



总社联合 10 部门发文 正式对“空壳社”说不！

近日，中华全国供销合作总社等 11 部门联合印发《开展农民专业合作社“空壳社”专项清理工作方案》，正式对“空壳社”说不！

清理整顿以下六类

无农民成员实际参与。
无实质性生产经营活动。
因经营不善停止运行。
涉嫌以合作社名义骗取国家财政奖补和项目扶持资金。
群众举报的违法违规线索。
从事非法金融活动，如变相高息揽储、高利放贷和冒用银行名义运营等。

涉及协同配合的部门

市场监管部门将被列入经营异常名录、抽查抽检存在异常情形的合作社名单，共享给同级农业农村、水利、税务、林草、供销等部门和单位。税务部门负责整理提供合作社税务登记情况。农业农村部门对合作社发展情况和群众举报的合作社违法违规线索进行摸底排查。水利、

林草、供销、扶贫等部门和单位分别负责开展涉及各业务领域或领办创办的合作社清理整顿工作。

专项清理工作时间安排

全面排查阶段。2019 年 4—6 月底开展全面排查。各省、自治区、直辖市、计划单列市组织各县(市、区)开展全面排查，对有问题的合作社登记造册，建立问题台账。各省、自治区、直辖市、计划单列市党委农村工作综合部门牵头统计汇总排查清理情况，形成报告，于 6 月底前报中央农村工作领导小组办公室。

清理整顿阶段。2019 年 7—10 月底开展清理整顿，各省、自治区、直辖市、计划单列市督促各县(市、区)组织开展问题查处和分类处置。根据整顿整改情况，集中通报一批典型案例。组织相关部门开展联合督导检查，对重点地区清理整顿情况开展实地抽查核查。

全面总结阶段。2019 年 11 月底前，各省、自治区、直辖市、计划单列市党委农村工作综合部门要在认真总结各业务领域清理整顿情况的基础上，形成专题报告，填写《农民专业合作社“空壳社”专项清理工作总结表》，报中央农村工作领导小组办公室。

合作社为何沦为“空壳社”？

长期以来，党中央一直高度重视“三

农”问题，党的十九大报告明确指出，“农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题，必须始终把解决好‘三农’问题作为全党工作重中之重”，强调要“深化农村集体产权制度改革，保障农民财产权益，壮大集体经济”。农民专业合作社作为中国合作经济的重要组成部分，对实现乡村振兴有着重要意义。然而，当前我国一些农民专业合作社发展出现了“空壳”问题，成为“空壳社”。

当前，合作社在农村到处可见，很多村还不止一家。中部某省一经营渔业的老板坦言，他近两年一共办了 3 个合作社，一个渔业养殖合作社，两个茶叶种植合作社，都是空壳合作社，没有什么实质性内容，其中一个还是当地政府以他的名义办的。“办理手续很简单，只需 5 户以上老百姓，就可以办理，这些老百姓拉来凑数，合作社的大小事情都是我一人忙活。”

现在，一些地方合作社办理门槛很低，只要到工商部门登记即可。很多地方随便拉几个人就可成立合作社，有的村民甚至在不知情的情況下就已经入社了。

只管办，不管经营。不少合作社雷声大雨点小，经营不善，不了了之。东部某省一基层干部说，他曾经办过两个合作社，但是目前已经名存实亡，想注销都很困难。

合作社“失本”是“空壳”的根本内因

合作社的本质属性，即农产品的生

产经营者或者农业生产经营服务的提供者、利用者自愿联合、民主管理的互助性经济组织，创办宗旨是服务成员、谋求成员的共同利益。而“空壳社”一开始的创办目的就出现了偏差，只为了套现牟利，甚至出现钱权交易、权力寻租等行为。可以说，这些合作社，因为没有合作社的本质内涵，没有主体性和内生力，所以没有灵魂。

