



中国供销合作社
CHINA CO-OP

牢记嘱托再出发

奋力开创新局面

展现新时代四川供销力量——系列报道之一

成都市龙泉驿区供销社： 在发展中谋转型 在创新中坚守为农服务初心

编者按：

党的二十大报告提出，全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。作为长期根植农村、服务农民的生力军，供销合作社在推动乡村振兴和农业农村现代化中起着越来越重要的作用，正受到越来越多关注。近年来，四川省供销社系统牢记“为农服务”根本宗旨，不断完善农业社会化服务体系，助力乡村振兴取得了一系列成就。即日起，本报推出系列报道《展现新时代四川供销力量》，聚焦“为农服务”实践下的“好经验”“好做法”“好事迹”。

刚过处暑，酷热难熬的天气到了尾声，产于成都市龙泉驿区柏合镇长松村的“八月桃”一经上市，便为人们送上一缕甜蜜与清凉。

“龙泉驿一年四季花不断。”龙泉驿区供销社副主任王强聊起本地区域优势时，脸上挂满了笑容与喜悦。

龙泉驿区位于成都城中地带，幅员面积557平方公里，不仅交通方便，各类自然资源丰富，当地的产业链条也相对完整，区政府更在政策方面大力支持，加之与周边的郫都区、双流区紧密连接，多方形成合力，使得龙泉驿区供销社蹚出了一条用心服务“三农”、壮大农村集体经济发展的新路子。

供销社是时代洪流中屹立不倒的农村“纪念碑”，也是许多老农人的青春记忆。1952年成立的龙泉驿区供销社也随着历史的滚滚车轮迈步往前走，但面对市场经济的冲击，供销社运作举步维艰，改革压力大，如何解决前路之难？

不抛弃不放弃：

解决老员工生活难处
接稳接力棒扛起新担当

“2006年之前包袱都很重啊。”

王强语重心长地说道。在这一年之前，社里有职工面临下岗，有退休或待退休的，还有残疾或带病的，更有老供销人在供销社系统干了一辈子，他们的未来何去何从，生活谁来保障？老员工陆续离开，新员工还未见踪影，供销社后面又该如何经营？

为此，龙泉驿区委、区政府伸出援手，不仅在政策上予以支持，更投入大量资金，加大力度保障“老弱病残”及退休职工的生活维持，带领供销社实现“转亏为盈”。

“你不可能放任他们在社会上无依无靠，供销社就是他们的家。”王强坚定地说，龙泉驿区供销社将每一位职工当作亲人，每年都为退休职工购买社保补充医疗保险，并做好退休职工慰问工作，在去年开展了春节慰问、因病住院的退休职工慰问。

“新老交替”是供销社发展中的必经阶段，安顿职工晚年是供销社应尽的职责，但新员工更是供销社繁荣发展的“中坚力量”。王强表示，2010年以前，供销社招纳新人一般通过内部职工介绍；最近几年的招聘方式变化较大，根据企业对人才的需求，通过公开招聘方式来增加

人才储备，这样的阳光招聘为供销社的进步注入了新鲜血液。

谈及人才队伍建设，王强说，未来还要进行竞聘上岗，有能者居之，让下一届供销社稳稳接好接力棒，让供销社大跨步跟上时代向前进。

不仅如此，为了更好地发扬供销社系统的“扁担精神”和“背篓精神”，传承供销社历史文化，社里还经常带着新员工去洛带古镇的供销社文化长廊进行教育培训，使其了解供销社作为城乡经济纽带的连接作用，继续深耕主业、保障供给，激励他们奋发图强、积极进取，成为乡村经济发展的主力军。

71年的坚守：

打造服务新窗口
新时代焕发新活力

龙泉驿区供销社完成从“守摊人”到“服务者”的转变，至今已历经71个年头。随着城市化进程的加快，加之近百年不间断地经营，造就了该社为农服务不忘初心、砥砺前行勇于进取的供销新局面。

在龙泉驿区供销社下属的洛带供销社，“用一生奉献供销社”的洛带供销社主任张先魁正在如数家珍地介绍社里资产，比如街边的饭店、药房、卤菜店等，还一一指着店铺招牌说，“上面有供销社的图标”，言语中充满了自豪。

