

中国供销合作社
CHINA CO-OP牢记嘱托再出发
奋力开创新局面乡土好物汇聚 “川供集市” 点亮烟火盛宴
四川省供销社以城市公园场景, 让众多乡土好物出深山入市井

□本报记者 冯庄 实习记者 秦智城 柳安阳 文 / 图

7 月 10 日至 12 日, “川供集市·四季惠民聚蓉城” 活动在成都百花潭公园银杏广场举行。作为“川供集市进公园” 系列第二站, 本次活动汇聚四川省 201 款乡土好物, 将山野农味、非遗匠心引入城市休闲空间, 以供销为纽带打通城乡产销渠道, 绘就助农惠民、城乡互通的民生画卷。

本次活动由四川省供销社、成都市供销社、成都市公园城市建设管理局指导, 四川省供销社投资集团有限公司主办, 四川省农产品经营集团有限公司承办, 联动四川川供天下农业发展有限公司等社有企业及雅安、内江、会东等多地供销社聚力开展。活动创新打破传统展销模式, 落地城市公园场景, 让市民在家门口就能选购全省各地优质农特产品, 切实落实便民惠民、助农兴农服务理念。

内江供销社展区满是家乡风味, 黄老五花生酥、资中血橙糕、老式麻饼、梨花酥、黑芝麻酥、无花果冻干等特色零食整齐陈列, 俘获不少市民味蕾。“这些都是我们内江人从小吃到的地道味道, 酥而不粘牙、软糯无渣, 口感区别于市面普通品类。” 四川甜城供销社有限责任公司总经理阳陈现场介绍道。据了解, 该公司已依托供销社线上抖音店铺、微信小程序及线下体验店, 实现血橙线上销量 130 吨、销售额 40 万元, 线下门店及小程序累计销售超 37 万元, 用全渠道模式让内江乡土好物走出本土、走进蓉城、走向全国。

凉山州会东县展区自带山野清冽香气。一杯杯杯好的老鹰茶引来爱茶市民驻足品鉴。除特色茶饮外, 蚕丝被、豆腐乳、皮蛋、松子、七彩洋芋等会东标杆农产品悉数亮相, 全方位展现当地特色产业成果。会东县供销社党组成员、理事会副主任李文平介绍, 作为四川省重要的蚕桑产业基地县, 全县 4100 户养蚕户

与供销社深度绑定, 供销社提供蚕房建设补助、蚕种蚕药供给、种植养殖技术指导全流程服务, 同时实行保护价收购机制, 彻底解决养蚕户产销难题, 年收购蚕茧 2 万多担, 对应农户直接现金收入约 5600 万元。“此次是会东农特产品首次走进成都公园展销。” 李文平表示, 本次参展既是展示本土原生态农产品, 更是学习省属社有企业、兄弟县市在品牌运营、包装设计、渠道搭建的先进经验。今后将依托文旅融合发展的思路, 用好用活供销社集市, 拓宽农产品销路, 真正发挥供销社服务“三农” 的作用。

雅安供销社展区尽揽川西山林风味, 蒙顶山羊肚菌、千佛菌等山珍干货, 山椒手剥笋、蒜香脆笋酱、汉源花椒油、手工辣椒酱、蒙顶甘露精酿等“五雅” 特色农产品香气扑鼻、品类丰富。雅安供销集团副总经理、四川田舍益家公司董事长余静现场推介, 本次参展产品均为雅安代表性特色好物, 全方位展现雅安山水孕育的原生态农产品魅力。余静说, 在助农拓销与产业发展上, 雅安市供销社依托基层供销社与城市消费合作社联动机制, 深度结盟重庆市九龙坡区供销社, 将雅安农产品引入重庆市场; 积极加入上海市供销社产业联盟, 推动雅安特色物产及四川多地农特产品入驻长三角市场, 稳步实现“走出川西、走向全国” 的发展目标。同时坚持基地直采模式, 通过线上线下平台、产销对接会精准推广汉源车厘子等特色果蔬, 以短链路、高效率带动农户稳定增收。

本次集市特设的非遗展区, 自成一方雅致天地。成都市新都区巧帆棕编专业合作社推出的国家级非遗新繁棕编, 让市民近距离感受传统手工艺的独特魅力。依托八道精细工序打磨的嫩棕叶制品, 兼具



防潮耐用、环保定型的优势, 涵盖首饰配饰、家居日用、文创箱包、特色摆件全品类。祥云扇、熊猫元素“蓉嘟嘟” 背包、状元帽、棕编首饰等产品琳琅满目, 既保留传统工艺底蕴, 又贴合现代生活需求。其中核心产品“蓉嘟嘟” 融合四川熊猫 IP 与新繁棕编技艺, 连续两年入选四川省、成都市伴手礼五十强, 兼具实用性、艺术性与收藏价值。“我们坚持传承与改良双向发力, 既要让非遗好物走进寻常百姓家, 也要守住传统文脉、代代相传。” 新都区巧帆棕编专业合作社工作人员朱敏介绍, 合作社长期面向学校、手工爱好者开设棕编手工体验课, 常态化开展非遗普及传播活动, 让古老手艺在创新活用中焕发新生。

