



不忘初心 牢记使命 复兴供销

《中共中央、国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》发布

支持供销合作社 把服务网点延伸到贫困村

日前,《中共中央 国务院关于打赢脱贫攻坚战三年行动的指导意见》(以下简称《指导意见》)由新华社受权播发,对今后三年的脱贫攻坚工作作了全面部署。文件明确提出,要加大产业扶贫力度,多渠道拓宽农产品营销渠道,支持供销、邮政及各类企业把服务网点延伸到贫困村,组织开展贫困地区农产品定向直供直销学校、医院、机关食堂和交易市场活动。

据悉,过去5年,我国采取超常规举措,以前所未有的力度推进脱贫攻坚,农村贫困人口显著减少,贫困发生率持续下降,脱贫攻坚取得决定性进展,创造了我国减贫史上的最好成绩。但是,从脱贫攻坚任务看,未来3年,还有3900万左右农村贫困人口需要脱贫,其中因病、因残致贫比例居高不下,在剩余3年时间内完成脱贫目标,任务十分艰巨。

作为今后三年脱贫攻坚工作的一

个纲领性文件,《指导意见》明确了各项工作的时间表和路线图。到2020年,要巩固脱贫成果,通过发展生产脱贫一批,易地搬迁脱贫一批,生态补偿脱贫一批,发展教育脱贫一批,社会保障兜底一批,因地制宜综合施策,确保现行标准下农村贫困人口实现脱贫,消除绝对贫困;确保贫困县全部摘帽,解决区域性整体贫困。实现贫困地区农民人均可支配收入增长幅度高于全国平均水平。实现贫困地区基本公共服务主要领域指标接近全国平均水平。集中连片特困地区和革命老区、民族地区、边疆地区发展环境明显改善,深度贫困地区如期完成全面脱贫任务。

在8月20日国务院新闻办公室举行的新闻发布会上,中央农村工作领导小组办公室副主任韩俊表示,打赢脱贫攻坚战必须要做到“七个坚持”:要坚持严格执行现行扶贫标准,坚持精准扶贫

精准脱贫基本方略,坚持把提高脱贫质量放在首位,坚持扶贫同扶智相结合,坚持开发式扶贫和保障性扶贫相统筹,坚持脱贫攻坚与锤炼作风锻炼队伍相统一,坚持调动全社会扶贫的积极性。

同时,《指导意见》提出要从10个方面强化各项到村到户到人的精准扶贫举措,包括:加大产业扶贫力度,全力推进就业扶贫,深入推动易地扶贫搬迁,加强生态扶贫,着力实施健康扶贫行动,深入实施健康扶贫工程,加快推进农村危房改造,强化综合性保障扶贫,开展贫困残疾人脱贫行动,开展扶贫扶志行动。

为加大产业扶贫力度,《指导意见》提出,多渠道拓宽农产品营销渠道,推动批发市场、电商企业、大型超市等市场主体与贫困村建立长期稳定的产销关系,支持供销、邮政及各类企业把服务网点延伸到贫困村,推广以购代捐的扶贫模式,组织开展贫困地区农产品定向直供直销学校、医院、机关食堂和交易市场活

动。加快推进“快递下乡”工程,完善贫困地区农村物流配送体系,加强特色优势农产品生产基地冷链设施建设。完善新型农业经营主体与贫困户联动发展的利益联结机制,推广股份合作、订单帮扶、生产托管等有效做法,实现贫困户与现代农业发展有机衔接。实施电商扶贫,优先在贫困村建设农村电子商务服务站。积极推动贫困地区农村资源变资产、资金变股金、农民变股东改革,制定实施贫困地区集体经济薄弱村发展提升计划,通过盘活集体资源、入股或参股、量化资产收益等渠道增加集体经济收入。

《指导意见》强调,要统筹衔接脱贫攻坚与乡村振兴。脱贫攻坚期内,贫困地区乡村振兴主要任务是脱贫攻坚。乡村振兴相关支持政策要优先向贫困地区倾斜,补齐基础设施和基本公共服务短板,以乡村振兴巩固脱贫成果。抓紧研究制定2020年后减贫战略。研究推进扶贫开发立法。