合作社制度本来是一个介于个体经营者与企业之间的“中间”经营主体形态，在基层的基本经济结构不利于其总体性成长和发展的情况下，滥竿充数实属不可避免。改革开放以来，中国以地方工业化方式进行现代化制度变迁，作为整体的乡村不再是自主结构意义上的乡村，而是工业或城市吸纳农业或农民的受体性乡村。农村时刻受到市场力量的牵引，进行劳动力流动、产业结构调整等，虽然在一定程度上优化了资源配置、提高了经济发展效率，但也导致了两极分化的“马太效应”，即整个乡村经济发展被更为宏大的工业化式“行政—市场”结构所牵引，形成“行政吸纳合作”“市场消解合作”机制，一些合作社因而有名无实。

对此，政府应从培育合作社的内生力出发，将“有为”与“无为”作用相结合，促使具有“实壳”的合作社出现。

据中华合作时报

扎实推进综合改革工作落地落实 成都崇州市供销社传达学习该市“两会”精神

□本报记者 高明山

3 月 4 日上午，成都崇州市供销社召开职工大会，专题传达学习崇州市十八届人大第三次会议和政协十四届第四次会议精神。

会上，该社党组书记、主任且直重点组织学习了“两会”工作报告，要求供销社系统干部职工要深入贯彻“两会”精神，扎实推进供销社综合改革各项工作落地落实：一是继续强化农业社会化土地托管服务功能，依托耘丰育秧中心，引进和培育水稻育秧优质

品种，助推崇州稻米提档升级；二是加快锦江总部基地供销社农资物流配送中心建设，尽早完成投产运营，为全市农产品质量安全体系建设提供保障；三是进一步转变供销社职能，及时筹备供销社代表大会，健全供销社理、监事会，完善供销社为农服务机制；四是着力加强供销社系统干部队伍建设，加强党风廉政建设，积极营造干事创业的改革环境，为崇州市打造“五个样板区”做出新的贡献。

人勤春来早 奋战促开局 四川平昌县云台供销社三举措抓实业务工作

1—2 月，烟花爆竹销售实现半年目标任务、销售食盐 19 吨、开展复混肥等农资配送 20 吨、销售翰林酒近 5 万元、农村电商线上销售突破 15 万元。巴中市平昌县云台供销社提早谋划，及时部署 2019 年业务工作，实现了顺利起步、开局良好。

精准分解任务

一是深入一线调研。该社主要领导带领全体行管人员深入到 7 个乡镇供销社与经营户面对面了解情况、听取建议，初步掌握业务经营范围和任务下达计划。二是集体会商决定。针对调研的实际情况，结合近三年来业务活动数据，召开专题会议进行集体会商讨论、分析、决定，做到合情、合理、公平、科学地下达各项业务指标任务，干部职工能接受。三是签订“战书”认可。该社与干部职工签订年度目标责任书，锁定年度任务数，做到了下达任务有依据、人人有任务、按任务考核。

创新考核机制

一是建立考核计分制度。坚持“多劳多得，少劳少得，不劳不得”的考核计分原则，按照“既要抓好优势业务，又要保证短板业务有起色，防止业务推进‘偏科’，确保企业持续发展”的考核计分思路，分业务领域、工作岗位和干部职工个人特长，对照业务任务进行针对性地设计考核分值，对单项业务超量完成的，坚持“有奖励，但封顶”的办法，进行适度激励，即超过任务 20% 以上的加 1 分，

超过任务 50% 以上的加 2 分。二是建立分片分线挂包联系制度。该社所有行政管理人员包括“一把手”都要联系 1 个乡镇供销社和 1 项业务、每个乡镇供销社经理全面负责该辖区业务经营任务，年底按所有业务实际完成得分情况对分片分线挂包联系责任进行绩效考核。三是实行双月例会制度。该社每逢双月召开一次例会，乡镇供销社经理汇报当下工作的完成情况以及遇到的实际问题，然后有针对性地进行集体指导和解决，确保业务问题及时解决、成功经验得到分享、业务工作有序开展。

