



中国供销合作社
CHINA CO-OP

牢记嘱托再出发

奋力开创新局面

全国供销合作社品牌建设典型案例选登

创造邻里间的美好生活

四川省老邻居商贸连锁有限责任公司助推供销合作事业高质量发展

2004年1月,四川省老邻居商贸连锁有限责任公司正式注册成立,是四川省供销合作社直属企业。

为进一步畅通“农产品进城”和“工业品下乡”双向流通体系,助推供销合作事业高质量发展,四川省老邻居商贸连锁有限责任公司实施“123”品牌建设方案,坚持为农为民服务“一主题”,紧扣品牌建设与经营管理“两关键”,弹好品牌发展“三部曲”,通过推进标准化服务、强化质量安全监管、重视线上线下结合、积极履行社会责任,提高了“老邻居”品牌统一化、便利化、数字化建设水平,增强了品牌价值和品牌知名度。2022年,“老邻居”品牌自有产品销售收入924.13万元,单品种类达50个,品牌会员数超85万人。

推进标准化服务 提升品牌建设品质基础

在创建品牌的过程中,公司坚持以“为农为民”服务宗旨作为品牌建设的主题主线,聚焦行业主营业务,用品牌思维引导管理,用群众路线指导经营,明确品牌建设的切入口和突破点,从而形成具有自身特色又行之有效的工作思路和工作方法。同时,紧扣品牌建设“强不强”和经营管理“好不好”两个关键,把品牌建设融入到企业经营管理的各个环节,以主业塑造品牌、以品牌发展主业,做到“两手

抓、两手硬”,使品牌建设成为企业经营硬实力和企业文化软实力相融互促的重要载体。

此外,公司围绕社区消费服务场景,深入开展“老邻居”品牌统一化、便利化、数字化三大提升行动,加速“工业品下乡”和“农产品进城”双向畅通。

公司现有375家网点做到了视觉识别系统、门店服务管理、营销推广活动的高度统一,切实增强了“老邻居”品牌的核心竞争力;创新开展社区新零售和团购业务,便于居民足不出户买到价廉物美的优质产品;大力发展线上商城,不断优化信息管理系统,升级服务器和智能硬

件,有效推动县域商业网络数字化连锁化转型,同时为下一步全面接入全省数字供销网做好了充分的准备。

公司聚焦为农服务主营业务,整合供应链上下游资源,通过合作研发和委托研发模式开发品牌自有产品,加强质量监管,建立健全“老邻居”品牌产品服务体系。“老邻居”品牌现有单品50个,涉及米、面、粮、油、糖、酒等多类生活必需品。公司建立了完备的生产管理体系和产品溯源体系,加强标准制定和引导落实,严格把控质量,保障产品安全,形成了“同质低价、同价优质”的自有品牌产品优势。2022年,公司实现自有品牌产品销售收入924.13万元,在形成一定的经济效益的同时也产生了良好的社会效益。

重视线上线下结合 增强品牌建设发展基础

公司坚持以为农为民服务宗旨,根据民生消费需求,结合企业经营指标,开展丰富的线下营销推广活动。同时,充分发挥移动电商的消费促进作用,立足新消费群体的

网络消费场景,加强线上品牌宣传。此外,公司积极参加成都消费券活动,利用消费惠民措施发挥品牌价值,增强用户黏性,提升品牌曝光率。截至2022年底,“老邻居”品牌已发展会员85万人,其中线上会员超30万人。

在此基础上,公司积极落实公有制企业社会责任,持续增强“老邻居”品牌的社会公益价值。疫情期间,公司努力保障民生商品市场供给,受到了各级党委、政府的高度肯定。“老邻居”品牌获得了良好的社会口碑,在大成都区域及省内部分州市都具有较强的市场信任度和消费吸引力。

“老邻居”坚持“高品质、优服务、低毛利”经营策略,坚持“城市与农村并重、以城市社区和农村新区为主,直营与加盟并重、以直营引领加盟”的拓展路径,加快推动全省连锁经营网点布局,坚定不移地做大做强日用消费品及农副产品连锁经营主业,不断提升“为农为民”服务能力,充分展示供销合作社为农服务和合作经济的新风貌,弘扬供销合作社文化,促进供销合作事业高质量发展。

本报记者 李艳综合整理

什邡市供销社： 开展全域无垃圾治理活动 助力城市创建更精细

□本报记者 高高山 李鹏飞

为进一步改善城乡环境卫生面貌,连日来,四川什邡市供销社充分凝聚合力,下沉一线开展全域无垃圾治理活动,推动全国文明城市、国家卫生城市创建工作精细化、常态化、长效化。

