

中国供销合作社
CHINA CO-OP

牢记嘱托再出发

奋力开创新局面

四川省人民政府参事调研组 赴彭州市调研供销社工作

□本报记者 胡斌文 / 图



调研组一行在四川供销老邻居智慧云仓冷链物流中心调研。



调研组一行调研丹景山镇石牛社区供销社。

10月10日，四川省人民政府参事卿足平、李岳东、杨武秀，省政府参事室特约研究员陈天宝、张勇一行赴彭州市调研供销社工作，省供销社党组书记、理事会主任蔡邦银参加调研。

调研组一行先后前往四川供销老邻居智慧云仓冷链物流中心、彭州市丹景山镇石牛社区供销社等地调研。在四川供销老邻居智慧云仓冷链物流中心，调研组一行详细了解冷链物流项目建设运营、城乡双向流通体系建设等情况；在丹景山镇石牛社区供销社，调研组一行实地察看基层供销社阵地建设，听取农资供应、农业社会化服务、农产品销售等为农服务开展情况介绍。

调研组对全省供销社系统近年来推进改革发展、服务“三农”取得的成效表示赞赏，对彭州市抓实基层社提质改造、推进重点项目落地、拓展农业社会化服务、畅通城乡流通渠道等为农服务工作给予了充分肯定。调研组指出，供销社是推动农业农村发展的一支重要力量。推进乡村全面振兴、建设农业强省，赋供销社新的使命任务，供销合作事业发展空间广阔、潜力巨大。调研组将认真梳理相关经验做法，研提工作建议，为推进四川农业农村现代化贡献智慧和力量。

蔡邦银介绍了全省供销社系统“五大服务体系”建设和为农服务工作开展情况。他指出，全省供销社系统积极深化综合改革，推进基层社建设，发展壮大社有企业，织密流通服务网络，不断彰显农资流通的主渠道、农业社会化服务的国家队、农产品销售的大平台、再生资源回收利用的生力军作用。下一步，四川省供销社将深入学习贯彻省委十二届九次全会精神，持续深化供销社综合改革，不断提升为农服务能力，推动全省供销合作事业高质量发展，努力为打造新时代更高水平“天府粮仓”、推进乡村全面振兴、加快建设农业强省贡献更大力量。

四川省供销社党组成员、理事会副主任王强，省社机关处室相关负责同志参加调研。

□本报记者 李鹏飞

近年来，四川省什邡市供销社紧扣为农服务根本宗旨，圆满完成第五次社员代表大会确定的各项目标任务。聚焦主责主业抓实基层组织建设、合作经济培育、资产管理运营、社会化服务落地、流通体系建设等重点工作，持续深化供销社综合改革，从严推进治社各项举措，在服务乡村振兴、推动城乡融合发展中充分彰显供销职能作用。

建强基层桥头堡，织密全域服务网。实施基层社提质扩面工程，基层社从7个增至22个，实现全市10个镇（街道）全覆盖。推进“三社”合作，建成“三社合作”示范社14个、“千县千社”示范社1个，建成城乡服务网点4个。完成四川省供销社综合为农服务平台试点县建设。

培育合作动力源，铺就农户致富路。强化对农民合作经济组织的引领扶持，依托项目扶持，示范创建、政策引导，推动合作经济规模与质量同步跃升。全系统备案农民专业合作社从2021年末的200家增长至2026年底预计215家；入社成员由1.1万人增长至1.4万人；带动农户从4.77万户提升至5.14万户。示范社梯队持续壮大，建成国家级示范社6家、省级示范社16家，有效带动广大农户参与产业发展，实现增收致富。

摸清资产明底数，激活社有增值源。现有全资社有企业4家，控股企业1家，全部实现实体化运营。完成社有资产清查确权，对120处土地房产开展实地核查建档。实施原物资回收公司危房改造，整合乡村振兴衔接资金、德阳市供销社发展基金、社有企业自有资金和民营企业自筹资金，合计投资170万元建成什邡好物名品馆，搭建什邡特产的线上线下展销平台，在马祖镇、马井镇、师古镇、洛水镇，盘活社有房屋资源，采取供销社与经营主体共同出资模式，对承租社有房产的乡镇超市实施提档升级。进一步完善农村便民消费网点，方便群众就近购物，推动社有资产保值增值，夯实基层为农服务阵地。