在社有资产“蓄园停车场”，张先魁表示，这个停车场原先是个酱品厂废弃的危房，后期依托市社综合改革项目，并结合洛带古镇的停车需求，将其排危改造。经整合资源扩建后，停车位达到70余个，在去年已实现收入24.17万元。这样的举措，是社里盘活闲置资产、探索资产经营新思路的突出体现。

视线回归到位于洛带供销社下属红光村基层社的漫香庄园农业产业园里，小路两旁的绿油油的柑橘

向阳生长，风吹草动，散发着阵阵清香。红光村供销社总经理吕仪凯谈到生物防虫和绿肥种植时，更是津津乐道，“在柑橘两旁种植光叶紫花苕，既能作为柑橘的绿色肥料，又能在一定程度上缓解虫害发生，更绿色环保。”

与此同时，“庄稼医生”正在田间地头观察农田情况，以便于为农民提供用药指导及种植技术咨询，让农户用肥用得放心；而龙泉驿供销社人通过为农民提供农机设备租赁、农技培训等服务，推动周边农业发展，加强基层组织建设，提升服务“三农”能力。

“谈发展不能只谈发展，要在服务中发展，在发展中为农服务。”王强认为，如果一味守着旧资产出租维持生计，只突出“守”而无“新”，跟不上时代就会被淘汰，必须敢突破，在竞争中求生存，在服务中谋发展。

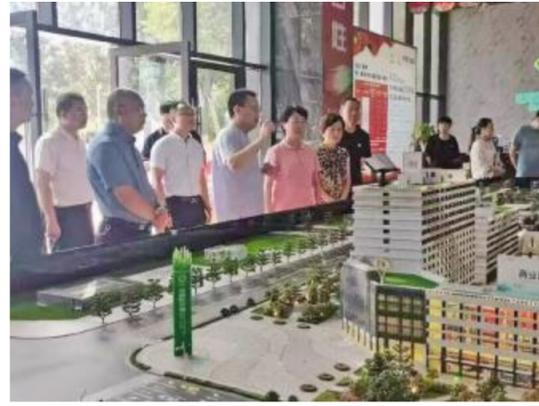
在前进的道路上，龙泉驿区供销社将旧资产改造成新资产，以实现资产的保值和增值，同时规范社有资产管理；认真落实农资网点专人专管，定期检查网点，确保农资产品安全；更从源头上杜绝假冒伪劣农资上市，保护农民合法权益；通过“农民+微信小程序+直播+消费者”相结合的模式，将龙泉驿“水蜜桃”的招牌远播海内外，形成农户和消费者双赢局面，彰显为农服务担当。

王强表示，未来，龙泉驿区供销社将响应时代号召，跟上城市化进程的脚步，因地制宜，发挥优势，向城市供销社方向发展；同时将在养老育小上再作贡献，向社区共建深入，增加社区与居民之间的沟通与交流，为社区居民提供更好的服务；继续展现“守正创新”的时代担当，更加具有创新性与带动性，在为农服务中发挥更大作用。

梁星桐

创优争先 力争进入“第一方阵” 内江市委常委、组织部部长苟小莉到市供销社调研

□蒋文 本报记者 丁明海 文 / 图



近日，四川省内江市委常委、组织部部长苟小莉到市供销社开展调研。

苟小莉首先到内江市供销社机关看望干部职工，详细了解市供销社党组织建设、干部队伍和供销社综合改革情况。随后到中国农批城·内江农副产品综合批发市场和西南再生资源产业园开展实地调研，详细了解了农副产品交易、冷链仓储、废旧农膜回收加工等情况。

苟小莉对内江市供销社在深化供销社综合改革、服务“三农”工作中取得的成绩表示肯定，对干部职工人心思进、人心思干的作风表示认可。她指出，供销社是

服务“三农”的排头兵，近年来在农资供给、农产品流通、乡村人才培养以及现代农业发展上发挥了越来越重要作用。她强调，要以目标任务为导向，聚焦主责主业，创优争先，力争进入全省、全市综合考核“第一方阵”；要以全市重点工作为主线，整合各方资源，在保障粮食安全、农村面貌改善、废旧农膜回收处置等工作上取得新成效；要以“四六五”工程为统领，强化党建引领，将供销社独特组织优势切实转化为实际治理效能，助力乡村振兴发展大局。

