



中国供销合作社  
CHINA CO-OP

# 牢记嘱托再出发

# 奋力开创新局面

## 达州市供销社： 聚焦“三链”建设 助力城乡融合发展

为顺应城乡融合发展新趋势，四川省达州市供销社系统充分发挥“一头连农民、一头连市民”的独特优势，把农产品产供销一体化作为“富裕农民、服务市民”的重要抓手，通过做实生产链、畅通流通链、拉长服务链，积极为全市“米袋子”“菜篮子”“肉盘子”产品价稳量足贡献供销力量，有效有力推进乡村全面振兴。

### 做实生产链 助推农民增收致富

建设高标准基地。结合达州区域资源禀赋和产业发展特点，围绕花椒、蓝莓、黄花、食用菌等特色农产品，采取“龙头企业+合作社+基地+农户”的模式，实行协议价或市场保底价收购，推进标准化、规模化、绿色化生产示范基地建设。全市供销社系统建成自营蔬菜种植基地4.8万亩，战略合作基地23万亩，联姻的农民专业合作社和家庭农场50余家，带动农户5.8万多户，年均增收2300元以上。

培育供字号品牌。顺应个性化、多样化的消费需求，主动承接“巴山食荟”区域公共品牌运营管理工作，以花椒、蓝莓、黄花、食用菌、茶叶等特色品牌农产品为重点，开展无公害、绿色、有机农产品认证，培育供字号特色农产品，实现由卖产品向卖品牌转变。组织全市83家农业龙头企业、211种产品成功申报“四川

扶贫”集体商标，前三季度销售扶贫农产品3260万元，同比增长13.4%。延伸深加工链条。坚持多方联动、多层合作、多元发展，以绿色发展为导向，以科技创新为支撑，统筹抓好特色农产品初加工和深加工，构建集生产、保鲜、烘干、加工、收储、物流、销售于一体的全产业链。全市供销社系统已建成花椒、蓝莓、黄花、米线、面条、调味品等加工企业(产业园)6个，培育加工企业11个，吸纳务工农民600余人，形成产业附加值2.8亿元。

### 畅通流通链 做强做优城市保供

拓展流通网络，培育骨干企业。加强产地市场、集配中心、农贸市场、生鲜超市、中央厨房等建设，积极构建联结产地到消费终端的农产品市场网络。采取层级合作、股份合作、资源合作等方式，培育了达州市巴山食荟科技有限公司、达州市巴山食荟农业发展有限公司等一批社

有农产品骨干流通企业。建成城乡直供直销网店(点)63个，农产品配送中心8个，特色农产品展销中心6个。前三季度农产品产销对接实现销售额7.34亿元。

发展农村电子商务，打造电商发展高地。围绕破解“农产品进城”和“工业品下乡”双向流通不畅难题，坚持线上线下融合发展、网销网销同步推进、物流配送一体建设，推进农村电子商务发展。相继上线运行“达州菜篮子”“达州供销商城”等5家电商平台。市、县供销社共同入股，组建达州市供销网优电子商务有限公司，统筹运营全市供销社电商资源，搭建供销社系统市级电商平台，对接总社电商平台，打通了本地农产品线上销售渠道。

创新中央厨房，打造精细配送中心。整合资源，创新“生产基地+中央厨房+N”的产销模式，推行基地直采、净菜加工、冷藏保鲜和物流配送一体化服务。省、市、县三级供销社共同入股组建达州珍品农产品有限责任公司，引导全市有市场竞争力的农产品基地、农民专业合作社、加工销售企业建立营销合作联盟，建成3000余平方米的中央厨房仓储配送中心，配备专业冷链物流车辆10台，为全市100多家学校、酒店、机关食堂提供放心食材精细、精准配送。

### 拉长服务链 提升市民美好生活指数

建立溯源体系，保障市民“菜篮子”安全。完善食品安全追溯制度，

建立商品“来源可查，去向可追”的质量追溯体系，采集记录产品生产、流通、消费所有环节信息，从采购到配送实行闭环式服务，保障市民食品安全。组建成立达州市巴山食荟农业发展有限公司，建立从农户到厨房的全流程溯源保障体系，开展大宗粮油贸易和生鲜配送业务，为达州市26所学校提供安全可靠的食物来源，2023年销售额超过8000万元。

实施社区直配，实现田间到餐桌“零距离”。加快城市生鲜超市和便利店建设，以基地直采、独立包装、分箱装、冷链直达的方式将新鲜、免择蔬菜直运便利店。建成“路程最短、果蔬最鲜、价位最廉、健康有机”的城市社区时尚果蔬便利店30个，推进蔬菜配送进社区(小区)。

