



中国供销合作社
CHINA CO-OP

牢记嘱托再出发

奋力开创新局面

第十三届四川(彭州)菜博会将于11月22日启幕 “供销专区展示”将集中展示蔬菜全产业链上的亮点特色

□本报记者 胡斌

近日,第十三届中国·四川(彭州)蔬菜博览会(以下简称:菜博会)新闻发布会在四川省新闻发布中心举行。据悉,菜博会将于11月22日至26日在彭州市天府蔬香博览园举办,为期5天。

菜博会迄今已成功举办十二届,是现代蔬菜产业发展对外合作的重要载体。本届菜博会将以“天府粮仓,智创菜博,彭派山水,蔬式生活”为主题,以“专业会展+永不落幕的蔬式生活”为理念,持续擦亮成都彭州川菜金字招牌,建设中国西部菜都,巩固发展“北有寿光、南有彭州”蔬菜产业格局。

记者从会上了解到,本次展会还特别设置了“菜立方”蔬菜全产业链展、蔬菜种业科研创新示范展、蔬菜现代设施农业大棚展、新品种大田地展、高标准农田景观展、数智菜博云端展6

大板块,将集中展示蔬菜产业链上下游的新技术、新产品、新成果、新项目,突出智慧农业在蔬菜产业中的应用。同时,本届菜博会将吸引国内外龙头企业、种植大户、合作社、家庭农场、展示展销,广泛邀请行业专家、学者、科研院所、大专院校以及专业经销商、采购商、渠道商参观洽谈,以展会友,挖掘商贸合作新机遇。

此外,本届菜博会将联动中国国家地理·中华遗产“最中国”市集、安踏儿童、Sally鸡、SnowPeak、交个朋友电商学院、璞玉研学等资源,深度梳理在地文化,持续开发彭州区域公用品牌价值,开启跨界合作。

为增强群众的互动体验,本届菜博会还将通过设置互动体验、举办特色活动等方式,使参展者可以亲身参与、体验蔬式生活中各个环节,结合蔬香理想村

业态,在商业合作与招商方面,积极寻求与国内外知名企业的合作机会,持续开发菜博会+的商业价值。

“本届菜博会将设置乡村农旅消费场景,让游客在参观菜博会的同时,也能体验到乡村田园的魅力和农耕文化的乐趣,以菜为媒,拉动新场景体验与消费。”中国蔬菜流通协会常务副会长陈明均在发布会上表示。此外,“彭派蔬式生活季”策划了蔬式音乐现场、蔬式露营节、蔬式研学嘉年华、最中国蔬菜市集、彭州微笑艺术摄影展、无人机表演等各项文化活动,旨在为游客打造沉浸式的参观体验,全方位展现彭州独有的文化魅力和乡村风情。市集区域汇聚超过100个展位,融合文创精品、地道美食、新鲜蔬菜及独特的后备箱市集文化。同时,还将邀请网络红人歌手与彭州本土曲艺人,共襄音

乐现场,推出一场场视听双重享受的盛宴。

据记者了解,本届菜博会,四川省供销社将担任指导单位,四川省蔬菜流通协会作为承办单位之一,四川省农产品经营集团有限公司作为执行单位之一,通过参加组委会活动和承办“供销专区展示”活动,并邀请省内外蔬菜种植基地、加工企业、科研机构、农业合作社等参展,集中展示四川省蔬菜流通协会会员单位和供销社系统单位在生产保供、社会化服务、冷链物流、基地品牌、市场流通、对外交流合作等蔬菜全产业链上的亮点特色,进一步增强四川省蔬菜流通协会的行业影响力和服务能力,促进四川省农产品经营集团等企业的农产品业务体系建设,为助推“川菜”产业高质量发展贡献供销作为。

四川省代表队在第四届“武夷山杯”全国评茶师职业技能竞赛中取得历届最佳战绩 喜报! 2个全能奖、2个单项奖 四川省供销社组织的6名选手参加了总决赛

□本报记者 胡斌 文/图



近日,全国行业职业技能竞赛——第四届“武夷山杯”全国评茶师职业技能竞赛总决赛在福建省武夷山市成功举办。四川省供销社组织6名选手参加了总决赛。经过两天的激烈角逐,四川代表队共获得1个全能赛特等奖(成都市一周目文化传播有限公司牟宇)、1个全能赛优秀奖(宜宾职业技术学院李丽霞)、2个单项赛三等奖(宜宾职业技术学院蒋斌、四川省旺苍职业中学王祥森),创历届参赛最好成绩。

本次总决赛,来自全国16个省(区、市)的87名评茶精英同台竞技,进行巅峰对决和精彩比拼。参赛选手都是从全国各地的初赛、复赛中脱颖而出,评茶精英。比赛设置了职工组全能赛、单项赛两个竞赛项目,采取理论

