

Shanghai

GONGXIAO HEZUO JINJI

# 上海供销合作经济

ISSN 1674-2516

CN 31-1620/F



ISSN 1674-2516



9 771674 251234

04>

2023年4月28日版

2023  
总第219期



# 把握高质量发展主题主线 坚守为农服务初心使命

上海市供销合作总社召开第六届理事会第二次全体会议  
暨 2023 年度系统工作会议



3月20日，上海市供销合作总社第六届理事会第二次全体会议暨2023年度系统工作会议在上海供销大厦召开。党委书记程颖出席会议并讲话，理事会主任张华作2023年度理事会工作报告，市社理事会副主任马晨辉主持会议。

程颖在会议讲话中指出，今年是全面贯彻落实党的二十大精神之开局之年。近期召开的中央农村工作会议、中央经济工作会议、市委十二届二次全会、全国总社七届五次理事会、市国资国企改革暨党建工作等重要会议，对全面贯彻落实党的二十大精神，聚焦主责主业发展，着力提升核心竞争力和增强核心功能，加快推动高质量可持续发展作出了一系列的部署要求。全系统要以全面贯彻落实党的二十大精神为统领，深入学习贯

彻习近平总书记对供销合作社工作的重要指示批示精神，按照全国总社、市委市政府和市国资两委的部署要求，牢牢把握高质量发展主题主线，牢牢坚守为农服务初心使命，在服务大局中坚定政治方向，在主业发展中把握



职责定位，在稳中求进中主动担当作为，加快推动全系统联合发展、创新发展、融合发展。**一、提升高度，切实把思想和行动统一到高质量发展的部署**

**上来。**一要深入学习领会全国总社对高质量发展的部署要求。高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。必须坚持以推动高质量发展为主题，无论谋划综合改革、确定发展目标，还是开展经营活动、做好为农服务，都要落实高质量发展要求，切实体现到工作的全过程，在上海农业农村现代化建设中发挥更大的作用。二要深入学习领会市委市政府和市国资两委对高质量发展的部署要求。加快一流企业建设，是党的二十大明确的重大战略任务。坚持和加强党的全面领导，坚持稳中求进工作总基调，完整、准确、全面贯彻新发展理念，服务构建新发展格局，聚焦主业、着眼长远、对标一流，全面提升企业核心竞争力，推动社有资本和社有企业不断做强做优做大，实现高质量发展。三要积极贯

彻落实市社六届二次理事会对高质量发展的部署要求。推动高质量发展是我们必须长期坚持的目标要求。尽管上海供销社综合改革取得了突破性进展和阶段性成效,但在发展方式、发展动能、发展效率上与高质量发展的要求相比还有差距。必须要进一步查找短板不足、明确工作举措,加快转方式、调结构、促改革,努力推动上海供销合作经济实现质的有效提升和量的合理增长。

**二、拓展深度,加快推动上海供销合作事业实现高质量发展。**一要继续抓好“第一议题”,全力推动学习贯彻习近平总书记重要指示批示精神不断走深走实。坚持和加强党的全面领导是重大政治要求,坚持落实“第一议题”是重大政治原则,是推动供销合作社高质量发展的根本保证。党的十八大以来,习近平总书记高度重视供销合作社工作,先后10多次作出重要指示批示,这既是推进落实“第一议题”重要内容,更是我们做好供销社工作的根本遵循。党的二十大以来,习近平总书记对深化国资国企改革、加快建设世界一流企业作出重要指示,强调要加快推动高质量发展,着力提升企业核心竞争力和增强核心功能,加快打造“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”世界一流企业。全系统要深入学习领会习近平总书记关于深化供销社综合改革和国资国企改革重要指示精神,提高政治站位,牢记“国之大者”,坚持和加强党的全面领导,以党的二十大精神为统领,持续推进落实“第一议题”制度,深刻领悟“两个确立”决定性意义,增强“四个意识”,坚定“四个自信”,做到“两个维护”,自觉在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为

核心的党中央保持高度一致,全力推动学习贯彻习近平总书记重要指示批示精神不断走深走实。

**二要继续抓好“第一要务”,推动上海供销合作经济持续稳健高质量发展。**发展是第一要务,市、区两级供销社要更加注重主责主业发展。市国资委对市社主业定位非常明确,要注重农资农产品商品经营及相关资产经营。各区社也要按照区国资委的要求,进一步聚焦主业发展、优化战略布局,积极推动各类要素资源向主业发展集中集聚,着力提升主业经营的竞争力、创新力、影响力和抗风险能力。要更加注重提升核心竞争力,今年市社明确作为商品经营主营板块“渠道拓展年”,要加快主业渠道拓展,加强品牌经营服务,加快主业板块支撑体系建设,不断培育提升主业经营的核心竞争力。各区社要主动服务国家战略和市区重大任务,对标建设一流企业标准,提升核心竞争力和增强核心功能,推动上海供销合作事业实现新作为。要更加注重防范各类风险,全系统必须准确把握国内外经济形势,统筹发展和安全,坚持底线思维,增强风险意识,提前谋划部署,确保全系统经济平稳健康运行。

**三要继续抓好“第一动力”,推动社有企业激发创新动力和发展活力。**创新是第一动力,要加快实施创新驱动战略,加快推进新旧动能的转换,着力打造供销合作经济高质量发展的新增长极。全系统要加强前瞻性谋划、战略性布局、整体性推进,进一步聚焦新经济新产业和新场景新赛道,多谋创新之策、多出创新之招、多办创新之事。要创新发展理念,突破思维惯性、摆脱路径依赖,树立鲜明的为民意识、市场导向、跨界理念,积极捕捉为农服务新契

机、拓宽为农服务新领域、搭建为农服务新平台;要创新为农服务方式,瞄准农民的实际生产生活需求,延伸服务链条,拓展服务领域,加快形成综合性、规模化、可持续的为农服务体系;要创新体制机制,以持续深化国资国企、集资集企改革为重点,加快构建符合社会主义市场经济要求和供销合作经济特点的体制机制,充分激发基层创新动力和发展活力,推动改革重点领域关键环节取得实质性突破。

**四要继续抓好“第一资源”,推动上海供销合作事业后继有人、兴旺发达。**人才是第一资源,坚定不移推进实施人才强社、人才强企战略。市社近期召开了人才工作会议并印发实施《关于进一步加强和改进人才工作的实施意见》,对全力打开市社人才工作新局面作出了全面部署,全系统要把“第一资源”作为重中之重,工作切实抓实抓细抓好。要进一步选拔忠诚干净担当的高素质专业化干部,选优配强各级领导班子,加强干部斗争精神和斗争本领养成,激励干部敢于担当、积极作为,贯彻落实国有企业干部人才队伍建设使命责任书的要求,实现“四个达到、一个下降”;要进一步加强干部挂职、轮岗、交流等工作力度,用好各年龄段的干部,保证干部人才梯队的合理延续,要坚持“使用是最好的培养,业绩是最好的证明”,进一步加大年轻干部发现培养选拔力度,不断加强思想淬炼、政治历练、实践锻炼,培养政治过硬、能力过硬、作风过硬的青年干部人才;要有“培养好一批合格的接班人是最大的贡献”“保持企业后继有人兴旺发达是神圣的使命”境界要求,全力打造“识才爱才用才容才聚才”的事业发展环境,进一步激发企业

创新活力，着力把人才优势转化为企业创新优势、竞争优势和发展优势，为上海供销合作事业高质量可持续发展注入新动能。**三、加大力度，全力保障高质量发展年度重点任务落地见效。**一要以更严的作风抓好落实。坚决贯彻习近平总书记关于供销合作社“转变作风”的重要指示，严格落实中央八项规定精神，力戒形式主义、官僚主义，持之以恒纠“四风”、树新风，坚定不移推进党风廉政建设和全面从严治党，把严的主基调长期坚持下去，以钉钉子的精神，全力推动高质量发展各项重点工作和改革任务落地见效。二要以更实的举措抓好落实。在全系统大力倡导重实干、求实效的工作导向，深入基层开展调查研究，求真务实、真抓实干。认真对标对表习近平总书记重要指示批示精神及深化供销社综合改革和上海城镇镇资集企改革的文件精神，坚持问题导向和目标导向，聚焦重点领域和关键环节，结合自身特点和实际，多出实招、多干实事、多求实效，以更大决心、更大力度推动全系统的改革创新和高质量发展，确保全年各项重点工作保质保量完成。三要以更细的要求抓好落实。各单位、各部门要抓紧研究细化2023年高质量发展的重点工作，进一步压实责任、强化担当，做到目标层层分解，压力层层传递，任务层层落实，既要敢啃“硬骨头”，又要善于“弹钢琴”，不断增强做好工作的系统性、创造性和实效性，用实实在在的行动和业绩书写新时代供销人的使命担当。

张华在工作报告中指出：2023年工作的总体要求是坚持稳中求进工作总基调，坚持为农服务根本宗旨，

以推动高质量发展为主题主线，持续深化综合改革，继续聚焦主责主业建设，探索超大型城市供销合作社发展之路。**一、服务上海经济社会大局，持续贡献供销力量。**一是坚持以党的二十大精神为统领。把学习贯彻党的二十大精神作为首要的政治任务，不断提高从政治上谋划推进工作的能力水平。二是主动对接国家战略和本市重大任务。按照市委市政府要求，坚持上海发展“四个放在”的工作要求，推动全系统经济发展和社会责任“双责共担”；进一步服务乡村振兴、长三角一体化战略，主动融入本市“四大品牌”“五个新城”建设和第六届进博会举办等；积极参与扩大内需，提振市场信心，努力实现全系统经济运行好转和全局稳定。**二、聚焦主责主业，不断提升为农服务水平。**一是全力保障农资供应。充分发挥农资流通主渠道作用，做好农资调运、供应、储备工作，促进保供稳价；开展“绿色农资”升级行动试点，加强农资质量管理；加强系统农资业务合作，打造供销系统农资品牌的竞争力。二是服务保障粮食安全。深化供销粮油融合和粮食供给保障；加大粮食全产业链服务和地产



大米品牌化发展；加强粮食应急保障能力建设。三是拓展农业社会化服务方式。推动农业社会化服务向全产业

链经营服务方向延伸；探索为农服务数字化、智能化转型，推动乡村一、二、三产业融合发展。**四是参与绿色生态建设。**探索农资从销售到废弃包装回收尽收、回收全程可追溯；坚持开展再生资源回收利用体系建设，积极参与“两网融合”和生活垃圾减量化工作。**五是参与全市应急保障体系建设。**积极发挥市社系统组织和资源优势，对接长三角地区供销合作社，探索构建农产品等应急物资保供体系。**三、服务新发展格局，提升现代流通服务水平。**一是加快参与城市现代流通体系建设。研究消费市场新模式，发展县域流通服务网络；协调推进农产品市场建设、推进农产品市场升级改造。二是积极融入“五个新城”社区商业建设。通过“社镇合作”参与社区商业开发；推动在行政村设置为农综合服务站；探索“供销市集”商业运营品牌化、长效化机制。三是着力推动渠道拓展、品牌经营和农产品产销对接。全系统将2023年作为商品经营渠道拓展年，要深掘渠道潜力、创新营销策略、加大品牌宣传，扩大老字号品牌的影响力；拓展农产品集采集配、直供直销、订单农业等业务，培育预制菜业务，积极探索参与农产品冷链物流建设。四是加快传统流通网络转型升级，推进“数字供销”建设。加快经营服务网点信息化改造、数字化赋能，实现线上线下一体发展；运用大数据、物联网、云计算、移动互联等新技术新手段，不断提高供销合作社主营业务数字化水平。**四、深化综合改革，坚持合作经济属性。**一是完善联合社治理机制。坚持合作经济组织属性，完善联合社社员代表大会、理事会、监事会制度；推动涉农区社健全和完善“三会”



制度,强化对社有资产监管,维护保障资产所有权与经营管理权相统一;完善综合业绩考核机制,优化成员社对市社的工作评价机制,加强行业指导和培训。二是深入推进基层组织建设。推进供销合作社基层组织建设,涉农区社要进一步帮扶基层组织、农民合作社及农民合作社联合社发展,将为农服务职能重新注入基层社,实行业务赋能、资产赋能和人才赋能;充分挖掘服务功能比较强、社会形象比较好、可持续发展的基层社、农民合作社与农民合作社联合社,打造成为其他基层组织可学习借鉴的标杆;市社要继续推动政策、资金、项目向基层组织建设倾斜,建立与完善为农服务的投入保障机制。三是持续打造联合合作“五张名片”。打造“农资经营与农业社会化服务”名片,发挥市农资公司和各涉农区社在郊区农资流通主渠道优势,推广农资标准化门店建设改造,开展业务、网络、技术等联合合作;打造“地产特色农产品销售”名片,发挥市果品公司龙头企业作用,探索与涉农区社、农民合作社联合合作和地产特色水果等农产品托底采购,探索建立长三角名特优农产品入沪展销新模式,探索深化与农民的利益联结机制;打造“再生资源低附加值可回收物回收处置与生态文明建设”名片,培育和推动市社系统再生资源龙头企业做强做优和转型发展,发挥龙头企业和本市再生资源回收利用行业协会优势,在承担城乡生活垃圾分类和减量化任务中积极作为;打造“脱贫地区农副产品产销对接与帮扶销售”名片,推动供销商业公司、“832平台”上海销地仓和浦东引领区销地仓作用,加强地产产销对接和本地采购服务,融入本

市消费帮扶工作,推动脱贫地区农副产品对接上海市场,涉农区社要利用好供销系统优势,聚焦消费帮扶,打造成服务乡村振兴新亮点;打造“供销合作社干部人才队伍建设合作”名片,开展跨区域、跨企业、跨岗位轮岗交流,加强人才在基层一线和重大项目上锻炼,推动市社与区社之间、区社与区社之间年轻干部挂职交流,构筑“上挂下派、内外联动”的人才发展双循环。五、推动社企发展,对标一流企业。一是着力推动企业转型发展。根据市社市场化运行、企业化管理实际,积极培育加快打造产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的一流企业,推动上海供销合作事业高质量发展;全系统经营服务企业要把提高经济运行质量效益放在更加突出位置,稳实体、提能级,深入挖掘主业经营潜力,进一步推进产业转型升级和重点项目建设,促进经济效益实现新一轮发展;着力提升社有资产质量,持续推进老旧资产改造升级、零散网点迭代整合,加大资产招商力度,提高资产制度化管理水平,全面提升资产经营质量和创效能力。二是着力提升精细化管理水平。不断完善系统现代企业制度和市场化经营制度;加快推进数字化赋能企业经营管理,建立健全信息化监管平台,实现对供销合作社人、财、物的数字化管理,提升监管效能。三是着力统筹发展和安全,防范化解各类风险。要加强经济运行分析,超前预判、及时应对、妥善处置,避免重点领域和主营业务出现大的波动;加强企业风险防控,加强内部管理和风险防控,严格规范对外投资和借款担保,持续推进降杠杆、减负债,大力压减“两金”占比,加强重点企业、重点业务、重点环节的穿

透式管理,加强企业应收预付款和存货管理,确保企业稳健经营;金融服务企业要加强规范管理,防止形成区域性、系统性风险;持续做好安全生产工作,压紧压实工作责任,紧盯重点领域和关键环节,加大风险隐患排查力度,坚决防范和遏制事故发生。

## 六、加强党的全面领导,为供销合作事业健康发展提供坚强保障。

一是坚持把党的政治建设摆在首位。发挥各级党委“把方向、管大局、保落实”领导作用,全面加强供销合作社各项党建工作,以党建引领供销合作事业高质量发展。二是坚定不移推进党风廉政建设。严格落实“两个责任”,认真履行“一岗双责”,切实把从严治党各项要求落到实处;持续开展纪律教育、警示教育,引导党员干部知敬畏、存戒惧、守底线;深化内部巡视巡察,深化廉洁从业风险防控,进一步织密干部监督制度体系,形成制度监督、一把手监督、巡视巡察、审计监督、群众监督等监督体系。三是着力加强干部人才队伍建设。坚持党管干部、党管人才,全力推进高素质干部人才队伍建设和人才强企战略;推进人才工作专业化管理和系统化建设,激发人才创新动能;传承“扁担精神”“背篓精神”,持续推进人才队伍作风建设,加快造就一支高素质专业化干部人才队伍。

会议要求全系统准确把握加强党的全面领导的要求,准确把握新征程面临的形势与任务,准确把握推动高质量发展的主题,准确把握持续深化供销合作社综合改革的部署,继续聚焦主责主业建设,探索超大型城市供销合作社发展之路,为全面助推本市乡村振兴、加快农业农村现代化和城乡融合发展作出新贡献。■



## 上海市供销合作经济研究会理事会

会 长 马晨辉

名誉会长 赵 刚

副 会 长 刘天陆 傅尔基 赵德余 谢 炜

秘 书 长 孙 玮

### 理事单位代表

上海市供销合作总社

上海市嘉定区供销合作总社

上海市宝山区供销合作总社

上海市浦东新区供销合作社联合社

上海市奉贤区供销合作总社

上海市松江区供销合作社

上海市金山区供销合作社

上海市青浦区供销合作联合社

上海市崇明区供销合作总社

上海市闵行区供销合作总社

上海市杨浦区供销合作社

上海市普陀区供销合作社

上海市徐汇区供销合作社

上海市长宁区供销合作社

上海市黄浦区供销合作社

上海市卢湾供销合作社

上海市农业生产资料有限公司

上海市果品有限公司

上海好唯加食品有限公司

上海供销商业管理有限公司

上海供销合创资产经营管理有限公司

上海新农村建设投资股份有限公司

上海市供销综合商社管理中心

马晨辉

汪巍忠

王心雄

桑 佳

金季平

周丽辉

朱建国

沈金华

丁海东

金慧明

王德强

陈代凤

赵志刚

武文斌

陈 湧

张 敏

伍亚生

王文俊

张志鹏

丁 雷

张自强

宫鸿冰

戴康平

### 会员单位代表（按姓氏笔画排序）

上海奉贤江海供销合作社

上海宝山农业生产资料有限公司

上海登丰乐农公司

上海秀水种子有限公司

上海一片天餐饮管理股份有限公司

上海果品配送有限公司

上海嘉定惠民超市市场经营管理有限公司

上海金山综合便民服务有限公司

上海云湖投资有限公司

上海崇明供销农业生产资料有限公司

上海松江农业发展有限公司

上海邵万生商贸有限公司

上海农得利农业生产资料有限公司

上海载盛物资有限公司

王玉蛟

孙永良

李义明

沈莲芳

张 毅

陈 伟

周继东

钟海栋

顾 强

倪国庆

徐 霖

葛 颖

蔡 勇

缪天平



### 卷首语

# P1

## 把握高质量发展主题主线 坚守为农服务初心使命

上海市供销合作总社召开第六届理事会第二次全体会议暨 2023 年度系统工作会议

### 新 征 程

- 6 深化人才强企战略 激发企业创新活力  
党委书记程颖在上海市供销合作总社人才工作会议上的讲话
- 11 全力提升核心竞争能力、为农服务能力、高质量发展能力
- 12 老字号品牌的发展与创新之路

### 求 索

- 14 从通海垦牧公司谈张謇在农业领域的创新
- 18 论国际比较视角的中国式现代化
- 21 用现代流通带动现代农业
- 24 在中国式现代化进程中展现供销合作社担当
- 25 聚力供销合作社内涵式发展的若干思考

### 三农论道

- 26 浙江义乌农村电商调研报告
- 30 记乡村振兴中的资产建设分析
- 35 湖北省咸宁市供销社“供销讲堂”纪实
- 36 消费助农集市助力乡村振兴



## 观象台

- 38 《四川省供销合作社条例》为供销合作事业护航

## 前沿传真

- 39 上海崇明供销农业生产资料有限公司  
推广绿色农药使用精准服务 保障绿色农产品质量安全

## 行业之桥

- 40 在求变中巩固 在创新中发展

## 访谈直播

- 42 上海市崇明区供销合作总社  
打造服务农业生产、农民生活、农村生态的重要平台

## 细数家珍

- 44 百年邵万生 万物皆可糟

## 围炉品茗

- 48 诗清茶雅两相宜



供销文化

# P46 精彩新时代 供销新活力

上海供销系统职工摄影选



本期封面 上海市崇明区供销合作总社打造的  
1952 老玖坊文创生活广场

## 上海供销合作经济 (汪道涵题)

主管单位 上海市供销合作总社  
主办单位 上海市供销合作总社  
上海市供销合作经济研究会  
出版发行 《上海供销合作经济》编辑部

主 编 马晨辉  
副 主 编 孙 玮  
责任编辑 刘古武 郭 婷  
编 辑 张宏轩

地 址 上海市黄浦区外马路 108 号 1603 室  
邮政编码 200010  
电 话 (021) 64183952  
投稿邮箱 yjh@shcoop.com

二〇二三年第二期  
(总第 219 期)

2023 年 4 月 28 日版  
双月刊·公开发行

国际标准连续出版物号 ISSN 1674-2516  
国内统一连续出版物号 CN 31-1620/F

定 价 8.00 元  
印 刷 上海安枫印务有限公司

# 深化人才强企战略 激发企业创新活力

在上海市供销合作总社人才工作会议上的讲话

(2023 年 3 月 2 日)

上海市供销合作总社党委书记 程 颖



上海市供销合作总社人才工作会议今天召开，这是市社党委召开的第一次人才工作专题会议，也是新一届党委进一步加快推进人才战略规划的重要会议。通过学习贯彻党的二十大和中央人才工作会议精神，结合上海市人才工作会议和《关于进一步加强和改进市管国有企业优秀年轻领导人员发现培养选拔工作的意见》要求，前期在各单位充分调研队伍现状的基础上，深入开展专题研究，总体布局市社人才工作三年规划，启动并实施市社人才“百人计划”，其间经历了疫情大战大考，克服了诸多不利影响，全面完成了阶段性计划目标任务。

## 一、市社人才工作阶段性总体评价

### (一) 谋篇布局人才强企战略，为高质量发展筑牢人才根基

市社党委坚持人才引领发展的战略地位，全力构建企业人才工作新格局。一是为全面贯彻落实习近平总书记关于国资国企改革、国有企业党的建设和人才工作重要讲话精神，以及中央、上海市人才工作会议和市国资国企工作会议精神，研究制定市社人才队伍建设“531”规划体系（五年规划、三年方案和年度行动计划），通过顶层设计，加强谋篇布局，在

大变局中占得先机，依靠内部培养与外部引进相结合，着力锻造一支符合发展战略需要、年富力强、充满激情、善作善成的人才队伍。二是牢固树立“使用是最好的培养，业绩是最好的证明”理念，打造市社“1234 人才工程”，加快形成有利于人才发展的良好氛围，建立健全人才开发的理念、制度和政策体系，一切从岗位需要出发，打破论资排辈，打破条条框框，破除隐形台阶、缩短储备周期，放手去干、放手去拼，打破“干得多错得多”“不洗碗就不会打破碗”等不良思想，让想干事的有机会、能干事的有舞台、干成事的有地位、不干事的有危机。三是健



全职业发展通道体系，建立双通道人才发展机制。结合供销社行业特点和企业实际情况，建立“纵向畅通、横向互通”的职业发展通道体系，在人才培养方面倡导以人为本的理念，打通公平竞争的内部赛道，促进各类人才在系统内有序流动和高效配置，建立统一的人才标准与人才管理机制，为招聘、晋升、薪酬、人才选拔与培养等工作提供重要依据，同时进一步引导员工立足岗位，不断提高素质能力，实现企业发展与个人发展双丰收。通过五年来的坚持不懈、久久为功，市社人才队伍数量、质量和结构均得到较为显著的优化和提升。出资企业中农资公司、好唯加公司、商业公司、资产公司等核心板块企业的人才队伍结构指标均明显优于市社平均水平。

## （二）落实选人用人的主体责任，打造忠诚、干净、担当的干部队伍

人才队伍既包括各级企业的干部队伍、后备青年干部梯队，也包括各类专业人才。其中干部队伍建设是“关键少数”，是重中之重的课题。市社党委坚持正确的选人用人导向，着力打造一支忠诚、干净、担当的高素质专业化干部队伍。一是严把选人用人政治关、能力关、廉洁关，抓住“关键少数”，强化干部选拔任用标准和条件，始终坚持事业为上、人岗相适、人事相宜，坚持严管厚爱结合、激励约束并重，激励干部担当作为，提升干部干事创业的精气神，突出培养和使用“对党忠诚、勇于创新、治企有方、兴企有为、清正廉洁”的复合型企业领导干部，科学配置干部资源，不断拓宽选人用人视野，旗帜鲜明的突出高素质专业化选人用人导向，把新时期好干部标准落到实处。二是按照国

