

Shanghai

GONGXIAO HEZUO JINJI

ISSN 1674-2516
CN 31-1620/F

上海供销合作经济



上海市金山区供销合作社
上海金山商业发展集团

4

2023
总第221期

2023年8月28日版

ISSN 1674-2516



加强系统联合合作 提升为农服务水平

上海市供销合作总社召开 2023 年度系统年中工作会议



8月17日，上海市供销合作总社系统2023年度年中工作会议在上海市供销大厦召开，会议传达学习了全国供销合作总社党组书记、理事会副主任韩立平来沪考察讲话精神，市社党委书记、理事会副主任程颖出席会议并讲话，市社党委委员、理事会副主任马晨辉通报了市社系统上半年度工作情况并部署下半年工作任务。

会议首先以视频播放形式传达了7月18—19日期间，全国供销合作总社党组书记、理事会副主任韩立平来沪考察讲话精神。韩立平书记在来沪考察期间，对上海市社全面深化综合改革，聚焦为农服务主

责主业，加强供销品牌集成联动，加快供销人才队伍建设，加快构建数字化、智能化为农服务体系，推动高质量发展、服务国家战略和上海经济社会发展中所取得的成效给予高度评价和充分肯定。韩立平书记

要求，上海市社系统要紧紧围绕“三农”工作大局，加快推动全市供销社基层组织体系和服务体系的高质量可持续发展，积极拓展经营服务领域，提升优质农产品流通服务水平，着力构建全国供销社系统优质农产品对接上海超大市场的有效载体和重要平台，更好服务上海、服务长三角、服务全国。



程颖在年中会议讲话中指出，今天我们召开全系统年中工作会议，总结上半年工作，分析当前形势任务，部署下半年重点工作，结合主要教育实践和市委三次全会及全国总社专题会议精神的学习贯彻落实，进一步加快实现全系统全年高质量发展各项目标任务，切实抓好贯彻落实，进一步履行供销使命，发挥供销优势，彰显供销作用。

第一，抢抓机遇、奋发有为，上半年全系统高质量发展稳步推进。一是发挥政治优势，主动服务国家战略，全力服务保障上海城乡居民的生产生活。在服务乡村振兴战略方面：积极发挥农资供应主渠道作用，全力做好本市农资供应；积极参与绿色生态建设，深入推进“生活垃圾分类管理减量化和农药化肥使用减量化”和“两网融合”工作，推动农业农村实现高质量绿色发展。在服务助力巩固脱贫攻坚

成果方面：持续深化“国家扶贫 832 平台”上海销地仓和浦东引领区销地仓运营管理，积极争取市财政局支持，深入开展“消费帮扶+”，精准对接预算单位采购需求，拓宽服务范围。在服务上海城市更新战略方面：全系统不断盘活存量房地资源，服务城市功能和城市品质提升，市社启动推进“供合家”人才公寓立项及龙华冷库收回自营项目的前期开发建设，更好服务城市更新、更好服务企业高质量发展。二是发挥组织优势，提升为农服务能级。在持续做强经济功能方面：今年上半年全系统实现营业收入同比增长 14.9%，利润总额同比增长 110.85%，在面对国内经济下行压力加大复杂严峻的外部环境下，实现了“时间过半、任务过半”目标任务，成绩实属不易。在持续做强服务功能方面：积极推进农业社会化服务，市农资公司现代农业社会化服务中心正式建成运营，创新市区基层社三级联动发展机制，推进郊区涉农镇基层组织 and 城区街道基层服务点“双基工程”试点示范建设；浦东供销联社列入全国总社“绿色农资”升级行动首批试点区社；各区社积极推进“智慧粮库”“智慧菜场”建设，积极推动信息化数字化赋能企业经营管 理，不断提高为农服务能级水平。三是发挥系统优势，打造综合服务平台。推动实施全国供销社“一盘棋”战略，积极构建全国供销社系统优质农产品对接上海超大市场的有效载体和重要平台，更好服务上海、服务长三角、服务全国。在打造“上海供销市集”品牌方面：组织开展供销市集进街道、进社区、进公园、进广场、进楼宇等五进活动，不断提升“上海供销市集”品牌影响力。在发挥“供

销 e 家”平台作用方面：加快实施供销社老字号品牌集成发展战略，积极推动农民生产和市民消费快速高效对接，目前已汇集 20 余家外省市供销社、全市供销社系统及国内品牌企业等 1.1 万余款产品在上海“供销 e 家”平台展示展销。在加强供销系统合作交流方面：上半年市社领导带队走访云南、青海、湖南、贵州、广西、重庆、成都、宁夏等 10 多家供销社，主动对接各地供销社需求与资源，与各地供销社建立双向合作交流机制；承办各地绿色生态优选农产品上海展销推介会等活动共计 10 场，全系统实现农产品销售额 9.53 亿元，取得较好社会效益和经济效益。

