



不忘初心 牢记使命 复兴供销

落实主体责任 筑牢思想防线

四川省供销社系统着力营造风清气正的政治生态

资阳市供销社 从严从实抓党建

资阳市供销社旗帜鲜明讲政治,聚精会神谋发展,从严从实抓党建,营造出风清气正的政治生态。

一是坚决扛起党建政治责任。坚持以党的领导统揽供销社改革发展工作,认真履行党建主体责任和一贯双责,把政治建设放在首位,全面落实从严治党总要求。二是扎实开展巡视反馈问题。按照市委“1+3+4”整改方案,全面对标、举一反三,深入检视供销社系统存在的突出问题,实行“清单制+责任制+销号制”管理,立行立改,真整实改。三是扎实开展主题教育。围绕“守初心、担使命、找差距、抓落实”总要求,早学习、早谋划、早检视、早整改;结合“大走访”,深入调研,仔细聆听基层和群众需求、期盼,千方百计解难题、办实事。四是健全机关各项规章制度。坚持于法有据、系统配套、监督有效的原则完善机关

各项规章制度,用制度管权管人管事。五是激励干部担当作为。全面对标成都,转作风、抓落实,坚持严管厚爱 and 激励约束并重,落实市委激励干部担当作为干事创业的各项措施。

利州区供销社 落实党风廉政建设主体责任

近日,广元市利州区供销社召开党风廉政建设主体责任落实情况汇报会,利州区委常委燕飞,利州区供销社党组书记、主任张国晴对利州区供销社2019年上半年党风廉政建设工作开展情况、存在的问题和下一步打算进行了汇报。

对利州区供销社党风廉政建设工作,燕飞要求,利州区供销社班子成员要强化责任担当,党组书记要履行好职责,班子成员要切实落好一贯双责,做好分管领域的党风廉政建设工作,结合“作风纪律深化年”活动认真对照反思。要求机关纪工委要加强日常监管,抓在日常、落在平常,早提醒、早警示;纪检组要用好问责利器,对履职不力、问责不力的必须重处,实行一岗双查,既要追究当事人责任,又要查主要领导责任;要充分鼓励、激励干部担当作为,旗帜鲜明地反对不正之风。

张国晴表示,利州区供销社全体党员干部职工将以本次会议为契机,切实抓好全系统党风廉政建设,从制度上和行动上进一步完善,确保党风廉政建设工作落地落实。

金堂县供销社 筑牢反腐倡廉思想防线

为筑牢反腐倡廉思想防线,成都市金堂县供销社采取“三字诀”。一是用好活用“担”字诀,坚持理想信念的“高线”。组织干部职工集中签订

《2019年党风廉政建设和反腐败工作责任书》,聚焦主业、突出主责,细耕“责任田”;以开展“切实转变工作作风,凝聚供销正能量”活动为切入点,以整治形式主义、官僚主义为着力点,营造敢于担当、务实重干的浓厚氛围。

二是用好活用“学”字诀,严守纪律规矩的“底线”。利用“会前十分钟”深入学习违法违纪典型案例,开设“党纪国法每日一学”专栏,开展演讲比赛、知识竞赛等可参与、互动性强的廉洁教育活动,分批次组织干部职工走进红色教育基地参观学习,将警示教育开展到支部、延伸到岗位。

三是用好活用“引”字诀,远离违法乱纪的“红线”。采用“一对一”“一对多”等多种形式,从“看人长处、补人短处、帮人难处”着手,深入开展谈心谈话,引导干部职工正确履职;紧盯节假日等节点,依托系统工作群等载体,向干部职工发送“温馨提示”,督促提醒干部职工戒奢以俭、廉洁过节。

特约记者 彭洪涛 黄佳旋 王忠烈

他山之石

打通供需“回路” 当好“超级联络员”

上海市金山区供销合作社探索多种模式打通水果销路

8月起,在上海百联集团旗下的200多家超市、卖场,一批卖相好、味香甜的“皇母蜜桃”受到了市民的热烈欢迎。为何这些水果受到上海市民的热烈追捧呢?