企党建工作会议精神和两个“一以贯之”的要求，坚持和加强党的全面领导，坚持党管干部原则，充分发挥党委总揽全局、协调各方的领导作用，健全完善干部管理机制，为干部队伍建设提供政治和组织保障，科学做好干部队伍建设的统筹规划，用好各年龄段的干部，持续优化干部队伍结构，特别是出资企业领导班子结构，落实党委的主体责任，逐级压紧压实各级企业党组织的责任，推动市社创新转型和高质量发展。三是内外结合培养经营管理干部，自2018年起主动把握“四大品牌”建设战略机遇期，加快实施品牌化经营战略，成功引进了“上海供销e家”老字号品牌集成店项目负责人，并通过外部引进与内部培养相结合的方式，引进、培养和聚集一批有利于供销社老字号品牌发展和传承的经营者及高素质管理团队，成为外省市供销社在沪的重要交流服务平台和上海供销社的新名片，推动了系统老字号的新发展，助力打响上海“四大品牌”建设。2018年至2022年，市社党委充实调整了本部及出资企业高级管理人员，干部队伍的知识结构、专业结构、年龄结构得到明显提升和优化，逐步呈现出年轻化、高素质、专业化等特点，市社党委大力提拔80后年轻干部，干部队伍平均年龄逐年呈现递减趋势。

## （三）全力推进实施“百人计划”，吹响紧缺人才“集结号”“冲锋哨”

市社党委加快推进市社人才“百人计划”，打造优秀人才集聚的新高地，做实供销合作事业基业长青。一是始终坚持问题和目标导向，经过专题调查研究和部署，在2021年1月提出市社人才“百人计划”工作目标，

明确要进一步聚焦战略重点领域，结合“1234”人才工程和四支人才队伍的建设需求，三年内引进、培养和用好100专业化成熟人才，为高质量发展提供人才支撑，并分解纳入各出资企业新三年任期的考核目标。二是通过抓好源头、抓好过程、抓好结果，采取更有针对性地引进培养措施，持之以恒、常抓不懈，深入贯彻实施人才强企战略，全力推进人才“百人计划”落地。市农资公司作为“为农服务”商品主營板块的核心企业，在贯彻落实本单位的目标任务中，根据业务属性、业务模式和业务量，广聚人才，不分地域、不分户籍、不唯学历、不唯年龄、注重实效，企业的新品业务得到明显提升，渠道市场得到有效拓展。人才“百人计划”持续加强和改进人才工作的质量，提升专业化人才队伍的数量、结构和能级，打造市社人才工作的新品牌，激发各类人才奋发有为、干事创业的热情，加快推进了市社高质量可持续发展。以反哺“为农服务”主业为主责的资产公司，依托市社人才“百人计划”，引进关键人才，加强公司主营业务在物业管理、招商运营与公寓经营等方面专业人才的储备，有力促进了资产经营管理“提高效率、提升效能、提增效益”。三是在总结中不断探索规律，用好用活“四度”工作法：通过星级评定“选才”，把好党管人才的“高度”；通过破除壁垒“引才”，把好机制改革的“力度”；通过聚焦重点“用才”，把好精准施策的“深度”；通过用心用情“留才”，把好人才服务的“温度”。努力营造识才、爱才、敬才、用才的良好氛围，并把人才“百人计划”的做法、标准和要求推广到所有人才招聘工作之中，以点带面实现人才工作

整体水平再提升、再优化。人才“百人计划”推进实施以来，市社企业高度重视人才工作，各级企业主要领导亲自抓第一资源，其他班子成员负责分管领域的人才工作，坚持“早引进、早培养、早使用”的导向要求，着力研究解决人才工作中的“卡脖子”，为企业转型发展提供人才支撑。截至2022年12月底，人才“百人计划”推进完成70人，目标进度达70%，引进人才的专业类型主要分布在商品销售和服务、渠道拓展、资产经营、智能化生产管理等重要性和紧缺型岗位。

#### **(四) 加快青年人才培养使用，确保党的事业薪火相传后继有人**

市社党委立足新时代青年员工特点，采取多种形式，多层次、全方位、宽领域培养使用青年，引导青年健康成长成才。一是坚持“全员、系统、专业”培训工作方针，着力打造有特色、有规模、有底蕴、有温度的人才蓄水池，建立覆盖“三级六类全员”的培训赋能体系，不断加大人才开发工作的力度。五年来，市社累计组织开展各类培训20余期，参训学员覆盖率达100%，上下贯通、资源整合、协同布局，全面提升员工的素质能力，增强创新能力和竞争能力。通过举办“青年后备干部培训班”“青年员工拓展训练班”，发掘了一批具有时代特征、创新能力和发展潜力的优秀青年苗子，为推动企业发展的质量变革、效率变革、动力变革，促进乡村全面振兴和供销合作事业的新发展，提供了源源不断的人才、智力支撑。二是积极打造“方法灵活、有效管用”的后备人才梯队培养机制，重视挖掘、选拔和培养“善于学习、勤于思考、勇于创新、乐于奉献”的优秀青年人才，区分短、中、长等不同周期

培养类型，将青年后备人才库中80后、90后员工统一纳入企业选人用人观察名单，通过搭建平台、提供岗位、定向挂职、培训交流等多种方式和途径，不断加大青年人才的培养和使用，把优秀青年放到基层一线磨练意志、增长才干、创造佳绩。截至目前，参加上一届青干班的25名学员中已有18人被提拔到更高层次的工作岗位上，3人被交流到不同企业或不同部门进一步磨练和培养。三是推进全系统人才联合合作，贯彻“使用是最好的培养，业绩是最好的证明”的重要理念，接收多名各地供销社优秀年轻干部到市社职能部门或出资企业挂职锻炼，开展跨区域、跨企业、跨岗位轮岗交流，加强人才在基层一线和重大项目上锻炼，用好各年龄段干部人才，推动市社与区社之间、区社与区社之间年轻干部挂职交流，构筑“上挂下派、内外联动”的人才发展双循环，让德才兼备、业绩突出、发展潜力大的优秀人才脱颖而出。

#### **(五) 加强劳动、人事、分配制度改革，创新干部人才管理新模式**

市社党委聚焦人才发展，建立完善人才发展相关配套机制，不断创新人才管理新模式。一是优化完善企业人才激励保障机制。按照“强激励、硬约束”的原则，五年来逐步建立健全“指标科学、分层分类、考准考实、导向正确”的考核评价体系，修订出资企业领导班子及领导人员综合考核评价办法和出资企业经营业绩任期考核办法，建立完善市社本部季度考核管理办法，指导出资企业建立全员绩效考核体系建设。同时，坚持“效益共创、利益共享、风险共担”，建立鼓励企业创新转型的个性化、项目化激励

机制。二是积极探索集约化人才管理新模式。2021年1月，正式上线E-HR人力资源信息化管理平台，与OA协同办公平台实现互联互通，把各级企业、各类员工全部纳入平台进行统一管理，建立统一招聘平台，统一招聘入口和标准，提高招聘质量和影响力，坚持“制度+科技”和“管理+服务”，实现集约资源、固化流程、加强管控、提高效率，制定《市社员工“入、转、调、离”标准化作业手册》，逐步形成全覆盖、全透明、全动态人才管理新模式。

五年来，我们坚持“为农服务”的总方向，坚持党管干部、党管人才和人才队伍建设服务于企业发展战略的原则，坚持“创新、整合、提升、突破”工作方针，坚持“从严、求实、抓细”工作要求，对标对表高标准高质量，不断深化劳动、人事、分配市场化机制改革，全方位培养、引进、用好人才，努力形成具有市社发展特色的人才工作机制，营造有利于人才发展的良好氛围，着力发挥好人才引领发展的作用，但在打造一支与市社高质量可持续发展相匹配的人才队伍方面，还存在很多可为之处，有待进一步深化：一是人才管理的观念理念仍比较传统，大胆培养使用和创新力度不足，人才队伍建设统筹谋划还不够深、不够远，结构还须优化，能级还须提升。二是干部队伍结构仍有待进一步优化，核心业务板块企业领导班子建设仍比较薄弱，产品研发、市场营销、渠道拓展、项目投资、园区和基地运营等方面存在较为明显的短板。三是既熟悉专业、又精通管理的复合型人才储备还不足，各级企业人才工作水平还存在不平衡性，部分二层级企业核心骨干人才青黄不接。



## 二、新时代人才强企战略的重要意义

习近平总书记在党的二十大报告中指出,科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力。我们要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领,深入贯彻落实中央和市委人才工作会议精神,坚持党管干部、党管人才原则,牢牢把握人才引领战略地位,以更高站位、更大力度深入实施新时代人才强企战略,以市社人才“百人计划”为重要抓手,进一步推进市社人才工作专业化管理和系统化建设,着力把人才优势转化为企业创新优势、竞争优势和发展优势,为市社高质量可持续发展筑牢人才蓄水池、注入人才新动能。

### (一) 贯彻落实上级人才工作会议精神的必然要求

市社人才“百人计划”是深入学习领会习近平总书记关于新时代人才工作的新理念新战略新举措,坚持和加强党对人才工作全面领导的市社人才战略的重要部署。党的二十大报告中强调,必须坚持“人才是第一资源”,深入实施“人才强国战略”,坚持“人才引领驱动”。中央人才工作会议上,习近平总书记站在实现民族振兴、赢得国际竞争主动的战略高度,对加快建设人才强国作出全面部署,提出一系列具有全局性、前瞻性、基础性的重大举措,为新时代人才工作擘画蓝图。党的十九届六中全会《决议》明确指出,必须抓好后继有人这个根本大计,源源不断培养造就爱国奉献、勇于创新的优秀人才。时任上海市委书记的李强同志在上海市人才工作会议上强调要加强党对人才工作的全面领导,

要以更强的责任感抓人才工作,要以更强的合力抓落实,要以更强的政治引领凝聚人才。国有企业干部人才队伍建设使命责任书明确了到2025年全面实现“四个达到、一个下降”的目标要求,既要立足今后5年市管国有企业班子队伍需要,又要着眼今后10到20年乃至更长远发展需要,同时市社干部人才队伍建设使命责任书也将对各直属企业作出明确要求,并于半年度工作会议上进行签约,压紧压实干部人才工作责任。

### (二) 新时代党的组织路线锻造高素质队伍的工作要求

市社人才“百人计划”是市社党委贯彻落实新时代党的组织路线的重要举措。党的二十大报告中指出“建设堪当民族复兴重任的高素质干部队伍,坚持德才兼备、以德为先、五湖四海、任人唯贤,树立选人用人正确导向,选拔忠诚干净担当的高素质专业化干部,选优配强各级领导班子,加强干部斗争精神和斗争本领养成,激励干部敢于担当、积极作为。”市社党委将以党的二十大对人才工作精神要求为根本遵循,全面贯彻新时代党的组织路线,坚持党管干部、党管人才重要原则,严把政治关、廉洁关、能力关,培养造就忠诚干净担当的高素质干部队伍,并通过市社人才“百人计划”推进落实,进一步发挥党在人才工作中的领导作用,强化科学决策和顶层设计,完善人岗相适、人事相宜的体制机制建设,全力推动市社人才战略规划的全面实施。

### (三) 推动实现市社高质量可持续发展的内在需求

今后五年是市社深化系统综合改革和集资集企改革,全力推进创新

突破新发展的重要时期,亟需一支符合发展战略需要、年富力强、充满激情、善作善成的人才队伍。将通过市社人才“百人计划”的实施落地,在聚焦主责主业,培育企业核心竞争力;加快渠道建设和拓展,结合品牌经营,不断提升附加值和品牌形象;提升资产运营管理质效,反哺为农服务主业;加快推进数字化转型、健全风险管控体系、优化激励约束机制等内部支撑体系建设,以及增强总部“管理+服务”效能,形成合力,上下联动共促发展等各方面工作中,积蓄干部人才队伍“源头活水”,为市社实施人才强企战略、顺应新时代新发展新要求提供人才支撑。

## 三、全力打开市社人才工作新局面

市社各级领导干部要有“培养好一批合格的接班人是最大的贡献”“保持企业后继有人、兴旺发达是神圣的使命”要求和境界,深入推进市社人才强企战略。打开市社人才工作新局面,一分部署,九分落实,要把蓝图变为现实,一步一个脚印,履职尽责,在实干中形成共识,在实干中解决问题,在实干中实现愿景,提升干部人才队伍软实力,为改革创新提供硬支撑。

### (一) 提高政治站位,强化责任落实

要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,深入学习贯彻党的二十大精神、全国组织工作会议、中央人才工作会议、全国和上海市国有企业党的建设工作会议精神,坚决贯彻党中央、国务院关于新时代人才工

作决策部署,贯彻落实上级党组织关于干部人才工作要求,牢固树立人才引领发展战略地位,立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展,为建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴、振兴供销合作事业发展,提供智力支持和人才支撑。市社各级党组织要坚持“一把手”抓“第一资源”,切实履行党组织主体责任,党组织书记第一责任人责任,党政主要领导要高度重视、亲力亲为、积极谋划、全面推进,形成党政领导齐抓共管的干部人才工作格局。

## **(二) 坚持顶层设计,加强战略谋划**

市社党委要从“顶层设计”入手,着眼于供销合作事业薪火相传和长远发展,做好战略谋划,把好方向、建好机制、带好队伍,打造一支“对党忠诚、勇于创新、治企有方、兴企有为、清正廉洁”干部人才队伍,制订 2024—2026 三年行动计划,到 2025 年全面实现“四个达到、一个下降”的目标要求。一要进一步优化干部梯队结构、特别是出资企业领导班子结构。出资企业领导班子成员要形成 60 后、70 后干部梯次结构,并加快充实 80 后年轻干部进班子;总部职能部门负责人要加快充实 70 后、80 后干部;直属企业领导班子副职也将加大市场化、专业化引进力度,充实力量较薄弱的领导班子。投资企业年内完成三年任期考核工作和新三年聘任。二要进一步打造专业化的人才队伍,结合实际,加强研究部署,科学谋划、综合施策、优化机制,统筹选育管用等各个环节,营造“近悦远来”的人才发展环境。2 月 23 日下发的《关于印发〈关于进一

步加强和改进人才工作的实施意见〉的通知》(沪供销委〔2023〕34 号),明确了“新七条”主要措施,这一揽子支持市社人才“百人计划”的配套扶持措施,旨在为企业发展减负蓄能,助力企业加快解决制约发展的人才资源瓶颈,加强高素质专业化干部人才队伍建设。

## **(三) 主动担当作为,抓实规划落地**

各单位党政领导,要以更高的站位、更强的担当、更实的举措抓好人才战略落地,坚决贯彻落实市社人才“百人计划”,加快推进本单位的工作目标。要把“人才强企”作为一项战略性新兴产业来抓,研究制订好本单位三年行动专项计划,激发企业创新活力,打造企业发展新引擎。要坚持实干为要,锻造干事担当,抓住源头、抓好过程、抓出结果。事业无论大小,都唯有实干,才能推动新发展,取得进步成效。要坚持德才兼备、以德为先、任人唯贤,着力培养忠诚干净担当的高素质干部;要坚持“使用是最好的培养,业绩是最好的证明”,注重培养加强思想淬炼、政治历练、实践锻炼和专业训练;要严格把好人才入口关和质量关,强化内部培养和外部引进的跟踪考核;要从严管理、关心爱护,提振干部人才干事创业的精气神。

## **(四) 协同联动配合,形成工作合力**

市社各级人力资源部门要做战略规划的“参谋者”、政策要求的“宣贯者”、制度管理的“执行者”、企业文化的“传播者”。要增强本领提升专业素质,结合企业经营发展战略,做出有效的人力资源分析与人才规划,为科学决策提供参考依据,支持企业不同

发展阶段的战略调整 and 战略落地。要深化细化优化干部人才工作体系建设,加强制度宣贯和执行,强化规范化管理。作为专业部门要牵头负责市社人才“百人计划”的推进落实,各相关部门要加强密切配合,形成工作合力,既要明确各部门的工作职责,各司其职做好分内工作,又要发挥各自的职能优势,确保人才工作各项配套措施有效落实。

## **(五) 注重人文关怀,用心聚才留才**

人才工作事关全局、事关长远、事关根本,企业发展人才先行,没有人才优势,就不可能有企业的创新优势、发展优势、核心竞争优势,要增强做好人才工作的使命感、责任感和紧迫感。随着市社人才“百人计划”的推进落实,将引进来自不同企业不同文化背景的各类专业化人才,要多形式、全方位进一步加强企业文化宣传和人文关怀,共促人才“落地生根”。市社各级工会和团委也要发挥好群团组织的工作优势,主动关心、加强沟通、传递温暖,共同营造和谐的人才发展环境,进一步增强企业的向心力、凝聚力和战斗力,为市社高质量可持续发展汇聚人才力量。

新时代市社人才工作的方向已经明确,措施再好,不抓落实就是纸上谈兵;蓝图再美,缺乏行动终是空中楼阁。让我们共同携手奋力开启供销社人才工作新局面,打造“识才、爱才、用才、容才、聚才”的事业发展环境,深化人才强企战略,激发企业创新活力,为市社高质量可持续发展提供坚强人才保障,全力推动供销合作事业人才辈出、薪火相传、继往开来。■



# 全力提升核心竞争能力、为农服务能力、高质量发展能力

上海市农业生产资料有限公司

2023 年业务经营工作重点围绕推进农业农村现代化和乡村振兴，坚持为农服务根本宗旨，全力提升企业的核心竞争能力、为农服务能力、高质量发展能力。

**提升核心竞争能力** 一是开拓新局面，锤炼具有前瞻性的判断力。增强市场分析能力，提前布局，应对市场变化。重点关注行业资讯信息，聚焦主责主业升级，提高全局性驾驭能力和市场研判能力。二是培育新资源，塑造可持续发展的创新力。化肥经营着力在上游资源供应上创新开拓。确立进口海运钾肥、边贸陆运钾肥、“一带一路”中欧班列钾肥和国产青海钾肥“四位一体”的钾肥供应格局，力争用稳定的资源均衡供给来抵御大宗商品周期性的波动；尿素经营开拓差异化业务，适时生产投放缓释尿素、腐殖酸类尿素和脲酶抑制剂添加类尿素等差异化尿素品种，适合农民个性化需求，落实国家“双减”目标。三是持续推进自主品牌建设，打造品牌影响力。建立自主品牌的系统化产品体系，扩大“上农资 1963”低端复合肥、与意大利启腾合资生产的高端复合肥“诺沃施”、上农“申根”以钾、“上农资 1963”俄钾大颗粒、自主农药品牌苗跃（杀菌剂）、农得利自主品牌“申根”（特肥、有机肥、复合肥）的销量，实现中低高三端产品俱全，争取推广辐射到国内市场，倾力构筑高品质新名片。

**提升为农服务能力** 一是全力推进现代农业社会化服务中心项目建设。抓好位于本市嘉定区外冈镇的现代农业社会化服务中心项目建设和运营。把握完工进度，倒排工期，挂图作战，全力配合推进项目建设，力争 6 月建成并投入运营。力求把现代农业社会化服务中心建设成为“现代化农资储备配送中心”“一站式综合为农服务平台”“数字化转型应用示范基地”，分步实施领域应用场景的开发建设，推动数字化智能化运用，打造智慧供销服务平台，进一步夯实主业基础和增长潜能，实现为农服务能力转型新突破。二是补短板取得新突破，为农服务再添支撑点。磷肥经营通过多家磷肥工厂的长期战略合作，扩大销售；磷复肥部加大推广高端有机肥，与有机合作社形成直接对接，积极落实国家“双减”政策，深入推动“绿色农资”升级行动；农药经营重点抓好引进中高端制剂产品、定制自主品牌常规制剂产品、农药原药的销售；补齐传统物流企业的短板，加大对公司拥有的市级农资储备仓库的升级改造和设施投入，拓展物流服务范围，提高物流运营服务能级，实现后勤保障为农服务能力的提升。三是发挥深耕农业产业链的区位优势。农资连锁平台以“科技+服务”的模式，积极做好农业生产社会化经营服务，加强农艺融合技术的示范推广，强化培训和展示，指引农

民使用新产品和新技术，送农技进村入户，延长服务链和价值链，探索由传统农业向生态农业转型发展。

**提升高质量发展能力** 一是深耕全产业链，全方位推进高质量发展。把握发展现代农业的机遇期、窗口期，服务乡村振兴战略，创新发展模式。实施水稻全产业链试验田计划，探讨水稻种子贸易；引进推广高品质产品，全力做好美硼、氨基酸、赤霉酸乳销售，持续扩容优质客户。二是开拓优化上游资源，谋定行业竞争主动权。抓好上游优质化肥资源，夯实高质量发展基础。多渠道引入钾肥、复合肥、美硼、特种肥等优质进口产品，积极开拓国内外钾肥、高品质复合肥、水溶肥、新三元素肥料、中微量元素肥料、生物肥料等，增加进口和国产渠道及数量，打造平衡型持续发展；引进绿色名录农药及微肥、特肥产品。三是布局融合下游渠道，适时调整营销策略。主动求变，抓住机遇，拓展渠道，加快销售节奏，控制经营成本。继续扩大加强渠道建设，深入渠道融合发展，实现产品共享化、品牌一致化、渠道通用化，实现业务良性互补；激发渠道终端活力，公司一盘棋，资源配置、技术深度融合，形成具备核心竞争力的格局；增加渠道建设投入，加强与主流媒体合作，通过宣传报道的方式，提升企业知名度和社会影响力，从而达到开拓市场、深耕渠道的目的。■

# 老字号品牌的发展与创新之路

上海邵万生商贸有限公司

上海邵万生商贸有限公司拥有“邵万生”（创始于1852年）、“三阳”（创始于公元1870年）、“黄隆泰”（创始于1918年）三大老字号品牌，其中：邵万生以精制四时糟醉食品为特色，其糟醉工艺被列入上海市黄浦区非物质文化遗产名录；三阳以经营自产自销的宁式糕点和南北干货、火腿腌腊为特色，其宁式糕点制作工艺也被列入上海市黄浦区非物质文化遗产名录；黄隆泰以销售浙江绿茶、特别是以西湖龙井为特色。公司突出老字号品牌的发展与创新，围绕“稳健、质量、效益、持续”的总体发展目标，以“商业+工业”联动为主线、积极探索一产为辅线，紧扣“三个紧盯”（紧盯渠道、紧盯产品、紧盯包装），做到“四个坚持”（坚持做好老字号品牌产品、坚持调整产业结构、坚持工商并举与联动、坚持主动转型与创新），不断推进企业可持续性发展。

## 一、突出老字号品牌发展

**改善购物环境，探索发展新路** 公司注重维系品牌特色，对零售门店进行调整改造，提升店面形象，尤其是专注打造沉浸式购物体验环境，以适应现代消费者需求和购物习惯。邵万生、三阳、黄隆泰位于南京路步行街东拓段的创新首店主打产品全线升级，更加迎合年轻化、潮流化和国际化的主旋律，吸引更多“95后”甚至“00后”的年轻一代的客户群光顾。邵万生、三阳的旗舰店专门打造了糟香专柜、腌腊专柜、糕点专柜、南北货专柜等多个千万元级的特色柜组，并亮出具有标志性的自有品牌。黄隆泰仍保留着20世纪传统的龙井茶纸方包，见证了茶庄的百年沧桑。还特意增加了乌龙茶、普洱茶、红茶等诸多茶类和精品茶具的销售，逐步形成了“海纳百川、茶销千品”的上海茶业特有

的风格，成为老店新特色，其茶叶销量在全市同行中名列前茅。三阳还以精准扶贫为背景，增设一组南北货特价柜台，在拥有一系列中高端南北货的同时，顾及一批中低端的消费者，也承担了更多的社会责任。

**扩建生产厂区，顺应发展需求** 公司根据总体规划，对邵万生食品工业园实施了改扩建工程，使厂区生产及配套面积达到1.3万平方米，并拥有水产品、糕点、熟食、速冻米面4条生产线，可以生产近300种产品，为扩大产能、实现工商并举打下了坚实的基础。黄隆泰发挥自有冷库和配送中心的功能，在行业中保持一个领先的位置。



**发挥品牌效应，传承发展技艺** 公司充分挖掘现有的邵万生糟醉加工工艺工作室、三阳宁式糕点制作技艺工作室、黄隆泰张大年大师茶文化工作室的潜能，在做好传承技艺的同时，又交给工作室在产品研发上的重要任务：由大师领衔，带动企业的职工、学徒，在传统技艺的传承中不断开发符合现代消费者需求的新产品、新包装，并取得了一系列富有成效的销售业绩与品牌效应。