活动中,党员干部分别到“双报到”联系金河南路社区、马井镇同心村及“包街包片”永丰巷,开展全域无垃圾治理活动。他们顶着炎炎烈日,穿着红马甲,手持扫帚簸箕、铁锹铁钳等工具,一路清扫落叶、捡拾烟头、铲除垃圾、挪移停放不整齐的电动车辆,一个个忙得不亦乐乎,为周边居民树立了良好

榜样。沿途商铺、住户也纷纷加入其中清扫门前的灰尘。经过大家分工协作,相互配合,同心村周边道路面貌焕然一新。

据悉,根据相关工作落实机制,什邡市供销社班子成员带头实地参与,发现问题立即反馈、跟进整改,对于工作中存在的难点、重点,现场及时协调解决。

下一步,什邡市供销社将持续落实长效机制,创新宣传方式,做好爱国卫生宣传引导工作,树立居民群众主人翁意识,努力形成共建共治共享的党建引领基层治理新格局,营造文明和谐的良好氛围。

广元市利州区供销社： 有效发挥桥梁纽带作用 推进建设为农服务综合平台

一直以来,四川省广元市利州区供销社坚持为农服务根本宗旨,持续深化供销合作社综合改革,积极拓展服务领域、创新服务方式,有效发挥桥梁纽带作用,推进为农服务平台建设,为乡村振兴提供了有力支撑。

提升为农服务能力。通过盘活闲置社有资产,优化资产配置,在市主城区投资建设占地2.97亩的大石供销社农产品仓库,通过配置智慧冷链保鲜仓储设备,建成县域农产品冷链仓储集采集配中心,满足农产品筛选、分拣、组货、冷藏、存储和展示等功能。结合区域内片区划分和辐射带动作用发挥,积极推进与村集体经济组织和头部专合社的联合合作,建立区域性为农服务中心,让供销社的组织优势和专合社的服务优势有机结合,有效解决了供销社为农服务能力不足的问题。

健全社有企业为农服务网络体系。认真落实好《利州区村(社区)和村(社区)集体经济组织实行委托代理记账办法(试行)》,为全区14个乡镇(街道)155个村(社区)、43个村集体经济组织、62个村小组和农民专

合社、家庭农场等新型农业经营主体提供会计核算、税务代办等服务。助推农业可持续发展、绿色发展和农业现代化,按照“村组信息采集—基层社收储—社有企业回收转运—第三方公司处理利用”的模式,形成集销售、回收、利用和宣传推广为一体的废弃农膜(农药包装物)回收利用处置体系。

探索供销社系统“产供销”农村经营性服务。按照“整合资源、畅通渠道、搭建平台、运行协调”的思路,充分发挥公有制社会主体的主渠道作用和“统”的优势,积极开展“产供销”社会化服务,积极引导服务专业户作为补充力量,贴近小农户,服务城市消费群,打造利州区农副产品从生产—加工—仓储—物流—消费—生产闭环运行的为农服务综合平台。挖掘村(社区)工作人员的工作潜力,引导他们不仅要为群众提供公共服务,还要积极参与到集体经济组织、合作社和其他社会主体承担全区农副产品生产销售环节的运营管理工作。同时用好供销社系统富余人员,发挥好为农服务“国家队”作用。王忠烈



专项监督 守护粮食安全

8月24日,在四川省内江市东兴区粮油储备公司,纪检监察干部正在查看粮食存储情况。

今年以来,东兴区统筹各纪检监察组织、职能部门力量,紧盯耕地保护和粮食生产、收购、储存、管理、销售等重点环节开展专项监督,构建上下联动、左右协同的全链条立体监督网络,切实守牢粮食安全底线。特约记者 唐明润 摄



百香果如何变“金字招牌” 广西壮族自治区北流市供销社三级物流网做好“土特产”文章

立秋时节,广西壮族自治区北流市新圩镇河村供销合作社百香果基地内绿意盎然,果香四溢。“再过一个月就是百香果的丰产期,基地、物流园、电商公司的工作人员已经做好了充分准备,迎接百香果的大量上市。”北流市供销合作社业务股股长莫勇说。

北流市素有“中国百香果之乡”的美誉。近三十年来,从零垦栽植到规模连片,从坐等收购到直播销售,从一产种植到农旅融合,百香果逐渐成为农民增收致富的“甜蜜事业”。依托“电商+物流公司+基地+合作社+农户”模式,北流市供销合作社在助力北流市做好“土特产”文章上,交出了“供销答卷”。

一个基地示范带动

“近几年,随着老百姓对百香果营养价值的认识、网络技术和物流行业的发展,北流百香果产业得到了迅猛发展,逐渐成为了当地的新兴产业、支柱产业。”莫勇说,2020

年,农业农村部正式批准对“北流百香果”实施农产品地理标志登记保护,北流市供销合作社借此契机,将发展百香果产业作为供销合作社助力“三农”工作的重要抓手,围绕进一步做好百香果这一“土特产”文章,设立以市社党组书记任组长,其他党组成员任副组长,各股室具体分工的百香果产业专班。