拓展供销服务领域，圆市民亲山亲水“田园梦”。全市供销社系统着眼乡村振兴新要求，满足市民休闲、娱乐、体验、康养新需求，积极推进集实景体验、休闲康养等为一体的山水田园建设，满足市民亲山亲水“田园梦”。通川区供销社以“川浙携手、产业共兴”为抓手，流转土地1万亩，聘请专家高起点规划，建成了集蓝莓科普教育、酵素推广、产品展示于一体的秦巴蓝莓现代农业园；宣汉蓝莓谷按4A级景区标准，融“互联网+农业+文旅”一体打造，建成高标准蓝莓产业基地3000亩，配套建设乡村旅游步道、民宿木屋、儿童游乐园、恐龙园等景观，建成“山水田园旅游综合体”，树立了供销社服务市民新形象。

蒋永飞 丁明海

## 乐山市市中区供销社： 积极助力彝乡蜂蜜走出大山

为巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，近日，四川省乐山市市中区供销社及相关企业负责人一行赴峨边彝族自治县勒乌乡开展结对帮扶活动，当好对口帮扶地区优质农产品推荐官。勒乌乡因地制宜，采取“合作社+公司+电商+农户”模式带动村民增收致富。市中区供销社一行实地参观了马井村养蜂场，详细了解养蜂产业发展情况。参

观过程中，市中区供销社有企业负责人与蜂场负责人就蜂蜜养花期、养殖、产蜜以及产品的加工、品牌建设等进行了深入交流。座谈会上，市中区供销社表示将进一步发挥供销社系统优势，依托“天府乡村”公益品牌、“嘉供优选”品牌等，进一步拓宽蜂蜜销售渠道，激活村集体经济造血功能，推动蜂蜜走出大山、走进更多百姓家。

杨梅

## 泸州市龙马潭区供销社： 做优“供酒”品牌 铺就助农致富路

四川省泸州市龙马潭区供销社坚持以企强社的理念，将传承与创新结合，打造“醉清风”社供酒品牌，带动基层社发展和农民增收。

重品质创品牌。与泸州白酒产业投资集团合作，将精选优质高粱，纯粮固态发酵，全程智能酿造的清香型白酒作为供销社专销产品，推出“清风”“清欢”“清尊”等10多个品类系列白酒，打造“醉清风”社供酒品牌。拟对全区符合条件的门店统一打造品牌店门头，规范店面货品摆设，提档升级。组织基层社、群众代表30余人次回厂巡游，联合农业农村局、市场监管局定期对产品进行抽检，确保产品质量。

降成本提效益。社供酒品牌以“老百姓喝得起的好酒”为宗旨，开发复古情怀的光瓶、散装酒

以及受年轻人青睐的小瓶装酒等品类，价格在8元至200多元不等，严格控制人员、包装、运输等费用，降低产品成本。区内线下建立直销网点130多家、线上通过美团24小时同城15元起半小时内免费配送到家。成员合作单位共同打造抖音直播，降低物流成本，网络体系建成后，预计实现年销量达5吨以上，年销售额100万元以上。

让利润带增收。为更好实现品牌推广，产品实行先货后付的方式，在130多个销售网点铺货；在区内知名餐饮门店开展“醉清风，醉泸州”主题的免品赠酒活动20场，让利消费者。今年1—9月，已完成社供酒省内外销售1500余件，新增就业岗位25个，为农户年均减少支出5000余元。

李毅

## 绵阳市盐亭县供销社： “三融”模式激活乡村振兴新动能

□本报记者 王金虎文/图



近年来，四川省绵阳市盐亭县供销社坚持党建引领，以建设组织融合、经营融合、创新融合“三融”新型基层供销社为抓手，不断提升基层供销社能力，促进新型基层供销社建设和村集体经济发展壮大，创新模式，为盐亭县文旅产业发展注入新活力，助力乡村振兴。

### 组织融合 绘写发展“底色”

围绕实现景区服务有载体、村集体收入有平台、供销社发展有资源的共赢目标，一是“扬长”，合股共建服务阵地。按照“供销+村集体+

平台公司”三方合作模式，在文同诗竹园景区和螺祖故里景区，盐亭丝路源文旅公司盘活游客接待中心，提供“超市”经营场所。盐亭县供销社指导永泰镇、螺祖镇供销社出资承接装修和设计，并协调优质供应商供货，占股30%；当地村集体负责经营、管理，占股70%，合股共建“供销社超市”2家。二是“补短”，“景超”共建服务团队。整合村、企人员，破解景区服务、管理人员短缺，超市人工成本高等问题。在螺祖故里景区，一方面吸纳当地群众就近就业，增设公益岗位1个，吸纳丝路源文旅公司1名员工兼职负责超市日常维

护、运营，既解决了就业问题又节约了成本。另一方面与景区、当地基层供销社、当地群众等组建景区志愿服务队，开展志愿服务、交通疏导、文明监督等服务。三是“三权”分离助发展。推动所有权、法人财产权和经营权分离，建立制度规范管理，破解股东之间权责不清晰等问题。基层供销社和丝路源公司作为供销社超市的所有人，全面负责对超市进行监督和指导，确保超市运行高效合规；赋予超市运营主体——村集体经济组织经营权、管理权，全面负责企业经营和管理，预计实现村集体收入16万元。