## 二、突出老字号品牌创新

公司在传承经典突出老字号品牌发展的同时,迭代破圈突出老字号品牌创新,赋予企业和品牌新的生机。

**产品创新,着力造打品牌新内涵** 邵万生实施“糟醉+”战略,由原有的生的水产品向熟的水产品发展,推出糟香系列六大类百余款产品,包括糟醉水产品(熟醉蟹、冰醉小龙虾系列等)、腌腊肉制品(糟香香肠、糟香五花风肉等)、熟食(香糟鸡、香糟猪肚等)、糕点(糟香鲜肉月饼、糟香八宝饭)、调味料系列(特级糟卤、八宝酱、开洋葱油酱、芝麻酱等)、饮料系列(糟香咖啡)。仅2022年就推出新品32种,累计销量突破2000万元。三阳由传统的宁式糕点向宁式创新糕点转型,在后疫情时期与盒马开展全面合作,进行产品共创。新推出的纸皮烧麦,以地方特色糕点作为突破口,对传统糕点进行工艺创新和突破,一经上市就收获了顾客的青睞,该款新品持续霸榜OEM冷冻TOP1,累计销售350万包,销售额突破3200万元。三阳手作食品在盒马2022年新零供大会上,被特别授予“最佳支持奖”和“最佳创新奖”两项荣誉。黄隆泰旗下拥有黄隆泰茶厂、专卖店及专卖柜多家,同时还延伸至本市多家超市、卖场以及大酒店柜台,专业销售各地名优茶。在福建中路上拥有4个楼面的黄隆泰茶庄,铺面经营各种茶叶,3个楼面则设有古色古香的茶室,供四方茶客品茗休闲。黄隆泰一贯十分重视产品质量和专业技术人才的培养,拥有一支以国家级高级评茶师、高级茶艺师为骨干的专业技术团队,为确保企业产品质量和食品安全提供了坚实的保障。

**渠道创新,开辟销售新通路** 公司积极探索大流通渠道。在线下渠道拓展方面寻求创新突破,抓好各大分店、专柜的经营,开设自有品牌社区新型独立店,进一步扩大自有产品占比,确保整个企业的销售、利润目标的顺利完成。同时在旗舰店增加南北货、糕点等属地化商品,社区店增加早餐半成品、糕点等适销品种,以吸引更多年轻消费群体。在线上渠道拓展方面,公司重点以登入东方购物、京东商城、天猫商城、抖音、

小红书等线上平台为抓手,进一步加快磨合、密切合作。黄隆泰开设了多家有老上海传统特色的虚拟店,利用现代互联网多媒体工具积极向外拓展。公司积极探索网络直播带货的营销模式,通过流量博主、网络大V等打开线上销售渠道,吸引更多年轻消费者在网上购买商品。在此基础上,公司推出“3+3”新的销售渠道模式,即由旗舰店、社区店、大流通构建而成的线下渠道,与电视购物、公域流量、私域流量构建而成的线上渠道共同联动,优势互补,打造发展线下与线上相结合的销售新通路。

上海邵万生商贸有限公司在企业生产和经营过程中,坚定深耕发展、创新之路,不断扩大老字号品牌的影响力,积极响应上海全力打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌的行动计划,找准主攻方向,聚焦重点发力,努力形成独有的企业文化与品牌特色。■



# 从通海垦牧公司谈张謇在农业领域的创新

◎ 葛志华



张謇身处“三千年未有之大变局”历史节点上，闭关锁国的中国被列强拖入了世界现代化的漩涡，面临着救亡图存与现代化的双重历史考验。受这种大变局的影响，“大魁天下”的张謇投身到实业救国，发展农业是张謇实业救国的有机组成部分，通海垦牧公司便是他在农业领域创新、推动农业发展的平台载体。张謇发展农业的主张与实践并不是照抄照搬历史经验，而是在继承传统农业、拓荒垦殖等做法的基础上，学习借鉴世界农业发展的先进经验，不断

创新农业发展理念、组织形式、要素投入方式、农业经营机制、农业功能作用，推动传统农业转向现代农业，开启了现代农业的先河。因此，研究中国农业发展史不能忽略张謇在农业领域的创新。

## 一、创新发展理念

张謇作为从传统士大夫群体中走出来的企业家，对农业的认识既有传统因素影响，更多的是时代考量，大致经历了从“重本抑末”到“义有先后而无轻重”、从“小农”到“大农”的转变过程。

——农业固然重要，但重农抑商已不合时宜。张謇认为，“凡有国家者，立国之本不在兵也，立国之本不在商也，在乎工与农，农为尤要”。但重农抑商已不合时宜，所谓“实业者，西人赅农工商之名，义兼本末，较中国汉以后儒者重农抑商之说为完善，无工商则农困塞，……本对末而言，犹言原委，义有先后而无轻重”。

——农业不再是一个封闭的产业，农工商是一个有机的整体。张謇认为，农工商是一个有机联系、不可分割的产业链，所谓“农不生则工无所作，工不作则商无所鬻，相因之势，

理有固然”“农工商必兼计而后能相救”“工因农商之枢纽”。他还举例说：“棉之始，农之事；棉之终，商之事；其中则工之事”。

——“小农”自足已属不易，发展大农才是方向。张謇认为，“我国有小农而无大农，故终岁勤动，往往仅足自给”，而实业救国则需要“大农”，所谓“实业在农工商”，在“大农大工大商”。与一家一户的小农不同，“大农”的基本特征则是“仿泰西公司集资堤之”，小农主要是手工劳动，而“大农”则是“用机器垦植”。“大农”也是农业的发展方向，所谓“种植棉花，需倚大农”“扩充棉花，资励大农，非大农不能有此扩张之能力”“非大农足以收宏效”。

## 二、创新农业组织形式

小农的组织形式大多为自然人，一家一户就是一个生产单位，男耕女织，自给自足。而大农则是法人单位，采用公司制的组织形式。虽然公司制在现实生活中已司空见惯，但张謇牵头成立的通海垦牧公司在百年前的中国却是石破天惊的大事。

一是筹集社会资本成立股份制农业公司。1901年6月，张謇发布《通



海垦牧公司集股章程启》，提出了创办垦牧公司的目的、范围与方法等。公司股东以 22 万两为准，每股规银 100 两，共 2200 股。几年后又再增新股 8 万两。垦区总面积 232 平方公里，合 12.5 万亩。经过十年的艰苦创业，历经“四难”，即与天斗（雨涝）、与地斗（盐碱）、与海斗（风潮）、与人斗（地权），有计划地修筑海堤、兴修水利、改良土壤、招募佃户，终于大功告成。

**二是采用现代企业治理机制。**张謇牵头制定《通海垦牧公司集股章程》《通海垦牧公司章程》《通海垦牧公司董事会章程》，厘清股东、董事、监察、经营班子的职责及相互关系，构建了产权清晰、精干高效的管理机制。公司先是实行股东监督下的总理全负责制，后又根据形势的需要，建立了董事会与监察制度。这些章程明确规定：“各股东可以查察议论所办之事，不得干预办事之权”。章程又对经营管理人员又特别规定：管理人员应各司其职，各管一事，遇有关系全局之事，则公同会议。公司还编制预算，采用新式的会计与簿记，每年年终都要编制业务总结报告（说略）和年终财务总结报告（帐略）。这些具有现代意义的治理机制使公司逐渐步入健康发展轨道。

**三是制定了切实可行的管理制度。**张謇制定了《公司章程》《招佃章程》《章事制度》《代管股租息办法》等一系列内部管理制度，确定公司人员岗位设置与薪酬制度，确保公司运行有章可循。如 1902 年，公司制定了《通海垦牧公司招佃章程》，提出了招佃的要求、原则与办法，还特别提出了“佃约”“劝之事”“戒之事”，以期业佃双方“共享永远公平利益”。

### 三、创新要素投入方式

土地、资金、劳动力、技术等是农业发展的要素资源。张謇带领公司一班人历经千辛万苦，创新要素投入方式，夯实农业发展基础。

**一是废灶兴垦。**从土地来说：张謇不同于旧式官僚地主利用特权兼并土地，而是抓住朝廷倡导垦荒的契机，统筹考虑淮南煎盐日衰、通海地区人地矛盾突出、纱厂需要原料等多种因素，综合运用行政、经济、人际关系等因素，协调处理复杂矛盾，锲而不舍地废灶兴垦。通海垦牧公司所垦荒滩总计 12 万多亩，涉及官府、驻军、灶、民等多重利益关系。所谓“通（州）境内有土之纠纷，海（门）地有兵田之交涉”张謇动用一切手段，历经八年时间，基本上把这些错综复杂的地权处理好，把这些归属不一的土地全部变为公司的土地。在协调处理地权的同时，张謇又发挥股份制公司的优势，进行大规模的围海造田，开展水利工程建设与农田基本建设，妥善解决防潮、防洪、排涝、淋盐四大难题，变荒滩为良田。与此同时，在招租时，公司将已垦土地划分为堤（区），每区大者二万多亩，小者七八千亩。区之下再分若干排，每排又分若干窠，以每窠二十亩进行分割招租。公司又制定一系列优惠政策，创新土地制度与分配制度、分期缴付“顶首”等办法，吸引佃户。

**二是多方集资。**从资金来说：围垦荒滩需要大量的资金，非一家一户所能为。从公司账略来看，公司的资金来源主要有三部分：第一部分为股东投资，先是 22 万两，1905 年又扩股 8 万两，增至 30.9 万两。第二部分为佃农“顶首”（押金），佃农只要每亩

交 6 元，即可获得租佃权。有学者根据《通海垦牧公司帐略合订本》计算，到 1927 年止，“顶首”共达 594000 余两公司所收“顶首”金额还能高于股东资本。农户交了“顶首”，获得了土地耕作权，有了稳定的经济预期；而公司通过“伸顶首”，获得更多的要素资源，解决了资金困难。第三部分为大生公司垫款，垦牧公司与大生公司来往密切，相互拆借资金。从光绪二十七年至宣统二年（1901—1910）大生纱厂历届帐略统计中发现，大生向垦牧公司支助各类款项达 100 余万两，是注册资本的三倍多。

**三是任人唯贤。**从劳动力来说：通海垦牧公司人员由三个部分构成。公司的中高级管理人员，如总办、总账、总稽核等，大多由公司聘任及股东推荐，并招聘了一批精明又肯吃苦徽州人，如江导岷等；测绘与水利工程等技术人员由公司从社会聘用，有岗位还聘用外国人，如荷兰水利工程师特莱克等；垦区佃户按则《招佃章程》办理，如通地招佃，以灶民七成、沙民三成为例，海地招租，以沙民七成、灶民三成为例。

**四是技术支撑。**从技术来说，无论是围海造田，还是水利建设，无论是土壤改良，还是农业耕种，都离不开技术支撑。张謇既注重发挥通海地区农民在围海造田、土壤改良、精耕细作的技术特长，又十分注重学习借鉴西方新技术，如测绘技术、水利工程建设技术等；公司还建立了良种繁殖场，推广引进棉花新品种；张謇还创办农学堂，引进与聘用专门技术人员。

### 四、创新经营机制

经营机制是农业发展的关键因

素。张謇从垦牧公司的实际出发，学习借鉴本地与日本等国经验，合理界定业佃双方权责，创新土地关系与分配关系，发挥农会作用，促进农业发展。

一是就土地关系而言，将土地分为田底权与田面权，由业佃双方共同拥有。田底权属公司所有，田面权属佃户所有，而且双方没有人身依附关系，所谓“公司有招佃权利，佃农有退佃的自由”。公司负责垦区的水利工程、交通、桥梁、涵洞等基础设施建设，解决农业的“外部性”问题，并向地方政府缴纳田赋，承诺建设用工时优先雇佣佃户，代建农舍等。农户只需要缴纳“顶首”，每亩6元，即可获得田面权，且业主不可收回租佃权，实际上就是永佃制。佃户拥有处置土地的转租、典押、传给后代等权益，还可获得土地改良后部分地价升值。这种土地权益安排与封建地主土地所有制有明显区别。在后者的土地制度中，佃农无权益，只有缴纳地租的义务，既不能在地主土地上建房，也无权享受土地上涨的红利，更无稳定的经济预期。

二是就分配关系而言，推行议租分成制。在公司规则引导下，佃户继续做好后期的农田改造，并以家庭为单位进行生产经营，农忙时农户相互帮工。一年两熟，上半年种植谷类、豆类，公司象征性地收取租金。下半年种植棉花，并按公司规定缴纳租金。公司采取传统的实物议租制，按亩估产，4:6分成，公司得4，农户为6。后经农户抗议，公司一度调整为35:65分成。这种议租分成制调动了农户生产积极性，在歉年时业佃双方共担损失，丰年时业佃户双方共享

成果。这比当时中国50%左右的地租要低一些，佃农负担有所减轻。据邱云章《通海垦牧40年》记载：“凡来种垦牧公司田的，都是老圩里穷苦的人。他们为摆脱老圩无田或者田少人多的困境而来承租一二窰田，起一间草房，近于赤手空拳来创业”“后来田一年年好了，收入一年年加多，……在我的记忆中，六堤360多家佃农来时贫困，后来生活上升了，属于小康人家多”。

三是就业佃双方权责而言，公司与佃户既各司其职，又利益相关。公司重在解决农业“外部性”问题，为农户生产经营创造必要的条件。农户重在从事农业生产，向公司缴纳一定比例棉花，既统一又分散。从文献记载来看，公司统一规划，统一围垦，统一进行半日小学校、农学校、社仓、保甲、义园等配套建设，统一交通、桥梁、涵洞建设，统一划定宅基地线，统一水利建设与水系调整，统一引进与推广新品种，统一收购与加工棉花等。农户则按公司的统一要求，以家庭为单位开展农业生产，并向公司缴纳实物租等。

四是就农会与农学堂而言，成为农业生产经营的新生力量。早在1896、1897年，张謇就在《论农会会议》和《请兴农会奏》中提出创办农会的主张，并提出农会的三大任务，即辨土壤、考物产、筹资本，以加强对农业生产的研究、管理与指导。1901年，张謇在《通海垦牧公司集股章程启》中特别指出，“兴工筑堤之始，即择千亩之地立农学堂，延日本农科教习，采日本农会章程，斟酌试办”。1905年，南通成立农会，拟定章程。农会与农学堂在垦牧乡农业发展中发挥

了不可或缺的作用，农会认为，“南通现在农业之大缺点不在农民手术之不精，操作之不勤，而在病虫害之无预防驱除，作物种子之不交换改良，买卖之无组合经营，市乡农会之无农学人才，田亩交涉之无完全契约”。据《南通地方自治十九年之成绩》一书记载，农会根据《农会章程》，制定了工作计划，开展调查研究，服务农业生产。农会列出了六项工作计划，包括奖励农事之改良、病虫害之防治、买卖组合之补助奖励、种子改良的交换等事项。县农会还设有农事试验场，举办农作物种子品评会等活动，为公司农业发展注入动力。在张謇兄弟的倡导下，南通21个乡，乡乡有农会，会员多达数百人。农会年终召开大会，每月召开常会，为垦牧乡乃至整个南通农业发展贡献力量。根据淮南盐垦管理处档案，包括通海垦牧公司在内的垦牧区共建立了95个合作社。

## 五、创新垦区功能作用

张謇的盐垦事业并不是单一的垦荒与农业发展，而是一举多得，用张謇自己的话说，就是“謇之为是，欲使所营百利，副各股东企业之心，而借各股东之力，以成建设一新世界雏形之志，以雪地方不能自治之耻。虽牛马于社会而不辞也”。张謇创办的通海垦牧公司具有多方面的功能，发挥了经济、社会、乡村治理等多方面的作用。

一是具有经济功能。张謇在申办通海垦牧公司时开宗明义地表达了创办目的，那就是“意有曰：一务使旷土生财，齐民扩业；一为国家增岁入之资，收本富之利；一储通海小学堂、农学堂经费；一务使公司获得



最优之利，庶他州县易于兴起”。张謇又在大生纱厂股东大会上强调，创办垦牧公司，可“厚纱厂自助之力”，使纱厂有稳定的原料基地。经过几十年的不懈努力，公司的经济功能得到彰显：首先，变荒滩为良田。通海垦牧公司开垦了10多万亩荒地，创办了大有晋、大豫、大丰等分公司开垦了20多万亩耕地。在通海公司的示范带动下，各盐垦公司开垦土地2000余万亩，植棉400万亩，年产棉花60余万担。沉睡千年的荒滩，建成阡陌相望的良田，缓解了人地矛盾，增加了社会财富，增加了政府、公司与佃农的经济收入。其次，转变了农业发展方式。物质与能量循环由封闭转向开放，工业与农业、农业与科技、农业与市场开始融合，农民从事农业生产，不再是自给自足，而是从事商品生产，既提高了农业的商品率，又使大生公司有了可靠的原料基地，加快了南通的工业化。

**二是具有社会功能。**张謇从事的废灶兴垦活动，废除了煎丁的“丁籍”，使灶户有了择业的自由，原先奴隶式的盐场灶民成为拥有一定生产资料的佃农，缓和了社会矛盾，解放了社会生产力。公司在发展农业的同时，统筹考虑学校、社仓等建设，设立垦牧小学，各堤有初小，海复镇还有一所慕畴女子小学，且一律不收学费，有效提高了佃农及其子女的文化水平，加快了社会事业的发展。张謇的垦牧事业又有助于生态发展，白茫茫的荒滩变成了棉田，垦区规划整齐，井然有序，河流道路纵横交错，路旁植树防风，农民的房屋定点建设，一线成行，窠田方正，阡陌连片。垦牧事业还加快了新兴市镇的建设，在

发展农村经济的基础上又形成一批新兴乡镇，如海复镇、三余镇，这些新兴市镇功能渐多，满目琳琅，买卖兴隆，呈现一派新气象。张謇在《垦牧乡志》记曰：“各堤之内，栖人有屋，待客有堂，储物有仓，种蔬有圃，佃有庐社，商有廛市，行有涂梁，若一小世界矣”。

**三是具有社会治理功能。**垦牧区建有严密的组织体系，由公司到堤（区）、由堤（区）再到圩排，进行管理与服务。公司与佃户约法三章，承佃人必须为“爱重身教、能勤俭成业之人”，必须具椎约，由有声望有营业人切实保书”。公司制定了《田约》十条，包括劝之事五条，戒之事五条。公司建立了自治公所与实业保安队，打击沙棍与海匪盗贼，维护社会稳定与生产经营秩序。公司还发挥农会的自律作用与服务功能，为佃农提供必要的生产生活服务。

应当说，张謇在农业领域的创新是难能可贵的，也是卓有成效的，有效改变了垦区的面貌，提高了农业的商品率，支持了工业化，在中国农业发展史上写下浓墨重彩的一笔。但张謇的这种创新又是注定要失败的。其原因有三：**一是时局因素。**张謇所处的年代是一个半殖民地半封建的社会，主权丧失，军阀混战，官府摊派，社会动荡，营商环境十分恶劣。张謇即使有三头六臂也无法充分施展其抱负。用张謇自己的话说，就是行成之事“十之一二”。**二是行业因素。**棉纺工业与盐垦事业是张謇实业的两大重点，虽然张謇在棉纺工业取得不凡业绩，成为我国棉纺工业的领军人物，但也只能在夹缝中生存，自身难保；与棉纺工业相比，农业更

是一个弱质产业，投资大、周期长、产出少，又面临市场风险与自然风险，充满不确定性。1917年，张謇在《通海垦牧公司第十五届说略》中哀叹：“自民国成立以来，更历五载，其间非遭水旱，即遇风潮；不遇风潮，即为虫害，曾无一载之丰穗”，公司所收棉花：“按照协议数，实收仅八成；八成之中尚带收二成之黄次”。加之公司办社会、承担教育、慈善、保安等职能，严重增加了公司的运行成本，使盐垦公司不堪重负，使得张謇的农业创新成为一个“早产儿”。**三是垦牧公司矛盾因素。**张謇的垦牧事业头绪众多、用人复杂、矛盾多多，股东与小股东之间、本地股东与外地股东之间意见不一，常常为分地等问题争吵不休。张謇逝世后，这种争吵更为升级，形不成工作合力。公司及各堤拥有的9.8%左右的自耕地，完全是雇工耕种，无法进行有效监督与激励，不久便全部承租出去。公司家大业大，层级众多，后期管理有所松弛，人浮于事、人情现象、中饱私囊等时有发生。也有人说“亏了股东，苦了佃农，富了职员”，后来又有了二租地、三租地、人情地等问题。张謇是有理想、有抱负、善创新的企业家，他在风气盲塞的南通能做成了那么多事实属不易，但历史不仅没能给他提供必要的条件，而且还埋下了失败的种子。诚如张謇所说：“謇不幸而生中国，不幸而生今之时代，尤不幸而抱欲为中国伸眉书生吐气之意愿，致以嚼然自得之身，溷秽浊不伦之俗。■

（作者系江苏省南通市人大常委会委员、二级巡视员、南通大学马列主义学院兼职教授。曾任南通市供销合作总社党组书记、理事会主任）

# 论国际比较视角的中国式现代化

◎ 傅尔基 傅 皇

习近平指出：“一个国家走向现代化，既要遵循现代化一般规律，更要符合本国实际，具有本国特色。”中国式现代化是立足中国幅员辽阔大地、植根中国传统优秀文化、符合中国初级阶段国情、引领人类文明进步的现代化，有别于西方式现代化。因此，科学解读中国式现代化的思辨途径和选用方法，就是采用国际比较，从中国式现代化与西方式现代化之间比较考量中得出符合历史事实与文明价值的理论创新及其新途径。

## 一、中国式现代化是人口规模巨大、创造出经济快速发展和社会长期稳定的两大世界史上奇迹的现代化，中国现代化“之治”超越西方现代化“之乱”

习近平在二十大报告中指出：“中国式现代化是人口规模巨大的现代化。”据统计，现有 37 个发达国家人口的总和约 11 亿。中国 14 亿多人口整体实现现代化，超越 18 世纪以来欧洲各国开启的千万级别人口的现代化，也超越 19 世纪末以来美国式的几亿级别的人口的现代化，是历史上前所未有的大变革和大飞跃，将广泛而又深刻地改变发达国家及其人口乃至全球人口的整体版图、发展格局和地缘政治。

中国在迈向现代化征程中，创造出经济快速发展和社

会长期稳定，对世界发展进程发生了或正在发生、将要发生广泛影响和重大导向。从经济增长速度来看，1980—2022 年中国实际 GDP 增长率均值为 9.1%，不仅高于同期现代化发达经济体的 2.3% 均值以及新兴和发展中经济体的 4.4% 均值，在二十国集团为代表的世界现代化主要国家中名列前茅，高出排名第二的印度 3%，高出发达经济体中排名第一的澳大利亚 6.1%。中国的经济总量从 1978 年的 3679 亿元持续提升到 2022 年的 121 万亿元，位居世界第二，制造业规模、外汇储备稳居世界第一，货物贸易总额保持世界第一，商品消费升到世界第二，外资流入名列世界第二……中国用几十年的时间走完西方发达国家几百年走过的工业化历程，进入了信息化、智能化为主的现代化新征程。世界银行报告指出，2013 年到 2021 年，中国对世界经济增长的平均贡献率达到 38.6%，这一数字超过七国集团国家贡献率的总和，中国现代化成功发展成为国际金融危机以来世界经济复苏和发展的强大引擎和支撑力量。这正如率先提出“全球化”概念的西方学者之一的英国知名社会学家阿尔布劳所说，从人口规模和发展速度来看，中国式现代化“可能是有史以来任何一个国家取得的最大进步”。再用实际 GDP 增长率的标准差来考察，在其他条件相同的情况下，标准差越小，表明经济波动性越小，显示出国家经济社会发展的稳定性程度越高。中国在创造出近现代世界史上经济快速发展奇迹同时，也创造了近现代世界史上社会长期稳定奇迹。在 1980—2022 年二十国集团中，中国、印度、韩国、印尼和土耳其实际 GDP 增长率均值超过 4%，其中，中国增长率的标准差为 2.99，仅比印度 2.81 略高，显著低于韩国 3.98、印尼 3.58 以及土耳其 4.2，尽管中国与英国 2.65、意大利 2.48、日本 2.38、美国 2.03 等发达经济体标准差都处于 3 以下，但近 40 年来现代化发达国家经济增长多处于相对较低水平，而自 2008 年国际金融危机爆发以来，世界经济复苏乏力，西方社会陷入困境，充分暴露出西方式现代化深层次的危机，

导致全球性问题、矛盾和冲突加剧。与此同时，中国则是在相对较高的增长水平上推进现代化，保持了经济社会稳定性，由此形成了“中国之治”与“西方之乱”的鲜明反差，中国成为世界现代化中消除动乱、维护稳定和共谋发展的中坚力量。