第二，学深悟透、知行合一，深刻把握市委全会、全国总社和市国资委关于高质量发展的本质要求。当前和今后阶段，要切实抓好学习贯彻落实，切实做到学深悟透、知行合一、结合实际，全力推动上海供销合作事业高质量可持续发展。一是认真贯彻上海市委三次全会精神，加快推动高质量发展。进一步加强系统集成、优化资源配置、树立底线思维，进一步狠抓落实、明确责任、强化创新、完善机制，进一步提振各级干部干事创业的精神，勇于担当作为，善于攻坚克难，紧紧围绕抓重点、破难点、堵堵点同向发力，全力推动高质量发展各项任务落地生根。二是认真贯彻全国总社会议精神，加快推动高质量发展。全国总社近期多次召开会议，把强化基层组织建设和开展农业社会化服务作为深化供销合作社综合改革的重点任务。全系统要加强基层社建设，夯实供销合作社发展基础和为农服务根基。要积极拓展经营服务领域，提升农产品

流通服务水平。要深化社有企业改革，加快推动社有企业转型发展，强化供销合作社高质量发展的经济支撑。要深入推进全面从严治党，加强政治建设、作风建设、干部队伍建设、制度建设，为供销合作社高质量发展提供坚强保障。要认真贯彻落实全国总社近期系列专题会议精神，紧紧围绕上海“三农”工作大局，进一步完善体制、优化职能、转变作风，加快推动全市供销社系统基层组织体系和服务体系的高质量可持续发展，加快打造服务上海城乡居民生产生活综合平台。三是认真贯彻市国资两委部署要求，加快推动高质量发展。要充分认识国资国企在上海高质量发展、建设现代化产业体系中的压舱顶梁作用，按照市国资两委关于加快建设世界一流企业的部署要求，市社成立工作专班，正在拟定创建世界一流企业工作方案并上报市国资委。下一步将结合上海供销社实行市场化运行、企业化管理、国资委监管的实际，对标对表习近平总书记对世界一流企业提出的“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”标准要求，坚持以推动高质量发展为主题主线，以推进一批高质量发展项目、做强一批供销社经营服务品牌、打造一批符合供销社高质量发展要求的人才为目标，使上海供销社企业成为主责主业明晰，核心竞争力较强，高质量发展卓有成效，在创新整合提升突破重大领域中走出一条符合上海供销社企业特点的高质量发展新路。

第三，突出重点、狠抓落实，全力推动系统下半年高质量发展各项工作落地见效。当前，经济形势严峻复杂，各项任务十分艰巨繁重。做好下半年工作要按照“创新、整合、提升、突破”

工作方针、“从严、求实、抓细”工作要求、“聚焦主责主业，打造核心竞争力，实现高质量发展”工作目标，全面对标对表市社六届二次理事会工作报告提出的目标任务，全力推动下半年全系统高质量发展各项工作落地见效，坚定不移做强上海供销合作事业高质量可持续发展。

一要提能级。近期，国务院国资委召开地方国资委负责人会议，特别提出国资国企要坚守主责、做强主业，特别提出要坚持和加强党对国有企业的全面领导、坚定不移做强做优做大国有资本和国有企业，特别提出要发挥科技创新、产业控制、安全支撑的作用，不断提高企业核心竞争力、增强核心功能。做好下阶段工作，我们必须发扬“三坚”精神：坚定不移聚焦主责主业，坚守“为农服务”根本宗旨，把优质资源向核心主业板块配置。坚持不懈打造核心竞争力，保持定力、集中精力打造本单位“产品、品牌、渠道、服务”，提升社有企业市场竞争力和品牌影响力。坚韧不拔推进实现高质量可持续发展，持续优化考核机制办法，进一步突出主责主业的履职担当、坚持创新推动发展的行动方向、深化企业文化建设的战略目标。

二要促转型。这次十二届市委三次全会审议通过的《意见》明确提出，要加快推动数字经济与实体经济、科技创新与文化创意、绿色技术与产业升级、先进制造业和现代服务业深度融合。下一步我们无论是做好为农服务、参与绿色生态建设，还是开展经营活动、加快渠道建设、品牌建设，都要贯彻落实这四个方面的深度融合的总要求。要加强研发投入，加强新产品、新品牌、新渠道的开发拓展，以数字化信息化赋能为抓手，加快推动传统产业智能

化、绿色化和融合化，全面提升企业经营管理能级水平；要加强模式创新，聚焦主责主业，延伸产品线上下游，拓展相关经营服务领域，持续激活创新“第一动力”，积极开辟发展新领域新赛道，塑造发展新动能新优势，打造引领未来发展新支柱新亮点；要加强协同联动，积极依托全国供销社系统优势和上海超大城市的区位优势，加强与全国供销社系统的战略合作和协同联动，全力打造上海供销社高质量发展新的引擎和新的经济增长点。