内江市委组织部常务副部长陈学兵、市委组织部副部长陈千良及相关负责人参加调研。

四川省供销农资集团 企业新版 LOGO 上线

□本报记者 李艳文 / 图



四川省供销农资集团（以下简称：集团）已走过60余年的辉煌历史，积淀了丰富的文化资源，逐步形成了具有企业自身特色的文化体系。进入新时代，随着集团

为农服务实践的持续深入，企业文化不断注入新动能、新活力、新元素。为传承和发扬好川农文化，引领并赋能企业高质量发展，持续加快推进企业文化建设，近日，集团发布了企业新版 LOGO，并总结提炼形成了新时期企业核心理念，集中展示了四川农资产人的文化印记和精神气质。

集团新版 LOGO 由 LOGO 图形、集团中文简称“四川农资”及对应英文简称三部分组成。

LOGO 图形内的“N”蕴含“农”“资”两字拼音首字母大写“N”“Z”的形象，与外形圆圈“O”相连融合一体时，整体映射出“四”“川”两字形象；套红的圆圈“O”，如同东方升腾的旭日，寓意四川农资充满活力、朝气蓬勃、奋发向上，寓意四川农资产人热情奔放、踔厉奋发、笃行不怠。

中文简称“四川农资”，字体为米氏书法体，端庄秀丽、行云流水，LOGO 形象更个性化、辨识度较高；英文简称“SICHUAN AMP”为“四川农资”对应的英文简称，体现了企业国际化经营的特点。

据了解，集团将新时期企业核心理念高度提炼概括为“善农、联农、利农”6个字。善农、联农、利农，是环环相扣、层层递进、内

在衔接、相辅相成的有机整体，是四川农资新时期企业使命、愿景、精神和经营理念等的集中体现和高度浓缩。

——善农，意为四川农资扎根天府沃土，十年如一日躬身农业，精耕细作、善作善成，致力于把为农服务做精做优，做成看家本领，把企业做强做优，做成中国西部最具竞争力的现代农业综合服务商。

——联农，意为四川农资作为社有企业，充分发挥合作精神，海纳百川荟四方英才，结伴而行、互惠共赢，纵向联合产业链上下游，共建融合发展“生态圈”，横向联合各类涉农经营主体，共建抱团发展“共生圈”。

——利农，意为四川农资坚持市场化运作增强企业竞争力，创造更高农业价值，厚植为农情怀，践行社会责任，做到让利于农、助农扶农，促进共同富裕，为乡村振兴积极提供川农方案、贡献川农力量。

集团相关负责人表示，今后，集团还将持续多渠道、多形式开展新 LOGO 的推广和应用和“善农 联农 利农”的宣贯，进一步发挥企业文化在集团转型发展中的引领、激励、凝聚和辐射作用，不断增强集团经营管理的“软实力”，提高企业的核心竞争力，促进集团持续健康发展，最终达到文化管企、文化兴企的目的。

全国供销合作社品牌建设典型案例选登

强化品牌建设 打造“中国农资”金字招牌 中农集团为全面推进乡村振兴作出积极贡献

□本报记者 胡斌

品牌，是企业重要的无形资产，不仅是企业竞争力的综合体现，还是企业人格化的象征。中国农业生产资料集团有限公司（以下简称：中农集团）在七十多年的发展历程中，始终坚持“为农服务”的根本宗旨，践行“根植大地、服务三农”的工作理念，通过几代中农人的苦心经营和倾力打造，“中国农资”这块金字招牌下各类产品和服务惠及全国20余个省市自治区，年均服务耕地面积超过9000万亩次，已在广大农民群体和行业中享有了较高的知名度、美誉度和影响力。