“我们以百香果示范基地为突破口,持续放大百香果产业辐射带动效应。”莫勇介绍,通过与新圩镇党委、政府多次共同调研,结合本地气候条件和区域位置,北流市供销合作社在河村成立村供销合作社,引进电商龙头企业广西东云农业投资有限公司联合打造300多亩河村供销合作社百香果基地,通过基地带动周边乡镇农户进一步规范种植百香果。

再过不久,基地种植的“钦蜜9号”即将上市。莫勇介绍,自当地人种植百香果以来,百香果品种经过不断地改良换代,已经由三年结一次果转为年年结果,极大提高了

种植效率。但是,面对不断变化的市场,基地从未停止新品种、新种植技术的研发步伐。依托广西农业科技生物研究技术研究院的技术力量,基地前后试种了黄色百香果、紫色百香果等十多个品种,其中“钦蜜9号”品种已成为市场上广受消费者欢迎的“明星”品种。

基地一边持续研发新品种,一边派出由10名农业专业技术人员组成的技术指导小队,进村入户现场指导教学。从选点布局到肥料调运再到示范种植,技术指导小队逐一为种植户解决百香果种植中遇到的难题。同时,依托“新农人”系列培训班,邀请学员入驻基地,对学员进行“百香果种苗繁育、种植栽培、采收、加工、销售、品牌建设”全产业链技术培训。

“目前,通过河村供销合作社百香果基地的示范带动,已有15家农民合作社(公司)参与到百香果的种植管理中,2000多名高素质农民为产业发展提供了人才保障。”莫勇说。

三级网络走向全国

“九分甜一分酸,甜甜蜜蜜,破开直接吃,不用再加糖……”炎炎烈日下,主播将直播间搬到了河村供销合作社百香果基地内,沉浸式直播吸引了大量观众围观、咨询。

近年来,北流市大力发展农产品电商,借助各大电商平台宣传、销售当地优质百香果。在当地政府的引导下,北流市供销合作社抢抓电商机遇,联合电商龙头企业广西东云农业投资有限公司,以“电商+物流公司+基地+合作社+农户”的运营模式,进一步提升“北流百香果”知名度与影响力,助力北流土特产成为面向全国的“金字招牌”。

“2022年,我们销售了3000万斤百香果,主要通过天猫、京东、拼多多等平台销售。”莫勇介绍。镜头前,主播热情地向观众推介百香果;镜头后,一颗颗已经成熟、香气四溢的百香果从各村的田

间地头采摘下来后,便运往村级综合服务站,再由村级综合服务站运往各乡镇服务中转站,最后汇集到北流市集采集配中心,按照电商订单给出的信息,打包发往全国各地。

“依托中国邮政北流市分公司、广西桂系达乡村通物流有限公司等多家快递服务,北流市供销合作社搭建了‘市—镇—村’三级物流双向配送服务网络。”莫勇表示,近年来,北流市供销合作社深化供销合作社综合改革,贯彻落实自治区、玉林市和北流市决策部署,推进北流市农村物流高质量发展,全力开展供销合作社县域流通服务网络建设提升行动,建成县域集采集配中心3个、乡镇服务中转站1个、村级综合服务站170个,其中,县域农产品集采集配中心为农产品通过电商平台上行提供了基础保障。

位于桂龙物流园的北流市集采集配中心现场一派忙碌。在分选机器上,一个个百香果沿着分选带,根据重量大小,被分选到不同的框子中,工人们忙着打包、贴快递单、

发货。据莫勇介绍,每天约有2万件百香果订单。2022年,北流市百香果网销额达4.1亿元。今年1月至6月,百香果网络零售额达1.4亿元。“市—镇—村”三级物流双向配送服务网络为中小电商降低了快递成本,提高了电商的效率。

如今,这个曾被当地农户唤作“鸡蛋果”的百香果成为了名副其实的“黄金果”。依托该产业,当地又开启了农耕文化体验、果园采摘等乡村旅游活动,百香果在“补链”“强链”基础上,进一步“延链”。

作为书写北流市“土特产”文章中的供销力量,莫勇表示,下一步,北流市供销合作社将充分发挥职能作用,不断深化百香果及其他相关特色产业在冷链、仓储、物流及产品市场营销和品牌建设等领域的合作,共同推动相关企业和农民合作社的高质量、跨越式发展,进一步做强产业链条,激发内生动力,带动更多小农户增收致富。

安赛 叶冰