知识考试和现场技能操作考核相结合的比赛形式,考核选手的茶叶感官审评、制茶学等相关内容,以及茶形辨识、香味排序、品质审定、对样评茶、茶艺设计等5大模块技能。

参加本次比赛的四川省代表队是在四川省供销社、四川省人力资源和社会保障厅联合主办的四川技能大赛——四川省第三届“供销工匠杯”评茶员职业技能竞赛暨第四届“全国评茶师职业技能竞赛”四川省选拔赛中选出的优秀选手。四川省选拔赛结束后,依托四川省贸易学校组织选手进行了赛前集训,在助力选手参加国赛取得优异成绩的同时,也搭建起了省级茶产业职业技能交流和选拔平台,集中展示了茶产业职业技能人才风采,有力推动了四川省茶产业绿色高质量发展。

四川省仁寿县供销社： 打通供销四个“环” 走好乡村振兴路

近年来,四川省眉山市仁寿县供销社坚决贯彻中央、省市决策部署,聚焦为农服务主责主业,持续推进综合改革,通过“建阵地、招销路、保供给、优服务”等举措,全面提升“三农”服务能力、服务水平,在现代农业发展、乡村振兴中发挥出重要作用。

制度“建环”,供销治理“有活力”。一是建立“双线运行”机制。仁寿县供销社针对社有企业,深入推进“县供销社指导管理一条线,资产管理公司经营服务一条线”双线治理模式,进一步理顺社企关系,把控社有企业为农服务方向,形成社企分开、上下贯通、整体协调运转的现代供销治理体系。二是强化制度体系建设。紧盯社有资产处置、企业投资、股权合作、财政资金使用和干部队伍监督管理等重点领域和关键环节,逐一修订完善相关制度,形成《县供销社内部制度汇编》,筑牢防范风险、持续发展的制度屏障。三是推进企业转型升级。与县属国企锦锐公司合资组建富泽乡村服务公司,全面激活原有供销社社点为农服务动能,建成以富泽公司为总揽、乡镇(街道)联结、村(社区)布点的县乡村三级供销服务体系。

资源“循环”,三社合作“有阵地”。一是组织联建。采取“村两委+供销合作社”的“村社共建”方式,建立村级供销社22个,吸收社员1700余名,推广村“两委”与供销社交叉任职,盘活闲置办公阵地,实行“三社”集中办公,推动村级供销社、合作社、信用社“三社”深度融合。古佛社区成立全市首个村级供销社,复合村供销社作为基层社发展先进典型在全省作交流发言。二是经营联动。整合专合社资金、村集体经济资产、信用社贷款授信三方面资



源,建立“合作社提需求、信用社出资金、供销社保销路”机制,在县供销社社有企业带动下开展“生产+生活”“政务服务+供销”“农机+劳务”等多样化业务,服务群众3000余人次,全县村级供销社年运营收入突破1000万元。三是利益联结。合作社以固定资产、县供销社、农户以现金分别入股村级供销社,集体与个人按比例收益分红,信用社按期收息,推动“三社”与农户成为生产经营“利益关切者”。

产销“闭环”,农副产品“有销路”。一是打造特色农业品牌。系统性打造“仁寿果”区域公用品牌,全县农产品包装统一标准、统一标识、统一使用,推动“文官枇杷”“曹家六月雪梨”“虞丞丞甜果”等特色农产品“出县出川”。文官枇杷、曹家梨成功纳入《中国农耕农产品记忆索引名录》,文官枇杷跻身全国首批农产品品牌索引名录。二是建立数字销售渠道。加大与京东、淘宝等电商平台合作力度,利用商业智能BI

技术推动产品销售数字化,在5个试点村建立电商销售平台,拓展线上线下渠道12家,促进试点村农特产品触网销售,实现每公斤农产品销售价增加0.5元。三是强化县域配送体系。依托绿源农资、民心日杂、瑜蓝粮油等企业优势,建设集采集配中心3个,拓展镇、村销售网点10个,延伸终端销售链条,打造“1+10+N”农资、日用品配送网络。创新商品配送方式,大力推广电话预约、送货上门等方式,打通产品配送“最后一公里”。

服务“融环”,农业发展“有支

撑”。一是做强社会化服务。在汪洋、钟祥等5个镇建设为农服务中心,统筹区域农机资源,围绕水稻、油菜等大宗农作物“育、耕、种、防、收、烘”多环节提供农业社会化服务,累计投入各类农业机械2000台(套)次,年农业社会化服务面积超8万亩。2023年仁寿县获评全省农业社会化服务典型县。二是推广良技良法。依托“五谷园专合社+村级供销社+种植大户”开展农业技术融合服务,深入田间地头

开展农业技术培训,覆盖上千人次;打造枇杷大棚种植示范园1个、柑橘示范园区5个,为农户提供全程管理方案和专业技术指导,预计实现农产品增产20%。三是保障农资供应。加强对农资、日用品企业的指导,利用与生产厂家、大型企业长期合作的渠道优势,积极衔接货源、扩大储备,确保各类农资、日用品供应充足、价格稳定。打造经营部网点400余个,辐射全县27个乡镇(街道)及周边4市7县,年农资销售额超1.5亿元。