三要防风险。要深刻认识当前我国发展进入战略机遇和风险挑战并存的特殊时期，需要应对的风险挑战、防范化解的矛盾问题比以往会更加严峻复杂。要更好统筹发展和安全，把着力防范化解重大风险放在更加突出位置；要树牢高质量发展理念，进一步加强宏观经济形势的研判，坚持底线思维，坚持系统观念，增强风险意识，提前谋划部署，加快合规管理和制度体系建设，加强重点业务、重点项目、重点产品的商会会研，坚决守住不发生系统性风险的底线；要坚持不懈推动全面从严治党向纵深发展，加快完善全面从严治社的制度体系和工作体系，明确“知责明责、履责尽责、督责问责”的责任闭环，确保全市供销系统社有资产运营安全和从业人员的廉洁安全；要时刻绷紧安全这根弦不放松，必须以“时时放心不下”的责任感抓紧、抓细、抓实安全生产各项工作，对隐患的排查、问题的整治、规定的执行、责任的落实必须严而又严、实而又实，全力确保全系统高质量发展和各项工作安全有序运行。

四要强党建。第一批主题教育开展以来，市社党委坚决贯彻党中央和市委的决策部署，按照“学思想、强

党性、重实践、建新功”总要求，通过联组学习、联手调研、联动整改、联推发展，切实把学习成果转化为干事创业的奋进力量，推动主题教育和高质量发展各项重点工作不断走深走实、见行见效。下一步，市社党委将根据主题教育巡回指导组的工作要求，不断加速调研成果转化运用，以更严的要求、更高的标准、更实的办法，扎实推进主题教育的后半程工作。9月各区社也将启动第二批主题教育，希望通过主题教育，着力在以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干上下功夫，努力确保完成全系统年度经济指标和高质量发展的各项目标任务，以实际成果检验主题教育的成效。要坚持和加强党的全面领导、加强党的建设、坚持全面从严治党、充分发挥党委“把方向、管大局、保落实”领导作用、基层党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，全面提升党建工作的能力水平，持续推动高质量党建引领企业高质量发展，奋力开创上海供销合作社高质量发展的新局面。



马晨辉在通报系统工作情况中表示：上半年市社全系统按照“时间过半、任务过半”的目标，在面对国内经济下行压力加大复杂严峻的外部环境下，经济运行、经营业绩、经营风险总体保持平稳可控，为确保完成全年

的各项经济工作目标提供了重要基础。一是推进为农服务，提升保障能级水平。浦东供销联社成功申报全国总社“绿色农资”升级行动试点，崇明区社加快推进标准化农资门店建设，提升为农服务能力，推进绿色农资建设；松江区社启动粮库碾米工艺更新改造项目，推进“智慧粮库”信息化建设，金山、奉贤、嘉定等区社做好区域稻种配送收购等任务，为春耕生产保驾护航，服务保障粮食安全；市农资公司建成现代农业社会化服务中心，拓展农业社会化服务方式。二是加强联合合作，扩大流通服务网络。创新联合展销，打造地产农产品销售名片。由市社牵头，指导供销商业公司联合静安区商务委、临汾街道以及市果品公司和各涉农区供销社举办首场安心供销市集农副产品展销活动；联合市农委、市绿容局开展2023年水果进公园活动，推动市果品公司、浦东供销联社作为主办单位，开展“优质果品进公园供销专场”；各区社不断打造流通服务网络。三是加强指导调研，持续深化综合改革。坚持合作经济组织属性，不断加强组织体系和管理体系建设，加强工作部署，推进综合业绩考核；加强涉农区社走访调研，重点推进农资门店改造、基层组织建设和为农服务业务发展；加强中心城区供销社指导调研，督促系统不断完善理事会组织体系，加强资产经营管理，推进业务合作发展。四是加强对外联合，打造为农服务综合平台。推进市社系统消费帮扶工作，以服务本市预算单位消费帮扶采购作为履行为农服务宗旨的重要抓手，精准对接采购需求，拓宽服务范围，拓展供销系统消费帮扶阵地；加强对外合作交流，与兄弟省

市供销社开展联合合作，加强开放合作交流，加强业务合作；指导市供销合作经济研究会开展工作，推动《上海供销合作经济》杂志改版升级，指导市棉花流通行业协会、市再生资源回收利用行业协会做好日常工作。五是加强监督管理，全面推进从严治社。全面加强党的领导，市社系统把坚持党的领导、加强党的建设、全面从严治党贯穿于改革创新全过程，以全面从严治党推进全面从严治社；加强制度监督管理，以信息化技术提高监督实效，以强有力的监督管理推动社有资产保值增值。下半年的重点工作：一是继续加强理论学习服务本市经济社会大局。市社系统要继续旗帜鲜明地坚持和加强党的全面领导，不断提高从政治上谋划推进工作能力水平，加强与全国供销系统对接，全面推进供销合作社系统高质量发展。二是继续聚焦主责主业不断提升为农服务水平。全力保障农资供应，推进农资网点改造更新、提质增效；服务保障粮食安全，加大粮食全产业链服务、地产大米品牌化发展，加强粮食应急保障能力建设；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，推动乡村一、二、三产业融合发展；加快为农服务项目建设，促进基层社高质量发展。三是继续围绕扩大内需加快提升现代流通服务水平。加快参与城市现代流通体系建设，推动农产品产销对接，总结推广静安区临汾街道“安心供销市集”典型案例经验，拓推进市社系统开展供销市集进街道、进社区、进公园、进广场、进楼宇活动，提升“上海供销市集”品牌影响力；市社系统加快推进集采集配中心、中央厨房、团餐配送等

