

坚持服务城乡并重 全力推动城市供销合作社高质量发展

数读成都

成都市供销社系统建立各类农资物流配送中心31家、农资放心店近1640个,土地托管面积约32万亩。全市成立县级农村合作经济组织联合会15个,建成县级为农服务中心15个,基层供销社337个,农村综合服务中心(社区服务中心)2884个,领办农民专业合作社1748家,发展各类经营服务网点3914个。

2020年,成都市供销社荣获全国供销合作社系统综合绩效考核计划单列市和副省级城市一等奖。

近年来,成都市供销社紧扣全国供销社系统“构建双链运行体制机制”专项试点,充分发挥自身资源优势,全面深化综合改革,推动供销社经营服务领域由“三农”为主向城乡并重转变,逐步探索出一条具有超大城市特色的供销社高质量发展之路。成都市供销社荣获2020年全国供销合作社系统综合绩效考核计划单列市和副省级城市一等奖。

打造农业公用品牌 引领农产品提档升级

近年来,在四川新春年货购物节等众多大小展会上的新都展厅里,清流王板鸭、大王酱油、豆瓣抄手调味料、新繁叶儿耙……这些成都市民耳熟能详的“老滋味”总是被标注上了醒目的“鑫都味”标识,它们成为一个品牌,带着统一的LOGO和优良的品质共同亮相,在各大展会上大放异彩。

原来,这是由成都市新都区供销社牵头打造的区域公用品牌“鑫都味”。2014年,以香城新都“三香”文化即“书香、花香、佛香”为寓意,注册了“鑫都味”品牌,随即被确定为新都区农业公用品牌,“鑫”即“新”,“鑫都味”即“新都味”,新都的味道。

“如今,走在新都街头,新城区和老城区的‘鑫都味’店铺已经慢慢融入新都市民的日常生活中,现在我们的‘鑫都味’要走出新都,要让更多人知晓。”新都区供销社负责人表示,除了推广和宣传新都区内的名优特产,“鑫都味”还把服务范围扩大到全国供销渠道以及新都对口扶贫地区的优质农产品。比如,理塘是新都对口援藏扶贫地区,“鑫都味”还支持援藏扶贫工作特别开设了理塘专区,展示销售风干牦牛肉、理塘松茸、虎掌菌、野生菌、手掌参等理塘的产品,此外,还有来自各地供销社的产品。

目前,建成“鑫都味”实体店4个、综合服务点2个,建成3600立方米冷链冻库1个,自有生产示范基地1个,授权使用“鑫都味”农业公用品牌的企业26家,直接服务的专业合作社50家,家庭农场10家,农产品加工企业35家,包括理塘农产品在内

的1000余种商品进入“鑫都味”平台销售。通过“鑫都味”平台为贫困地区销售扶贫农产品近200万元。基本构建了覆盖农产品生产、供、销一体化的农产品流通服务网络,为新都区“农产品进城、工业品下乡”双向流通发挥着重要作用。

“供销社作为党和政府做好‘三农’工作的重要载体,通过近五年来的改革,我社‘服务三农’的能力进一步增强。”新都区供销社相关负责人表示,现代农产品流通体系建设成效显著,以农业品牌为抓手,建设高效农产品流通平台。继续完善“区域公用品牌+企业自主品牌”农业品牌体系建设,培育壮大“鑫都味”区域农业公用品牌,着力提升新都区农产品影响力、竞争力;制定完善品牌发展规划,充分发掘、策划、包装新都区特色农产品资源,用文化、场景IP赋能农产品,打造“鑫都味、香城礼”品牌。其次,农业社会化服务体系建设成效明显。以新都区为农服务中心为抓手,建设专业的社会化服务平台。目前为农服务中心指导的庄稼医院有20个,联系的村级综合服务站180余个,服务的专业合作社63个,开展农业技术培训近千人次,服务领域基本覆盖农业产前、产中、产后各环节。此外,城市便民服务体系建设效果初显。以服务城乡生活为突破,探索建立便利城市供销服务平台。目前正在开展以“供销社+社区+企业”模式的社区服务店试点,丰富相关内涵,打造便民、惠民的城市供销服务。

聚焦生产前端与销售后端 着力打通消费需求市场

“我们针对以往基层社发展不平衡、与农民利益联结不够紧密、为农服务能力不够强等问题,深刻领会中央、省、市关于‘建设村级基层社’的系列要求,大胆探索、敢于破题,以《村级基层社建设指南》为遵循,率先争取到村级基层社试点建设项目。”金堂县供销社相关负责人表示,该社在金堂县东南端的土桥镇湖包村开展先行先试,努力走出一条“村社共建、企社共建”的供销合作社发展新路,逐步迈向服务乡村振兴