王婷文/图

随着2024年夏秋之际河南、广东基地的落子,连同之前在四川眉山、黑龙江哈尔滨的仓储建成使用,四川省供销社旗下的四川川供天下农业发展有限公司(以下简称:川供天下)在全国农产品供应链领域的强势布局及数字化赋能,推动全国供销社系统内形成农产品供应链“一盘棋”的格局获得了重大进展,这家成立不到3年的供销企业也由此成为全国供销社系统农产品“入湾出海”发展潜力巨大的主力军之一。

川供天下系四川省农产品经营集团的全资子公司,是四川省供销社提升为农服务能力、建设农产品供应链体系的重要组成部分。2023年5月12日,川供天下在眉山市青龙场正式启动了首个仓储基地——眉山青龙场仓储基地,该基地仓容达3000吨,为公司物流和供应链管理奠定了坚实的基础。作为该公司发展的起点,这一仓储基地的启用不仅为公司提供了必要的物理空间来存储和管理库存,更为后续业务的拓展奠定了坚实的后勤保障。

随后,川供天下布局全国供应链的步伐不断加快。2023年11月28日,哈尔滨泽深库的开库收粮标志着公司正式迈出了深入原粮主产区收粮的第一步。该库容达2万吨,是川供天下在粮食收储领域的重要布局,进一步巩固了公司在原粮贸易市场的地位。

进入2024年,川供天下的业务拓展更是亮点多多。4月11日,河南商水收储库开库收粮,库容高达10万吨,主要用于河南小麦、玉米的收储。这一举措不仅扩大了公司的收储能力,也标志着川供天下正式进入10万吨量级货源方序列,此举被认为是为该公司未来业务发展提供了强有力的支撑。7月,川供天下与福建普桦公司合资组建广东川供天下农业发展有限公司,这被视为四川省供销社推动“川果”“川菜”等四川农特产品“川货出川”迈出的崭新一步,也是川供天下加速引领川货出川,并逐步辐射粤港澳大湾区、东南亚等地,助推全省农产品通江达海的重要一步。

据介绍,在完成上述供应链建设的基础上,川供天下还将进一步优化布局,与多省市供销社系统合作,共同建立区域商联动机制,通过召开联席会议等方式,推动业务合作、项目共建、资源共享,促进骨干网与省域网、省域网与省域网融合对接。围绕服务京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝经济圈等城市群,布局形成华北、华东、华中、华南、西南、西北等若干个农产品供应链网。

通过数字化赋能,搭建川供天下农产品供应链公共服务平台,实现系统内各类物流资源数据化管理。加强信息整合,推动系统内农产品供应链“一盘棋”发展。并积极对接国家相关政务平台,为政府宏观调控和食品安全追溯提供数据支持。

与此同时,川供天下的业务版图也在不断拓展。4月12日,公司正式启动了鸡蛋配送业务,进一步丰富了公司的产品线和服务范围。而在随后的几天里,该产品更是动作频频:4月15日,首批直供深圳市农产品集团公司的20吨土豆正式发车,标志着川供天下与深农集团的合作迈出了实质性的第一步;4月29日,首车阳光玫瑰葡萄发往福建海峽果品批发市场,当日即实现清柜;5月12日,川供广州江南市场联营档口开始销售首批进口榴莲,随后又于5月23日试车后首次挂牌进入昆明金马市场,开启榴莲销售新进程;5月29日,该联营档口又迎来首批进口山竹的销售热潮。

在电商平台方面,川供天下同样表现出色。6月6日,公司京东生鲜直供业务单日销售突破50万元大关,彰显了公司在电商领域的强劲势头和巨大潜力。

此外,川供天下还积极布局粮食运输领域。6月11日,河南周口港中心办公室正式挂牌成立,主要负责周口港粮食航运业务。该点位的设立不仅标志着川供从粮食贸易扩展到粮食运输领域迈出重要一步,也通过周口港这一重要交通枢纽大大增加了公司的年交易量。

由此,川供天下在过的一年多时间里实现了从仓储基地建设到多元化业务拓展的全面突破。

业内人士认为,该公司凭借强大的供应链管理能力和丰富的产品线及优质的服务质量赢得了市场的广泛认可。更重要的是川供天下供应链布局的加速及业务的多面拓展,不仅让川货受益,更是以川供天下布局全国多地的供应链为基础,多个省级供销社产品经营企业共同携手,充分发挥全国供销社一张网优势,强化供销社系统企业优势互补、信息共享、资源统筹、协作联动,开创供销社农产品供应链发展新模式,带动全国供销社系统农产品“入湾出海”。

汪子尧 熊九蒙

川供天下加速供应链布局

全国供销社系统农产品“入湾出海”再添生力军