## 二、中国式现代化是以人民为中心的、全体中国人民共同富裕的现代化，超越西方以资本为中心、“贫富两极分化”持续扩大的现代化

习近平在二十大报告中指出：“中国式现代化是我国全体 14 亿多人民共同富裕的现代化。”这就意味着中国式现代化不再重蹈西方发达国家少数人发达富裕、大多数人中等富裕、一部分人贫困的现代化，汲取 2008 年国际金融危机以来西方国家贫富两极分化持续扩大引发政治极化和民粹主义思潮抬头、浪潮席卷社会的教训，即西方发达国家少数人发达富裕越来越集中、大多数人中等富裕越来越缩水、一部分人贫困与少数人发达富裕之间差距越来越大，从而产生社会矛盾加剧、社会动荡不断。而是反映了人民群众的共同期盼，不再是少数人的富裕，这是中国式现代化与西方式现代化的根本区别。习近平强调，“共同富裕是中国特色社会主义的本质要求，我国现代化坚持以人民为中心的发展思想，自觉主动解决地区差距、城乡差距、收入分配差距，促进社会公平正义，逐步实现全体人民共同富裕，坚决防止两极分化。”事实上，中国式现代化通过先让一部分人和地区先富起来，带动另一部分人和地区后富起来，共同朝向共同富裕的目标，在全世界现代化进程中高高举起了共同富裕的崭新旗帜。改革开放以来，中国有 7.7 亿农村贫困人口摆脱贫困，占同期全球减贫人口 70% 以上，主要处在西部地区贫困县全部摘除贫困县帽子，中国提前 10 年实现了《联合国 2030 年可持续发展议程》的减贫目标，联合国秘书长古特雷斯称赞“中国是为全球减贫作出最大贡献的国家”。进入新时代新阶段，中国迈进全面建成小康社会，在推进现代化新征程中通过东西部协作、乡村振兴巩固脱贫致富成果，推动数智产业化与产业数智化协同创新发展，携手创造共同富裕社会。

在我国全面建设社会主义现代化的新征程中，必须始终坚持以人民为中心，把实现人民对美好生活的向往作为现代化建设的出发点和落脚点，着力维护和促进社会公平

正义，防止西方发达国家以资本为中心现代化中贫富两极分化持续扩大状况。既要发挥资本要素在促进现代化中主要的生产要素积极作用，又要正视私人资本与劳动对立矛盾，防止资本无序扩张，坚持“两个毫不动摇”，坚持和完善包括国有资本、集体（合作）资本在内公有资本为主、非公资本并存发展的基本经济制度，大力促进国有资本、集体（合作）资本与非公资本混合发展，完善三次产业和三次分配的体制机制政策。既坚持做大蛋糕，又注重分好蛋糕，着力扩大公共社会服务，努力使全体人民共享现代化成果，促进全体人民逐步走向共同富裕，实现人的全面发展和社会全面进步，人民生活长久安定健康幸福。

## 三、中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化，超越西方式物质主义膨胀与精神空虚颓废之间呈现悖论的现代化

改革开放以来，中国坚持以经济建设为中心，不断解放和发展社会生产力，坚持社会主义市场经济改革方向，坚定不移把发展作为执政兴国的第一要务，实施科学发展，全面建成小康社会，历史性地解决了绝对贫困问题。立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动高质量发展，建设现代化经济体系，推进科技自立自强，不断增强我国经济创新力、竞争力和综合国力，我国已经位居世界第二大经济体，人民收入水平迈向中等收入国家水平。与此同时，中国提出和践行建设社会主义精神文明的战略任务，确立了物质文明建设和精神文明建设“两手抓、两手都要硬”的战略方针，把精神文明建设贯穿改革开放全过程，纳入社会主义现代化建设总体布局，全面展开精神文明建设各项工作，为经济快速发展和社会稳定转型营造了优良的精神文化氛围。

习近平在二十大报告中进一步提出：“物质贫困不是社会主义，精神贫乏也不是社会主义。物质富足、精神富有是社会主义现代化的根本要求。”这是一个关于中国式现代化的新论断，丰富了马克思主义关于科学社会主义思想，创新发展了新时代中国特色社会主义思想理论和实践。我们要避免西方发达国家出现物质富足多样以至于拜物教至上、精神贫困空虚以至于颓废堕落的现代化发展悖论状况，既要不断厚植现代化的物质基础，不断夯实人民幸福生活的质条件，又要传承和弘扬中华优秀传统文化，



大力发展社会主义先进文化，培育和践行社会主义核心价值观，赋予人民自觉拥有现代化的思想信念情感、积极向上言行，尤其是到那时我们还将应用 ChatGPT 智能工具等，基本实现元宇宙孪生新世界、新社会，更应达到促进物质的全面丰富和人的全面发展的社会主义现代化新境界。

#### 四、中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化，坚持当今世界倡导与推动的可持续发展，超越西方百年来先榨取、后埋单与先污染、后治理的现代化

西方发达国家百年来现代化道路是一种先榨取、后埋单与先污染、后治理的现代化道路，创造的巨大物质财富是以牺牲自然环境为代价的。比如，美国以占世界不到5%的人口消费了世界上1/4的原油，这种现代化是靠攫取全球资源换来的，破坏大自然致富必定招致大自然报复，付出沉重代价，不可持续发展。中国人口是美国的4倍多，要实现全体人民共同富裕，必须按照习近平强调的“我国现代化注重同步推进物质文明建设和生态文明建设，走生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路，否则资源环境的压力不可承受。”

中国式现代化必须吸取西方发达国家在推进现代化过程中这种反大自然的深刻教训，践行人与自然生命共同体的新现代化发展理念，坚持绿水青山就是金山银山理念的可持续发展，坚持节约优先、保护优先、自然恢复为主的方针，尊重自然规律，在大保护中开展现代化建设，按照习近平在二十大报告中提出的“像保护眼睛一样保护自然和生态环境，坚定不移走生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路”，既要创造更多物质财富和精神财富以满足人民日益增长的美好生活需要，也要提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境需要，树立起当今世界上实现可持续发展的现代化样板，拓展发展中国家走向现代化的新途径。

#### 五、中国式现代化是始终坚持和平发展的现代化，创造人类文明新形态，超越殖民、侵略和掠夺等西方式现代化及其资本私利矛盾的文明价值

到2049年新中国成立100周年时，我国将达到现有高收入发达国家水平。这一任务非常艰巨，必将引来与发

达国家激烈竞争资源、市场等。如何做到合作共赢，中国必须闯出一条基于实现过程中的国情和世情发展而定夺的增和博弈途径，统筹好世界百年未有之大变局与中华民族伟大复兴大局两个大局，其复杂性前所未有。长期以来，中国要实现现代化被认为是不可能甚至是很可怕的事情，这是发达国家流行的“中国威胁论”潜台词。面对以美国为首拉拢西方国家大搞断链、脱钩，围堵、压制中国式现代化进程的现象，中国式现代化如何破解“百年未有之大变局”？这就要坚守谋求“民族解放、国家独立、人民幸福、世界大同”的初心和使命，正如习近平在二十大报告中所讲，我国要“站在历史正确的一边、站在人类文明进步的一边，高举和平、发展、合作、共赢旗帜，在坚定维护世界和平与发展中谋求自身发展，又以自身发展更好维护世界和平与发展”，建设人类命运共同体，创造人类文明新形态。

习近平在学习贯彻二十大精神研讨班开班式上发表重要讲话强调，“中国式现代化，深深植根于中华优秀传统文化，体现科学社会主义的先进本质，借鉴吸收一切人类优秀文明成果，代表人类文明进步的发展方向，展现了不同于西方现代化模式的新图景，是一种全新的人类文明形态。”表明中国的现代化是富强民主文明和谐美丽的全面现代化。中国是世界的中国，中国的发展与世界紧密相连，新征程上，推进中国式现代化是实现中华民族伟大复兴的必由之路，对于世界历史进程、对于人类文明发展同样具有重大意义。历史和现实表明，西方式的、资本主义的现代化发展模式已经暴露出深层次的危机，推行利己主义的“普世价值”，不能继续引领人类文明的发展方向。中国式现代化是中国共产党领导的社会主义现代化，具有自己的文化渊源和先进本质，把马克思主义基本原理同中华优秀传统文化相结合，能够主动借鉴吸收人类一切优秀文明成果，代表了人类文明进步的新方向。中国式现代化，打破了“现代化=西方化”的迷思，展现现代化的另一幅图景。中国式现代化是独立自主的现代化道路，为世界上其他国家走向现代化提供了中国方案。习近平指出：“我国要坚定不移推进中国式现代化，以中国式现代化推进中华民族伟大复兴，不断为人类作出新的更大贡献。”中国式现代化将为全球发展繁荣带来更多机遇和启迪，中国携手世界将共同创造更大的人类发展奇迹。■

（作者傅尔基系上海市发展改革研究院研究员，傅皇系河南工业大学管理学院通信作者）

# 用现代流通带动现代农业

◎ 顾国建

1980年,随着农村土地承包经营责任制开始推行,农产品流通是通过农民自产自销和贩运户对接城乡各级批发市场来完成的,但以户为单位的土地承包经营模式小、组织化程度低,加上农产品生产和流通的信息不对称,农产品生产的均衡问题没有得到解决,“增产不增收”“好货卖不出好价”长期困扰着农业、农村和农民。在农民自产自销和贩运户对接批发市场的市场化流通方式中,应发挥流通枢纽作用的批发市场只是起到了交易场所的作用,仅解决了农产品有地方卖,但没有根本解决农民种什么、怎么种,生产流通的标准和农产品的质量溯源也未能全面建立起来。1995年,在商业流通领域中发展规模化的连锁经营方式并作为当时的国家流通政策,对发展现代流通业具有划时代的意义。在这一政策的推动下,国内以商超和便利店为主要业态的连锁企业迅速壮大起来,进而在本世纪初开始实践现代流通带动现代农业。

## 一、“农超对接”作为初级型的现代流通方式,促进了商超流通企业的鲜活农产品自采自营和农业合作社的发展

2007年“农超对接”农产品流通政策开始在部分地区和企业中试行,2008年正式作为国家的流通政策在全国实行。“农超对接”政策的核心是鼓励和支持商超企业对鲜活等农产品采取直接向农户和农业合作社采购的方式。农产品尤其是水果和蔬菜这两大鲜活农产品在中国人食物消费结构占比上升,要求流通速度快、保鲜程度高,其中连锁商超企业实行直接自采,用符合消费者需求的水果、蔬菜收购标准来指导果农和菜农的生产,起到了流通对生产引领的先导效应。“农超对接”作为农产品流通政策的意义在于用国家政策和市场化的

结合方式,推动农产品的产销直接对接。这对于流通企业经营方式的改变及农业生产的组织化程度提高都发挥了巨大的作用。

**1. 连锁商超企业经营生鲜食品的方式自营化和自采化。**20世纪90年代中期,商超企业经营生鲜食品的模式延续了百货商店招商联营扣点的方式。国家“农超对接”政策的实施,促进了商超企业生鲜食品经营模式向自营自采转变。自营自采的模式在提高商超企业生鲜食品经营毛利率、加快流通速度和生鲜食品品质新鲜度的同时,也极大提高了商超企业自身的经营能力和盈利能力,为商超企业在全品类上转向自营起到了表率 and 引领作用。

**2. 农村“经纪人”的出现与促进农村合作社的发展。**“农超对接”政策实施的初期,对接农户是通过充当采销双方“经纪人”的途径来进行的。随着交易规模不断扩大,促进了农业合作社的发展,农业生产组织化程度不断提高,农村“经纪人”也开始向专业化、专职化发展,从而促成了一大批商超企业鲜活农产品服务商和供应商的发展。

**3. 掌握了与外资零售巨头竞争的“利器”。**1995年起,国际各大商超零售巨头纷纷进入中国市场,在近十年的时间里对尚处于襁褓之中的中国超市企业造成了实力不对称的制约。本世纪初中国的商超企业通过生鲜食品自营自采,有效挖掘本土农业资源,形成了自己独特的经营模式,涌现出如永辉超市、家家悦超市等一大批能与国际零售巨头正面竞争的企业,并在生鲜食品经营上形成反超的优势。“农超对接”政策实施之后,商超企业普遍采取了生鲜食品自营自采的模式,超市业态在国内外企业之间竞争优势的天平开始向国内企业转

向,形成中外企业共同繁荣的大好局面。

**4. 初级订单农业的出现。**在“农超对接”政策的推动下,初级的订单农业方式开始出现,即在蔬菜水果采摘成熟期之前,甚至在农作物播种之前采取预付定金的方式,与农户和合作社签订采购合同,做到鲜活农产品在产出之后的价格确定、品质确定和数量确定的初级化订单农业。“估盘价”的鲜活农产品采购模式解决了农民销售上的不确定性,让农民放心进入下一轮的发展再生产,同时也成为商超企业根据产品特点探索短期性期货贸易的交易方式,在承担期货交易经营风险下倒逼企业进步,提高市场预判能力,提高经营效益。

**5. 促进规模化农业产业带的发展。**农业生产的地理条件形成了一大批具有发展单一特色农产品的区域,具有发展农业产业化特定条件并以地理标志农产品形成产业带。农业产业带的形成发展,除了规模化集聚发展外,规模化的销售是前提。

**6. 商业连锁组织联合采购活动的发展。**由于目前商超企业普遍规模还不大,除了要通过“农超对接”这种自采的模式,促进农业生产组织提高组织化程度之外,流通组织的规模化也非常重要。2007年之后,商超企业纷纷成立了不少的联合采购组织,如九州兄弟联、蚂蚁商联、齐鲁商盟等,商超企业以抱团联合采购的方式对接农户与合作社,推动了鲜活农产品流通规模的扩大和效率的提升。

**7. 鲜活农产品现代流通较完整的供应链模式雏形产生。**农超对接模式促成了一大批以超市销售规模为基础的专业化供应链公司发展,如彩食鲜供应链管理有限公司、富平云商供应链管理有限公司、北京九州兄弟联供应链管理股份有限公司等,一大批专门服务于连锁商超企业和批发市场的农产品供应链公司也发展起来,如福建美家美供应链管理有限公司,海南建汇农产品供应链有限公司等,鲜活农产品现代流通较完整的供应链模式雏形产生。

## 二、产地仓建设促进农产品的加工和流通利润向农民回流,促进农业生产流通的生态化

在商超企业自采模式初期,农村普遍缺乏农产品分等分级加工和存储的产地仓,迫使商超企业将收购的

“毛菜毛果”拉回自己的生鲜加工中心进行加工处理。这种方式造成了三大弊端:一是物流中的货品的“杂品”很多,物流成本很多放空在这些“杂品”上;二是这些“杂品”在城市生鲜食品加工中心成为废弃物,造成对城市环境的污染,商超企业为处理这些废弃物花费很大的排污处理费用,而这些废弃物在农村则可能成为回归土地的有机肥基材;三是鲜活农产品的加工处理集中在城市中进行,农产品初级加工中的加工利益便不能由种田的农民来获得。因此,在农产品产地建设具有加工和存储功能的产地仓是提高农产品收益转化率的重要事项,对于现代农业的发展、提高农产品特别是鲜活农产品的流通效率、提高农民的收益都具有战略性的意义和价值。产地仓要成为中国现代农业发展和乡村建设中的基础性的流通设施,这一建设已经时不我待。21 世纪第一个十年中,商超企业就开始在海南、云南等常年生产农产品的主产区建设了一批常年性产地仓,在一些季节性农产品产区建设了一临时性产地仓,这些产地仓都是通过租赁方式建设的,并没有纳入国家支农政策扶持和乡村建设的支持政策中。农业政策主要支持点集中在农业生产资料(如化肥、农药、种子、苗木等)和直接对农民货币补贴,农产品流通方面很少涉及,未能充分发挥现代流通对现代农业先导性的带动作用。而流通企业以销量入股的方式参与农村农产品产地仓的建设,有效解决了农产品的销售难题,无疑是现代农业与现代流通业结合的好方式,流通对农业带动的先导作用也得到了有效发挥。

**1. 产地仓的农产品出品实现了分等分级的标准化。**以销量入股的销售通路以连锁超市为主,分等级的农产品可完美地对接符合连锁超市线上线下和促销活动等多种销售形式。同时,产地仓的货品还进入了全国各级批发市场,体现了流通销售职能的专业化发展方向,促进了农产品不愁卖和能卖出好价的局面形成,按不同等级、以不同价格销售,解决了农产品好货卖不出好价价的困局。

**2. 鲜活农产品中的蔬菜和水果是农业在产地建产地仓的重点类别。**以水果为例,形成标准化商品的加工成本大约在 15% 左右(含人工成本、包装材料费、物流



费用、设备折旧和损耗等),加工成本中的 50% 左右人工成本就成了农民除产品种植之外收入的劳务收入,对农民收入的提高意义重大。

**3. 合作社与流通企业不需要化重投资来建设产地仓。**公司化运作的产地仓销售收入盈利部分即成为公司再生产的发展资金,又成为地方财政税收收入的重要来源,是一件对农民、流通企业、地方政府都有利的大好事。

**4. 有利于生态优化、环境美好的可持续发展。**当在产地建产地仓之后,大量的鲜活农产品的加工废弃物和损耗物便可成为加工有机肥料材料,变废为宝。

**5. 有利于农产品品质的稳定。**产地仓的建设和发展对商超企业改变农超对接以经纪人为媒介的产销模式,可有效避免因经纪人素质和服务品质的不稳定所带来的品质的不稳定。

流通企业参与农业发展和乡村振兴可以以销量入股,在农产品产地与合作社共同建设产地仓,这种创新方式应作为国家农业和流通支持政策:一是确立流通是带动农业发展先导性的地位与作用的理念,出台支农发展的农业与流通相配套的国家政策;二是流通企业销量入股产地仓公司的股权要实现在政策法规上金融资产的确权;三是季节性产地仓采取国家农业与流通支持政策的专项资金来建设,以补贴性的低价租赁方式租赁给企业进行产地仓业务运作;四是常年性产地仓建设既可采取季节性产地仓的方式,也可采取专项建设资金按比例补贴的方式;五是流通企业销量入股的国家支持政策,重点倾斜于有规模的全国性或区域性连锁化商超企业、全域性的供应链公司和区域性的供应链公司;六是除国家政策外,各地方政府也可出台本地农产品流通企业销量入股的相应政策。

### 三、盒马村以现代农业的订单方式揭示了数字农业的发展前景:产业互联网与消费互联网高度融合的新经济形态

盒马村是指根据订单,在产销之间形成稳定的供应关系,推动农产品标准化、精细化、品牌化改造,发展数字农业的村庄。盒马村是现代流通新零售的代表,是推动农业产业化发展、农村富裕和农民增产增收的市场化企业运作的成功范例,揭示了中国农产品、特别是鲜活

农产品流通的发展前景。

**1. 将农业生产推进至产业化发展的新阶段。**盒马村发展订单农业,较好解决了农业生产的种什么、种多少、什么时候种、农业产出收益是多少的难题,助推农业生产的规模化和产出规模化。

**2. 生态型特色农业。**盒马村的订单农业模式是建立在一村一品基础上的,以村为单位的品种集中,体现出区域与地理标志农产品的特点,具有生态型特色农业的斑斓色彩。

**3. 农产品质量溯源。**盒马村订单农业的突出点规范农业生产标准,农产品质量溯源上升到农产品流通的源头农业生产各环节的控制。

**4. 流通加工精细化运作。**盒马村的农产品流通方式在加工和物流配送上采取“产地仓+销地仓联合配套”的模式,这种模式可以最大限度地做到流通加工分层分级的精细化运作,在提高流通规模化的前提下,做到门店销售的用户精准化对接,演绎出以销定产的市场化商业逻辑效率化。

**5. 提高农产品附加值。**盒马村以零售终端商品的适用性指导农产品生产加工综合化的食材利用性,最大限度地提高了农产品的附加值,在物尽其用的前提下“吃干榨尽”,让农民增产增收。

**6. 推动农产品品牌化。**盒马村的品牌化更加显示出现代流通对现代农业的先导作用:以盒马的新零售代表的标签提高了盒马村产出的品牌商品价值;采用盒马与盒马村的地理标志产品双品牌化的运作;推动盒马村的产出品品牌的独立化运作。

**7. 推动社会资本向进入现代农业发展。**盒马村模式的本质是农产品产地与渠道终端的规模化零售商产业联合的模式,是流通为先导、农业为基础的产业联动的市场化探索,是在数字化深入发展中走出生态化农业发展的一条新路。如果这种方向性的引领作用在国家乡村振兴政策的支持下,有更多不同功能的流通企业加入,有更多社会资本进入农业领域,并以市场化企业运作的模式来推进,将有助于形成现代农业多层次发展专业化的格局。■

(作者系上海商学院教授)

# 在中国式现代化进程中展现供销合作社担当

◎ 郭凌阳

供销合作社改革发展壮大要围绕全面建设社会主义现代化强国总体目标，在中国式现代化进程中找准定位、勇于担当。把习近平总书记对供销合作社工作重要指示同党的二十大精神融通领会、一体贯彻，通过持续深化综合改革，加快成为服务农民群众生产生活的综合平台、党和政府联系农民群众的桥梁纽带，使供销合作社的组织体系和服务机制进一步适应中国特色社会主义市场经济、农业现代化和城乡一体化发展的需要。

## 围绕构建国内大循环，健全网络体系

乡村振兴对城乡、区域间的产品和要素流通提出了更高要求，供销合作社要因势利导做强流通主业，提升网络体系覆盖面，建设高效顺畅的流通体系，降低物流成本，促进商业繁荣。一是打通乡村循环末梢。发挥基层组织优势，引导乡、村两级经营服务组织优化流通服务功能，主动与各类流通服务主体开展业务合作，加强基层组织对流通服务承载能力。二是促进城乡间循环。结合打造县域流通服务体系，在畅通流通渠道、完善运营机制、承接公共服务等方面做文章，架起城乡商品要素双向流动的桥梁，针对市场需求集聚人、财、物等要素，联合多元主体打造局域流通循环业态。三是联通区域内循环。利用供销合作社系统和品牌优势，强化系统内联合合作，加强信息、资源、设施等共用共享，发挥社属社会组织、业务联系制度等作用，联通省内、市内不同区域的流通服务，赋予供销合作社系统网络更多功能和内涵。

## 围绕建成现代化经济体系，壮大社有经济

随着现代经济体系逐步完善，混合所有、集体所有成为中国特色社会主义市场经济的重要发展方向和组成部分，优势互补、共同发展必将成为主流。供销合作社特殊性质和组织形态能够在联结多元利益主体、推动混合所有制发展进程中先迈一步。一是增强合作经济组织属性。紧紧围绕农业、农村主阵地，通过规范、完善基层组织治理机制，紧密与农业经营服务联结和农民利益联结，发展政治优势、组织优势、品牌优势，聚集和引领服务农民生产生活的各种力量。二是规范提升开放办社水平。推动开放办社制度化、规范化、程序化，加强对加盟入社基层社和企业的指导管理，完善利益共创共享的制度机制，通过市场化手段达成组织化连接，达成

供销合作社经济性和公益性的有机结合。三是加快推动社有企业改革。在建立健全责权利制度和监管机制的基础上，开展社有企业市场化改革改制，引入先进管理运营模式和优质资产资本资源，细化不同属性的经营业务，最大限度开放合作，把握为我所有和为我所用界限，为企业改革蹚出新路子。

## 围绕基本公共服务均等化，拓展服务功能

供销合作社在现代农业社会化服务和城乡新型社区服务中，需要进一步拓展优化服务内容和功能，更好发挥综合性服务平台作用。一是大力拓展农业生产性服务。以新型农资服务和衍生服务为抓手，拓展市场，带动发展，逐步建立健全覆盖产、加、储、销全生产链条的农业生产性服务体系。二是逐步完善新型社区生活服务。因地制宜融入城镇居民社区服务，从商品物资经营起步，探索城市供销发展路径。提升乡镇基层社、村级综合服务社生活类服务能力，为商品经营、物流下乡、乡村文化、线上生活等提供承载平台，成为农村公共服务的重要载体。三是继续开展“三位一体”综合合作。开展生产、供销、信用三位一体综合服务，统筹和引领区域农业社会化服务创新发展。

## 围绕加强国家安全，提升保障能力

从农资保供向流通保障、商品保障、市场规范运营保障等多方面进行探索，在“政府做不了、市场主体不愿做”里面寻找空间，成为有效市场和有为政府的共同抓手。一是从农资保供向其他农业投入品保障拓展。在全面承担化肥储备保障的基础上，探索农药、种子等农业投入品保障工作，从国家食品安全的角度，积极参与相关工作，提升保障能力。二是加快提升城乡生活物资保障能力。供销合作社面临城乡社会的商品流通和物资保障新的挑战，要抢抓机遇、扬长避短，利用组织优势、政治优势、品牌优势做大做强流通主业和日用消费品供销，实现弯道超车。三是成为维护市场秩序的保障力量。健康有序的市场经济需要多元经营方式和主体共同支撑，供销合作社应当成为平抑市场的重要载体，兼具经济性和公益的经营服务目标，能够成为政府进行逆周期调节的必要抓手和有效补充。■