打出服务“组合拳”，锻造为农“连心桥”。一是联合省属社有企业邦力达农资连锁（什邡）有限公司做好农资保供，支持方亭街道慧剑村、师古镇九里埂村供销社与邦力达公司合作经营农资产品。二是金穗会计公司提供记账、审计、项目申报服务，常态化接受镇（街道）委托对村（社区）和敬老院开展内部审计工作。三是搭建抖音、小程序等线上销售渠道，建好线下展销点位，组织赴上海、北京等地参展，与金牛、彭州供销社开展产销协作。

抢抓项目新机遇，蓄足改革助推器。落地省供销社为农服务综合平台试点、千县千社示范社项目，争取省级供销社综合改革项目资金510万元；实施德阳市级项目5个，争取德阳市级供销社改革项目资金近100万元。承办全省供销社监事会培训班，改革工作获上级肯定。

锻造供销「硬实力」
——
什邡市供销社综合改革工作综述
绘就乡村振兴新画卷

围坐“走亲戚” 纾困见真章 ——南充市供销社下沉一线破解基层社发展困局

编者按

没有会场、没有讲话稿，几把椅子围成一圈，干部与基层供销社负责人面对面“摆龙门阵”。四川省南充市供销社用“走亲戚”式调研走访156家基层供销社，在拉家常中摸实情、解急困，以作风之变激活基层供销社发展动能。

蹲点一线 六成基层社实现实体运营

日前，南充市供销社农合科科长王琴和同事驱车来到高坪区长乐镇高滩寺村供销社。没有会议室、没有讲话稿，大家围坐一起，像走亲戚一样聊起来。“有什么需求随时找县社、市社，我们一定想办法提供渠道、对接资源。”王琴一边倾听，一边现场出谋划策。

这场调研，源于南充市供销社党组书记、理事会主任邓步林多年的“不踏实”：“坐在办公室里看报表，基层社经营状况到底怎么样？跟农民的利益联结是虚是实？这些问题永远找不到答案。”

2026年3月，结合树立和践行正确政绩观学习教育部署，南充市供销社下定决心开展全覆盖摸底。南充市供销社领导分头带队，9个调研小组覆盖全市9个县（市、区），机关各科室全员下沉，财务、党建、人事等非业务干部也首次深度参与基层走访。

□本报记者 冯庄 实习记者 秦智城文 / 图

全市统计平台共有261家基层供销社，本次调研聚焦2025年10月摸底中标记为“实际运营”的156家——全市仅约六成实现实体化运转，约四成尚未实际开展经营服务。调研坚持不开座谈会、不打招呼、不走过场。邓步林反复叮嘱：“慢慢来，不要急，让基层同志‘有什么事，慢慢摆’。”

拉家常中听真话 现场办公解难题

轻松坦诚的氛围，让顺庆区大堰沟惠农供销社主任李和桂打开了话匣子：“这种沟通让人有安全感，我们才敢实事求是讲难处。”

高坪区供销社年轻干部崔格林跑遍区内各基层社，感触颇深：“做农业工作，最重要的是人。只要真心想着帮基层解决问题，基层社才能发展得更好。”

一个半月走访，调研组摸清了家底：六成基层社稳步运营，多元业态持续向好；同时也直面突出短板——内生动力不足、管理不规范、人才资金短缺、资源难以整合。从业人员老龄化严重，80%以上为基层社主任反映工作人员年龄多在50岁以上；服务内容单一，多数停留在卖农资阶段；项目申报能力弱，有好产品却不懂包装、不懂品牌、不懂政策对接；不少社有老旧资产闲置沉睡。

个案纾困： 从“8元”到“3元”的归属感

高滩寺村供销社花椒种植面积近400亩，理事会主任胡燕去年赴广东学习品牌打造后，深感农产品

“光种好远不够，还得把品牌做起来”——但注册商标，却“折腾大半年可能还通不过”。

王琴现场给出两条路径：对接专业机构代办，提升注册效率；借力现有成熟品牌联动发展。针对培训，市社表示将在“供销大讲堂”基础上推行分行业、分领域精准化专题培训。

项目申报更是共性痛点。崔格林坦言：“模板下发、填报要点讲清楚了，基层社人员还是反复问‘哪门弄这哟’。”胡燕也直摇头：“没专业的人指导，资料真做不来。”王琴当场提出，将推动市供投集团组建项目申报工作部，依托系统业务优势为基层社提供专业化服务，基层仅需提交基础材料。胡燕一听连连叫好：“这个真是解决了大问题！”