据中华合作时报

西南供销

贵州省岑巩县供销社 倾情服务“三农”助力脱贫攻坚

近年来,贵州省岑巩县供销社围绕服务“三农”工作推进基层供销社发展,助力脱贫攻坚,增强了供销社的发展活力。

为进一步加大服务“三农”的工作,充分发挥供销社在脱贫攻坚“春风行动”“夏秋攻坚”中的重要作用。岑巩县供销社敢于担当,大胆创新,加强农用生产物资的储备和供应,切实保障全县农业生产资料的供应;强化农产品产销对接,与省、州供销社平台公司联系,促进农产品产销服务,为农产品销售畅通渠道;领办、创办农民专业合作社,提高农民专业合作社的质量,增强抱团发展合力,解决农产品单一、规模小、经营分散等问题,实现“小合作+大市场”销售格局;积极培育一批农村星级综合服务社,为农民提供农业生产资料供应、新技术推广、农机配套服务、测土配方施肥、农村合作金

融、工业品下行、农产品上行等,开展代办水电费收缴、邮政、保险、劳动中介等服务,解决服务老百姓“最后一公里”问题,目前已完成30个站点选址建设工作。

近年来,岑巩县供销社积极开展农资销售工作,共销售各类种子95吨,农药20吨,农膜116吨,化肥5521吨,为农业产业发展提供物资保障;创办农民专业合作社联合社2家,培育“三位一体”新型基层供销社3家,巩固发展农村合作经济组织联合社1个,建设农村综合服务社15家,领办农民专业合作社15家,覆盖贫困户263户,创建“庄稼医院”2家;在建成“贵农网”农村电商服务站32个的基础上,提质增效服务站8个,新增3个贫困村电商村级服务站点,上半年全县完成电商网络交易额达9800万元。

通讯员 张能秋

重庆市武隆区供销社 “五个提升”抓好电子商务发展

近年来,重庆市武隆区供销社积极作为,抓好品牌形象打造提升、抓好平台融合水平提升、抓好孵化基地成效提升、抓好产品开发创意提升、抓好网点转型服务提升“五个提升”,电子商务发展不断纵深推进。

一是抓好品牌形象打造提升。着力打造“寻味武隆”电商公共品牌,围绕“特优农产品与品牌、营销与品牌”,打造提升全区公共品类12个;新增花酒、鲜米、碗碗羊肉、苕粉、厚道豆干等电商拳头产品5款;打造“五农人”系列商标产权的农特产品12款;开展“寻味武隆”区域公共品牌电商日系列主题活动等10余次,成功吸粉25万人。

二是抓好平台融合水平提升。持续加大与京东、苏宁、淘宝等投入和合作力度。重新优化整合微信公众平台,上线“寻味记、寻友圈、寻发现”三大频道。多平台融合实现全区101个农产品品牌整合,3927个单品上线销售,其中截止7月实现农产品电商交易额2.0825亿元,同比增长38%,实现订单286.62万单,同比增长42%。

三是抓好孵化基地成效提升。2018年开展“校企政”三方联动,定期举办专家讲堂、专题培训、创业沙龙、高峰论坛等活动21次,培训2370人。孵化基地新增入驻企业19家,成功孵化培育出基地企业23家,现有孵化企业44家。指导“寻味武隆助农直营基地”项目、“武隆农商旅融合O2O电商模式”项目荣获“第八届全国大学生电子商务‘三创’挑战赛总决赛”特等奖和二等奖。

四是抓好产品开发创意提升。举办“点亮思维、创意思维”武隆寻粉产品开发大赛等产品开发创意活动2次;指导开发“后山里”山货产品19款;启动寻味武隆寻味者计划,以寻故事、寻卖点、寻工艺为主要任务,寻味22站,关注人数达2.7万人。

五是抓好网点转型服务提升。推动乡村网点转型升级,强化培育一批优秀网点代表,重点解决好乡村网点专业水平不高、无特色产品、运营难等问题。培育示范网点14个,评选优秀代表3个(和顺镇沙子坨村陈蜜蜂、打铁村左庭会、赵家幸福村)。

渝讯

他山之石

江苏兴化市供销社 整合资源 让产业发展更顺畅

江苏兴化市供销社以合塔生猪专业合作社为龙头企业,开展生猪产、加、销一体化经营,今年上半年加工生猪12万头,产值2亿元。培育6个年产量千头以上生猪养殖专业合作社及联合社,培育年产量万头猪场2个、千头猪场20个,带动生猪养殖户6000户,实施订单合作,共与500户签订托底收购协议。合陈供销合作社迅速达食品加工冷冻厂负责收购、加工联合体生产的生猪,该厂现有2条自动化生猪宰杀流水线,日加工生猪700头以上。联合体培养农民经纪人,将销售范围扩大至大润发超市和上海、苏州、扬州、盐城以外更为广阔的农产品市场及食品公司。