（作者系甘肃省供销合作社联合社合作指导处处长）

# 聚力供销合作社内涵式发展的若干思考

◎ 姜 红

习近平在党的二十大报告中强调,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。供销合作社是党领导下的为农服务综合性合作经济组织,是推动农业农村发展的一支重要力量,学习贯彻党的二十大精神,就要深入理解和贯彻落实高质量发展战略部署,从过去偏重量的扩张转向量质提升,以“村社共建”为抓手,聚力以人为本的内涵式发展。

**立足乡村组织振兴,加快推进基层社强基固本。**供销合作社要做好服务乡村振兴这篇大文章,主阵地在基层,最大优势也在基层。以社有企业带动、项目资金扶持、盘活闲置资产等推进基层社改造,拓展服务领域,充实和提升服务功能;以“党建引领,村社共建”为抓手,用党的组织优势激发集体经济发展活力,加快构建起适合农民生产生活需要的综合性、规模化、可持续的为农服务组织体系。树立基层工作优先,推动平台到县下、服务到县下、资金到县下、项目到县下,把供销服务做到离农民最近的地方。

**立足乡村产业振兴,打造供销特色农业社会化服务体系。**供销合作社要通过乡镇村基层社联农带农作用,加快发展乡村特色产业,形成供销社区域品牌。推广以农业生产托管服务和配方施肥、统防统治、农机作业等社会化服务,提高农业全要素生产率、农业综合效益和产品竞争力。探索现代农业服务新机制,强化农业科技支撑,提高农业综合生产能力、特色农产品品质和产量,构建具有供销合作社特色的全链条高附加值的经营服务体系。进一步深入开展“绿色农资”升级行动,试行“零差率农资配送”一站式服务模式,加快推动农资企业绿色高质量发展,大幅度提升绿色农资保供和农技服务能力,保障农产品品质和安全。

**立足城乡融合发展,推进县域流通服务网络建设提升。**积极构建布局合理、高效顺畅的农产品市场网络,推动物流资源整合,利用现有网络、土地、仓储、运输等设施,加快产地、集散地、销地、冷链等各类供销合作社农产品市场建设和信息化改造,特别在构建日用品下乡和农产品进城双向流通网络上发力,形成上下贯通、物流顺畅的全域现代流通体系。探索培育“互联网+第四方物流”供销系统集采集配体系,

形成连锁化、数字化、规模化、品牌化、覆盖县乡村的新型流通服务网络。

**立足拓展服务功能,进一步提升开放办社质量和效益。**

开放办社是供销合作社实现内外资源整合、扩大群众基础、拓展服务功能的有效途径。强化基层社合作经济组织属性,按照强化合作、农民参与、农民受益的要求,推进家庭农场、专业大户、农民合作社等新型农业经营主体入社,打造一批管理民主、产权清晰、功能完备、带动力强的新型基层社。尊重农民的主体地位,以开放包容的姿态,吸纳具有影响力和良好成长性的生产加工、农机服务、仓储物流、电子商务、金融保险等社会企业进入供销合作社经营服务体系,拓展延伸为农服务新领域。

**立足加快社企成长,推进龙头企业建设。**大力推进集团引领发展,通过与多种经济成分所有制企业的股权合作、业务合作、项目合作、品牌合作,推动社有企业更多布局为农服务领域,进一步提高社有企业在农资、棉花、粮油、鲜活农产品、冷链物流等重要涉农领域和再生资源行业的市场占有率。把强化社企对基层社服务带动、加强资源整合和联合合作作为社企高质量发展着力点,致力发展农业现代化头部企业,强化产业链、供应链、服务链整体谋划、深度融合。通过社企品牌效应和经营服务引领更多的优质农产品走出农村、走进城市。

**立足提升事业发展软实力,引领供销文化体系和人才队伍构建。**供销合作社要获得事业振兴和长足发展,必须有文化引领和支撑。加强供销文化宣传,加强对供销合作社历史、文化和基础理论研究,弘扬供销合作社“扁担精神”“背篓精神”,激发系统广大干部职工投身“三农”的动力与价值认同。实施新时代科教兴社、人才强社和创新驱动发展战略,更大力度培养造就一支“政治强、业务精、结构优、作风好”的干部队伍和一批“爱供销、懂经营、会管理、勇创新”的企业家队伍,加大农村电子商务、农村金融、现代物流、农批市场经营管理、农产品品牌建设等专业人才培养,带动各类人才向供销合作事业集聚。■

(作者单位系湖北省供销合作总社合作指导处(政策法规处))



# 浙江义乌农村电商调研报告

◎ 孙 伟

2022年3月赴浙江省义乌市的义亭、上溪、赤岸、佛堂、大陈、苏溪等6个涉及农业产业较多的乡镇，开展了聚焦农村电商的专题调研。调研方式包括：与镇政府和村委会工作人员交流；与农业企业、合作社、家庭农场、种植养殖大户等新型农业经营主体负责人访谈；实地走访农产品生产基地、加工车间和展销商店；收集整理本地农业政策和农产品生产经营数据等。现从此次调研了解到的现状和问题、下阶段的发展趋势、政策建议等三方面进行论述。

## 一、义乌市农村电商的发展现状和问题

### （一）以义乌都市休闲型农业为基础，并与其紧密结合，但农村电商的宣传推广有待加强

首先，务必对义乌农业的属性予以界定。《义乌市2022年政府工作报告》显示，2021年全市完成农林牧渔业总产值37.38亿元，占GDP的比值为1.4%。全市城镇化率达80%左右。从这两项数值可看出：与发达的商贸业和制造业相比，义乌的农业产值占比很小。但另一方面，义乌从事农业生产以及加工、销售等的人员规模依然庞大。作为建设共同富裕示范区的先行探路者，义乌的“三农”发展仍需高度重视和大力扶持。结合实地调研观察到的情况，发现义乌农业呈现出比较典型的都市休闲型农业特征，具体包括：农产品附加值高、价格高；农产品主要供给周边城市；农业

生产兼具“生活”、“生态”、“文化”等多方面功能（如采摘、体验、旅游、康养、科普、民俗等）；广泛发展科技含量较高的设施农业等。举例来说：大陈镇打造了浪漫八都、竹韵九都、古韵十都共3条乡村旅游精品线，建设了八都溪猕猴桃、义北桑葚园等15个亲子采摘园；赤岸镇建设了全长10公里、涉及12个行政村，集田园观光、乡村度假、户外运动、民俗文化于一体的“赤岸西海”精品线路。再以调研中了解到的农业主体为例说明：上溪镇桃花坞村、赤岸镇五柳村、“穗丰蓝”蓝莓种植采摘基地、佛堂镇火龙果基地、大陈镇柑橘种植大户、八都溪猕猴桃基地均以新鲜水果的采摘为主要销售渠道，而且相应价格也稍高。

另一方面，都市休闲农业必须要被周边城市居民所知晓，这就对宣传推广提出了高要求。在自媒体时代，通过抖音、快手、微信公众号、微信朋友圈、小红书等渠道，对自然景色、高价值和纯天然农产品、特色民宿、农耕文化、农业科技等进行营销已成为趋势。但调研了解到这方面工作还有待加强，比如大部分经营者仅是依靠微信朋友圈和粉丝数量并不多的个人抖音号来宣传，若要实现销量的迅速突破远远不够。

### （二）各类经营主体积极拓展电商渠道，但亟需接受系统化的培训来提高业务能力

必须明确长期以来外界对于义乌农产品的感知多局限于“义乌三宝”（红糖、火腿和南枣），但实际上义乌农产品的种类非常丰富，还包括柑橘、葡萄、杨梅、猕

猴桃、蓝莓、香榧、烧酒、中华鳖等多种农特产品。电子商务已成为农产品销售和农村“双创”的重要渠道，义乌各乡镇的农业企业、家庭农场、村委会的负责人都认识到了电商渠道的巨大价值。他们通过微信和抖音来发布企业、农场、村庄的农产品销售信息，积极拓展电商业务，取得了一定的销售成绩。比如赤岸镇宏富农业开发公司负责人通过抖音介绍甲鱼的育种、生长、捕捞、加工和烹饪等内容，大幅带动了公司“甲和友”品牌的甲鱼零食商品销售；再如自2021年下半年以来，义亭镇满糖红食品公司与宁波的电商网红团队合作，通过直播来销售义乌红糖，实现了业绩的明显提升。然而，在这六个乡镇中，接受过专业系统培训和跟踪帮扶服务的农村电商经营主体却寥寥无几。大多数人或是没接受过电商培训，或是仅参加过几场宣讲式的培训讲座，收获甚微。

在电商流量红利见顶、电商平台获客成本持续提升、传统电商模式进入瓶颈期、大量资源聚集于头部商家、电商平台间竞争加剧的移动互联网新背景下，扎实掌握某个平台、某类商品、某种渠道、特定客户群体或某类商业模式（如社交电商、内容电商、兴趣电商、直播电商）的全流程实操业务和销售技巧是不可或缺的。对此，这就需要扭转长期以来农村电商培训“重人次充数、轻课后实效”的形式主义。必须先切实了解各乡镇的农业产业特点和基层群众的电商培训需求，再有的放矢地设计相关课程体系，最后通过一系列的跟踪指导服务，提高参训农民学员的电商创业成功率，确保农村电商培训取得实效。

### （三）农村电商产业链基本形成，但与义乌整体电商产业的发展差距很大

农村电商的完整产业链包括农产品、电商平台、物流、渠道、融资、支付、服务、质量管理、售后、品牌等诸多环节。当前很多地区的电商及农村电商产业链已基本形成，义乌在这方面自然是走在全国的前列。具体来说：首先，根据2021年统计数据，义乌第三产业占比上升为66.6%，快递业务量从全国第六跃居全国第二，跨境网络零售交易额连续5年全省第一，全市建成投用35个电商园区。其次，在农村电商方面，全市现

有电商专业村197个，其中省级电商示范村97个，形成了全国最大的电商村集群。其中最为知名的即是在淘宝网占据电商平台主导时期涌现出来的“中国网店第一村”——江东街道青岩刘村，以及在直播电商大潮中脱颖而出的“网红直播第一村”——福田街道北下朱村。总体来看，在电商氛围的带动下，义乌农村电商产业链已蔚然成型。

然而，与非常成熟的义乌整体电商发展水平相比，农村电商的差距还是非常明显的。更准确地说，是在农业产业占据一定比重的乡镇的农产品电商。调研了解到：在义乌丰富的农产品中，采用淘宝网店、京东、微信小程序、拼多多、直播平台等渠道进行电商销售的比重并不大。这与义乌的饰品、玩具、袜业、针织、箱包、化妆品、工艺品以及周边县市的小五金、服装、鞋帽、家居等产品在淘宝和拼多多中屡屡成为“爆款”、广泛开辟在线批发渠道、跨境贸易规模快速增长等耀眼业绩形成了鲜明的对比。而且，义乌缺乏有较高知名度的农产品电商品牌。

## 二、义乌市农村电商下阶段的发展趋势

### （一）紧密依托义乌发达的电商产业生态

纵览前几年各地农村电商发展较好的地区（如江苏睢宁、陕西武功、山东曹县等），农村电商往往是在传统经济结构难以取得突破的背景下开辟出的新发展之路。因此，这些地区的经验对于中西部省份更有较强的借鉴价值。与之不同，得益于非常发达的小商品交易市场和生产制造能力以及电商产业生态，义乌发展农村电商将拥有得天独厚的资源禀赋。既可参考小商品电商的发展经验，如以青岩刘村、北下朱村等为代表的集经营、办公、仓储、居住于一体的电商村；又可充分借助现有的产业生态体系，包括政策扶持、电商园区、农产品选品、电商平台、电商培训、物流快递、仓储加工以及代运营、培训、孵化、金融等一系列配套服务。

### （二）规划适合义乌农村的电商发展路径

近几年各地涌现出了很多农村电商典型案例和成功经验，但切忌“拿来主义”，一定要避免水土不服。虽

然义乌的电商专业村接近 200 个,但在调研中发现,与义乌城区附近的几个街道相比,远郊乡镇中的农村电商仍需着力提升,具体表现为:各个乡镇的发展模式要进一步梳理明确;一些村庄亟待整体设计和推进;部分优质农产品在品牌、平台、营销、包装、物流等方面的工作尚需加强。为此,依托义乌本地的农特产品资源和都市休闲型农业属性,充分结合移动电商商业模式的持续创新、自媒体日益凸显的影响力和农业科技的广泛应用等新时代背景,在发达的经济社会发展水平和电商产业基础上,规划适合义乌农村的电商发展路径显得尤为必要。

### (三) 抓住处于风口的直播电商机遇

在移动化、社交化、个性化、场景化、线上线下融合化等电商趋势的带动下,直播电商已成为新的风口。成熟的直播电商以主播打造为核心、以形成信任为前提、以内容输出为基础、以领域垂直为特征、以直面交流为重点、以可靠供应为保障。在义乌,市政府实施了“十百千万”工程(即 10 个直播电商产业带、100 家具有示范带动作用的直播机构、1000 个网红品牌、10000 名带货达人),在其带动下可预见直播电商将继续快速发展。另一方面,近三年的新冠疫情造成了部分农产品的滞销,但在一定程度上也加速了农产品直播电商的发展。政府干部、网红、新农人等纷纷上架,讲解推介农特产品或美丽景色,成为一道靓丽的乡村振兴风景线。同理,义乌直播电商与农产品销售的结合必将进一步加强,直播渠道在农产品销售中将得到大幅拓展。

### (四) 维护农产品区域公共品牌形象

优秀的农产品区域公共品牌既能通过品牌赋能来提高农产品的附加值,也能确保农村电商行稳致远。农产品地理标志一般是农产品区域公共品牌的常见载体。义乌农产品获得农产品地理标志登记证书的有两类:南枣、红糖。但另一方面,若市场中出现损害公共品牌的行为,则会使得品牌的整体水平大受影响。调研发现此问题在义乌也有存在。义亭镇两家红糖生产经营企业的负责人介绍,有的厂家销售的红糖里掺了不同程度的白糖成分,这使得市面上流通的红糖成本 and 售价都偏低,但市场监管严重不足。这既不利于

诚信经营的厂家,导致“劣币驱逐良币”,也有损义乌红糖的整体品牌形象。他们呼吁,此问题亟须政府监管部门高度重视,尽快予以解决。在此介绍农村电商发展程度与义乌大致相仿的江苏省宿迁市沭阳县的经验:沭阳是全国知名的花木之乡,花卉苗木在淘宝、天猫、拼多多等电商平台的销售额遥遥领先于全国其他地区,但也长期存在商品以次充好、以假充真等突出问题。为规范经营秩序,沭阳县多次召开“三苗”(包括花木种苗、畜禽种苗、水产种苗)专项整治会议,部署专项整治行动,有力地维护了全县外在形象,保障了花木产业长远发展。

## 三、对义乌市农村电商的政策建议

### (一) 高度重视全市农村电商工作

建议以全国电子商务进农村综合示范项目为契机,进一步做深、做细、做实对全市农村电商工作的指导协调机制,定期召开工作联席会议,切实形成推动农村电商的整体合力。出台多项农村电商细化政策,从资金、土地、审批等方面予以支持,把农村电商打造成为义乌乡村振兴和共同富裕的有力抓手。

### (二) 深入推进“百村电商”工程

实施“百村电商”工程是义乌市政府政策文件中多次强调的重点工作。调研发现,近郊镇和远郊镇的农村电商模式截然不同,而且发展阶段存在明显差异。比如苏溪镇的高岭村和马丁村已发展成为众多电商小微从业者的集聚区,若规划和发展得当,完全有可能成为下一个北下朱村或青岩刘村。而赤岸镇的五柳村、清溪村和上溪镇的桃花坞村依然是以农业为基础、正在着力拓展农产品电商销售和田园休闲观光的传统村庄。因此后者应是“百村电商”工程的重点,也将会成为更好呈现义乌农村电商形象的载体。建议先在各乡镇中选取该类村庄,然后从如下 8 个步骤全面推进,分别是:村庄调研和整体规划;开展普及和实操培训;创建农产品品牌或村庄公共品牌;建设农产品公共直播间;自媒体推广宣传;对接城市社区消费需求;近郊电商专业村与远郊村结对帮扶;引入配套物流快递。



在这些工作基础上，最终目标将是打造出一批差异化发展、具有乡村特色的义乌新型电商专业村。

### （三）建设和宣传义乌各类农产品公共品牌

建设农产品区域公共品牌是农业产业和农产品电商的发展重点，也是全国电子商务进农村综合示范项目的绩效考核要点。在这方面，各地涌现出了一批成功案例，如安徽省宿州市砀山县的“砀山酥梨”等。当然，也不可避免地出现了一些财政支出费用不菲，但却只是忙于表面工作的形象工程。为此，建议吸取各地建设农产品区域公共品牌的经验，不要追求通过一个公共品牌覆盖区域内的所有农产品，而是因地制宜地以村庄、乡镇、品类等为范围来创建各类农产品公共品牌。可与专业品牌公司合作，从品牌的名称、LOGO、包装、质量标准、使用制度等方面来打造区域公共品牌，再通过展会、论坛、电视、报刊、户外广告等传统渠道和电商平台、微信公众号/视频号、微信小程序、抖音、快手、小红书等新型渠道进行宣传推广。而且，参照其他地区的发展经验，这两类渠道都很有必要，不可偏废。举例来说，大陈镇政府在2019年推出区域农产品公共品牌——“大陈小集”，在2021年还建设面积约1000平方米的“大陈小集”综合性服务中心，覆盖农业培训、农产品检测、旅游接待、网络直播、农产品销售展示等功能。截至2022年3月底，“大陈小集”品牌汇集豆制品、高粱酒、茶叶、鲜果、粮食等9个品类、25个品种，有6个村集体、100余户农户和农业企业加盟，销售额达到6000余万元。

### （四）加强农产品质量监管

不论是建设区域公共品牌，还是发展农村电商，加强农产品质量监管都是不可或缺的环节。纵览各地农村电商的历程，只有把农产品质量监管作为工作重点，才能真正建立高质量发展的长效机制。而且地区经济发展程度决定了政府在农村电商中的定位和角色。在经济较发达地区，地方政府更应做好要素提供、市场秩序维护和质量监管等基础保障。对于加强义乌农产品质量监管，提出如下四点政策建议：第一，强化商务部门与市场监管部门的合作，定期针对全市农村电商行业开展联合专项活动，严肃查处违规违法行为；第二，

借助政府微信公众号、门户网站等，动态发布全市农村电商企业诚信状况，设立诚信“黑白名单”制度，激励广大企业规范经营，并设立投诉和留言板；第三，申请市财政设立一定资金规模的网络交易诚信专项资金，用于义乌农产品电商交易纠纷的先行赔付，提升消费者的网购体验；第四，政府在加强监管的同时，积极引导和组织相关企业，成立行业协会商会等组织，加强行业自律。这对义乌红糖产业尤为迫切。亟待政府部门和业内企业共同发力，维护这一传统品牌形象，保障义乌红糖产业高质量发展。

### （五）补齐农村电商供应链中的物流短板

目前，在义乌农村电商供应链中，较为明显的短板是物流配送。调研了解到，赤岸镇邮政公司建设了“农村快递邮快共配中心”，将邮政党报党刊进村的普惠性邮路与各家快递公司的盈利性邮路相结合，实现了全镇层面的统仓共配，日均处理量约5000余件，覆盖全镇43个村（社区）和佛堂镇平望村等几个村庄。该共配中心的建设得到了财政资金补助，日常运营费用则是由邮政公司向各家快递公司收取。每天上午和下午各配送一次，能确保当天或隔天送到村中的“中邮驿站”。赤岸镇的共配中心实现了快递到村，解决了长期困扰当地以及很多地区的“最后一公里”难题。但仍有两点问题需要解决：一是据了解，有几个乡镇也正在建设共配中心，但皆未实现盈亏平衡；二是村民可直接在村中寄出农产品快递，但费用仍然偏高，与义乌城区小商品快递3-4元/单（3公斤以内）的价格相差甚远。建议结合义乌“百村电商”工程，在共配中心模式的基础上继续通过两方面进行拓展和优化：一是全面总结赤岸镇经验，向义乌其他几个远郊镇推广，实现“快递到村”在全市范围的覆盖；二是以乡镇、村庄、合作社、企业等单位组织起来，在形成规模效应的基础上与邮政公司商谈农产品上行的合适快递价格；三是政府需在固定资产购置方面拨付资金予以适当补贴，在共配中心、冷链仓储设施、批发市场的建设等方面协调土地供给和政策扶持。■

（作者系中国人民大学公共管理学院博士，曾在全国供销合作总社培训中心工作四年）

# 记乡村振兴中的资产建设分析<sup>①</sup>

◎ 复旦大学社会发展与公共政策学院 赵德余 燕可欣

X村地处崇明岛西北部的新村乡,辖区有18个村民小组,总人口1991人。X村的土壤偏碱性,适宜优质水稻种植,具有发展生态农业的先天优势,被列为上海市粮食生产功能区的核心区域之一。因此,X村围绕发展高品质稻米产业,发力培育家庭农场,从源头规范土地流转、全面清退外来不规范种养殖,到大力推进农业适度规模经营,再到打造“一袋米”工程,搭建农业增效、农民增收平台,带动当地农民收入增加。

## 一、资产培育方式

### 1. 引进外部资金支持的资产建设

X村资产建设围绕家庭农场展开,家庭农场具有经济、社会和生态三位一体的功能,不仅具有保障和稳定当地农业供给、农民收入获得最大化等经济功能,而且集中连片的管理还能保护当地乡村生态文明和村落环境、承担起劳动就业和保障、促进农耕文化发展的社会性功能。X村家庭农场原本分散经营,农民自行种植与售卖,稻米品质一般且产业附加值低,因此这种经营模式没有为农民带来明显增收。X村逐步实现规划农业,引入有实力的企业统一经营,发展订单农业、智慧农业。X村与企业合作后,与农户签订定向协议,在水稻种植全过程中实现“六个统一”:统一由乡政府挑选优质水稻品种引试种并牵头对家庭农场统一进行机械化收割;统一采用田间档案标准化管理;统一由第三方公司收购家庭农场生产的稻米;统一在乡内设置稻米加工基地加工;统一使用经过认证的稻米品牌进行售卖。第三方运营公司与生鲜售卖平台签订订单农业

合同,将X村大米通过智慧供应链和终端配送,实现产品与市场无缝衔接。

然而,在X村发现在家庭农场的运营中,难免会遇到自然风险,为此X村进一步思考采取一、二、三产业的融合,大力开发农业多种功能,延长产业链,完善利益链,让农民合理分享全产业链的收益。X村围绕稻米种植,以高科技加工系统、智慧农业体验和米食文化产业为基础,与X村的优美的田园风光相结合,开发工业旅游、农家乐和人文民俗等生态要素,聚焦发展特色民宿、稻田酒店、休闲养生等体验式农旅项目,将当地打造成为生态宜居的田园综合体。X村还将稻米文化中心与当地不锈钢厂产业合作,推出工业旅游,让游客亲眼见识不锈钢产品生产的过程。工业旅游作为X村旅游的一个点位,与X村稻米文化中心、五彩稻田等点位相结合,给X村带来更多的人气,也给游客带来更多的旅游新鲜感,共同助推了X村旅游业的发展。

对于X村的农民而言,承包家庭农场的农民可以从集中向企业售卖大米以及申请政府资金补贴等方面获得收益;未参与家庭农场的农民可以通过为家庭农场以及延伸出的二、三产业工作岗位获得务工收入。围绕着家庭农场的稻米种植业,当地的产业链不断延长,以稻米种植、当地风土人情和地域资源为特色,有序发展当地旅游观光、住宿餐饮等产业,增加村民收入。

### 2. 打造“稻文化”共同体的文化资产建设

X村的家庭农场主要生产稻米,同时积极思考拓展地方主题文化体验,深挖稻米产业文化,将农业和文旅融为一体,打造稻米文化村,以稻米文化村为辐射中心,以稻米产业为支撑打造全旅化田园综合体。X村建设的稻米文化

① 本研究属于教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目(项目批准号:20JZD031)的阶段性成果。

中心文化展示馆是一个集文化展示、稻米加工、智慧农业于一体的平台，也是当地稻米文化外重要的展示窗口，通过图、文、视频、实物等多角度进行展示，推动品牌营销、文化营销、理念营销，打造稻米文化产业体系。米食文化体验馆占地 6000 多平方米，由村内的老旧房屋整修改造而成，集米食制作、农村市集、文化展示、产品游购等功能于一体。稻米文化中心三期项目则致力于打造诗意的乡村栖居地，以文创旅游为核心，建设“稻香花舍”新型居住社区。围绕着稻米文化中心，乡里每年度都会举办稻米文化节、米食文化节、稻米体验节等。这些节庆活动的举办，吸引了大量游客和企业的关注。X 村为了进一步弘扬稻米文化，还打造了稻米雕塑、将大米拟人化后的“米宝宝”形象和米宝宝微信表情包。举办稻米文化节的时候，农民可以拿自己生产的农副产品过来卖，城里的一些家长也会带领孩子来体验稻米文化。