### 经营融合 绘写景区“特色”

围绕当前景区发展短板，立足景区放眼盐亭，确保超市有收益、游客得便利、文化能传播。立足游客需求，打造多样功能区。当前景区存在重要节假日时段承载游客量大，景区内无生活便利店等问题，为方便游客出行，重点销售水、纸杯、纸巾等游玩出行必需品。科学功能分区，设立临时休息区、免费饮水区、免费寄存行李区、应急医药窗口等区域，解决游客休息、就餐、饮水等难题，为游客提供多样便利。立足文化底蕴，巧设多样体验区。螺祖故里景区和文同景区，具有深厚的历史文化底蕴，两地年接待游客达37万余人次，供销社结合螺祖文化、文同文化、乡村文化建立文创产品、土特产品销售

专区，以景区内标志性景点、螺祖文同故事等设立冰箱贴、旅游画册销售区域，为游客提供特色商品，丰富游客“购”的体验。立足党建引领，共建三支服务队。针对景区矛盾、景区投诉、景区救助，以供销社为阵地，与县司法部门、当地党委政府、村“两委”等多方共建调解队、监督队、帮帮队等三支服务队，在景区内形成上下同抓、一贯到底的以游客为中心的服务导向工作格局，提高景区服务质效。

### 创新融合 绘写盐亭“亮色”

文化“嫁接”，共画创新景。融合供销文化、文同文化、螺祖文化、乡村文化打造集党建、服务、宣传、购物为一体的新型销售阵地，同时开展“微展览”“小课堂”等活动，展览宣传供销历史、供销社党建等，提升景区游客的体验感。活动“互联”，共玩新花样。供销社作为基层供销社服务群众的载体，联合当地村集体经济组织，在当地发展竹笋、桑叶酒等订单“产业”，因地制宜在景区内重要时间节点举办竹笋宴、桑叶宴、龙虾宴等活动，同时联合景区举办闯关有奖游戏活动，让游客高高兴兴而归。研学“互动”，共提内涵度。盐亭县供销社积极对接县域内中小学，在县教体局的大力支持下，通过基层供销社积极承办各类景区研学活动，以文化输出丰富学生的精神世界，2024年计划组织开展研学活动24场，服务学生300人次。



## 浙江省江山市供销社： 织密农产品物流配送“一张网”

浙江省江山市供销社探索发展“农产品收购平台+农产品配送平台”的县域农产品物流配送体系建设，将社有企业流通服务体系建设与“供富大篷车”为流通载体的民生项目相结合，在发展社有企业的同时，解决了山区农产品流通不畅“卖难”问题，蹚出了一条符合江山市情民意的“第四方物流”农产品集采集配发展之路，织密了农产品物流配送体系“一张网”。

### 建平台塑品牌 提升农产品配送“主渠道”

2023年，江山市供销合作社收购成立浙江江山供销农产品有限公司，具备安全检测、冷链仓储、物流配送、展示展销、电子商务平台等6大服务功能。为学校、机关企事业单位等开展食材集采集配业务。江山市供销社在江山市上余镇五程村建设2000平方米以上运营场地，搭建一个自主可控和深入参与市场竞争的农产品配送基地。服务功能涵盖农产品分拣、农产品安全检测、农产品冷链仓储、农产品物流配送、农产品存储库、农产品电子商务等。江山市供销社注册农产品流通领域自有品牌“江悦农”，筛选打造出一批特色鲜明、质量过硬、具

有强劲竞争力的“土特产”品牌。

### 抓民生补短板 畅通乡村末端物流“主干道”

开展农产品进城服务，解决“卖难”问题。江山市供销社提供农产品上门收购服务，实行“点对点”现场收购、现场结清费用，然后回城分拣、检测、包装、销售。目前，在全市开通服务线路9条，覆盖15个乡镇200余个行政村，设立村级农产品固定收购点57个，村级收购团队和企业运营团队近80人，累计助农增收近1000万元。特别是立足蜂农“追花逐蜜”特点，服务辽宁、云南等13个省市江山蜂农近4000户，年收购蜂产品3500多万元，形成了辐射全国联农共富服务网络。

开展日用消费品下乡服务，解决“买难”问题。江山市供销社在开展农产品上门收购的同时，开展日用消费品下乡服务，包括为有需求的群众代购日常生活用品、食品及常用药品(处方药品除外)等。开展农资农技进村服务，解决“问难”问题。针对山区农户在种植养殖过程中遇到的难题，配备专家下乡农技推广和农药化肥配送“大篷车”各1辆，已运送850车次2610吨农资，惠及3000多人。

浙讯