兴化地处苏北,水道纵横交错,历来盛产河蟹。因此,市社以中国蟹库网为联合体龙头,开展兴化大闸蟹产加销一体化经营。蟹库网平台入驻商家6900户,今年上半年交易额8亿元。中国蟹库网被中国渔业协会授予“中国河蟹电商交易第一网”,在安丰镇建设中国蟹库网大厦,建筑面积2.4万平方米,集饲料供应、物流、餐饮等于一体。为了推动蟹产业发展,蟹库网实施“3长制”管理,即每一乡域设一村长、每一市域设一市长、每一省域设一片长,将中国蟹库网平台服务辐射范围按乡域、市域、省域进行划分。截至目前,已设立村长20个,覆盖蟹塘面积6万亩。蟹库网还与上海海洋大学合作开展香辣蟹保质期研究,与中国人民大学合作建设原产地质量追溯体系,推进河蟹产业朝着规范化、市场化的方向发展。

兴化大米是中国国家地理标志产品,具有腹白小、硬粒粒多、米粒饱满、晶莹剔透、柔软油润、浓香持久、口感佳等特点,也是当地农户的主要经济来源之一。市社依托江苏五谷丰登电子商务有限公司,积极打造兴化大米线上品牌。在京东、天猫、拼多多线上销售,日均2000单以上,每单2.5公斤—3公斤,销售价格每公斤比本地市场价高4元以上。同时,市社还启动助农公益项目,在拼多多平台建立“兴化助农”店铺,搭建农产品直接上平台销售的B2C运营模式,解决农产品销售难题。为了进一步稳定线上线下销售渠道,市社积极落实生产基地建设,介入20万亩高标准农田建设示范区项目。其中,8万亩稻米核心区产品已获得绿色食品认证。此外,市社还成立了江苏众田科技有限公司,通过线上“微信商城+线下‘智能云仓’”新零售模式,在江、浙、沪投放智能售米机800台,进一步扩大了兴化大米的销售渠道。

为了进一步扩大当地农户的增收渠道,兴化市社牵头联合农业经营主体、农产品加工销售企业打造了大麦若叶产业链。在兴东、西郊、钓鱼等镇建立大麦若叶原料生产基地,利用最新科技的大棚温控设施生产绿色原料;通过江苏顶能食品有限公司、兴化市绿禾食品有限公司、兴化市振农食品有限公司进行产品加工包装,利用线下门店、微商、京东、天猫等各种销售渠道,将各种包装、规格的大麦若叶青汁粉等成品销往全国各地。据测算,联合体预计全年产值可达10亿元。

鲁冬一

安州区

近日,绵阳市安州区供销社党组中心组召开了“大学习、大讨论、大调研”第四次集中学习讨论会。

会议组织集中学习了全省市厅级主要领导干部读书班精神,特别是党的十九大精神、《中国共产党廉洁自律准则》《中国共产党党组工作条例》及社会主义核心价值观。讨论会还专题组织学习了《关于县以上党和国家机关党员领导干部民主生活会的若干规定》及《在全省、全市“大学习、大讨论、大调研”活动第二阶段工作推进座谈会上的讲话》。

会议围绕“破除‘盆地意识、自满意识’”“如何以农业社会化服务体系构建‘网上供销’”两个主题进行了专题讨论,

每个参会的党员干部结合自身工作实际踊跃发言。安州区供销社党组成员、机关党总支书记陈昌彬以《党的纪律折叠历史发展》《增强“四个意识”》,做对党绝对忠诚的共产党员》为题分别上了“爱廉说”“微党课和廉政党课。

最后,安州区供销社党组书记、主任赵刚友作总结讲话。他要求:一要系统全面地去理解和把握四川省委、书记彭清华来绵阳调研重要讲话精神,决不能孤立地、片面地理解,更不能断章取义。二要把学习四川省委、书记彭清华来绵阳调研重要讲话精神 and 绵阳市委书记刘超主题报告与全市实际、供销社实际、各自工作实际密切联系,在全区、全系统大局中去思考谋划工作。三要在学习过程中时刻联系工作中的困惑、改革中的瓶颈、作风中的问题,有针对性地思考、研究、解决。四要切实

把思想和行动统一到三大活动上来,在深入学习领会省市区全会精神的基础上,进一步对标深化,切实推动供销社工作高质量发展。

乐至县

近日,乐至县供销社党委组织机关全体干部职工在县委四楼会议室围绕开展“抓好乡村振兴和民生改善”作专题讨论。全体干部职工结合本单位和自身工作实际,积极建言献策,结合全县产业发展需求,经过讨论,达成了一致共识:组建“三支”专业队伍,提升供销社服务“三农”水平。