农产品现代流通体系建设，推进产销对接；试点建设市社系统现代流通网络信息化管理平台，分业态分类别及时掌握系统流通网络分布运行情况，做好为农流通网络服务；深化拓展消费帮扶工作，巩固拓展脱贫攻坚成果助力乡村振兴。四是继续深化综合改革培育改革内生动力。完善联合社治理机制，推动涉农区社健全和完善“三会”制度，搭建业务发展平台，推进市社与中心区社合作联动发展，加强社有资产监管工作指导监督；推进基层组织建设，打造一区一示范基层组织，探索推动涉农区社与涉农镇合作对接，建立高质量发展供销基层组织，服务本区域乡村振兴；以骨干企业为龙头，巩固联合方式，创新联合方法，加强资源整合，着力推进系统联合发展，打造“农资经营与农业社会化服务”“地产特色农产品销售”“再生资源低附加值可回收物回收处置与生态文明建设”“脱贫地区农副产品产销对接与帮扶销售”“供销合作社干部人才队伍建设合作”等联合合作“五张名片”。五是继续推动社企发展增强核心竞争能力。进一步推动企业转型发展，进一步提升精细化管理水平，不断完善现代企业制度和市场化经营制度，推进数字化赋能企业经营管理，建立健全信息化监管平台，提升监管效能；进一步统筹发展和安全，防范化解各类风险，压紧压实工作责任，紧盯重点领域和关键环节，坚决防范和遏制安全事故发生。六是坚持和加强党的全面领导。坚持把党的政治建设摆在首位。以高质量党建引领供销合作事业高质量发展，坚定不移推进党风廉政建设，着力加强干部人才队伍建设。■



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	马晨辉
上海市嘉定区供销合作总社	汪巍忠
上海市宝山区供销合作总社	王心雄
上海市浦东新区供销合作社联合社	桑 佳
上海市奉贤区供销合作总社	金季平
上海市松江区供销合作社	周丽辉
上海市金山区供销合作社	朱建国
上海市青浦区供销合作联合社	沈金华
上海市崇明区供销合作总社	丁海东
上海市闵行区供销合作总社	金慧明
上海市杨浦区供销合作社	韩 东
上海市普陀区供销合作社	陈代凤
上海市徐汇区供销合作社	赵志刚
上海市长宁区供销合作社	武文斌
上海市黄浦区供销合作社	陈 湧
上海市卢湾供销合作社	张 敏
上海市农业生产资料有限公司	伍亚生
上海市果品有限公司	王文俊
上海好唯加食品有限公司	张志鹏
上海供销商业管理有限公司	丁 雷
上海供销合创资产经营管理有限公司	张自强
上海新农村建设投资股份有限公司	宫鸿冰
上海市供销综合商社管理中心	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	王玉蛟
上海宝山农业生产资料有限公司	孙永良
上海登丰乐农公司	李义明
上海秀水种子有限公司	沈莲芳
上海一片天餐饮管理股份有限公司	张 毅
上海果品配送有限公司	陈 伟
上海嘉定惠民超市市场经营管理有限公司	周继东
上海金山综合便民服务有限公司	成王杰
上海云湖投资有限公司	顾 强
上海崇明供销农业生产资料有限公司	倪国庆
上海松江农业发展有限公司	徐 霖
上海邵万生商贸有限公司	葛 頔
上海农得利农业生产资料有限公司	蔡 勇
上海载盛物资有限公司	缪天平



卷首语

P1 加强系统联合合作 提升为农服务水平

上海市供销合作总社召开 2023 年度系统年中工作会议

供销短波

6 供销短波

新征程

- 10 提升数字化水平 强化为农服务功能
- 11 上海“供销e家”全力打造为农服务新平台
- 12 “百人计划”筑巢引才 做实供销基业长青

求 索

- 13 中国式现代化道路下的农民转型之路探析
- 16 推进新型基层社建设的主要做法与发展对策
- 19 在“大城市、小农村”格局中推进创新发展
- 20 构建上下联通的流通骨干网络体系对策研究
- 23 厚植弘扬优秀企业家精神的土壤
- 24 推动供销合作社供应链平台化服务改革转型

三农论道

- 27 发挥供销合作社在乡村振兴中的重要作用
- 30 农业社会化服务让基层社化蛹成蝶
- 32 黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司
引资赋能 强建品牌
- 33 四川邦力达公司
让“好产品+好服务”走到农户身边

观象台

- 34 社区生鲜店,城市供销社服务下沉的着力点
- 36 探索优质稻米全产业链风险管理
- 38 盒马奥莱转型硬折扣店启示录

行业之桥

- 40 坚持传承老字号 打造行业新格局

访谈直播

- 42 上海市金山区供销社
扎根“三农”沃土 助力高质量发展“加速跑”