大堰沟惠农供销社主任李和桂同时也是南充蜀妙农业开发有限公司负责人，企业深耕黄精产业，年销售额近2000万元。他道出迫在眉睫的难题：计划建设1万平方米黄精集散中心，日处理能力50吨以上，资金设备均已落实，原定11月投产，选址意向在顺庆区芦溪镇。但当地园区厂房月租金每平方米8元，外地招商条件仅1元，企业已有外迁打算。

王琴当天下午回单位汇报，市社领导随即协调相关部门。次日，租金降至每平方米3元并有更多优惠政策，让李和桂激动不已：“供销社真把我们当成自家人，让人很踏实。”

搭建平台 推动系统协同发展

调研不止于解决个案，更着眼

搭建平台。中华全国供销合作总社2024年启动“千县千社质量提升行动”，四川省供销社提出“改造一批、提升一批、新建一批”。2025年全省供销社系统销售总额突破3000亿元，1772家基层社推进“三社合作”。政策红利如何落地，考验地方担当。

6月17日，南充市供销社在高坪区“中国西部（南充）电商直播基地二期”召开基层社业务合作推进会。会场设在开放大厅，陈列展示各家特色农产品，8家基层社与6家企业及金融机构围绕产销、农业社会化服务、冷链物流、普惠金融等方面现场对接，调研收集的诉求逐步落地转化。

全程参与走访的机关干部也有了全新感悟。财务科副科长谭江说：“不少社有老旧资产长期闲置，如何盘活这些‘沉睡’资源，是当前最迫切的课题。”机关党委专职副书记许敏则看到：“调研中发现了一批80后基层社负责人，年轻人有干劲、有想法，给了我们信心。”

“娘家人”的担当： 让基层社安心发展

“当好基层供销社的娘家人”，是邓步林为此次调研定下的基调。目前，南充市“三社合作”基层供销社已达78个，服务带动200余个村集体经济组织。已发布的《全国供销合作社“十五五”发展规划》围绕保障粮食安全、全面推进乡村振兴部署多项重点任务，南充实践正是规划落地的生动缩影。

南充市供销社党组成员、理事会副主任杜文周带来更深思考：“基



层社的同志之所以还愿意跟着走，是因为心中抱着希望。我们要追问——凭什么让他们死心塌地跟供销社走？能给他们带来什么？”他坦言，基层社既承载公益属性，又面对自负盈亏压力，长期面临“姓公还是姓私”的身份困惑，期待顶层设计给予更清晰的定位和更实的支持。

下一步，南充市供销社将依据调研成果对基层社实施分类指导、分类施策，并全覆盖走访全市社有企业，促进系统资源统筹整合，推动基层社提质增效。

邓步林说：“我们时常讲实体经济、经营理念，归根结底要建强基层供销社，让其实现真正的发展，这才是工作的核心落脚点。”

【记者手记】

作风转变是前提。走出机关大院，走进田间地头，把调研对象当作亲人，把基层诉求当作家事，破除层级壁垒，营造敢讲真话的宽松环境，坚决摒弃纸上谈兵，才能真正掌握第一手实情。

解决问题是核心。调研价值不在于排查多少问题，而在于化解多少难题。接诉即办、快速反馈，以高效执行力彰显务实作风，用实实在

在的成效赢得基层信任。调研不是为了了一份报告，而是破解发展难题的起点。胡燕谈及的商标注册碰壁、项目申报缺少专业力量，都是基层社推进品牌化路上真实的阻碍。最让人感慨的是李和桂的故事。如果没有这次坦诚交流、没有当天收集诉求次日就协调落地的高效响应，这个本土产业项目就会外流他乡。租金从每平方米8元降到3元，改变的不只是数字，更是基层社的归属感。基层不怕创业吃苦，怕的是诉求石沉大海、困难无人回应。

系统思维是关键。许多看似基层层面的问题，根源属于系统性矛盾，单靠某一单位难以化解，需要全系统统筹资源，上下联动、多方协同发力。有基层干部坦言，每年能够争取的奖补资金十分有限，只能择优扶持少数经营主体。简单一句话，折射出基层社普遍面临的资源紧张困境。

调研成效，不在于走访点位数量，而在于听到多少真话、办成多少实事。放下架子、扑下身子，真心把基层供销社当作自家人，实打实纾困解难，供销社深耕乡村振兴的金字招牌才能长久扎根乡土、焕发生机。