### 3. 夯实基础设施、强化公共设施的自然资源及物质资产建设

从 X 村的土地资源来看，农民的土地在专家指导下科学耕种，促进土地更加肥沃，为后续土地资源可持续发展打下了自然基础。在基础设施方面，前期通过垃圾处理、污水治理、改厨改厕等，极大改善了村容村貌，新建农户进宅道路、拓宽乡村中心干道路基、安装乡村路灯、对沿路沿线墙立面留白处创作生态景观，实现了村庄净化、硬化、亮化、美化。在环境整治方面，依法整治违法建筑、违法用地，拆除各类“五棚”及破旧无证房屋。良好的村容村貌让农民生活质量的“里子”和农村环境的“面子”都好了起来。

X 村与农场大户配合中心河道的清理和河坡绿化，对居民区泔沟、引水河全面实施保坝，分步推进污水处理工程，减少农村水系土壤源头污染，以水岸联动实现持久的水清岸绿。X 村在产业设施方面，与企业联合规划建设景观廊道，注重挖掘村域环境特点，以桂花为主题，注入小桥流水、庭院花草式江南元素，建成陆域生态景观廊道和主题公园，引导村民建设花路、花园、花宅，打造人、景、林相融一体的村落建设。X 村在公共设施方面，针对当地老龄化问题，在当地企业的资助下成立了两个为老服务中心，中心内设置助餐点承接为老年人送餐服务，设置日间照料中心和老年活动室供老年人娱乐和活动。还设置了睦邻点和农家书屋，当地村民可以前去议事和学习，提升自身文化素养，充实精神生活。

### 4. 开展提升农民能力与引进人才的人力资产建设

X 村的人力资产建设发力点主要采取对种植大户的培训和引进驻村指导员。积极牵头将村里的农业大户输送至乡里进行培训，配合乡里定期对农业大户开展种植巡视，积极培养农业大户的农业技能和激发其自身潜力。其次是引进驻村指导员，驻村指导员自身能力突出、有较高的学历或丰富的社会经验，在村民中具有威望和号召力，他们大积极参与乡村建设，以带领村民致富为己任，深入每家每户走访沟通，协助当地农产品扩大销路，增强农户对发展致富的信心。

### 5. 党群服务引领社会参与的社会资产建设

X 村以党小组为单元建立党建服务“火炬点”，引领庭院学堂辐射带动睦邻点，建立起宣传阵地。党员志愿者经常开展民情恳谈、入户走访、环境治理宣讲等活动，同时积极听取群众意见建议，及时掌握村民的生产生活状况，助力村民自我管理、自我教育、自我服务、自我提升。组织块区内党员开展责任区认领、发展“五分钟”党员服务圈等活动，发挥党员模范作用，带动群众参与基层建设。邀请有修理手艺的志愿者上门为老人提供磨刀、补鞋、修伞、配钥匙等便捷服务以及代卖代买、代缴水电费、代为照顾老人小孩等服务，力所能及地解决村民实际困难，对一些独居、高龄、残疾等行动不便的村民由责任区党员精准结对提供服务，对群众提出的求助事项及时联系党员代为办理。

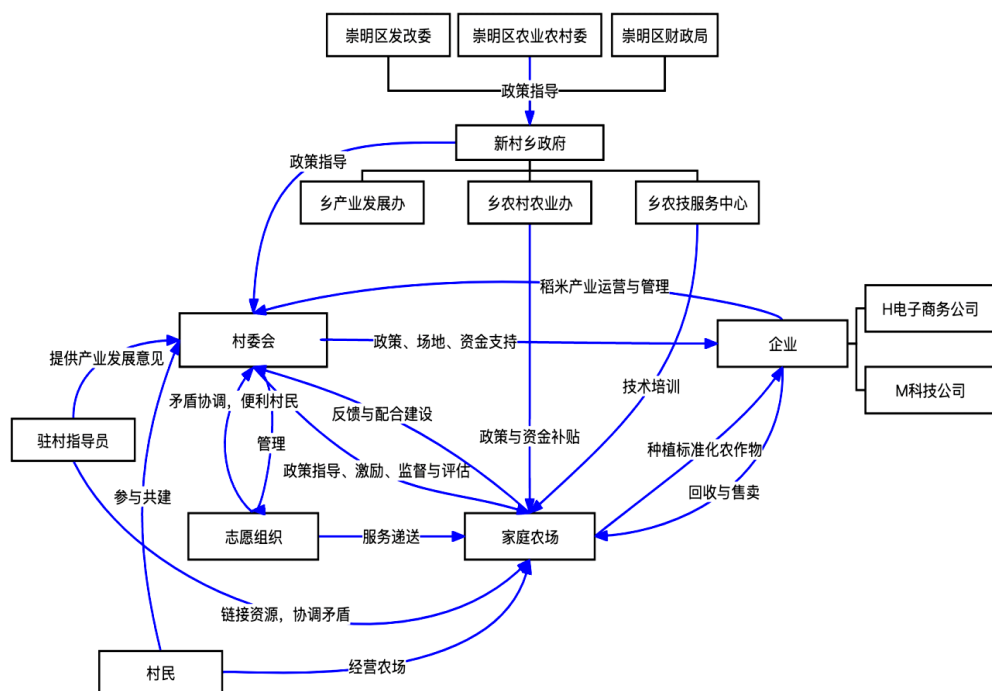
## 二、资产建设网络分析

X 村的资产建设的主要行动者包括政府、村委会、企业、各类志愿组织。

### 1. 资产建设中各主体的行动

(1) 村委会：对接乡政府，引入外部资本。乡政府相关部门在引导方面主要是加强高端设计和规划，统筹用好市、区资金和乡配套资金持续实施后续建设。X 村鼓励引导农民将承包地通过村委会统一流转管理，然后将土地流转给本乡农业大户，优先流向家庭农场。一是对家庭农场的种植情况高度重视，积极配合乡里每月度、季度、年度对各个家庭农场进行的考核，请专家对各家庭农场扣分原因进行详细解读和分析，以及对家庭农场怎样提升农田环境、田间管理等指标上做出指导和指示。二是对家庭农场给予激励措施，增强农民发展稻米产业的积极性。积极牵





X 村资产建设网络关系示意图

头申请优秀农场的评定，在乡政府各部门对家庭农场的全盘培育下，确保本村水稻种植标准落地。还出台政策扶持本地年轻、有潜力的家庭农场主，再通过订单农业模式集中对产品进行管理，确保家庭农场操作更专业、管理更规范、营销更对路。三是技术指导。加强对家庭农场从业人员的技术培训，通过去乡镇参加新型职业农民培训与专业农民培训等渠道提高科学种植水平。还不断尝试各种先进种植技术改善土壤条件、引进先进的稻米加工技术，助推稻米产业的发展。四是围绕稻米产业积极引入社会力量。注重稻米生态的建设，探索产业链延伸，打造休闲农业和乡村旅游模式，与酒店集团、旅游公司等签署战略合作协议。同时与高校院所所合作，招募与稻米相关的科研单位做技术指导。

(2) 村民：自主经营家庭农场，参与乡村自治。在 X 村围绕产业进行的资产建设过程中，村民的参与主要是以家庭农场为单位参与，家庭农场适度规模的经营是以家庭劳动力为主，通过农业耕作获得收益。没有参与家庭农场的部分农民还可以通过为家庭农场工作以及为村内由稻米延伸的产业务工获得工资收益。对于整个稻米村的建设方面，农民主要是积极参与自治。在 X 村划分的治理网格之内，每个网格都建立了一个集睦邻点、庭院学堂、代表

之家和姐妹微家为一体的党群服务点，所有农民可参与法制讲座、文艺手工、健康养生和观看移风易俗视频等活动。农民参与乡村的整改建设、最美庭院和稻田的美化建设后，可从政府部门处领取物质奖励和精神奖励以及获得积分，X村积极探索农民可以拿获得的积分兑换免费送餐服务、免费养老服务等便民服务，以激励农民进一步参与乡村建设。

**(3) 企业：对稻米产业一体化管理。**X村在农业规模化经营有了一定基础之上，引入龙头企业H电子商务公司，通过其资本专业化运作、工厂化操作模式、品牌化对接市场，在营销上取得进一步突破，实现从选种、种植、烘晒、恒温储存、加工、销售各环节进行全产业链管理，提升了农业专业组织化程度。M科技公司是一家专注打造农产品产地数字供应链服务的平台企业，其利用“互联网+农业”思维，发展智慧农业，通过线上构建农产品产地地图大数据库，线下搭建产地网络，实现农产品从生产到流通的线上线下高度融合，并输出了行业内领先的“产地—供应链—渠道”产业模型，赋能智慧农业发展。引进有实力的专业团队管理后，农户只管种地，剩下的事情由公司来办。

(4) 志愿组织、驻村指导员：参与共建共治。X 村的管理除了村委会，志愿组织和驻村指导员也发挥了很大作

用。在每个网格设立的党建服务点中，党员志愿者负责召集农民学习维护村落环境和参与稻米村建设，定期开展民主议事活动，开展修理、理发、义诊等服务，创立“五分钟服务圈”“便民卡”等品牌，将电器维修、水管维护、电费代缴等服务延伸至每一户，让农民感到生活便捷。妇联志愿者负责在各种文化节中教游客米食制作，与龙头企业联合开发新款米食相关产品，推动稻米产品附加值的提升。驻村指导员是上海市为推进乡村振兴战略从全市选派的优秀干部进入农村进行结对帮扶，积极摸排家庭农场发展情况、向外传播稻米文化、引进投资项目、达成多个定向售米合同等，还举办稻米文化节活动、开展教育培训，参与稻米小镇的共建共治。

## 2. 资产建设中各主体的合作互动

(1) 村委会、家庭农场、企业的三方合作互动。村委会负责集中管理家庭农场的种植情况，牵头将农民的土地集中流转给家庭农场，负责引进第三方公司与家庭农场达成合作，统一回收家庭农场的稻米进行后续加工和售卖，三者互动。村委会与乡政府负责将家庭农场集中起来进行管理和组织开展技术培训，为入驻企业提供稻米加工场地，以及品牌的打造和宣传等；企业与当地家庭农场集中签约，投资建设各种厂房，委派专业人员运营，与X村合作研发新稻米品种和制定回收标准；家庭农场按照企业所给标准管理自家农场，售卖稻米获得收入；企业和家庭农场在运行过程中遇到的政策性困难，均可以向村委会反馈。企业的引进，极大地解决了X村稻米销路的问题。X村还引进工业、旅游业等企业，延长稻米产业链，引导家庭农场和非家庭农场农民与其合作，带动X村工业、农业、旅游业“三业一体”的高质量发展，赋能乡村资产建设。

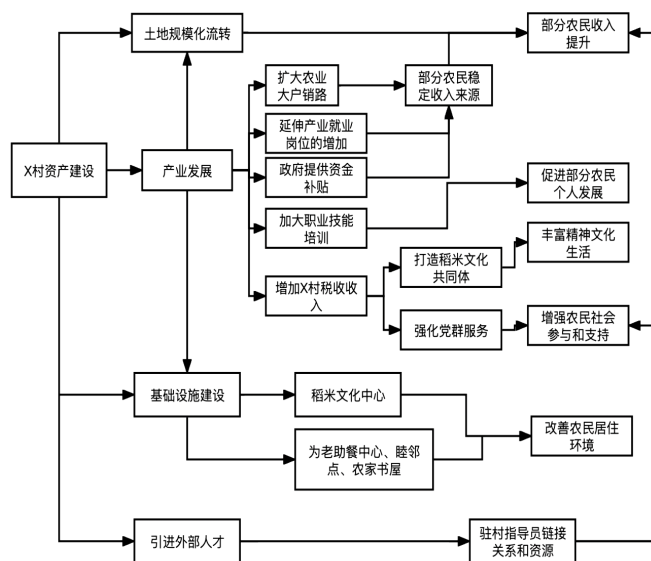
(2) 政府内部各层级的合作互动。政府层面与企业和家庭农场的合作，成为X村有效进行金融资产建设的主要推动力。政府部门为乡镇一级，乡产业发展办、乡农村农业办和乡农技服务中心与X村村委会合作是政府统筹协调的关键所在，乡产业发展办负责制定产业发展的相关政策；乡农村农业办负责深入考察每一户家庭农场、协商农民土地流转问题、统一管理家庭农场的运行；乡农技服务中心负责为家庭农场提供技术指导和种植工具。村内设置党群服务中心，将该村事务实行一站式管理。村领导班子成员与村内家庭农场组团包组，定时去各家进行调研和政策宣传，及时反映问题。村内划分微网格，每个微网格

选取党员代表担任网格管理员，每个网格中设立的一个党群服务点负责动员网格内群众参与到稻米村的建设中来。

(3) 志愿组织、驻村指导员的多方合作互动。志愿组织主要是乡里成立的妇联志愿队和各网格成立的党员志愿服务队。妇联志愿团队一方面与政府合作积极推广稻米文化，增强品牌影响力，一方面与农民合作，推动各户参与到最美庭院的建设中，在充分了解各农户的需求上，根据每家每户的特点，开展个性化设计，为每户打造风格不同的庭院，让X村的人居环境获得极大提升，并吸引大批游客前来，增加了当地农民的收入，良好的环境基础也为后期旅游民宿业的发展打下了一定基础。党员志愿团队主要是积极向农民提供服务，处理农民遇到的困难，推动每一位农民参与到稻米村的建设中去。驻村指导员在本村中与家庭农场合作，成为农场评估者；向外宣传X村大米品牌，牵头外部公司与X村达成多个合同，成为资源链接者；与村镇合作，挖掘当地一、二、三产业的特色资源，积极延伸稻米产业链，成为增能者；积极解决农民、家庭农场主和企业之间产生的纠纷，成为协调者。

## 三、资产建设对当地农民福利的影响机制

X村的资产建设主要围绕当地的乡村产业发展进行，在资产建设过程中，金融资产、自然物质资产、文化资产、人力资产、社会资产等均有所带动。



X村资产建设对农民福利影响机制图

(1) 以党群服务作为发力点,让村民在参与中体会到当地建设带来的福利成果。X村的党建服务点已经成为网格内群众议事厅堂,通过定期召开民主议事活动,使网格内的事务由网格内的党员群众共同商议、决议、推进和督办。围绕当地的乡村振兴事业,每周坚持在服务点内开展形式多样的宣传活动,村民在党群服务的推动下增强自身主体意识和公共意识,让自己的声音能被村委会听到,同时在参与的过程中扩大自身的社会价值,在党群服务点的带领下,让村民参与到X村的资产建设中来。在拉动村民参与共建共治方面,将村民参与共治的成果用积分兑换成便民服务,将村民长期以来所形成的“要我做”的旧观念,转变为“我来做”的新理念。针对村内空心化和老龄化的现象,充分调动、整合村内的调解资源,聘请老党员专门负责纠纷调解工作,使用多种方法来消除和解决村民日常问题。

(2) 通过打造稻米文化共同体,不断丰富村民的精神生活的需求。X村围绕着稻米村的建设而创办的稻米文化中心,作为乡村文化服务的阵地,村民都可以前来学习稻米生产历史文化知识、体验米食制作技艺、参加稻米趣味运动会等多种文化活动。此外,围绕着稻米文化,X村每年都会举办稻米文化节、米食文化节等大型文化活动,丰富多彩的文化活动的举办,有力促进了村内的文化建设,同时村民在参与各种文化活动的过程中,也增进了彼此之间的联系,在潜移默化中提升了村民对于乡村的认同感、责任感和凝聚力。

(3) 村落居住环境的显著改观是农民福利的一个重要方面。X村高度重视村容村貌的整治与提升,对村庄公路进行全面改造和修缮、发动群众进行美丽庭院建设、与企业联合修建的景观走廊和主题公园等,人、景、林融合一体的村落建设让当地的农民居住环境得到显著提升。在公共设施方面,两个为老服务中心内设立的助餐点辐射全村,方便村内老年人的日常用餐,老年活动室可供村内老年人前去休息聊天等,睦邻点和农家书屋可供村民前去学习、议事、休闲等。

(4) 农民收入明显增加,如何稳定大多数人收入仍需

加以通盘考虑、从长计议。情况来看,X村内农民在前期也是通过对土地的集中流转,让农民获得了土地流转金收入。从X村的发展来看,村内的农业大户通过经营农场将稻米统一售卖给家庭农场获得收入。为了鼓励村内的农场主加强对农场的管理,X村积极向乡政府申请对农场的资金补贴,为农场主增加了收入。X村围绕着稻米产业进一步打造了稻米旅游业、民宿业等,本村的部分村民可以通过延伸的产业务工,获得收入。但是X村的农场主毕竟是少数,村内的大多数人无法在本村获得稳定工作而获得稳定收入。其次,村内的困难群众没有被考虑进去,这部分收入在X村围绕稻米产业进行的资产建设过程中也没有被考虑进去。

(5) 普及农民专业培训仍需统筹规划并付诸实施。X村村委积极牵头由乡镇对农场主进行培训,加上专业人士的指导,在一定程度上也增长了农业大户对农业种植和管理技能,提升其自身素质。然而,除了本村的农业大户之外,X村围绕稻米产业所进行的资产建设中,对非农业大户的自身能力提升则不明显,少部分在延伸产业中务工的村民也并没有得到应有的专业人才培养。

#### 四、结论

本文梳理了X村围绕当地稻米产业的资产建设培育方式、资产建设过程中关键行动和的行动和相互之间良好互动使得X村的资产建设有可持续性。同时,乡村振兴重点关注村集体发展什么样的项目,X村如果能够将村集体经济组织收益分红模式进一步推进,每年度为农民分红,这将会极大激发农民参与当地乡村建设的积极性。此外,本模式中企业在对当地农民的福利水平提升方面未起到很大作用,尚未对X村和村民产生较为明显的反哺作用。企业作为X村资产建设的中心,建议:一要为当地困难群众设立贫困帮扶资金、积极解决老年人、残疾人等用工问题;二要积极与村委会一起参与当地治理,从村民管理到环境治理都应当发挥作用;三要助力文化振兴,丰富农民文化生活。■



# 湖北省咸宁市供销社“供销讲堂”纪实

◎ 刘海元

2022年新年伊始，咸宁市供销社党组塑身打造“供销讲堂”，并将此作为党建工作品牌，高起点谋划、高标准设计，以“党建促社建”，助力供销合作事业高质量发展。

**领导带头讲。**“供销讲堂”每月一期，领导带头。第一期“供销讲堂”党组书记率先站上讲台，以《传承“两种精神”，讲好供销故事》为题，围绕供销系统的“背篓精神”“扁担精神”畅谈体会，弘扬全心全意为“三农”服务的奉献精神和艰苦奋斗的创业精神，在新时代赋予“两种精神”新的内涵，作为供销系统宝贵的精神财富，激励广大供销人奋发前行。

**嘉宾深入讲。**“供销讲堂”注重开阔眼界与显示需要的有机统一。先后迎来市纪委监委领导解读《监察法实施条例》、市农业农村局领导解读农业生产社会化服务项目、市消防救援支队专业技术工程师进行消防安全知识及相关普法教育等等。领导和专家深入浅出的精彩宣讲，让干部职工深受教育和启发。

**突出主题讲。**“供销讲堂”聚焦重点、热点、难点，每期突出一个主题。分列了“传承两种精神，讲好供销故事”“调研茶产业发展，探索解决发展难题”“学习中央农业生产社会化服务项目等政策”“学习监察法实施条例”“调研三位一体试点进展情况，解决合作社产业发展问题”“喜迎二十大”“走进湖北供销惠依电商产业园，解决企业困难”“传承背篓精神，践行供销使命”“创新利益联结机制，促进联农带农富农”“学习贯彻党的二十大精神”等主题，每个主体特色鲜明，关注点高。

**接地帮扶讲。**“供销讲堂”上接天线、下接地气。把讲与帮、讲与做、讲与看结合起来，既讲政策又解决实际问题。供销社的根在基层，“供销讲堂”的教室和讲台有时在田埂上、大棚里，有时在社有企业的生产车间里。“供销讲堂”在赤壁余家桥乡的丛林村开展“下基层察民情解民忧暖民心”实践活动中，帮忙果业合作社解决劳动力短缺和开辟杨梅销路问题；在咸安剑春茶专业合作社探索解决茶产业发展难题；在供销惠依电商产业园，协力解决企业面临的农产品销售渠道和产业园发展壮大问题；在通城县康逸养羊专业

合作社以“创新利益联结机制，促进联农带农富农”为主题开展了送肥帮困、技术解难、助力销售、种草施肥等活动，既给基层带来了“红利”，干部职工又开阔了眼界。

**现身现场讲。**“供销讲堂”利用全市供销系统的先进典型，开展现身现场讲堂。“供销讲堂”是个思潮开放、形式多样的教学平台，党组成员、科室、基层社和专业合作社经营管理人能踊跃进课堂上讲台，以学、讲、比的形式，弘扬供销风采，展现学习魅力。在学习贯彻党的二十大精神时，大家结合各自的学习体会和工作实际积极交流发言，围绕农产品销售、地怎么种、美丽乡村建设、乡村振兴和持续深化供销合作社综合改革，表示要加快学习成果转化，践行服务宗旨，在供销合作社改革发展中担当作为。

“供销讲堂”从机关走向基层，让干部职工看到了一个不一样的供销合作社。“供销讲堂”搭建干部职工学习交流展示平台，以讲促学、以讲促用，提升了供销干部职工综合能力素质。通过“供销讲堂”活动，讲出了精气神。党员干部职工谈心得体会，找差距不足，思发展之策，大家互学、互促、互帮，赋能综合改革，为乡村产业振兴注入新动能。“供销讲堂”讲出了三农情。结合“下基层察民情解民忧暖民心”实践活动，进一步贴近了农民社员的心，有效突破了“工业品下乡，农产品进城”短板，发挥了供销社在农村经济发展中的带动作用，推动了农村基层党建与乡村振兴深度融合。“供销讲堂”讲出了真本领。迅速在系统内形成了不比资历比能力、不比待遇比贡献、不比条件比作为的正气和工作氛围，树立了按制度办事，以实际论人的行为准则。把从“供销讲堂”里充分吸收的知识养分转化为科学办好企业的智力支持。“供销讲堂”讲出了冲锋号。供销合作社的春天已然来临，冲锋号已吹响，只有积极研究和探索为农服务的新课题，突出综合化、规模化、可持续化为农服务体系新内容，认真扎实做好本职工作，拼搏赶超，才能实现新时期的高质量发展，谱写出发展农业、富裕农民、繁荣城乡的新篇章。■

（作者系湖北省咸宁市供销社党组书记）

# 消费助农集市助力乡村振兴

◎ 林 莹 马立军 陈 颖

海南省是国内较早启动消费帮扶工作的省份，省委、省政府明确由海南省供销合作联社牵头，统筹全省消费帮扶工作。自 2018 年以来，通过联合相关部门，举办“消费助农集市”，运用合作制方式，不断创新，为助力脱贫攻坚、巩固帮扶成果、推进乡村振兴，提供了海南样本，贡献了海南智慧。

## 一、消费助农集市的由来与回顾

2018 年，海南省决心打一场脱贫攻坚翻身仗，大幅加大脱贫攻坚的力度。打赢脱贫攻坚战指挥部针对存在的贫困户农产品销售难问题，决定动员全省力量购买贫困户农产品。海南爱心扶贫网（现更名为“海南乡村振兴网”）专门负责网上销售贫困户农产品，正式上线运行。指挥部又针对贫困户农产品线上销售的局限性和全省上下购买的积极性，决定扩大销售渠道，推出线下“爱心扶贫集市”（现更名为“消费助农集市”），指定由省供销社、省商务厅负责。

省供销社领取任务后，紧锣密鼓开展工作，及时制定了《“爱心扶贫大集市”百场百家活动方案》，确定 5 个市县作为首场集市活动的试点单位，并由省供销社、省商务厅组成工作小组下沉市县指导，同时协调省商务厅给予集市活动的资金支持，分拨给全省 18 个市县。全省供销社系统迅速行动起来，通过 2 个月 3 批次实现了“爱心扶贫大集市”百场百家活动全覆盖，现场销售 590 余万元，订单 680 余万元，带动近万户贫困户直接受益。在此基础上，省供销社不断丰富和深化爱心扶贫集市这一助农增收的创举，坚持年年办、不间断，打造成为常态化的消费助农集市。5 年来，集市活动举办了 2800 余场，销售总额约 1.8 亿元，年均超过 5 万户次的脱贫户受益。同时呈现活动形式和类型多样化，活动形式与节庆活动、民俗活动、体育赛事等结合举办，分为市县域、镇域、旅游景区、本土社区、候