一是组建产业服务队。由乐至县供销社牵头,组建4个产业服务队,分别为董家镇惠农供销社柑橘产业服务队;石

湍镇惠农供销社农业机械服务队;宝林镇惠农供销社农业机械服务队;大佛镇惠农供销社梨子产业服务队。

二是组建专业合作社联合社。根据乐至县柑橘产业品质不优、技术落后、产品销路困难等实际,组建一个乐至县供销社柑橘专业合作社联合社。

三是组建农机专业合作社联合社。从目前来看,仅靠惠农供销社来服务“三农”还不够,还要想办法、添措施,才能在乡村振兴中有所作为,在民生改善上有所贡献。因此,有必要组建一支乐至县供销社农机服务队。

下一步,组建后的三支队伍将为广大村民开展技术服务、实施土地托管、配送服务物资、培育市场品牌、培养本土人才等服务,大力提升服务水平,助力乐至绿色产业发展。

特约记者 王贵 通讯员 袁铭霞

广元市利州区供销社 着力提高脱贫攻坚质量



与贫困户交流

为深入学习贯彻习近平扶贫思想,按照四川省委、广元市委、利州区委全会精神,利州区供销社加大脱贫攻坚帮扶力度,积极开展“秋季攻坚”行动,着力打好精准脱贫攻坚战。

一是认真填写帮扶手册,算好收入账。帮扶责任人深入贫困户家中,深入田间地头,与贫困户面对面算好收入账;二是入户核实政策享受情况。根据贫困户致贫的原因,与村支两委对照相关扶贫政策,逐项核对,使贫困户用

好、用足各项扶贫优惠政策;三是做好产业发展,增加收入。根据贫困户的实际情况和产业发展需求,采取与贫困户座谈、实地查看、村支两委集体研究等形式,制定产业可持续发展规划;四是加强环境卫生整治,创建“四好”村建设。按照“四好”村建设标准,认真督促贫困户开展房前屋后环境卫生、改厨、改厕等一系列环境整治,为创建“四好”村建设奠定基础。

通讯员 王忠烈 文/图

巴中市平昌县供销社 挖掘农村电子商务发展潜力

为提升电子商务服务水平,巴中市平昌县供销社制定电子商务发展战略,要求基层供销社苦练内功,着力挖掘市场潜力,扩大电子商务服务功能。

一是深挖客户资源。在广泛宣传、大力推介的同时,通过生产、供销、信用“三位一体”发展战略,把广泛的新型城乡居民社员发展为电子商务客户;通过与厂家商家战略合作、业务合作、加盟合作等渠道,把各社会团体、经济实体和实业团队发展为电子商务客户;通过职工亲戚网、朋友圈、社交网等平台,把社会人员发展为电子商务客户。以乡镇电子商务服务站为单位建立客户资源档案,县级龙头企业建立客户资源信息中心,推行上线、下线量积分奖励管理,培育回头客户和长久客户。

二是深耕营销之道。龙头企业和乡镇服务站适时组织电子商务营销知识培训,要求店主熟悉产品性能功效,熟悉适用群体、熟悉市场相关行情。对需求较大的产品,采取屏展示、购置样品体验、网购者现身说法等方式,带动更多农户下单购买。对大宗产品和四季产品,采取与实体店对比方式,突显本店产品功能、质量、价格等优势。定时组织电子商务交易会,对接总部组织的促销活动或直接发起促销活动,开展有奖销售,为群众争取更多、更大的实惠。

三是精练服务水平。对客户下单产品推行过程服务,保证产品货号规格准确、数量准确、送达时间准确;对大宗产品提供安装、操作技术传授、养护维修等服务;对专业农户上线产品提供产品宣传策划、包装设计、网上运营等技术服务;坚持开展消费调研服务,征求客户对本网店产品的消费意见和评论,及时向总部和厂家反馈信息,不断满足消费者的个性需求。

四是拓展经营范围。坚持以日用下线产品为起点,逐步向生产资料、机械设备、建筑建材、高科技产品等领域扩展,把网店办成农村百业的“便民店”。特别要紧贴县城“六大产业”和地方特色产品,创造条件,注册品牌,组织上线,引领地方产品进军大市场,为农民脱贫致富产业开辟广阔的市场空间。

特约记者 何秀平