由新都区供销社牵头打造的区域公用品牌“鑫都味”亮相各大展会

战略主战场。

湖包村是典型的深丘地区。2018年,湖包村供销社成立,结合深丘地区地域特点和农户需求,湖包村供销社围绕当地蔬菜、柑橘等优势产业,着力强化服务网点功能建设,聚焦生产前端、销售后端,推进由传统的农资供应转向农业生产全过程综合服务,着力提升农业产出效率和规模效益,带动小农户享受产业发展全链条增值收益。目前,湖包村供销社开展土地全托管面积近5000亩,辐射服务面积达2万亩,惠及农户4000余户。

据金堂县供销社相关负责人介绍,为有效解决蔬菜水果存储期短、集中上市价格挤压、滞销等问题,由湖包村供销社牵头,村集体以土地入股,通过众筹方式筹资60万元,新建50吨容积冷藏库2座,为延长蔬菜、水果保鲜周期,实现错峰销售、市场价格提升提供了条件。其次,充分发挥金堂县供销社传统市场销售渠道优势,加强与官仓镇供销社蔬菜交易市场对接,利用线下市场将优质农产品错峰销售至北京和粤港澳大湾区,农产品销量比往年增长2000余吨。同时,线下市场销售渠道的畅通,倒逼产地发展订单农业,有效弥补农产品“销不对路”问题,带动当地产业发展步入良性轨道。

此外,打通线上电商渠道。借势“互联

网+流通”新业态发展,通过入驻“金堂供销社”电商平台等方式,积极拓展柑橘、核桃、猕猴桃等水果网上销售渠道。为进一步加强网上商城、直播带货等销售模式,注册成立了“金信诚”电商平台公司,组建了电商专业团队,着力推动湖包村、土桥镇乃至周边区域、金堂县域优质特色农产品“走出去”,更好服务市场保供稳价和农民持续增收。

多元拓展城乡服务功能 建成县、乡、村三级综合服务体系

其实,新都区和金堂县,只是成都市供销社经营服务领域由“三农”为主向城乡并重转变的一个缩影。成都市供销社围绕四川全省“10+3”现代农业产业体系 and 全市农业产业功能区建设,积极开展农资供应、土地托管、电子商务、冷链物流等全链条农业社会化服务。全市系统建立各类农资物流配送中心31家、农资放心店近1640个,土地托管面积约32万亩。

成都市供销社主动服务城市居民生活需求,持续拓展再生资源回收、日用消费品连锁、农贸市场、汽车租赁等城区经营网点和服务功能。主动参与农商文旅体融合发展,崇州元通、龙泉驿洛带等基层社联合当地村(社区)集体经济组织,打造出元通古镇、洛带古镇等旅游精品。

据悉,成都市连续三年投入财政资金2220万元,支持试点建设74个村级基层社,村级基层社将财政资金量化为供销社合作社股权,与当地村(社区)集体经济组织、农民专业合作社共建农业生产基地,开发乡村旅游;同时由区(市)县供销社联合社区居委会发起,社区居民入股,成立社区综合服务站或专业公司,共建社区共享超市,引进四川省供销社企业老邻居商贸连锁公司运营管理,实现供销社、社区集体经济、社区居民多方共赢。目前,双流区、龙泉驿区已建成7家共享超市,发展社员近1500户,服务当地社区居民近万人。

“成都市常住人口超过1600万,管理人口超过2100万,中心城区面积超过4000平方公里,我们必须更好顺应城乡融合发展趋势和城市空间结构变化,更好地服务城乡群众生产生活。”成都市供销社相关负责人表示,通过新建领办、恢复重建、改造提升等方式,成都市已构建起“供销合作社+农村合作经济组织联合会+为农服务中心”的县、乡、村三级综合服务体系,全市成立县级农村合作经济组织联合会15个,建成县级为农服务中心15个,基层供销社337个,农村综合服务站(社区服务中心)2884个,领办农民专业合作社1748家,发展各类经营服务网点3914个,实现基层组织网络全覆盖。

三大体系强基础 “三社一带”树形象

数读自贡

2020年自贡市供销社系统实现经营服务总额95.32亿元、销售总额50亿元,利润3400万元。

2020年全系统电子商务销售额1.68亿元;创新金融服务方式,开展农村资金互助合作,共成立农村资金互助合作社4家,入社社员1208人,累计发放贷款人数168人,发放贷款金额3587万元。

近年来,自贡市供销社在构建为农服务、基层组织、社有企业运营三大新型体系上取得了一定成绩和经验,实现了“强供销社基础、树供销社形象、助农民增收、为政府分忧”的目标。2018年自贡市供销社被人社部、中华全国供销合作总社评为“全国供销合作社系统先进集体”。