鸟社区、农贸市场、超市、学校等多种类型。消费助农集市成为巩固拓展消费帮扶成果与乡村振兴有效衔接的工作任务之一。

## 二、消费助农集市模式的分析评价

消费扶贫是海南省在打赢脱贫攻坚战中的自选动作，消费助农集市作为其中一项应急任务，为全省完成脱贫攻坚任务发挥了积极作用。一是在制度设计上为集市稳定开展提供了政策保障。2021 年，省供销社联合 18 个部门制定了《海南省巩固拓展消费帮扶成果同乡村振兴有效衔接实施方案》，经省委、省政府同意，印发全省实施，从而为继续举办集市所需的场地、资金等支持提供了政策依据。二是各级领导、党员干部带头参加集市活动购买产品，为集市增添人气，营造出浓厚氛围。海南省级领导对消费帮扶工作批示 20 多次；同意在省委、省政府办公区举办消费助农集市；所有现职省级领导带头“以购代捐”“以买代帮”，通过海南乡村振兴网或消费助农集市就近直接购买助农产品；各市县、各单位领导积极响应号召，带头认购助农产品；结合实际出台实施方案，普遍建立了“党委抓部署、基层抓落实”的工作机制；组织开展形式多样的线上线下消费扶贫活动，采取长期定向认购、订单式生产认购、个人爱心认购、自驾车后备箱公益旅游认购、临时团购、参与贫困地区共享农庄、协助购销对接、商超及电子商务助销、旅游带销等参与消费帮扶；全省党员干部积极参与，争做消费帮扶达人。各级领导带头、党员干部参与，激发了贫困群众通过发展产业脱贫致富的信心，也带动了社会各界献爱心的热情，消费助农集市的销售额呈现稳定增长态势，而且不少集市的群众采购金额超过了机关干部采购金额。三是供销合作社系统的合作经济属性是集市能够长期开展的关键所在。合作经济属性是供销合作社的根和魂，供销合作社是党和政府密切联系人民群众的桥梁纽

带。消费助农集市是海南省委、省政府充分发挥供销合作社系统作用，让供销社以合作制方式，从经济的角度去组织农民群众、调控农村市场的创新举措。消费助农活动开展以来，海南省供销合作社系统拧成一股绳，克服发展不平衡、基层基础薄弱等短板，本着“哪里有贫困户农产品销售需求，就在哪里搭建集市帮助销售”的为农服务宗旨，立足线下销售和就近就地销售，动员和带领各类社会力量，因地制宜组织现场搭台，现场销售。在供销合作社职工开设的超市、供销合作社管理的农贸市场设立助农销售专区、专柜，免费为当地脱贫户、有扶贫任务的专业合作社提供销售场地，让脱贫户直接受益。同时注重控制活动成本，各场次助农集市活动使用的宣传展板等物料都尽可能做到反复循环利用，节俭高效办集市，把更多实惠让利给脱贫群众，也使得集市举办变得更加简便、易于复制。让助农集市接地气、有实效，成为消费者和脱贫户的爱心平台。

### 三、消费助农集市发展之路的思考

海南省供销合作社系统将继续办好消费助农集市，助力乡村振兴，主动调整适应新形势、新阶段的全面深化改革和服务“三农”要求，把办好消费助农集市与为农服务和不断满足人民群众生产生活的需求紧密结合起来，创造性地开展供销服务工作。一是推动消费助农集市转型，从要求完成的政府工作任务转变为城乡居民喜闻乐见的常态化集市。经过5年来的发展，消费助农集市因其拥有地道的本地农特产品、亲民合理的售价、助农服务献爱心的平台等特点，受到城乡居民的欢迎。五指山市是全省最早将消费助农集市转型为常态化集市的市县，将集市定名为“山城好物民俗赶集日”，为集市安排了固定地点，每周六上午开市，在坚持提供地方特色农副产品、助力本地农户增收的同时，不断丰富集市的内容，增加了公益路演、黎苗服饰展示、黎苗风情歌舞等文化元素，将集市办成了文化与消费融合的新名片。海南省不少市县也在推动消费助农集市与节庆活动、体育赛事、文化活动相融合，赋予集市更丰富的内涵。随着大众消费习惯、生活方式出现的显著变化，消费者在追求高品质的同时追求高性价比，喜欢在多平台上比价和筛选，因此要加强对当前消费新理念、新趋势、新潮流的研究，不断创新，推动消费助农集市从“要我办”转变为“我要办”，从卖扶贫产品转型为卖海南农特产品，从本土特色提升为农商旅文体联动，继续办好常态化消费助农集市，实现助农增收，不断丰富城市居民的日常

生活。二是以消费助农集市为引导，逐步建立和完善海南农产品流通供应链管理。全省供销合作社系统在组织消费助农集市的过程中，一直在探索建立本地农产品流通长效机制。三亚市供销社、儋州市供销社组织小组走村入户，详细了解脱贫户种植养殖品种生产情况，探索建立符合市场需求的脱贫户农产品信息集采机制，从生产环节上解决“卖什么”的问题；琼海、屯昌、白沙等市县供销社，通过市县党委政府的“赋能”与“注能”，承担了当地“菜篮子”的职能，在完成保供稳价任务的同时，探索建立包括集市、专区专柜、农产品展销推广、公共机构集团采购、线上线下融合销售等农产品销售机制，从销售渠道上解决“在哪儿卖”的问题；海口市供销社、临高县供销社、澄迈县供销社探索组建农产品销售经营实体，从商业模式上解决“谁来卖”的问题。农产品流通涉及生产、流通、消费等多个环节，涉及政府、市场、社会等各个方面，涉及生产者、经营者、消费者等多方利益，事关乡村振兴与国家稳定。供销合作社是为农服务的合作经济组织，是党和政府做好“三农”工作的重要载体。海南省供销合作社系统要以消费助农集市、菜篮子等工作为抓手，将自身优势与资源努力融入农产品流通的大局中，在生产、流通、载体、环节、宏观调节等方面发挥独特作用，弥补家庭分散经营的缺陷与不足，促进土地、资金、技术等生产要素的重新流动组合，建立和完善海南农产品供应链管理，推动海南农业规模化绿色化标准化品牌化发展。三是以常态化举办消费助农集市为契机，做大做强社有企业，不断增强服务“三农”的综合实力。在推动农业高质量发展的过程中，供销合作社系统要主动与政府相关部门对接，运用合作制原则，联合各涉农主体，组织社属企业，努力促进各类服务要素在生产、分配、流通、消费等各环节有效衔接。实践表明，消费助农集市举办场次多、销售金额增长快、群众参与积极性高的市县，都成立或重组了农产品运销方面的社属企业，因此要不断增强服务“三农”的综合实力，通过社属企业把本地农产品经销商组织起来，与农民结成利益共同体，带领农民闯市场。

海南省供销合作社系统将继续坚持为农服务根本宗旨，以市场为导向，调整社有资本布局，建立和完善现代企业制度，在做强现有领域的同时，探索进入政府非做不可、民营企业不愿意做或投不起、资本金短缺的领域，努力成为党和政府推进乡村振兴的有力抓手。■

（作者单位系海南省供销合作联社）



# 《四川省供销合作社条例》为供销合作事业护航

3月30日,在四川省十四届人大常委会第二次会议闭幕会上,《四川省供销合作社条例》省级地方性法规获表决通过,并将于今年7月1日起正式施行,从法律的角度护航四川供销合作事业高质量发展。

**充分掌握立法需求** 在2019年四川省十三届人大二次会议期间,便有省人大代表提出制定《四川省供销合作社条例》的议案。随后,省人大农业农村委、省供销社深入开展了前期调研工作,全面了解全省供销合作社现状、切实摸清立法需求。2021年底,农业农村委召开了立法工作座谈会,对开展供销合作社立法进行了专题研究。经过数年的改革实践和充分的调研论证,四川省人大常委会认为制定四川省供销合作社条例已时机成熟,条件具备且十分必要:一是有助于深入贯彻依法治国、依法治省的战略部署,把深化供销合作社综合改革纳入法治轨道,为开创四川省供销合作事业新局面提供法治保障。二是有助于促进四川省供销合作事业发展,保护供销合作社及其成员的合法权益,提高经营效益,增强市场活力和抗风险能力,管住管好供销社资产,进一步适应农业农村发展需要。三是有助于充分发挥供销合作社的独特优势,特别是在推进四川省革命老区、民族地区、边远地区实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的过程中,发挥特殊的服务保障作用。

**坚持依法科学立法** 《四川省供销合作社条例》立法工作事关全省供销合作事业发展和全面推进乡村振兴战略大局,对供销合作社进行立法规范,有必要也有意义。四川省人大常委会在开展供销合作社地方立法过程中,提高政治站位,深入学习贯彻习近平总书记来川视察重要指示精神,深刻领会习近平总书记关于供销合作社重要指示批示精神,学深悟透党中央、国务院关于深化供销合作社综合改革的决策部署,坚持正确方向,以四川省供销合作社改革发展迫切需要规范的事项作为问题导向,精准聚焦四川省供销合作社存在的问题和短板,加强立法顶层设计,立出管用的法规,并成立了立法领导小组,制定工作方

案,组织起草专班,召开专题会议,明确任务时限,密集开展调研论证,广泛征求吸纳各方意见。条例起草工作既坚持严格遵循立法权限,又坚持创新思维,用改革的理念和思想将近年来四川依法经过试点、各方面认识比较一致的制度创新经验及时上升为法规制度,确保条例内容体现特色、符合实际。

**在服务乡村振兴中找准职责定位** 《四川省供销合作社条例》制定本本着“小切口、真管用、有特色、能落实”的原则,根据供销合作社的性质地位、宗旨目标、办社要求,围绕其历史沿革、机构性质、功能定位、职责任务、监督管理、规范发展和改革方向等内容,将条例设置为总则、组织体系、服务机制、资产管理、保障措施、法律责任、附则等七章四十八条。

《四川省供销合作社条例》有哪些干货?该条例重点作出了一系列的规定。一是关于组织体系及内部治理机制。明确围绕深化供销合作社改革的总体要求,综合考虑历史沿革和现实情况,从制度层面规范其治理结构,按照政事分开、社企分开的方向和合作经济组织建设要求,明确供销合作社联合社、基层社的功能性质、治理结构和层级关系。二是关于服务机制创设。明确供销合作社的服务方向、服务方式、服务手段、服务平台,规定应开展以流通服务为主业的农村综合服务,构建现代化流通服务体系,加快建成适应社会主义市场经济需要、适应城乡发展一体化需要、适应中国特色农业现代化需要的组织体系和服务机制。三是关于社有资产监管制度。对社有资产的权属、管理、使用、收益等进行了规定,并对相关监督、管理制度和供销合作社标识使用等进行了明确。四是关于规定促进和保障措施。规定地方各级人民政府应当支持供销合作社保持组织体系的完整性,建立健全供销合作社联合社主导的行业指导体系和社有企业支撑的经营服务体系。为发挥供销社在服务乡村振兴中的作用,条例还规定了地方各级政府及有关部门支持供销合作社发展的相关职责,对有关保障措施和法律责任也作了相应规定。■

上海崇明供销农业生产资料有限公司

## 推广绿色农药使用精准服务 保障绿色农产品质量安全



上海崇明供销农业生产资料有限公司系上海市崇明区供销合作总社直属企业，主营农药、化肥、农膜等，现有连锁门店 53 家，占崇明地区农资销售市场的 70% 以上。公司立足于服务“三农”，以推广绿色农药使用精准服务、保障绿色农产品质量安全为抓手，力促农村经济发展和乡村振兴；着眼于农业领域长远发展，深度挖掘农民用户需求，为农户提供便捷服务。

**助推农产品质量安全和农业可持续发展** 公司参照《绿色食品农药使用准则》，力争供应绿色农药品种占比达 90% 以上。全力推广绿色农药和病虫害绿色防控技术服务，采用集中培训、田间地头现场培训、线上线下结合培训和发放宣传挂图等，对农药使用技术、主要农作物病虫害防治技术、国家禁限用农药名录等进行重点培训，推广对标对靶选药、高效精准施药、轮换交替用药技术，力求科学安全使用农药。公司规范布局本区农资农药门店，按照统一设计、统一形象、统一管理、统一标识的原则，逐步改造成统一标准化门店，以全新面貌服务“三农”。同时继续完善绿色补贴农药管理，做好绿色农资封闭式管控平台运营管理和维护，确保绿色补贴农药配送及时供应，并充分发挥各方面资源优势，提升农药精准管控能力，分享不同作物用药趋势、用药品种和全区农药使用等信息，及时排查安全风险，从源头上保障绿色农产品质量安全。

**依法依规回收农药废弃包装物** 农药废弃包装物残留农药容易自然挥发或经雨水冲刷渗入地下，会造成空气、水质和土壤污染；农药废弃包装物中尤其是含高分子树脂塑料包装袋在自然环境条件下不易降解，可在土壤中残留数百年，造成严重的化学污染，也会影响农作物正常生长。公司在配送农资产品的同时，依法依规回收农药废弃包装物，全区共设 27 个回收网点，每个点配备工作人员 1 名，负责所在乡镇范围内废弃农药包装物的回收。公司每年与各回收站点负

责人签订废弃农药包装物回收责任承诺书，对回收在库的废弃农药现场进行随机抽查清点核实，多举措、多渠道营造农药包装废弃物回收工作的良好工作氛围。公司坚持深入各乡镇连锁门店农药废弃物回收站点，宣传有关环境保护的法律、法规和回收农药包装废弃物的目的意义，每年在活动现场发放宣传材料 2000 余份、宣传品 100 余份，引导广大农民群众共同参与。公司按照相关要求在安全范围内组织开展废弃农药包装回收处置工作，2022 年共回收废弃农药包装物 133.8 吨、处置废弃农药包装物 352.7 吨。通过回收处置工作，使崇明区废弃农药包装的污染得到有效控制，村民环保意识逐渐加强，环境明显改观，有助于崇明生态农业、生态旅游、生态环境的可持续发展。据统计，自 2005 年起开展全区废弃农药包装物回收工作以来，通过包装物回收、仓储保管、解交处置、财政补贴等运营管理，共回收农药瓶 5350 万只、包装袋 2.16 亿只，累计 2240 吨。《文汇报》《中国化工报》《中华合作时报》《崇明报》等多家媒体进行了专题报道，推广经验。

**打造绿色农药封闭式管控平台** 公司绿色农资门店管理平台将本市农业主体的身份证作为唯一标识，实现生产经营信息与补贴信息相匹配，农户在门店通过刷身份证就可以使用与自己生产相匹配的专项补贴来采购农药。同时将农户的种植面积、作物类型、农药使用等情况与身份信息绑定，凡采购、销售、回收等记录会自动上传系统，系统会自动对比其地块、经营规模、购药记录、补贴情况等信息，通过后台大数据分析，可以及时分析本区农业生产用药趋势和强度，协同开展农产品安全检测和监督检查，还可追溯农药废弃包装物回收情况等，既可确保农户采购的农药满足生产防治需求，又可实现农药购买、使用、回收的全过程追溯与监管。从而实现了一物一码、农药处方、精准销售、精准回收、闭环监管、系统联动等，打造集成农业生产、主体身份、绿色农资等信息于一体的管理平台。■

# 在求变中巩固 在创新中发展

上海日用品行业协会成立于 1989 年 6 月，原名为上海日用杂品商业行业协会。三十四年来，历经了行业的巨变和自身发展的锤炼，协会始终恪守“行业服务、行业自律、行业代表、行业协调”的宗旨，坚持“服务企业、规范行业、发展产业”的理念，在求变中巩固，在创新中发展，不断提升协会的影响力和凝聚力。协会现拥有会员企业 150 多家，会员企业结构发生了很大变化，已从原来单一的日用杂品企业演变扩展为酒店用品、香烛用品、个人护理用品、陶瓷用品、床上用品、服装鞋帽、节庆用品、日用杂品、农副食品、会展招商、市场经营管理等多元企业的结构。下设酒店用品分会和香烛用品分会。2012 年被上海市社会团体管理局评定为 4A 级行业协会。从 2018 年至今连续被上海市商业联合会评为先进协会。

## 加强与会员企业的联系沟通，不断增进相互了解和信任

一是坚持认真分析梳理行业企业的变化情况，积极走访会员企业。协会主动了解会员企业的定位与发展思路，尽力为会员企业鼓劲、助力、分忧、解难。二是积极构筑快捷、便利的沟通联系渠道，使“你呼我应”落到实处。协会建立了会长办公会议、理事会议、会员大会、联络员会议、专家组会议等制度，编辑发行《信息月刊》，加强网站建设和微信群管理等。三是为会员企业改革、调整、转型、发展提供政策和法律咨询等服务。协会关注本市日用杂品行业转型发展情况，引领会员企业主动作为，尽快融入新格局，求新求变求发展。四是搭建学习交流、信息共享平台。协会为会员企业献计献策，互相取长补短。

## 探索创新服务机制，不断优化服务举措

一是建立调研座谈机制，助力行业稳步发展。协会坚持动态了解和分析梳理行业企业变化情况，积极践行“四个

必访”（新入会企业必访、有诉求企业必访、规范服务参赛企业必访、调整主要领导企业必访）制度，深入企业调研座谈，认真听取对协会工作的意见和建议、积极探索为企业分忧解难、促进经济发展的途径和方式。同时，在做好共性化服务基础上，根据会员企业不同需求开展上门服务和灶灶服务。二是主动了解会员企业在发展中遇到的难点、堵点。协会帮助会员企业释疑解惑，及时向政府有关部门反映企业的诉求，主动协调化解销售定价、信息发布、售后服务等方面发生的问题，积极参与本市“政会银企”平台构建，协会与宁波银行上海分行等相关银行建立了常态化联系，努力为中小微会员企业融资提供方便，帮助酒店用品会员企业纾困解难；积极配合政府有关部门做好助企发展政策的落实落地。三是开展多样化教育培训活动。协会举办依法经商、电子商务、直播带货、新三板企业发展趋势、学习贯彻新消法、诚信建设与企业发展等系列讲座，不断激发会员企业把握新机遇的积极性。四是不断完善协会内部工作机制，努力提升协会规范管理能力。协会建立管理制度 28 项，有效发挥了上下联动、民主办会的作用。

## 积极营造合作共赢氛围，为会员企业发展助力

一是积极宣传党和政府的惠企纾困政策。协会积极反映企业诉求，努力争取政府及有关部门的支持，助力缓解企业困难，及时传达有关文件精神和对行业发展的要求，引导会员企业不断增强融入经济发展新格局的意识。二是帮助会员企业拓宽工作视野。协会组织会员企业学习考察、参观展会、业务洽谈、专题研讨、政策解读等活动，组织会员企业参观义乌中国国际小商品博览会，并组织座谈、洽谈业务；赴安徽厨具用品行业协会学习考察，研讨两地联手发展；赴美国芝加哥参加酒店用品博览会，了解国际酒店用





品行业发展趋势和引进酒店用品及设备；赴西安等地商务考察，推进跨地区合作等。三是为会员企业创造合作机会。协会大力开展收集信息、整合资源、牵线搭桥等工作，为三大祥纺织品有限公司和东方自选公司、东艺苑床上用品公司牵线开展合作；为上海武夷茶城市场经营公司与上海奉贤液化气旅游公司的牵线业务合作；为上海玉佛寺食品公司与上海全泰老西门商场、上海老同盛昌里店、嘉定供销社商场牵线销售月饼合作；为金山丁义兴食品有限公司与全国土产商店牵线开设枫泾丁蹄销售专柜合作；邀请豆制品协会、餐饮协会、糖烟酒协会、连锁协会、商经学会为上海芙蓉食品机械有限公司宣传推介产品等。四是推荐会员企业参加“上海礼物”和“上海礼物优选经营店”评选。上海五华伞有限公司的晴雨伞礼盒、上海三大祥纺织品有限公司的宝大祥床上四件套、上海郁金香酿造有限公司的黄酒和酱制品、上海鼎丰酿造食品有限公司的礼盒、上海丁义兴食品股份有限公司的丁蹄礼盒、上海景德镇艺术瓷器有限公司的瓷器入选“上海礼物”，上海奇美鞋业有限公司淮海店、上海景德镇艺术瓷器有限公司商场入选“上海礼物优选经营店”。

### 开展行业规范服务示范创建,促进行业服务水平不断提高

一是坚持把争创活动与贯彻建设上海国际大都市、国际消费中心城市的要求有机结合。协会持续开展行业规范服务示范争创活动，拟订了“服务规范、店容店貌规范、经营规范”三个方面二十条内容要求，并在节假日前后组织明察暗访、对口检查、自查自纠等，促进了行业窗口企业的服务水平不断提高、营商环境不断优化，力求做到争创活动“常创常新”。二是坚持把争创活动与开展“诚信经营宣传月”活动有机结合。协会组织会员企业签订“诚信经营倡议”，不断提升行业窗口企业的服务质量和自律能力。三是把争创活动与提高企业经营管理水平和竞争力有机结合。协会组织参赛单位按照规范服务示范争创的内容落到实处，纳入业绩考核。四是把争创活动与贯彻《消费者权益保护法》、做好消费维权联络点工作有机结合。协会积极开展“3.15”宣传活动，向社会发布行业承诺书，倡导会员企业践行依法

经营、诚信经营，推进经营真牌真品和线上线下七天无理由退货。同时把消费维权联络点建成宣传岗、观察哨、维权站，成立了行业专家组和消费维权联络员队伍，将把好质量关前移。

### 组织争先创优活动,广泛开展交流学习

一是确保先进推荐工作的高质量。协会精心做好先进评选动员、落实推荐名额、准备事迹材料、汇总上报及动态跟踪等工作。二是广泛宣传先进集体和个人事迹。协会在网站、月刊、年会上对先进集体和个人进行表彰，并编辑先进集体和个人事迹材料发至会员企业交流学习。尤其在抗疫期间及时报道会员企业克服困难千方百计做好农副产品、日用品的保供工作动人事迹，激励会员企业守望相助、共克时艰，并适时发布行业提示、复工复产指南，助力市场振兴。

### 提升创新发展能力,谋划服务行业举措

一是学习党的二十大精神，努力做到知行合一。协会党支部积极带头认真学习，学以致用，运用好党的二十大精神中蕴含的立场、观点、方法，保持昂扬向上的精神状态，注重开展党组织活动，充分发挥党员的先锋模范作用，为协会稳定健康发展提供强有力的保证。同时加强协会自身建设，全力做好“以评促建”工作，不断提升协会的规范管理水平。二是树立创新发展理念，促进企业经济发展。协会全力以赴帮助会员企业推进目标任务落实，注重助力本市供销合作社企业开展振兴乡村和深耕社区商业；支持行业窗口企业积极参加上海“5.5”购物节活动，支持会展企业办好“个人护理用品博览会”“日用百货商品博览会”“酒店用品及餐饮食材博览会”等展会活动；针对会员企业发展需求，积极利用协会企业发展综合性强的优势，拓展合作交流渠道、搭建联合发展平台，组织会员企业开展跨行业、跨地区的业务洽谈活动，为更好开展合作共赢创造机会；不定期开展与会员企业围绕新发展阶段经济运行、企业改革、开拓创新、依法治理、打造品牌、服务营销、诚信经商、构建新发展格局等方面的思路与举措开展座谈交流和学习培训，进一步拓宽会员企业发展思路，不断提升创新发展能力。■



上海市崇明区供销合作总社

# 打造服务农业生产、农民生活、农村生态的重要平台

崇明拥有上海最大的农村地区，是实施乡村振兴的主战场。上海市崇明区供销合作总社作为为农服务的合作经济组织，在全面推进乡村振兴和服务崇明生态岛建设的进程中，发挥自身独特优势，主动对标，精心谋划，积极作为，不断深化综合改革，把供销合作社打造成为服务农业生产、农民生活、农村生态的重要平台。

## 以改革为引领，促进供销事业发展

崇明区委、区政府高度重视本区供销合作社综合改革工作，从崇明世界级生态岛建设的大局出发，结合实施乡村振兴战略，于2018年8月制定了《崇明区供销合作社综合改革试点方案》，并成立了崇明区供销合作社综合改革领导小组，明确职责分工，有效开展对接协调和指导。连年来，崇明区供销合作总社除了发展传统的日用工业品经营、农资经营和农副产品流通之外，还先后向房地产开发、资产租赁经营、典当拍卖、财务咨询以及金融服务等领域拓展。连续多年在区属企业及市供销社合作系统考核评比中名列前茅。