逗硬落实奖惩

一是建立业务信息月报制度，即每月底由乡镇供销社经理负责统计报送本辖区各项业务完成情况。二是建立工效挂钩制度。为了提高行管人员及经理工作积极性，确保顺利完成各项指标业务，根据上级工资发放指导意见，该社结合任务考核办法，建立“基本工资+绩效工资+奖金”工资待遇体系，每月只发放基本工资，年底根据任务考核分值拉通核算绩效工资，并根据执行有关决定决议、参加有关会议情况，进行奖励或处罚。三是建立敏感信息公开制度。为确保各项工作任务阳光作业，不走私，避免相互猜疑，该社专门建立了干部职工微信群，对各项业务完成情况、考核评分结果、工资待遇及奖惩情况进行全部公开，接受干部职工的监督。

通讯员 于钧

“供销人·供销情”

供销社里的“泥人陈”

守着干涸的井，别着烟袋，满脸愁容的老汉；仰着头，背着手，张开嘴巴迎接爷爷簇头面条的小孙子；拿着手机，网上接单的老农……这些形态各异、栩栩如生的泥塑作品全部出自陕西省商贸学校陈老师教练之手。

在陕西省商贸学校 206 实训室内，陈老师捧着和好的一块泥巴，沉思片刻之后，两手翻飞，不大一会功夫，一个惟妙惟肖的泥人就从手里变了出来。两根用筷子削成的竹签，一根一端削尖的雪糕棒、一根两头尖的竹片，这些略显简陋的工具，只要加上陈老师一双巧手和巧思后，就能让一堆毫不起眼的烂泥巴变成一个鲜活的人物，再加上参观者丰富的想象，每个泥塑人物又有了不一样的故事和个性。

“泥塑是中国古老常见的民间艺术，发源于宝鸡市凤翔县，流行于陕西、天津、江苏、河南等地，2006 年 5 月 20 日入选第一批国家级非物质文化遗产名录。”说起泥塑，陈教练话题不断，俨然一副老艺人的派头，但他却不是纯粹的泥塑艺人。2008 年，一个偶然的机会，陈教练接触到了泥塑，并对此产生了浓厚的兴趣。回到家后，他就地取材、和泥打坯，凭着想象做了个泥人，没想到随便捏着玩的作品竟得到了家人、朋友的赞许，这让“零基础”的陈教练信心大增，从此便一发不可收拾。

然而，艺术并不是仅靠热情便能成功的，由于原料黏度差、经验不足，陈老师初期做出来的泥塑要么开裂倒塌，要么身材比例失衡，尤其是人物的面部表情，总是少了几分韵味。为了让泥人们“活”起来，他刻苦钻研技法，精益求精，一方面反复练习，临摹大师的作品；另一方面，登门拜访从医的朋友，学习人体解剖学知识，以此把握人物的身体比例和五官的塑造。

为了找到适合做泥塑的泥土，陈教练先后去了兴平、长安、周至、蓝田、户县等地，经过反复对比试验，最后他发现户县的泥土在黏度和颜色

上更适合做泥塑。于是，在户县的田野里，经常会出现一个像挖宝贝一样精挑细选泥土的人。“只要外出，他的车里总装着袋子、铲子。”家人无奈地说。

学校的工作和环境给了他沉静的前心，陈教练已被陕西民间文

艺家协会吸纳为会员。他说，自己的这一爱好终究不能脱离教育的本职，他还要钻研泥塑技法，将来如果有可能可以在商贸学校开设泥塑兴趣班，让学生在学好职业技能的同时，在泥塑中陶冶情操、传承文化、体会动手的快乐。那时，陈教练就真的当“教练”了。

张成 张帆

展销农产品 助力菜花节

3 月 1 日，2019 年四川泸县谭坝现代农业产业园乡村文化旅游节(菜花节)在喻寺镇谭坝村举行。本次菜花节以“赏万亩花田·聚秀美龙城”为主题，展示泸县美丽乡村，推进泸县北部田园生态综合体文明风景线建设。

泸县供销社作为本次菜花节“酒城优品——泸县造”农特产品展销承办单位之一，积极动员、组织泸州刘氏食品有限公司、泸县土产棉麻果品有限公司、四川川香绿茶业有限公司、泸县得胜镇供销合作社和泸县熟龙龙眼专业合作社联合社等 20 家单位参展，参展产品达到 21 大类 175 个品种，充分展示了“泸县造”特色农产品。