据悉,这些水果都是上海本地种植的水果,同时也是上海市金山区供销社精心打造的地方水果品牌。金山区供销社通过其社属企业上海市秀水种子公司和上海金供农副产品配送中心,在发展地方水果品牌打通销路方面做出了一系列的探索。

作为上海本地种植的水果,由于地域原因,产量较小,因此在水果的种植方面,金山区社主打高品质的种植。“金山‘小皇冠’黄瓤西瓜是金山区供销社的特有产品,在承接了小皇冠的种植后,我们在金山区积极进行推广,并挑选当地优秀的农民专业合作社进行种植。目前,‘小皇冠’的种植面积已经达到了900亩。”秀水种子公司的负责人钟良告诉记者。据悉,在“小皇冠”的种植过程中,合作社都采用标准化无公害栽培模式,应用绿色生产技术种植,全程不喷洒

农药、不施化肥、不用着色剂,采用有机肥浇灌、人工授粉。只有个头匀称、每个4-5斤、甜度达到13.5度左右的西瓜,才有资格与市民见面。按照这个规格装箱,每箱大概净重20斤。为了让市民吃得放心,每个瓜都配有专属的“身份证”。扫一扫瓜上的二维码,采摘的时间、地点以及田间管理档案,都一清二楚。

产量小、品质优秀,价格自然也就高了起来。为了扩大“小皇冠”的销路,让金山优质特色农产品搭上电商的“顺风车”,走向上海乃至长三角地区市民餐桌,今年的金山“小皇冠”头茬瓜上市以后,上海金供农副产品配送中心主动与具有多年“小皇冠”种植经验的圣泉专业合作社合作,通过田间直供的方式,优选2000箱西瓜,搭乘“金山特色农产品进城直通车”,登陆东方购物频道,彻底打通供需两端,助力农民增收和乡村振兴。作为金山“小皇冠”的货源组织方,金供农副产品配送中心不仅免费帮助农户卖瓜,还义务承担“小皇冠”农残检测、包装设计、物流运输等费用,让原本主要依靠种植基地周边销售的西瓜,通过电商平

台走入“大上海”,在拓宽销售渠道的同时,也增加了农民的收入。

“小皇冠”由于其产品特性,采摘后能保存一段时间,因此采用了电视直销的销售方式。针对不利于保存的蜜桃、葡萄等水果,金山区社则采用农超对接和种植园采摘的方式进行产品的销售和推广。

吕巷向来被誉为“皇母蜜桃”之乡,现有万亩蜜桃生产基地。从2003年起,在配送中心成立之前,金山区干巷供销合作社根据当地产业特色和基层社服务“三农”的要求,就开始涉入蜜桃助农销售领域,参办了具有龙头地位的上海皇母蜜桃种植专业合作社,并主动承担起为当地果农销售农副产品任务,当年实现蜜桃销售20万元。

随着近郊瓜果产业的发展,为了让皇母蜜桃更好地走进市区各大超市,更加贴近市民的生活,同时又能解决当地果农销售难的问题,金山区社从2008年起,利用自身独有的资源优势,在上海市供销合作社所属的上海市果品公司的莘线路桥下,与上海百联集团结下了“农超

对接”的“姻缘”。

据了解,在今年蜜桃销售季节,配送中心每天将一箱箱“皇母蜜桃”运进上海百联集团旗下200多家超市及卖场热销。为了让果农们获得最大收益,配送中心还通过自己开设的农副产品专卖店同步进行销售。

果农的期盼,就是供销社努力的方向。今年除了农超对接售卖外,金山区社还推出了电子商务销售、直送部分社区售卖、市场批发等多种形式。同时,将逐步开启金山圣泉葡萄、“鑫品美”草莓、枫泽黄桃、“小皇冠”西瓜、亭林翠冠梨等“农超对接”机制。接下来,金山区社将积极探索各种销售模式,重点研究建立和完善好农超对接的助农惠农长效机制,并通过与苏宁、淘宝、百联、盒马鲜生等一线电商建立合作关系,以新零售的方式,打通供需“回路”,努力当好城乡对接的“超级联络员”。

叶梓 邱丽琳

理论前沿

创新机制 还“耳”于林

——对通江品冠银耳科技有限公司的调查报告

通江银耳协会

近年来,随着四川通江县“一年止滑回升、三年实现倍增、五年稳步提升”的银耳产业倍增计划实施,全县银耳产业发展势头良好。全县银耳企业、种耳大户、专合社、各类新型经营主体的银耳生产规模和经营模式不断提升,涌现出了裕德源、古林、漫山红、山霸王、品冠等银耳科技型创新企业,它们创造了很多可操作、可复制的生产经营模式。通江银耳协会对近年来处于发展中的通江品冠银耳科技有限公司进行了调查研究,认为该公司的“还耳于林”“三三利益联结”“电解水实现耳堂重复利用”模式可操作、可复制,故形成此调查报告。

公司介绍

通江品冠银耳科技有限公司主要以通江段木有机银耳研发、生产、加工、销售为主。近年来,品冠公司坚持传统生产工艺,采取有机种植、全程追溯,创建通江银耳高端品牌。2018年公司产品获发《有机产品认证证书》。