前沿传真

- 44 上海秀水种子有限公司
耕耘希望田野 助力乡村振兴
- 45 上海金山综合便民服务有限公司
便民店——牵引农村消费的“供销动力”

围炉品茗

- 48 行吟偶记



细数家珍

P46 枫泾丁蹄:百年品牌 百年匠心

上海丁义兴股份有限公司



本期封面 上海市金山区供销合作总社大厦

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

二〇二三年第四期
 (总第 221 期)
 2023 年 8 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

上海供销集团 2023 年 半年度工作会议召开



7月26日，上海供销集团召开2023年半年度工作会议，总结上半年主要工作，分析当前形势任务，部署下半年重点工作，加快推动完成市社集团高质量发展和全年各项目标任务。

上海市供销合作总社、上海供销集团党委书记程颖出席会议并讲话。程颖强调，要深入学习贯彻近期中共中央政治局会议和市委十二届三次全会精神，切实提高政治站位，进一步统一思想、统一意志、统一行动，坚决贯彻执行好党中央国务院、市委市政府和市国资两委关于加快推动高质量发展等各项重大决策部署。要始终牢记“国之大者”“四个放在”“四大功能”，把“提高企业核心竞争力、推动数字经济与传统产业深度融合、防范化解重点领域风险”作为重中之重工作，进一步加强系统集成、优化资源配置、树立底线思维，进一步狠抓落实、明确责任、强化创新、完善机制，各级干部要进一步提振干事创业的精气神，勇于担当作为，善于攻坚克难，不断推动主题教育成果转化和高质量发展各项目标

任务落实落地见行见效。要深入学习贯彻全国总社主要领导来沪调研的重要指示精神，认真贯彻落实全国总社近期系列专题会议精神，紧紧围绕上海“三农”工作大局，加快推动全市供销社系统基层组织体系和服务体系的高质量可持续发展，积极拓展经营服务领域，提升优质农产品流通服务水平，着力构建全国供销社系统优质农产品对接上海超大市场的有效载体和重要平台，更好服务上海、服务长三角、服务全国。程颖要求，今年下半年市社党委重点要推进落实四方面工作：一是走深走实，有力推动市社主题教育成果转化。通过学习调研推动发展，通过检视问题抓好整改，不折不扣抓落实、抓到位、抓见效，以学促干，取得实效，高质量完成主题教育调研报告。要坚持党的全面领导，狠抓重点业务、重点项目、重点产品，紧盯关键领域和关键环节，加快渠道拓展，加强品牌建设，加快模式创新，加强风险防范，持续推进系统合作，持续发挥系统优势，加快推动市社主题教育成果转化运用，努力开创高质量可持续发展的新局面。二是真抓真改，有序部署推进“未巡先查先改”。严格贯彻落实市国资党委关于巡视整改工作“未巡先查先改”要求，加快推进落实市社“未巡先查先改”工作方案，坚持严的基调、严的措施、严的氛围，重点围绕“四张清单”和“三看”，推动“自己的问题自己发现、自己的问题自己整改”，对没有问题的“关口前移、抓好预防”，切实推动全面从严治党全面从严治企各项工作向纵深推进，以高质量党建引领企业高质量发展。三

是见行见效，全面落实市社人才百人计划。五年来新引进各类人才占目前市社本级在岗员工总数的49%，市社人才工作取得积极成效。要坚持“人才是第一资源”重要理念，抓好源头、抓好过程、抓好结果，持续优化完善干部人才队伍结构，不断建立健全人才开发的理念、制度和政策体系，通过内培和外引相结合，着力打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，为加快推进市社主责主业的高质量发展提供重要人才支撑。四是常抓不懈，持续抓好市社安全生产工作。要时刻绷紧安全这根弦不放松，严格落实党政同责、一岗双责，全力抓好“责任到位、管理到位、整改到位”，进一步明确物业资产一体化管理的安全生产主体责任，对隐患的排查、问题的整治、规定的执行、责任的落实必须严而又严、实而又实，全力确保市社集团高质量发展和各项工作有序运行。

会议指出，今年上半年，上海供销集团深入学习贯彻党的二十大精神 and 习近平总书记关于供销合作社工作的重要指示批示精神，认真贯彻落实全国总社、市委市政府和市国资两委关于加快建设世界一流企业的部署要求，全力服务国家战略、服务乡村振兴、服务城市更新、服务城乡发展，在加快供销主责主业发展、加快供销重点项目建设、加快供销品牌集成发展、加快供销人才队伍建设等方面取得重点突破和积极成效，市社和集团的经济运行、经营业绩、经营风险总体保持平稳可控，基本实现了“时间过半、任务过半”的总体目标，