据了解，本次展销活动以泸县特色农产品为主，同时也组织了县外部分优质农产品展销，活动为期三天，于 3 月 3 日结束。

通讯员 高兴建 宁顺光 摄



达州市供销社： 发展农村电子商务 构建农产品供销体系

□本报记者 马工枚

近年来，达州市供销社在四川省供销社的正确领导和大力支持下，抢抓机遇，锐意创新，以构建高效农产品供销体系为目标，坚持“线上线下融合发展、网购网销同步推进、物流配送一体建设”思路，大力培育电子商务市场主体，全力构建具有供销社特色的农村电子商务经营服务体系。

科学论证、系统谋划 找准供销社发展农村电商路径

达州市供销社先后组织人员到中国供销电子商务公司、四川供销电子商务公司以及浙江遂昌、泸州泸县等四川省内外供销社知名电商企业考察学习，开阔眼界、启迪思维。并组织召开了全市供销社系统座谈会，就发展农村电商进行了充分讨论和科学论证，有力促进了达州市供销社系统农村电商工作的深入开展。

达州市供销社坚定“线上线下融合发展、网购网销同步推进、物流配送一体建设”的发展模式；确定“到 2020 年，全市系统社有企业、基层社、农民专业合作社和社区综合服务社信息化改造率达 100%、电子商务覆盖率达 100%，电商年交易额突破 10 亿元”的发展目标。

达州市供销社主动向总社和省社争取支持发展电商，中国供销电子商务公

点建设，推动线上线下融合发展。目前，达州市供销社系统共建成县级配送中心 18 个、网购网销“双代店”180 个、农特产品体验中心 4 个；在“川字号”农特产品展示展销商城以扶贫产品为主筛选了 200 多个达州特色农产品进行线下展示展销。

完善物流体系，采取合作与自建“两条腿”走路，构建农村电商物流体系。积极与邮政、圆通等第三方物流企业建立战略合作；以网优公司和绿岛小镇两家公司系统农村电商企业为载体，加大供销社系统“新网工程”网点整合力度，推动解决工业品下乡“最后 1 公里”和农产品进城“最初 1 公里”难题。

整合资源、深耕主业 切实增强供销社电商发展活力

建设优质基地，做好农产品电商。充分发挥供销社系统优势，坚持“建”“管”并重，依托各类新型农业经营主体积极开展土地托管服务，既严格投入品管理，强化源头管控、质量追溯，又注重品牌建设，积极开展无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志创建，保障上线供销社电商网络的农产品优质安全。达州市供销社系统拥有“三品一标”产品数量达到 18 个。

组建营销联盟，引导全市近 200 家有一定市场竞争力的农民专业合作社、农产品加工销售企业、家庭农场建

立营销合作联盟。同时，积极同总社电商公司国际部沟通洽谈，争取将达州农特产品通过电商销往“一带一路”沿线国家。

发展生鲜配送，解决小型电商平台同质化问题。依托网优公司 3000 平方米生鲜配送中心、1000 立方低温冷库和绿岛小镇公司自建基地，以生鲜蔬菜同城配送为突破，走差异化竞争道路。2018 年实现生鲜配送销售额近 7000 万元。

培育消费习惯，用好电视、报纸、网络、手机等传统媒体和新媒体进行宣传，充分利用元旦、春节等传统节日和“双 11”“双 12”等消费旺季，全方位推介电商平台和达州农特产品。网优公司先后举办“电商购物节”9 场次，绿岛小镇公司开展“电商进小区”展销活动 14 场次，大幅提升了供销电商平台的知名度。

开展公益服务，发展传统商贸的同时，积极开展政务信息发布、小额取款服务、二手物品买卖等公益性服务。网优公司与扶贫单位、扶贫联系村合作，通过“以购代捐、以销代捐”，累计帮助贫困村销售农产品 1624 万元。

下一步，达州市供销社将深入贯彻落实四川省供销社系统工作会议会议精神，充分借鉴兄弟市州先进经验，围绕达州茶、果、肉、粮、油等优势农产品，创新体制机制，做实农村电商，做优乡村物流，做强优质农产品供销体系，为助推乡村振兴贡献供销力量。