公司现为中国有机生态联盟理事单位、四川省乡村振兴促进会副会长单位、巴中市绿色有机产业发展研究会常务副会长单位、全国工商联农业产业商会会员单位、四川省地理标志产品保护促进会会员单位、四川集体扶贫商标使用单位。

回归本璞

有机定位。通江银耳的特点在于独

特的青冈耳林和气候特征,优质的菌种还必须在适合它的“巢穴”中孕育生长,“回归本璞,还耳于林、林中有耳,发展有机银耳”这个定位就成了公司的发展方向。

林下栽培。该公司通过近半年时间在通江境内选择了森林覆盖率高、耳林资源好、气候适宜、远离污染的诺水河镇的碗厂沟村、徐二湾村等4个点位作为有机银耳生产自建基地,这些地方特别适合“天生雾、雾生露、露生耳”的有机银耳生产。

身份认证。农产品溯源体系是保证食品安全的重要措施。为了让“通江品冠有机银耳”有“身份证”,一是公司与成都东哲科技公司合作建立了溯源体系,全程无缝对接,做到每一朵银耳有身份认证;二是定期邀请权威检测认证机构和市场监督管理局进行现场抽样检测,使公司产品获得的《有机产品认证证书》名副其实。

创新机制

品冠公司在与农户合作种植中,为解决栽培基地分散、管理难度大、农户种植畏难的问题,该公司探索建立了和农户的“三个三”生产利益联结机制:合同种植、避险让利、共享互担。

一是坚持“三个条件”。该公司在基地选择和耳农合作上要求同时具备三个条件:农户居住地周围要有可持续开采的青冈耳林耳林资源林,可实行林下栽培,并且具备耳堂与住房、农田保持一定距

离,土壤、水需要检测合格;必须同意严格按照有机标准生产;品冠公司协助农户用手机下载APP追溯系统,及时上传银耳生产的每个环节相关图片和视频。

二是实行“三大服务”。公司技术人员分片包户,入户进行产前技术指导,每个生产周期入户不低于10次并记录,协助农户完善溯源要求的相关资料;公司检测员在耳堂修建、出耳管理期间,不定期入户、随机抽样检查;在产品回购时,现场使用快检测设备检测收购,使双方满意,同时还对按照有机标准生产并完成产量的诚信耳农给予一定奖励。

三是落实“三项惠利”。该公司对种植意愿和符合种植条件的农户实行余购菌种,产品回收时结算;为耳农购买银耳产品保险,同时也为公司余购菌种买了一份保险;产品回收按不同等级高于当地市场价30-50元每斤的价格回收,保证了公司生产的有机银耳产品不外流,为公司发展有机品牌提供了货源保障。

品冠公司实行合同种植、避险让利的“三三生产利益联结机制”,让老百姓种植银耳的积极性得到提高。

科技攻关

耳堂建设成本一直是银耳生产中的较高投入,而且耳堂因病菌感染基本不重复利用。

通江银耳栽培过程都是开放式的,需要一定的温度和湿度,而这些条件也正是其它病虫害生长繁殖的温床,防治

的难度大,化学农药的使用能起到一定的作用,但大大损害了银耳本来的高品质。特别是老耳堂问题更严重,由于病菌、杂菌较多,一般连续使用两年的耳堂基本就要废弃或“歇堂”,否则产量极低甚至会绝收。

为攻克银耳生产中旧耳堂重复利用的难题,减少生产投入和土地浪费,杜绝农药在银耳生长环节中的使用,从技术层面保障通江银耳的单价和品质,品冠公司与江油市微生物应用研究院就“电解水应用于银耳病虫害防治科研试验项目”达成合作科研协议。通过2018年在银耳栽培过程中的初步试验,结果显示,电解水对银耳生长没有负作用,并具有一定的消毒杀虫作用。为进一步提高试验效果,2019年2月,公司筹建了解水试验室,论证在银耳的不同生产环节,需要哪些不同酸碱性、浓度的电解水才能发挥良好功效,通过菌落总数培养试验手段证明消毒杀菌的功效。

通过项目的克难攻关,证明强碱性电解水含有丰富的钾离子、大量的氢氧根离子和大量的电子,具有破坏虫卵、驱虫、促进萌芽生长和果实着色等作用,故此,强碱性电解水可实现旧耳堂的重复利用。

该项新技术可将银耳的发病率控制在5%以下,每生产一吨新鲜银耳可减少40%-60%的化学农药使用量,并且还可提高10%-15%的产量。这一科研成果,品冠公司将进一步在自建基地实验,实时推广。

西南供销

贵州黔东南州供销社 打造最贴心心的“菜市场”