为确保完成市社集团全年经济工作目标和三年任期考核目标提供了重要基础。

会议要求，今年下半年，要坚持“创新整合提升突破”工作方针，坚持“从严求实抓细”工作要求，坚持“聚焦主责主业、打造核心竞争力、实现高质量可持续发展”工作目标，加快推动主题教育成果转化运用，加快完成市社集团高质量发展和全年各项目标任务。四个方面的重点工作：一是要全力推动年度目标高效完成。重点锚定“四个目标”：企业年度目标、市社集团年度目标、“十四五”目标和任期考核目标，确保完成全年各项经济指标。二是要全力推动主责主业加快发展。重点加强“四个建设”：加强渠道建设、品牌建设、项目建设和系统建设，着力打造市社集团高质量发展新优势新平台新引擎和新的经济增长点。三是要全力推动改革创新提升突破。重点加快“四个驱动”：加快战略驱动、创新驱动、改革驱动和人才驱动，加快推动市社集团改革创新不断取得新进展新成效。四是要全力推动安全发展行稳致远。重点筑牢“四道防线”：强化合规管理、筑牢制度防线，强化分析研判、筑牢经营防线，强化监督执纪、筑牢廉政防线，强化责任落实，筑牢安全防线。

会议认为，要深刻认识当前我国发展进入战略机遇和风险挑战并存的特殊时期，需要应对的风险挑战、防范化解的矛盾问题比以往会更加严峻复杂。要进一步认清形势、坚定信心、保持定力、着力抢市场、抢渠道、抢资源，坚定不移做强主责主业

加快发展。要统筹发展和安全，进一步加强宏观经济和市场形势的会商会研，做到未雨绸缪、软硬兼施，着力提升企业核心竞争力和抗风险能力。要切实加强合规管理，坚持守正创新，加快建立健全人才、制度、激励等配套工作机制，稳中有进推动企业的高质量可持续发展。

2023 棉花产业发展论坛在上海召开



7月27日，2023棉花产业发展论坛在上海召开。本次论坛由上海市棉花流通行业协会、上海市纺织原料有限公司及新湖期货股份有限公司联合主办。来自全国各地棉花产业上下游企业、棉花期货公司的企业家与业内专家齐聚一堂，共同探讨棉花产业经营模式、市场运行、未来发展。

上海市供销合作总社党委书记、理事会副主任、上海市棉花流通行业协会会长程颖与会致辞，指出棉花是地位非常重要的大宗农产品，不仅事关乡村振兴，还关系到下游纺织产业链。随着中国经济恢复常态，市场需求加速，棉纺织业也迎来了良好的开局，为行业的高质量发展奠定了良好的基础。曾是棉花产业龙头的上海，在城市产业转型之后，转而在流通贸易端扮演着非常重要的角色。上海市棉花流通行业协会也在这一潮流下应运而生，以搭建交流平台、争取行业自治、服务宏观调控、加强行业自律为宗旨。为进一步推动棉花产业发展，一要积极参与棉业现代体系建设，推动高质量发展。进一步强化创新引领，增强高质量发展动能，有效防控风险，推动棉花全产业链数字化转型。二要积极融入市场消费提质升级，创造高品质生活。把品牌、设计和服务有机融入产品，创造深入消费者内心的购物体验，引领新的消费时尚，拓展产业发展空间。三要积极搭建开放合作交流平台，培养高素质人才。发挥行业协会平台纽带作用，打造上海棉花流通行业的创新中心和人才高地，为行业发展提供人才支撑。

上海国际棉花交易中心市场发展部总监汪前进以《新年度棉花市场供需格局及形势展望》为题、新疆棉花协会副会长张闻民以《新疆棉花企业产能现状及提升产销经营模式策略》为题、浙江华瑞信息程素敬以《中国纯棉纱布市场运行及内外终端市场探讨》为题发表演讲。论坛还围绕“国内外棉花供需及产业格局变化”

进行了圆桌交流环节，研讨了棉花新作产量预估、气候变化对棉花产量的影响、棉花产业消费趋势和采购模式变化等议题，并对后市展望、政策解读、郑棉品种未来主导逻辑等发表了见解。

上海市供销合作总社与湖南省供销合作总社战略合作签约仪式暨“湘品入沪”推介会在上海举行



7月28日，上海市供销合作总社与湖南省供销合作总社战略合作签

约仪式暨“湘品入沪”推介会在上海举行。根据上海市供销合作总社与湖南省供销合作总社签订的战略合作协议，双方将秉承“优势互补、互惠互利、长期协作、共同发展”的原则，建立“湘品入沪”等具有供销特色的协作模式，为深度推进湘沪协作、推动乡村全面振兴贡献力量。上海市供销合作总社党委书记、理事会副主任程颖，湖南省供销合作总社党组书记、理事会主任周晓理代表双方签署战略合作协议。程颖表示，上海市供销合作总社坚持为农服务根本宗旨，在提升农副产品入沪流通渠道建设基础上，与各地兄弟省市供销合作社共同推进高质量发展。此次签约与推介，是前一阶段沪湘两地农产品产销对接基础上的进一步巩固和深化，希望两地企业以此为契机，充分发挥各自资源与优势，搭建两地生产、加工、销售紧密对接的平台，建立长期稳定、互惠互利的合作机制，开拓更大的市场，为沪湘两地发展注入新的活力。周晓理表示，湖南是农业大省，上海是国际化大都市；湖南农产品量大质优，上海农产品需求旺盛。湖南省社与上海市社优势高度互补、市场前景广阔、合作潜力巨大。此次双方共架友谊之桥、共启合作航程、共谱发展篇章，湖南省社将坚定不移落实战略合作协议，以实际行动致力双方携手共进、互利共赢。

