴等配套服务。同时优选供销米粉、蜂蜜山楂条、青稞奶茶等“游仙优品”及供销朋友圈20余种特色零食集中亮相，既丰富展品供给，又充分展现游仙本土农特好物的特色与品质。

此外，游仙区供销社积极收集辖区各乡镇应季特色水果信息，并组织各基层供销社在展位驻点销售，把乡镇新鲜应季果品直接带到游客面前，打通乡镇农产品直达景区消费市场的通道。展销现场，各类农特产品整齐陈列，吸引不少游园游客驻足挑选、咨询购买，不少游客现场品鉴后，对游仙本土农特产品给予好评。

此次活动，是游仙区供销社探索“文旅＋供销＋农产品”融合新模式的一次实践。通过在主题公园设立展销点位，借文旅场景为本土农产品引流，既丰富了公园游览消费业态，也为涉农企业、基层供销社搭建起农产品展示销售的窗口。下一步，游仙区供销社将持续用好各类文旅平台，积极开展农产品展销推介，不断拓宽游仙农特产品销路，持续树立“游仙优品”品牌形象，切实带动农户增收。

老邻居公司正式启动连锁便利零售数字化系统升级改造

□本报记者 李吉明

为加快数字化转型，打通业务数据链路，全面提升运营及供应链管理效能，四川省老邻居连锁股份有限公司（以下简称“老邻居公司”）便利零售数字化系统升级改造项目正式启动。10月28日，项目启动会在成都召开。老邻居公司副董事长、总经理郭南雁，中标服务商青岛海石商用总经理姜成云参会并发言，双方就项目目标、实施计划、协同保障等事项进行安排部署。会议由老邻居公司财务总监李国友主持。

姜成云表示，本次项目是老邻居公司面向未来发展作出的重要规划，青岛海石商用将全力以赴、压实责任，配齐核心技术力量，细化实施节点，做好联调测试、上线保障和后续运维服务，稳扎稳打推进项目落地，用可靠的产品与专业的服务交出满意答卷。

郭南雁对姜成云一行的到来表示欢迎。她指出，此次系统升级改造项目，既是落实四川省供销社关于社有企业数字化转型战略部署的重要抓手，更是公司长远发展的必然需要。在当前行业整体承压的环境下，公司投入资金推进系统升级，充分彰显了深耕连锁便利赛道、坚持数字化赋能主业的坚定决心。她强调，本次升级不是对原有系统的简单修补，而是重构业务流程、打通数据壁垒、赋能门店经营、优化供应链体系的一次系统性变革。希望双方高标准、严要求推进项目实施，强化沟通协同，严守时间节点，做好风险预判与上线保障，兼顾系统先进性、稳定性和实用性。公司内部各相关部门要主动对接、密切配合，共同把项目做成经得起检验的标杆工程，以数字化能力驱动降本增效，助力公司稳健可持续发展。

老邻居公司领导班子、各部门及下属企业负责人，青岛海石商用管理团队及技术人员，通过线下及线上方式参加会议。

下沉一线“传经送宝”
南充市蓬安县供销社双向赋能夯实基层根基

为夯实基层组织根基，畅通县供销社与基层社沟通衔接渠道，近日，四川省南充市蓬安县供销社组织机关干部下沉基层社开展交流调研，坚持一线指导、双向取经，推动系统上下联动、互学互促，持续提升全县供销社系统服务质效与整体工作水平。

交流期间，蓬安县供销社坚持“指导与服务并重”，围绕农业社会化服务、农资供应、农产品流通等重点工作，深入巨龙镇、睦坝镇等基层社一线，通过实地察看、座谈交流等方式，面对面开展业务指导，帮助基层社理清思路、规范管理、破解难题；同时坚持“眼睛向下、甘当学生”，认真梳理基层社在组织农民、服务群众、发展电商物流等方面的好经验好做法，为改进机关工作提供参考。

针对交流中发现的部分基层社业务不熟、管理不精、力量薄弱等短板，蓬安县供销社明确了下步举措：一是健全结对指导机制，选派业务骨干对口联系基层社；二是搭建交流平台，定期组织基层社互学互鉴；三是推广基层社好经验好做法，示范带动整体提升；四是加强人才培训，通过以老带新、跟岗学习等提升队伍素质。