从街头绵延到街尾的长队、争先恐后进店的人们、满满当当的口袋……8月11日,一家星级标准的豪华“菜市场”——贵州凯里猛犸买菜旗舰店正式开业,让凯里市民真正拥有了一个“高端、大气、上档次”的菜市场,让买菜变成了一件优雅的事情,进一步提升了凯里人民的生活品质。据了解,为推动“黔货出山”,黔东南州供销合作社下属企业黔东南州新城乡消费合作社引领社员资本共同成立了黔东南斗笠绿品农业发展有限公司,通过线上线下融合方式,打造了猛犸同城线上平台和猛犸买菜线下店,服务广大城乡居民的同时,重塑供销合作社新形象。

在猛犸买菜旗舰店内,不仅布局干净整洁,而且在整齐排列的柜台上,各类菜品一应俱全,五颜六色的蔬菜水果整齐摆放,相对于一般的农贸市场,这个新开张的菜市场更像是一个干净整洁的超市。据了解,这个豪华“菜市场”对于环境的整洁有着严格的要求。店内在全场实施禁烟的同时,还设立了用于储藏蔬菜的冷藏柜,避免烂菜叶、垃圾在经营区造成脏乱差。此外,店内还安装了中央空调,让广大消费者不论是在盛夏时节,还是冬天,都可以享受到比普通菜市场更加舒适的环境。

作为凯里首个“高规格”的菜场,其独特之处还不止这一点。据该旗舰店负责人介绍,猛犸买菜在支付系统、管理系统、食品的溯源系统等方面都已经实现智能化,为消费者提供更方便快捷的购买渠道。而线上线下的配送模式,更是开辟了凯里人买菜的新境界。“比如我们上了一天班很疲惫,但又不得不去买菜的时候,你该怎么办?又或是你将汤炖在火炉上,偏偏忘买了几个菜,无奈无人看火,不方便出门时怎么办?临近饭点,家里突然来客人,没准备食材,担心餐馆不卫生又太贵怎么办?在这时,只需拿出手机,打开猛犸买菜的公众号——猛犸同城,在线上下单,我们的配送员将在28分钟内把所需的食材送达;0元起送,免费配送,商品品质绝对有保障,同时24小时无条件退货,让消费者足够的放心、安心!”猛犸买菜CEO王祥虎介绍,在线下,猛犸买菜也开展了免费配送服务,消费者到店不管买多少蔬菜,都可以直接到在线配货区进行结算,只要留下相关信息和配送时间便可安心离店。“我们有近60名骑手,城区免费配送。下一步我们还打算每1.5公里的距离开一个猛犸门店,惠及全凯里人民。”

这样一个环境好的菜市场,菜价会不会比普通菜市场的贵呢?王祥虎表示,店里蔬菜都是由蔬菜种植基地直接配送,既保证了新鲜,也避免了各种转手后的价格溢价,消费者在店里购买的一定是质量好、价格优的平价商品。“我们还联合黔东南州供销合作社设立了一个特产区,用于销售黔东南州贫困群众的农特产品。”前来采购的消费者也纷纷表示,在凯里出现这样一家菜市场让买菜变成了享受,价格也比较实惠。

随着消费者生活水平的提高、时间成本的增加、顾客购物习惯的改变,不少年轻人甚至中年人会倾向于选择更好的购物场景,更便捷的收货方式,而猛犸买菜这种“未来菜市场”模式的出现,也是及时顺应了时代需求的变化而变化,正慢慢地改变着凯里人的生活方式。

龙睿 顾非

重庆梁平区供销社组织 百余种农副产品亮相晒秋节

近日,第二届长江三峡(梁平)晒秋节开幕,重庆市梁平区供销合作社组织市级贫困村、区级相对贫困村及农民专业合作社等生产的100余种特色农副产品亮相晒秋节现场,晒出了丰收的美好景象,展现了梁平区乡村振兴及“三社”融合发展成果。

活动当天,40个特色农副产品展台前人头攒动,热闹非凡。据了解,此次特色农副产品展销突出绿色、健康理念,既有“三社”融合发展示范基地北碚蔬菜种植专业合作社的绿色有机蔬菜,市级贫困村的麻竹笋、土面、土蜂蜜,又有各乡镇极具代表性的李子、生姜、无花果、黑花生、老荫茶、葡萄等农副产品,吸引了现场众多游客的眼球,游客们兴奋地穿梭在各个展台前观赏、拍照。

此外,此次特色农副产品展销的摆放造型还融入了丰收元素,别具风格,引来了不少游客驻足留影。有用

熊伟 高仕涛

广告

四川省云龙酒店

旅游天府 看成都地标中轴
下榻云龙 市中心闹中取静

扫一扫 成会员
优惠多多 惊喜连连

地址:成都市锣锅巷122号
订房专线:(028)86780888 转2或80129
订餐专线:(028)86780888 转6