本次集市还汇聚多家省属社有企业优质好物, 品类丰富, 质优价廉。四川川供天下农业发展有限公司带来有机玫瑰系列制品、手工米花糖、手撕兔、菜籽油等民生好物; 天府兴供销社供应链公司推出多款供销社专属白酒、青梅酒; 供销社电商公司聚焦助农初心, 甄选凉山深山蜂蜜、香菇、葛根粉等原生态山货, 所有货源均为从

农户直收、深山直采, 主打原生态、平价、高品质。老邻居连锁、天府粮仓酒业、四川省蔬菜流通协会等参展单位, 带来米面粮油、休闲零食、生鲜干货、特色酒水等百余款民生产品, 覆盖市民日常消费全场景。结合公园早间老年客群居多的特点, 参展产品精准适配大众养生、日常家用需求, 让惠民服务更贴合民生所需。四川供销社电子商务有限责任公司市场专员陈维表示: “供销社商始终以助农惠民为核心, 依托直采直供模式, 省去中间环节, 让市民买得放心、农户赚得安心。”

家门口的乡土好物、触手可及的烟火温情, 让本次集市收获市民满满好评。家住附近的陈大爷满载而归, 笑意盎然: “不用奔波下乡, 在公园散步就能买到各地正宗农货, 这样的惠民活动应该多举办!”

活动承办方相关负责人表示, 公园集市承载着供销社扎根“三农”、助农惠民的初心, 让藏在川内各地的乡土好物走出深山、走进市井。未来, 四川省供销社系统将继续在烟火流转间, 书写城乡共富、物产互通的供销新答卷。

畅通城乡双向流通
全面助力乡村振兴——宜宾市叙州区供销社召开
“城乡直通车” 运营工作会商会

为深入贯彻落实上级关于城乡流通体系建设的工作部署, 充分发挥供销社服务“三农” 桥梁纽带和流通主渠道作用, 切实破解农产品“卖难”、群众“买贵” 等民生难题, 近日, 四川省宜宾市叙州区供销社牵头组织辖区涉农企业、商贸流通企业、自媒体运营主体等, 召开“城乡直通车” 运营工作会商会, 精准研判当前运营形势, 统筹推进城乡双向流通服务提质增效。

会议聚焦“城乡直通车” 常态化、规范化、便民化运营目标, 围绕当前运营工作重点、难点问题开展集中会商、深入研讨。参会各方结合自身行业优势和经营实际, 重点就创新运营模式、拓宽产销对接渠道、优化配送订单路线、强化数字赋能应用、加大宣传推广力度等关键环节交流经验、共享信息、共商对策。

会上, 各市场主体积极发言、坦诚交流, 主动对接供需资源, 打破行业信息壁垒, 有效打通了企业之间、产销之间、线上线下之间的协作通道, 进一步凝聚起政企联动、业协协同、多方共建的工作合力, 为下一步“城乡直通车” 高效稳定运营理清了思路、明确了路径、夯实了基础。

此次会商会有效整合了全区农产品产销、商贸流通、新媒体推广等优质资源, 进一步健全完善了“农产品上行、工业品下行” 双向流通体系。通过搭建共建共享合作平台, 持续压缩流通环节、降低流通成本, 让本地优质农副产品出村进城、畅销增值, 让物美价廉的日用品、工业品、农资产品进村入户, 切实惠及广大农村群众。

叙州区供销社相关负责人表示, 下一步, 该社将以此次会商会为契机, 认真梳理会议成果, 细化工作举措, 完善运营方案, 持续抓实抓细“城乡直通车” 各项工作。同时, 不断深化与各市场主体的联动合作, 依托数字化手段赋能传统流通产业, 持续畅通城乡双向流通渠道, 全力解决群众急难愁盼问题, 助力农业增效、农民增收、乡村振兴。

丁明海 朱卓颖

严守财经纪律 筑牢廉洁底线
什邡市供销社召开财经纪律工作专题会议

□本报记者 李鹏飞

近日, 四川省什邡市供销社召开财经纪律工作专题会议, 进一步严明工作纪律、压实岗位责任, 规范单位财经管理工作, 筑牢全体干部职工廉洁履职底线。

会议强调, 财经纪律是党纪国法的重要组成部分, 更是供销社规范日常运转、干部职工廉洁履职的核心底线与根本准则。

会议指出, 当前财经工作标准化、精细化、法治化建设标准持续提高, 上级专项检查、巡

察整改、日常财务核查等各项工作要求愈发严格, 全体干部职工要提高政治站位, 深刻认识严守财经纪律的重要性与严肃性, 杜绝松懈麻痹思想, 严守工作规矩。各股室负责人要切实扛起主体责任, 层层传导压力, 逐级压实责任, 及时将会议精神达到到每一名干部职工。同时紧盯财务工作关键环节, 补齐管理短板, 常态化规范财经工作流程, 以严谨务实的作风推动全社财经工作合规有序、提质增效。