下一步，蓬安县供销社将持续深化与基层社的交流互动，坚持既送指导上门、又学经验回来，推动上下同频共振，携手推进供销合作社综合改革，为乡村全面振兴作出更大贡献。

许婷



制茶竞赛 “炒”出真功夫

日前，“巴渝工匠”杯重庆市第七届茶行业职业技能竞赛开幕，本届大赛由重庆市供销合作总社、重庆市人力资源和社会保障局、云阳县人民政府联合主办，100名选手同场比拼。本届竞赛对进一步壮大重庆市茶行业技能人才队伍、传承弘扬中华茶文化、激活库区茶产业发展动能、助推三峡库区特色产业高质量发展具有积极作用。

司瑞芹 摄

他山之石

跨越2000公里的一口“柴达木鲜”

“盛夏硕果满枝头，山海携手助丰收。正值柴达木枸杞丰产上市的关键时期，贵社积极响应国家东西部协作号召，践行江苏支援青海的对口帮扶使命，跨越千里、情系高原，倾情开展消费帮促行动……在此，格尔木市人民政府谨代表全市各族干部群众及广大种植农户，向贵社致以最诚挚的感谢和最崇高的敬意！”

10月10日，一纸来自昆仑山、寄给江苏省供销社的感谢信，道出了苏青供销跨越2000公里的山海情谊。

“高原红宝石”为何走不出戈壁滩

依托柴达木独一无二的生态禀赋，被誉为“高原红宝石”的鲜枸杞，活性营养留存远优于传统烘干枸杞，是青海冷凉农业中极具辨识度的优质单品。目前，当地枸杞种植面积达44万亩，有机种植规模25万亩，位居全国首位。

但是鲜枸杞外销困难，是行业内公认的实操难题，也是长期制约青海枸杞鲜果产业发展的关键。每年鲜枸杞最佳采摘销售周期仅30天，鲜果摘下后保鲜期仅有3至5天，且果实皮薄肉嫩，遇雨开裂、遇潮霉变、磕碰破损概率极高。同时，鲜果采摘要求严苛，仅每日7时至11时低温时段可采摘，且需带柄精准摘取，人工耗时大、效率低、成本高。多重限制下，扩大柴达木鲜枸杞供给规模存在较大瓶颈。

今年是我国开展东西部协作30周年，也是苏青东西部协作的第十个年头。针对柴达木鲜枸杞“品质优、出山难、售价低”的现实困境，江苏省供销社及所属苏合集团依托省级助农平台“鲜丰汇”，聚焦鲜果采摘、分选、保鲜、冷链、市场全链条堵点，联动江苏省对口帮扶青海省工作队、青海省农业农村厅、青海省供销社等单位，跳出短期带货的帮扶模式，打通采摘、分选、冷链、市场全链条堵点，一场跨越2000公里、两地供销相携的鲜果突围就此开启。

千里破局 供销人打通鲜果生命线

为啃下柴达木鲜枸杞“出山难”这块“硬骨头”，“鲜丰汇”团队先赴宁夏学习鲜果标准化运营、锁鲜储运、售后保障等全链条经验，同步编制标准化操作手册。而后深入青海格尔木、都兰枸杞主产区驻场调研，全面摸排产区产能、品种特性、上市节奏。

但现实并没有像预期的那样顺利。“同样的果实品种在宁夏和在青海，表现完全不一样。原先看好的品种，实地看下来个头、甜度、硬度都达不到标准。”江苏鲜丰汇运营管理有限公司营销总监李彬介绍，经过摸排，“鲜丰汇”团队筛选出一批戈壁有机基地，在保证枸杞鲜果硬度后，敲定收购的果子标准。

为确保鲜果顺利出山，在采摘环节，统一组织清晨低温时段采摘，并培训农户规范带柄轻摘、分级分选，推动鲜果收购价由干果每斤5元提升至18元。“起初，不少农户觉得流程烦琐、不愿配合，但当看到标准化采摘的鲜果实打实地多赚钱后，现在农户也愿意做鲜果了。”青海省供销社供销业务处副处长姬明华说。