上海企业、商会现场签约采购湖南炎陵黄桃和湘茶产品意向金额1.57亿元，其中上海市供销合作总社下属企业、水果批发市场与湖南炎陵县人民政府签订购销意向订单22.5万公斤，后续还将参展上海市供销合

作总社果品进公园、进超市、进社区活动。“供销力量”推动着画特色农产品入沪提速升档。

2023 第八届中国果业品牌大会在上海举办



8月4日，由中华全国供销合作总社指导、中国果品流通协会主办、上海市供销合作社等联合协办的2023第八届中国果业品牌大会在上海举办。第十三届全国人民代表大会农业与农村委员会副主任委员、中国供销合作经济学会会长李春生参会。大会开幕式上，中国果品流通协会会长鲁芳校在致辞中表示：中国果业品牌大会，是由中国果品流通协会精心打造的以质量品牌建设为主题的行业盛会，已连续举办八届，致力于打造“专业、权威、高端”的质量品牌建设平台，专注于讲好中国果

业品牌故事，为品牌代言，宣传推介优秀果品品牌和品牌企业，引导消费者购买，以品牌为引领，推动果品行业转型升级和高质量发展。上海市供销合作总社理事副主任马晨辉在致辞中表示，上海是全国水果销售的重点区域，供销合作社是为农服务的合作经济组织，在果品发展和脱贫攻坚等方面有着独特的优势，发挥着重要的作用。上海市供销系统围绕服务乡村振兴，积极担当作为，畅通外省市优质农产品入沪渠道，推动联合合作，开展农产品入沪展销活动，为来沪供销社提供展销平台、帮助开展营销宣传，让更多全国供销名特优新产品走入上海。大会在主题演讲环节分享了在果业品牌建设实践一线的经验和方法；在企业自主品牌对话环节共同就企业自主品牌建设进行了深入的讨论；在区域公用品牌对话环节进行了品牌推介。本届果业品牌大会还举行了中国果业品牌盛典，集中展现果业品牌建设最新成果。

2023“安心供销市集” 农副产品展销活动举办



2023“安心供销市集”农副产品

展销活动由上海市供销合作总社指导，上海供销商业有限公司、临汾路街道、上海静安区安心坊社区商业服务中心共同举办，得到了静安区商务委员会，静安区商业联合会，上海市果品公司及嘉定、宝山、浦东、奉贤、松江、金山、青浦区供销合作社大力支持。此次“安心供销市集”是市供销合作社支持打造“15分钟社区生活圈”的重要举措，通过甄选上海市供销合作总社旗下老字号产品、各区供销合作社地产农产品、全国供销系统名特优新产品及消费帮扶产品直送社区，打通服务社区居民“最后一公里”，通过供销合作社的渠道进一步激活社区商业。活动现场有邵万生、三阳、好唯加、鼎丰、丁义兴、郁金香等本市供销老字号产品及地标水果“金山小皇冠”“金蜜一号”“玉菇甜瓜”等，还有来自云南、青海、福建三明、安徽六安等地名优产品共200多种，让社区居民在家门口就能品尝购买到全国供销好味道。



2023“安心供销市集”还在静安区大宁公园举办了优质果品进公园专场展销活动，由上海市供销合作总社指导，静安区彭浦镇人民政府、浦东新区供销合作社联合社、上海市

果品有限公司联合主办。来自上海本地农民合作社和江苏盐城大丰区、滨海县、阜宁县以及浙江嘉兴嘉善县等地的西瓜、葡萄、梨、水蜜桃、蟠桃、黄桃等多款优质时令果品进入本市公园推介展销，不仅缓解果农销售压力、宣传和推介各地优质果品品牌，还直接对接市场订单，让更多市民品尝新鲜果品。



本次“安心供销市集”是市供销社首次联合各方、联推发展的重要尝试，获得了各区供销合作社的积极响应和街道居民的欢迎。举办“安心供销市集”是市供销合作社系统发挥自身优势，聚焦民生、整合资源、联合合作、共促发展的有益实践，也是一件便民利民的好事。上海市供销合作总社将以本次市集为样板，不断优化和推广，围绕“联推发展”，继续打造“上海供销市集”，打响“地产特色农产品销售”名片，通过线上线下立体平台，实现产地与销地、农民生产与市民消费高效对接，将供销市集打造成为展销供销优质农副产品的便民利民平台，不断提升供销系统为民服务能力，为下一步重点展销长三角地区、对口帮扶地区及全国供销系统农产品打下良好基础。