供销社跨界卖奶茶?
江油“供销奶咖” 让老招牌飘出新茶香

□罗蓉 符庆乐 本报记者 吕婕文 / 图



近日, 四川省江油市供销社跨界推出自有奶茶品牌——供销奶咖, 在江小供饮品店打造的上世纪 80 年代风格柜台旁搭起现代饮品操作台, 实现“怀旧场景 + 新潮口味” 的破圈融合。从老冰棍到新式茶饮, 江油市供销社以跨界创新让老招牌焕发新活力。

本次新增经营品类包含酸奶饮品、各类固态奶制品、新式果茶、咖啡、休闲茶饮等系列产品 50 余种。新增饮品业态与现有农特产品展销、社

区食堂业态深度融合, 实现客流互通、资源共享、业态互补。

其中, 饮品主打牛油果甘露、杨枝甘露等鲜果现制爆款, 更以江油市非遗老鹰茶为基底推出厚乳拿铁。同时, 发酵 17 小时的老皮子酸奶凭借绵密拉丝的口感也成为人气单品。

记者在现场看到, 饮品店的旁边就是供销社超市, 超市内, 江油肥肠、中坝酱油、老鹰茶以及各乡镇土特产应有尽有, 不少消费者选择顺路逛一逛。

育好供销“领头雁” 绘好乡村振兴图
内江市东兴区供销社以人才赋能乡村振兴思想铸魂固本
厚植为民服务初心

思想是行动的先导。东兴区供销社坚持把理论学习摆在队伍建设首要位置, 搭建多层次、常态化学习平台, 筑牢干部职工思想根基。依托党组理论学习中心组、支部主题党日、职工政策课堂等载体, 逐条研读涉农、供销领域政策文件。

持续深化以农为本服务理念教育, 引导全体干部职工读懂供销社的职责使命, 不断增强扎根乡村、服务农户的责任感与使命感, 推动党的创新理论入脑入心, 切实把理论学习成效转化为投身基层一线的内生动力。

拓宽引才渠道
优化基层人才梯队

针对基层供销人才力量薄弱、结构单一问题, 东兴区供销社双向拓宽纳贤渠道, 持续优化人才队伍结构。一方面, 紧抓村“两委” 换届契机, 综合考量综合素质、干事创业意愿、产业带动能力, 吸纳优秀村干部充实基层供销力量, 发挥村级干部贴近农户、熟悉乡情的领头作用; 另一方面, 深化与辖区农业专业合作社联动合作, 广泛吸纳种养能手、产业带头人、返乡创业能人加盟基层供销体系, 把乡村本土“田秀才”“土专家” 吸纳进为农服务队伍, 全方位补齐基层人才短板, 持续夯实基层供销社服务根基。

乡村振兴, 关键在人, 根基在队伍。为深入贯彻落实乡村振兴战略部署, 四川省内江市东兴区供销社锚定为农服务根本宗旨, 将干部队伍建设作为服务“三农” 的抓手, 通过思想铸魂、引才聚智、练兵提能、下沉实干四维发力, 持续锻造一支懂农业、爱农村、爱农民的供销铁军, 为全区农业增效、农民增收、农村发展注入源源不断的供销动能。

精准练兵赋能
锤炼过硬服务本领

伴随现代农业发展, 农户对农业社会化服务的专业化、多元化需求持续提升。东兴区供销社靶向开展分层分类业务培训, 常态化更新干部职工知识储备, 全面提升专业服务硬实力。

培训课堂精准对接农事需求, 邀请农业技术专家、农村电商运营能手现场授课, 课程覆盖农资施用、农作物管护、农产品品牌营销、电商直播带货等实用技能。同时坚持“实践育人、一线练兵” 理念, 有计划地安排年轻干部下沉镇村调研、参与驻村帮扶, 在田间地头积累实操经验; 充分发挥资深老同志的经验优势, 建立“老带新” 传帮带机制, 以老骨干带青年干部, 实现全系统服务能力整体提升。

下沉一线实干
把服务送到田间地头

脚下沾有多少泥土, 心中就沉淀多少真情。东兴区供销社全面践行

“一线工作法”, 推动干部队伍常态化下沉镇村、田间、农户家中走访调研, 面对面摸清农业生产痛点难点, 实打实解决群众急难愁盼问题。立足田家镇、高梁镇特色种植养殖产业资源, 联合镇村两级共同谋划基层供销社建设、农业社会化服务落地举措, 精准匹配地方产业发展需求。依托系统资源优势牵头建成东兴区区域为农服务中心, 整合农机作业、农资供应、农技指导等一站式服务资源, 服务覆盖种植面积 5000 余亩, 有效降低农户种植成本、提升生产效率, 实实在在帮助农户实现增产增收。

东兴区供销社相关负责人表示, 下一步, 该社将持续深化高素质干部队伍建设, 紧紧围绕乡村振兴重点任务, 不断创新人才培养模式、拓宽惠农服务渠道、升级为农服务载体, 持续夯实基层供销服务网络, 以过硬人才队伍支撑供销合作社综合改革走深走实, 在助推农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足征程上, 持续贡献供销力量。

丁明海 黄俊杰 文 / 图