在储运环节，“鲜丰汇”团队根据实际情况定制了适配鲜枸杞娇嫩属性的防压、锁鲜、防潮专属包装，并联合顺丰搭建冷链空运专线，形成“枝头采摘—即时分选—2小时极速预冷—低温封装—全程冷链”锁鲜体系，实现鲜果采摘后24小时内可抵达江苏，48小时就能端上长三角消费者的餐桌。这种规模化资源整合、统仓统配的模式，将包装快递综合成本压缩一半以上，打破了“鲜果难远行、远行必高损”的行业“魔咒”。

在短暂的黄金采摘期内，“鲜丰汇”50人直播团队进驻格尔木，在海拔3000米的昆仑山下搭建6个田间实景直播间，现场采摘、试吃、溯源，带动鲜枸杞跻身抖音滋补类直播当日前十，单场直播一小时最高成交千单。

这场跨越千里的助农攻坚，打通了一条“千里保鲜绿色通道”，截至9月已助销青海鲜枸杞15万公斤，销售额突破500万元。更可贵的是，项目沉淀出一套适配高原娇贵鲜果的标准化产销模式，为西部特色农产品出山富民提供了可复制、可推广的供销方案。

一场热销之后 山海协作如何实现长远振兴

渠道打通、标准落地、销量攀升，产区种植户真正尝到了山海协作的增收甜头。

依托柴达木鲜枸杞助销活动，农户不用再依赖干果兜底，田间采摘、分拣务工还能额外增收，亩均收益大幅提升，真正实现“一亩双收、提质增收”。此次整个助农过程为当地农户增收165万余元，带动上百人就业。“从来没有这么开心过，家里有70亩地，往年给商贩收走做干果只有10多万元的收入，今年在江苏专业团队的支持下收入多了20多万元。希望明年他们还能来！”一位农户激动地说。

激动之余，也有思考。一次热销如何变成“一直热销”？

长久以来，青海枸杞产业深陷“重种植、轻加工、弱流通”的困境。本次山海协作助农行动用终端销售倒逼产地升级，从零搭建起覆盖采摘、分选、锁鲜、包装、储运的全流程标准化体系。除了依托抖音、微信视频号等新媒体，开展为期一个半月的产地直播带货，还同步入驻淘宝、拼多多、京东等电商平台销售；在“鲜丰汇”平台开设鲜枸杞主题专区，联合“西部优选”平台开展产品预售，拓展工会采购、社区团购等销售渠道；联合顺丰开通冷链空运专线，构建“极速预冷＋低温封装＋全程冷链”锁鲜体系，实现鲜果采摘后24小时运抵江苏，快递综合成本降幅过半。

“柴达木鲜枸杞品质优良，市场发展潜力较大，适宜作为长期品牌培育项目持续推进。下一步，江苏省供销社将指导社有企业继续优化完善采摘、锁鲜、储运全链条标准化流程，加强市场化培育和品牌化运营，把柴达木鲜枸杞助销打造成苏青协作标志性成果。”江苏省供销社发展规划处处长杨帆说。

“这次苏青协作，进一步打开了覆盖面，打通了产销全链条，营销方式也变活了。最重要的是，这套模式是可复制的，今后青海省的其他农产品也可以沿着这条路走出高原。”姬明华表示。

立足十年苏青协作基础，两地供销社系统针对现存短板谋划务实长效举措。一方面，持续固化现有标准化操作流程，稳步推进区域品牌建设，稳定鲜果外销品质和口碑。同时，持续深化苏青供销联动机制，常态化对接供需两端，不仅服务枸杞鲜果销售，还将辐射带动冷凉蔬菜、特色林果等更多青海好物走出高原，搭建长期稳定的东西部产销帮扶通道。

十年山海携手，千里助农同心。一颗小小的“柴达木鲜”，是直面产业痛点、扎根田间实操、深耕长效赋能的深度探索，也是苏青协作的生动样本。

（中华合作时报记者 岳明明）