中农集团在长期品牌建设实践中，以“中国农资”为核心，打造了一批具有自身特色、有着良好信誉度的企业品牌和产品品牌矩阵。中农集团旗下有效注册商标共1026个，“中国农资”是国内农资流通行业唯一冠以“中国”字样的品牌，具有唯一性和独特性。“中国农资”是中农集团最宝贵的无形资产，连续多年被中国农资流通协会评为“中国农资最佳渠道品牌”“中国农资流通企业综合竞争力百强”第一名。

中农集团一直高度重视品牌建设，积极参与“供销品牌创建行动”，从制度建设、内控管理、农资打

假、对外宣传等多个维度发力，着力提升“中国农资”品牌建设软实力。

聚焦农业需求，打造了中农特色的农业社会化服务品牌。中农集团按照统一形象、统一规划的原则，将各板块分头领办的现代农业服务中心、庄稼医院、测土配肥站等服务机构，统一命名为“中国农资·服务中心”。突出了“中国供销合作社”标识，结合“中国农资”元素综合设计品牌形象，包括店面、宣传车体广告、工作服装、安全标识、产品及服务宣传资料、包装袋等设计。目前已建成2万多个基层服务网点和线上服务平台，构成中农集团的农业社会化服务体系，有效帮助农业增产、农民增收。同时加快构建“数字中农”，在云端树立“中国农资”品牌形象。

坚持正本清源，出重拳打击农资假冒伪劣。持续多年开展农资打假行动，维护农民利益。在配合市场监管等行政部门打假、提高农民辨别假能力能力的同时，加强内控管理，所有肥料包装袋实行集中采购、统一管理，注重依靠科技，事前防假。已建立了行之有效的产品追溯体系，在肥料、农药、种子等产品包装袋上印制二维码，实现了“产品可识

别、状态可记录、信息可查询、去向可追踪”，为杜绝假冒伪劣产品流入市场筑起了一道坚实的“防火墙”。累计印制化肥二维码追溯包装袋4000余万个，农药二维码追溯包装袋2000余万个，种子二维码追溯包装袋700余万个，做到“一瓶一码、一袋一码”，97%的产品可追溯至县级经销商，3%的产品可追溯至零售商或终端用户，有效规避了市场中假冒伪劣产品给中农品牌造成的不良影响。在基层门店调研中，经销商和农户都对“中国农资”的产品过硬质量予以充分认可。

密切媒体联动，加大在主流媒体的宣传力度。中农集团积极整合各业务板块宣传力量，积极构建“一盘棋”的大宣传格局，集中对外发出中农声音。加强与媒体的联络，建立起良好的合作关系。进一步提升了“中国农资”品牌知名度和影响力。

提升国际视野，品牌走出国门迈出了新的步伐。中农集团牵头的中国进口钾肥联合谈判小组与国际钾肥供应商谈判，持续保持了在中国全球钾肥市场“价格洼地”的优势地位，新达成的2023年度钾肥进口合同约定新的标准氯化钾进口价格

为CFR307美元/吨，较2022年合同价格下降283美元/吨，同比下降48%，进一步彰显了“中国农资”的责任担当。农药板块的国际化取得了新进展，拥有自主知识产权的原药品种已推广至美国、澳大利亚等40多个国家。中农立华2023年发布新的国际品牌，以崭新的国际形象经略全球市场，为“中国农资”走出去厚植品牌根基、积累发展经验。

积极履行社会责任，巩固企业良好的社会形象。在部分地区遭受洪涝、干旱等灾情后，中农集团第一时间组织调拨储备化肥、农药、种子，组织专业农技人员指导灾后抢种，最大程度挽回损失。积极开展定点帮扶，通过专项资金、党费捐赠、消费帮扶、项目建设运营等，帮扶安徽省潜山市和江西省安远县、寻乌县实现脱贫致富，助力当地乡村振兴。仅在寻乌县一地，累计投入资金近3000万元，“中国农资”品牌已在当地政府和农民心目中树立起了良好的形象。

中农集团将继续聚焦主责主业，谋求新发展，注入新内涵，让“中国农资”品牌成为口碑相传的金字品牌，为全面推进乡村振兴、加快建设农业强国作出应有贡献。