## 以服务为宗旨，助力乡村振兴战略

崇明区供销合作总社坚守为农服务主业，立足三农大局，持续提升农业社会化服务水平，积极在农业农村现代化中发挥骨干作用。一是支持美丽乡村建设。根据本区乡镇发展规划需要，协调统筹利用各乡镇存量资产，通过合作开发、长期租赁、有偿转让等形式，支持乡镇建设社区服务中心、文化分中心、为农服务项目、居民活动场所等社会公益事业，既解决了乡镇建设用地难的

问题，又使社有资产质量得到提升。二是扶持农业专业合作社。制定扶持农民专业合作社发展的实施意见，按照“引导、扶持、协调、服务”的原则，通过领办、与农民联办、引导农民自办等方式，发展壮大本区各类农业专业合作社，培育和发展一批具有引领性、示范性较强的农民专业合作社，领办江凡果蔬合作社开展了“无化”水稻种植、稻田养殖稻花鱼等项目，为崇明生态农业和循环经济的发展起到了引领作用。定期组织专业技术人员上门对农业合作社开展服务指导，帮助农民拓宽销售渠道，增收致富。三是加强农资商品供应。崇明区供销合作总社在全区农业生产资料市场经营份额中占比70%，拥有农资配送中心4个、连锁经营门店53家，营业面积2.5万平方米、仓储面积2万平方米，并配备物流配送运输，实行区域内GPS全程跟踪，从采购、入库、配送等各个环节实行封闭式运营，实现全区各乡镇农资连锁经营网点全覆盖。四是规范生猪定点屠宰。崇明区供销合作总社下属生猪屠宰中心系全市唯一由国有集体企业经营的生猪屠宰中心，为市政府“放心肉”体系服务建设单位，按AAA级标准投资建造，是集生猪屠宰、分割、冷链、销售为一体的生猪屠宰加工为农服务企业。屠宰中心从2009年9月建成运营至今，累计屠宰生猪150万头，在保障本地猪肉供应、确保肉食品安全、杜绝私自屠宰、防止猪瘟疫情传播风险等方面发挥了重要作用。五是加强东西部协作。自2019年以来，崇明区供销合作总社认真组织和实施“云品入沪”对接配送





工作，先后与 440 多家基层工会及 12 家市属单位签订采购合同，累计配送消费扶贫大礼包 130372 份，金额 3484 万元。为保证产品质量，多次派人前往云南临沧实地考察，对临沧农产品进行看样，商定产品包装、规格等，并及时完成配送服务，做到无事故、零投诉，得到社会各界认可。

### 以创新为动力，推动企业转型升级

崇明区供销合作总社在确保做好传统资产经营服务的同时，结合本区发展实际情况，积极拓展供销事业新领域，服务于生态岛发展大局。一是发展养老服务产业。通过存量资产置换，将原堡镇医院改建为清怡养护院，采用“公建民营”模式，委托国内知名养老服务企业经营管理，为周边老年群体提供“医、养、康、护”四位一体的“医养融合”互联网养老新体验，满足老年群体的个性化、多样化需求。二是探索文化创意产业。将原大陆酿造厂改建成“1952 老玖坊文化创意园”，设置文创广场和家居生活广场，展示各类文化艺术活动，打造一站式家居购物消费中心，促进文化创意产业和实体经济深入融合。三是开展废旧物资回收利用。开展区域内废弃电子产品集中交投回收、废弃农药包装物回收、低附加值再生资源回收等，促进资源循环和高效利用，改善城乡生态环境。四是打造汽车销售产业链。崇明交运汽车广场主要从事汽车销售、维修、检测、定损、上牌、保险、美容装潢、技术咨询、二手车交易等服务，不仅成为崇明最大规模的汽车销售及售后服务产业园区，还解决了崇明 10 年以上车龄的汽车需出岛检测问题，使崇明车主不出岛也能完成汽车的全链条服务。五是提升社区配套商业。崇明万达广场于 2020 年 11 月正式开业运营，商业面积达 18 万平方米，汇集了国内外知名品牌 200 余家，涵盖了主题购物中心、特色风情街、餐饮、电影院、社区教育、休闲娱乐等，其中 80% 品牌为崇明

首店。崇明万达广场的建成开业，结束了崇明无大型商业设施历史。六是开展招商引资工作。2017 年 8 月设立崇明供销经济开发区，并将开发区的招商所得大力投入到为农服务体系和生态产业建设中。经过连年努力，招商工作取得了一定成效，招商税收从 2018 年的 3000 万元，提升到 2022 年的 5.37 亿元，年年实现新突破。

### 以发展为本，提高经济发展实力

深入推进供销综合改革，通过有效盘活社有资产，实行多元化合作经营，使供销社发展实力不断增强，经济效益稳步增长，正逐渐成为推动崇明世界级生态岛建设的重要力量。一是社有资产运营规模明显增长。近年来先后投入资金 9500 余万元，积极配合生态岛建设相关动迁工作，实施商业资产购置和置换，成功打造了“玉麟名邸”“1952 老玖坊文化创意园”“崇明交运汽车广场”“清怡养护院”等一批有影响力的商业项目，在壮大社有经济实力的同时，有力促进了崇明社会经济的发展。二是社有资产管理水平明显提升。通过开发建设“资产管理平台”，利用大数据技术对社有各类资产实行动态化管理，实现了资产全景导览以及安全巡检、租金收缴等各类自动化功能，构建了较为先进的资产管理运营体系。三是社有企业发展实力明显增强。积极与市、区国企和民营企业等开展多方式的投资合作，实现资源共享，推动社有企业快速发展。与百联集团合作成立联华超市和“第一医药”，与上海交运合作建设崇明交运汽车广场，与市烟草集团合作成立崇明烟草公司，以及参股小额贷款公司、村镇银行、农商银行等金融企业。

经过不断探索和发展，崇明区供销合作总社以提升为农服务能力为根本，以推进服务体系、组织体系、管理体系和经营体系改革创新为重点，持续推进供销综合改革和各项工作的开展，已成为推动崇明世界级生态岛建设和实施乡村振兴战略的一支重要力量。■



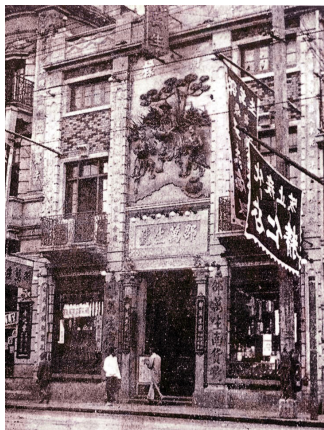


## 百年邵万生 万物皆可糟

邵万生始创于清咸丰二年(1852年)，相传创始人宁波三北一位名唤“邵六百头”的渔民。起初在虹口一带摆摊，铺名为“邵万兴”，专售家乡糟醉食品和南北特产，经过多年苦心经营发迹后，在清同治九年(1870年)迁至到南京路，易名为“邵万生”，店内另辟糟醉加工工场，形成前店后工场、讲究诚信待客的经营

邵 萬 生

1852



特色。后来邵万生历经沧桑、数易其主，但店主皆珍惜这一来之不易的金字招牌。抗战时期，邵万生一度经营不振，濒临倒闭，有人愿出3万银元来买“邵万生”店招，但店主和店员宁可节衣缩食也绝不卖掉招牌。尤为可贵的是邵万生自制的糟醉食品始终坚持选料严格、配料精细、工艺讲究，经营注重信誉、诚信服务、货真价实，成为以糟醉食品经营特色而闻名海内外。至今已有一百七十年历史的邵万生是“中华老字号”企业、上海市“名特商店”，邵万生糟醉食品多次获得上海市“畅销品牌”“糟醉名品”等称号。

### 坚持传统糟醉工艺，彰显“糟醉+”文化

如今，位于“中华第一街”的邵万生食品公司南京路旗舰店主要经营腌、糟、醉食品，包括鱼干、鳗鲞、醉蟹、蟹糊、糟鲞鱼、醉虾等。在浦东康桥拥有8000平方米食品生产加工园区自制糟醉制品，不仅风味独特，而

且时令应时、随季而变：“春意盎然尝银蚶，夏日炎炎食泥螺，秋风萧瑟品醉蟹，冬云漫天吃糟鸡”。

邵万生坚持以讲求“经典、和谐、传承、创新”的经营理念、打造“糟醉+”的文化理念灌输为依托，在坚守传统的同时，打破界限，注重品牌创新，相继开发了糟醉系列产品：小龙虾系列(冰醉、十三香等)、腌腊糟香系列(糟香香肠、糟香五花风肉等)、调味料系列(特级糟卤、八宝酱、开洋葱油酱、芝麻酱等)以及糟香鲜肉月饼、糟香八宝饭等，并与津久咖啡合作，推出了糟卤咖啡等新品，目前邵万生品牌外拓已涉及糟醉海产品、糟卤熟食、腌腊制品、米面制品、调味料、饮品等。



### 坚持产供销一体化、线上线下联动

邵万生扎根于食品零售行业，明确老字号品牌的发展战略定位，以连锁拓展、数字化转型等为抓手，依据“万物皆可糟”的法则，先后推出糟香系列六大类百余款产品，确立在糟醉行业中的龙头地位。坚持从产品力着手，推动“产供销”一体化项目建设，通过多元化合作模式形成核心加工生产基地6处，生产面积近10万平方米；着力老字号社区店及熟食项目连锁发展，已开设社区分店5家、熟食连锁专柜28家；积极推动老字号数字化转型发展，大力发展企业数字化信息管

理系统，持续构建老字号电商运营团队；开展全域营销，构架全渠道销售模式和宣传通路，公域和私域联动，将线上向线下导流，努力使老字号邵万生品牌焕发新活力；以项目制孵化为指导，推进首席技师工作室、生产企业及电商项目制承包、“产学研”教育基地和“老字号”创新创业技能工作室等，建立糟醉加工技艺大师工作室1个、项目制承包团队2个、联动华东理工大学与黄浦区人力资源构建培训基地2个，协助构建并打通产供销一体化“科技助农”大闸蟹江苏泰兴养殖基地，形成首席技师团队培训体系；带领团队积极承担企业社会责任，构建志愿者公益服务团队参与各类公益活动187次，2022年完成疫情保供任务7200万元，体现了企业应有的责任担当。

### 坚持匠人匠心，讲求创新驱动

邵万生品牌之所以能历久弥新，这与老字号企业坚守的匠人匠心、注重品牌的传统基因、强大的创新驱动、保持产品在市场上的鲜度是密不可分的。在传统糟醉产品研发上，邵万生非遗糟醉加工工艺第七代传人朱国伟坚守在糟醉产品传承、改良、研发的第一线，不断观察、摸索、学习，在食材与盐、米酒的化学反应中感受传统技艺的美妙融合，逐渐掌握了各项糟醉技艺，并着手编写了邵万生糟醉产品生产环节的《产品工艺规程》《企业标准》《职业指导书》等。针对现代消费者追求食品健康、口味清淡的趋势，朱国伟大胆尝试降低泥螺腌制的盐度以改良口感，但盐度的降低就意味着产品的保质期缩短，因而要求糟醉产品的制作工艺和周转率必须要做出改变。他带领团队迎难而上，通过不



断试验，成功以物理变化降低产品的水分活度，降低了产品盐度30%，再增加一道干化工序，让传统糟醉技艺更加符合现代食品卫生标准，也达到了控制细菌指标的要求。经过改良后的醉泥螺，口感保持了原有醉香，更添加了脆爽滑嫩与鲜甜，一如既往地受到消费者的喜爱。

百年技艺需要坚守，更需要创新。邵万生于2017年成立了“朱国伟首席技师工作室”，重点创新邵万生百年生制糟醉工艺。朱国伟带着6名徒弟首先从醉蟹入手，研发熟制糟醉产品，经过多次尝试，不断调整传统配方中糟与酒的配比、增加蜜酱汁成分、添加天然香料等，使熟醉蟹口感相比传统生醉蟹更醇香顺和。如今朱国伟工作室已推出11个熟制新品和9个生制新品，其中冰醉小龙虾等新品一经推出受到市场热捧。在传承和创新的路上，朱国伟因坚守和钻研成为糟醉行业内首屈一指的行业领先者，先后获得CQO企业首席质量官任职证书、上海商业技术能手等称号。

### 坚持以文化为传导，强化人才强企战略目标

邵万生持续深入挖掘品牌文化内涵。分阶段、分内容解读邵万生与历史变迁的关系，重点研究邵万生和上海变迁的关系，推进品牌传承发展，进一步强调糟醉文化为核心，进一步放大在糟醉行业的龙头引领作用；坚持自有品牌产品产供销一体化模式，形成由三产向二产延伸并探索一产的联动模式，构建完整的供应链体系；不断放大邵万生“糟醉+”的外延，明晰产品体系，产品具有一定宽度，让邵万生产品走出长三角，外贸出口形成一定规模。

邵万生推动实施人才强企战略目标。依托旗下青年后备人才培养体系，利用高校及社会团体优势人才资源，共同制定青年领军人物培养计划；探索体系化人才引进、培养的模式，重点围绕企业传承、创新，结合高校科研培训，在管理型、生产型和劳模型人才培养上花大力气；打造学习型、攻关型和可复制的青年团队，培养行业领军人物，不断推进老字号品牌可持续化、高质量发展。■





# 精彩新时代 供销新活力

上海供销系统职工摄影作品选

上海市供销合作总社工会 供稿



绽放

上海农资西渡仓库有限公司 张玮



春耕

上海市宝山区供销合作社 戴峰



移动药箱

上海市金山区供销合作社 王伟东



村企结对

上海市金山区供销合作社 蔡伟林



寻访供销记忆

上海供销综合商社管理中心 陈佳琦



重温初心

上海市供销合作总社 缪诗婷





助农插秧忙

上海市金山区供销合作社 史 鹏



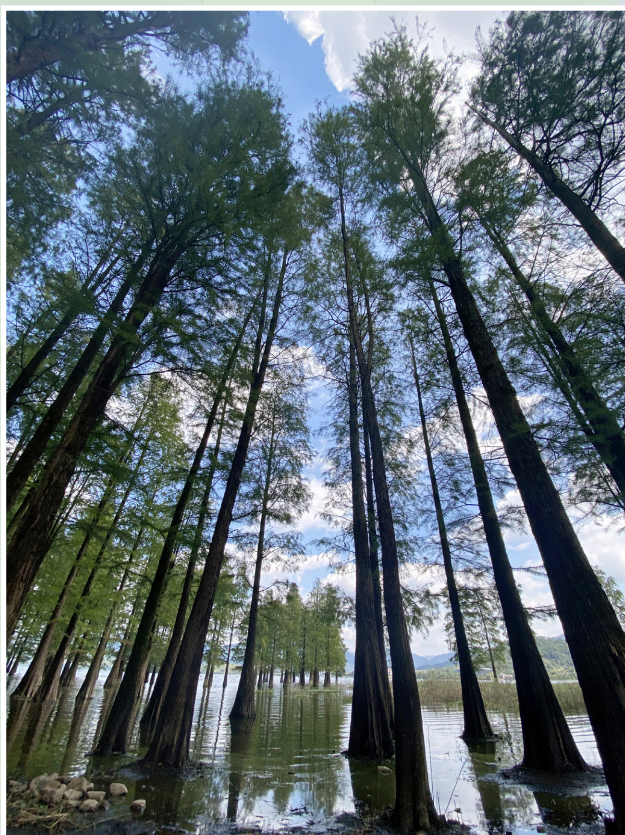
上海高度

上海市供销合作总社 张 颖



田间巡诊

上海昊元农药有限公司 张 斌



屹立

上海市农业生产资料有限公司 方 芳



风雨铸彩虹

上海农得利农业生产资料有限公司 何 成



# 诗清茶雅两相宜

◎ 赵培龙



早春二月，好友惠赠碧螺春新茶，随即相约茶友陈君一起品赏。陈君曾供职于植物研究院，对茶和茶文化颇有兴致，一部《茶经》烂熟于心信手拈来，与之品茗每每受益匪浅。上次品“头采雪芽”，他引经据典，说“茶之为饮，发乎神农氏，闻于鲁周公”“神农尝百草，茶是用来解毒的”“殷周之后除了解毒治病，还用来祭祀”，云云。

周末下午，陈君满面春风，如期而至。泡好茶，各自品饮。片刻，他先让我说感受。我只说味有些淡。他说淡是淡了些，但清香滑润、回甘悠微。话归正题，今天请他来，除了品茗分享，关键是有事相求，有家《茶周刊》最近出题，让写关于“茶与诗”的文字，凭我的才学见识，有点难以恭维。陈君呷口茶笑道，既然喝了茶，就得帮腔说话，他稍加思索便打开话匣子：中国是茶的故乡，也是诗的国度，茶本来就是诗的材料，茶与诗结缘再自然不过，诗人嗜茶是因茶能诱发诗性抒发诗情。徐玑认为深层次缘由在于“身健却缘餐饭少，诗清都为饮茶多”；王十朋认为“搜我枯肠欠书卷，饮君清德赖诗情”；吴藻说得更干脆，“临水卷书帷，隔竹支茶灶。幽绿一壶寒，添入诗人料”。天哪，茶竟令诗人如此钟情！我感叹不已。

陈君说，古往今来茶与文人形影相随，茶与诗结下不解之缘，无数文人墨客把茶作为吟诵题材，留下大量优美诗篇。最早要数《诗经》，305篇中虽然查不到一个茶字，但至少有9处“荼”的出现。我为陈君续茶，他神

采奕奕滔滔不绝：其实唐以前茶与荼是一个字，但茶除了《尔雅》中说的苦菜外，还有其他读音和意思。为区分起见，唐开元年间官方编写《开元文字音义》，才把茶中一横拿掉，使“茶”成为专属汉字。多少年来，《诗经》中的诗句，有人认为虽不全是咏茶，但也全然不是非咏茶。到了神宗元丰五年，谪居黄州的苏夫子将桃花茶栽于东坡，并考证之后认为，饮茶虽盛行于唐宋，但《诗经》中早有记述。

那究竟谁是最早的茶诗呢？我问。陈君说，如果不认为《诗经》是源头，那么晋代张载《登成都楼》“芳茶冠六情，溢味播九区”算不算？周代的左思《娇女诗》“止为茶荈据，吹嘘对鼎立”算不算？如果以上都不过硬，那么李白的《答族侄僧中孚赠玉泉仙人掌茶》算不算？故事与南京有关，唐肃宗上元年，李白的族侄中孚禅师云游江南，在金陵遇到李白，赠以湖北当阳玉泉山仙人掌茶。李白品尝后觉得此茶“清香滑熟，异于他者”，赞叹不已，吟诗答谢：“常闻玉泉山，山洞多乳窟。仙鼠如白鸦，倒悬清溪月。茗生此中石，玉泉流不歇。根柯洒芳津，采服润肌骨。丛老卷绿叶，枝枝相接连。曝成仙人掌，似拍洪崖肩。举世未见之，其名定谁传。宗英乃禅伯，投赠有佳篇。清镜烛无盐，顾惭西子妍。朝坐有余兴，长吟播诸天。”

陈君说，自唐以来咏茶诗恒河沙数蔚为大观。陆游《剑南诗稿》中以茶入诗的有200多篇，为历代诗人之冠；苏轼咏茶之诗有60多首；白居易有近30首；诗僧

皎然与陆羽唱和有 10 多首。这些诗中，有记载茶叶史实的：“赋咏谁最先，厥传惟杜育。唐人未知好，论著始于陆。（苏轼）”“昔闻神农辨茶味，功调五脏能益思。北人重酪不重茶，遂令齿颊饶膻气。江东顾渚夙擅名，会稽灵芽称日铸。松萝晚岁出吾乡，几与虎丘争市利……

（汪道会）”有描述茶叶新嫩的：“焙中清晓朱门开，筐箱渐见新芽来。（李郢）”“水汲龙脑液，茶烹雀舌春。（童汉臣）”“村男接踵下层椒，倾筐雀舌还鹰爪。（弘历）”“一旗一枪此时采，煎入瓷瓯湘水毛。（曾燠）”有阐述种茶、制茶技艺的：“茗地曲隈回，野行多缭绕。向阳就中密，背涧差还少（陆龟蒙）”“南山茶事动，灶起岩根傍。水煮石气发，薪然杉脂香（皮日休）”。有记叙烹茶煮茶方法的：“粉细越笋芽，野煎寒溪滨。恐乖灵草性，触事皆手亲。敲石取鲜火，撇泉避腥鳞。荧荧爨风铛，拾得坠巢薪。（刘言史）”“活水还须活火烹，自临钓石取深情。大瓢贮月归春瓮，小勺分江入夜瓶。雪乳已翻煎处脚，松风忽作泻时声。（苏轼）”有赞美名茶甘泉的：“山实东吴秀，茶称瑞草魁。（杜牧）”“色是春光染，香惊日气侵。（姚合）”“土润箭萌美，水甘茶串香。（王安石）”有诉说茶农凄苦生活的：“种茶辛苦甚种田，耘锄采抽与烘焙。谷雨届其处处忙，两句昼夜眠餐废。（释超全）”“布裙红巾俭梳妆，茶事将登蚕事忙。玉腕熏炉香茗冽，可怜不是采茶娘。（张日熙）”有表现斗茶风俗场景和讽刺官场奢靡的：“黄金碾畔绿尘飞，紫玉瓯心翠涛起。斗余味兮轻醍醐，斗余香兮蒲兰芷。其间品第胡能欺，十目视而十手指。胜若登仙不可攀，输同降将无穷耻。（范仲淹）”“丞相常思煮茗时，郡侯催发只忧迟。吴关去国三千里，莫笑杨妃爱荔枝。（皮日休）”更多的是咏茶以见情趣的：“夜扫寒英煮绿尘，松风入鼎更清新。月圆影落银河水，雪脚相融玉树春。（谢宗可）”寒夜赏雪又烹茗，雅趣如何？杜甫更是品茗品出了闲适：“茗饮蔗浆携所有，瓷罍无谢玉为缸。”陆游客寄京华独倚小窗品茶消暇：“矮纸斜行闲作草，晴窗细乳戏分茶。”黄庭坚动情地把茶当作万里归来的“故人”，灯下与之相对成影：“味浓香永。醉乡路，成佳境。恰如灯下，故人万里，归来对影。口不能言，心下快活自省。”杜耒招待客人更特别：“寒夜客来茶当酒，竹炉汤沸火初红。”

我惊到了，今天这茶没有白喝，我的文章岂不水到

渠成了！我问陈君，刚才说的可否“引用”？他说，都是书上得来的，愿你借此发挥妙笔生花。我恭敬地举杯，以茶代酒。陈君意犹未尽，继续补充道，诗因茶而清，茶因诗而雅，茶中有诗，诗中有茶；诗因茶传，茶因诗名，良性互动，流芳千古。我问，文章标题就取《诗清茶雅两相宜》如何？陈君伸出大拇指，高声说，妙！

走出茶馆，我和陈君飘飘然似乎都有了一些醉意。

## 头采雪芽上元前（外一篇）

大年初十上午，快递小哥满面春风送上同城快递。打开包裹，居然是精心装帧的“头采雪芽茶”礼盒，装有两只广口蔚蓝色瓷瓶，古色古香很是高雅。能喝到明前茶已是不易，上元节前的新茶，足见其稀罕而金贵。

一边煮水一边摆开茶具，取出秀丽卷曲、绿中泛青、白毫显露、清香淡雅的嫩芽，清水冲入，芽尖开花，碧玉翻滚，翠绿晶透。闻之神清气爽，饮之鲜醇淡雅。回甘之时，送茶人手机发来信息：“新年好！店铺刚进一批头采雪芽。您是品茶行家，又是文化人，一来请您尝鲜，二来请您品后美言。”原来茶不是白喝的，先前曾与其小酌，餐毕笔墨伺候，让我在半醉半醒之际乱写乱画。后来路过其店铺，居然将那些醉字裱出，堂而皇之挂在店堂茶房。虽然让我羞煞，但酒后流露真性情，涂鸦看上去倒也不算丑陋。喝了人家的茶，好歹是要说上几句。想这茶，雪水浇灌滋润，嫩芽一点一点长出，如玉珠般缀于枝头，被纤纤素手一粒一粒摘下，然后杀青、揉捻、烘干……现在，绿芽沉浮于清水之间，悠闲飘逸，释香吐郁。初饮，幽香鲜雅，舌下微苦，涩涩如幽秘初恋；再饮，芬芳醇爽，滑润回甘，绵绵似二风轻风……于是发去微信：“雪润碧玉神飘逸，头采沁香上元前——与君共享初恋一般的心动和甘甜。”一会儿收到回复：“太有诗意了！能否烦您挥毫题写。”

盛情难却。条幅写好后，拍照传过去。没想第三天，居然微信传来了做成“大幅挂件”和“精美小品”的图片，同时问“小幅字能否随同茶叶赠送顾客”。我欣然同意。半个多月后，再次收到信息：“文化真是太神奇、太有魅力了！谢谢精彩题字，头采雪芽茶已全部售罄。”■