创新“三种理念” 抓实“三项举措” 激发社企改革新模式

自贡市供销社通过发展、创新、改革“三种理念”,先后推出了电商营销、微商营销、产地直销等新业务,积极探索资产整合、业

务融合、资金撮合等新模式。不断破题,着力解决农业生产“最后一公里”、农产品卖难“有市无价”、城市居民买菜“消费不安全”等新问题。2020年自贡市供销社系统实现经营服务总额95.32亿元、销售总额50亿元,利润3400万元。

同时,自贡市供销社抓实“三项举措”,强化社有资产监管,成立了自贡市共合资产管理有限责任公司,聘请有资质的中介对社有资产进行了全面评估,准确把握了社有资产的真实价值。发展社有企业,培育了四川融禾益帮实业有限公司、自贡市共合农业发展有限公司、自贡绿野上品农业专业合作社等混合所有制的新型农业经营主体6个,截至2020年底,社有企业达73家。加强项目扶持,为企业在项目培育、规划、申报、实施等全过程提供服务。五年来共组织实施项目22个,增加企业资产1亿元以上。

构筑“三位一体”着力“三社一带” 基层组织体系得到了新拓展

自贡市供销社构筑“三位一体”,创新生产服务、完善供销服务,探索信用服务。以农民群众需要为切入点,目前自贡市供销社系统通过农资供应、耕作、插秧、施肥、防治、收割、营销等经营模式开展土地全托管和半托管服务,累计服务面积达12.98万亩;发挥各级电商平台作用,推动经营网络向市、县、

乡、村延伸,2020年全系统电子商务销售额达到1.68亿元;创新金融服务方式,开展农村资金互助合作,共成立农村资金互助合作社4家,人社社员1208人,累计发放贷款人数168人,发放贷款金额3587万元。

健全基层组织体系,积极领办、领办农民专业合作社,积极推进农村社区综合服务站建设,开展党建带社建,着力“三社一带”,基层组织体系得到了新拓展。自贡市供销社系统基层社建设达127个,实现全市乡镇全覆盖;自贡市供销社系统共领办创办286个管理民主、制度健全、产权清晰、带动力强的农民专业合作社。截至目前,已在8个村开展试点,自贡市供销社系统共投入92万元,实现经营收入235.5万元,实现利润26.16万元,建设基地250亩,带动合作社13家,受益农户1140户。

紧抓“三个抓手”促进三产融合 为农服务领域得到了新发展

自贡市供销社全力培育自贡市农产品区域性公共品牌,按照“源头可追溯、供销可查询、品质有保障”的思路,创建、培育自贡市农产品区域性公共品牌——“自然贡品”。目前自贡市已有52家企业、合作社等单位获准使用“自然贡品”商标,建立品牌形象店2家。“自然贡品”荣获2019年度中国区域农业十强品牌。

充分发挥供销社在农村的经营服务优

势,整合资源和力量,按照“供销社+合作社+村两委+贫困户”的产业扶贫模式,截至目前,在自贡市113个贫困村均建有农民专业合作社或产业协会,吸纳带动720余户贫困户开展产业扶贫,实现脱贫致富。

此外,自贡市围绕现代农业产业园区项目,大力开展招商引资工作,创新开展“基金带产业植人”模式,成功引进深圳前海中基基金管理有限公司及其国内外龙头企业联盟,达成200亿元的招商引资协议,加快构建以现代设施为基础、现代科技为支撑、现代经营为特征、现代服务为保障的现代农业体系,促进一二三产业融合发展。

强化“三个狠抓” 实施“三项行动” 工作作风建设发生了新变化

狠抓安全生产责任制,狠抓矛盾纠纷排查,狠抓依法治社。大力弘扬社会主义法治精神,坚持办事依法、遇事找法、解决问题用法、化解矛盾靠法,不断运用法治思维和法治方式解决问题、开展工作。五年来,自贡市供销社共投入整治安全隐患资金320余万元,全系统未发生一起安全生产责任事故。

实施“三项行动”,强化政治理论学习,筑牢党建思想根基,加强基层组织建设,夯实对党忠诚基石,加强党风廉政建设,永葆共产党员本色。强化党的政治纪律、组织纪律和廉政纪律教育,工作作风建设发生了新变化。



自贡市供销社着力“三社一带”,开展土地全托管和半托管服务

喜迎『七代会』 迈步新征程——四川各地供销社综合改革成果巡礼

成都市供销社

□本报记者 李鹏飞 文/图

自贡市供销社

□本报记者 马工枝 文/图