提升数字化水平 强化为农服务功能

伍亚生 朱黎

上海市供销合作总社坚持从“三农”工作大局出发，牢记为农服务根本宗旨，持续深化综合改革，聚焦主责主业，积极打造为农服务新平台，积极培育为农服务主业发展新优势，全力做强农资农产品商品经营主业发展。其中创办上海现代农业社会化服务中心，便是上海市供销合作总社和上海市农业生产资料有限公司联手打造为农服务办实事的特色重点工程项目之一。该项目充分利用现有资源优势，全力打造集智慧农资、智慧物流、智慧培训“三位一体”的现代农业社会化服务中心，全面提升本市供销合作社系统农资社会化服务能力，全面服务上海乡村振兴农业农村现代化。

做强主业发展，保障农资供给 上海市农业生产资料有限公司作为履行本市为农服务宗旨的核心企业，以经营化肥、农药等农资商品为主，积极做大市场、做强品牌，销售渠道遍布全国各地，是以色列、德国、白俄罗斯、挪威、芬兰等国钾肥和复合肥的主要经销商，在本市金山、崇明等涉农区拥有“农得利”农资零售店 52 家，配送中心 2 家，2022 年公司营业收入 14.9 亿元，在全国农资流通综合竞争力百强企业中排名第 28 位，是上海市农业产业化重点龙头企业。上海现代农业社会化服务中心由上海市农业生产资料有限公司和上海市供销合作发展股权投资基金（有限合伙）联合投资设立，投资总额近 4000 万元。项目于在 2022 年 10 月动工，2023 年 6 月揭牌。中心位于上海市嘉定区外冈镇，用地面积近 6 万平方米，建筑面积 7000 平方米，拥有库房 11 间。中心的功能定位为：“一站式”综合为农服务平台、“智能化”农资储备配送中心、“数字化”转型应用示范基地。

坚守为农初心，强化服务功能 上海农业增加值占全市国内生产总值比重不到 0.22%，郊区乡村面积超过 60%，是典型的“小农业、大郊区”，但上海农业在全市经济社会发展中具有重要的基础地位。上海现代农业社会化服务中心将有效提升上海市供销系统农资社会化服务能力，更好地满足和引导、支持上海乃至长三角高端和特色农业发展，契合区域农业发展的要求。该项目通过建设“一

站式”综合为农服务平台，提升为农服务能力，综合服务包括：远程庄稼医院、培训中心、测土配方实验室、品牌展示中心、飞防作业等。该项目通过建设一个智能化农资储备配送中心，汇集集散、分拣、储存、流通加工、物流信息处理、发货配送和展示等七大功能，根据上海农业发展特点，逐步将服务渠道延伸，与种植大户、专业合作社开展服务对接，全面提升供应链服务能级，完善乡村物流体系。将新增近 9000 吨的农资储备能力，形成 20000 吨的年配送农资产品能力、服务能力辐射长三角，对于推动形成长三角一体化应急物资保障体系具有突出的区位优势。该项目通过生产作业设备、智能机器人，实现了设备升级换代，形成专业化散货灌包能力 120 吨 / 天，从集装箱开箱到灌包入库一体化作业，服务国家战略，促进国际业务合作。

加快数字转型，提升竞争能力 该项目的建设将进一步拓展和丰富上海市供销合作总社在农业服务领域的服务内容，在提升物流专业化服务能力的同时，针对当前上海农业发展的特点，增加交流展示、培训、技术支持、精准定制等附加为农服务，致力于形成综合性的平台服务功能，更好地服务区域特色农业发展。该项目建设数字化转型应用示范基地。各类监测实现全覆盖，聚焦“一站式综合为农服务平台”，实施智慧农资、智慧物流、智慧培训三大应用场景。远程庄稼医院运用智能化、数字化手段，为农民提供精准的农作物病虫害防治服务和作物营养诊断，服务减量化农业生产。该项目积极拓展具有潜力的细分领域，该项目采用数字化液体分装线设备，运用最新技术产品、生产工艺流程，形成年分装 1000 吨加工能力，打造企业核心竞争力，满足农民对于高效、环保、安全的农业投入品的新需求。

2023 年是上海市供销合作总社的“渠道拓展年”，其中重点要拓展为农服务的渠道，既要立足于上海，更要着眼长三角、放眼全国，探索更多的为农服务模式，共同编织一张更实、更强、更优的供销网络渠道，全面助力上海乡村振兴和农业农村现代化。■

（作者单位：上海市农业生产资料有限公司）

上海“供销e家”全力打造为农服务新平台

郭婷 高莉

上海市供销合作社于2019年5月投资建立上海“供销e家”，坚持“服务+经营、线上+线下、展示+体验+促销”运营思路，打造上海市社服务全国供销社农产品入沪的“桥头堡”“新平台”。经过数年运作，取得良好成效，逐渐成为主业发展新优势。

打造供销品牌集成平台，培育为农服务新优势 上海“供销e家”坚持为农服务初心，聚焦流通服务主责主业，加快推进供销品牌集成发展。一是推进系统品牌与资源集成联动。在上海供销合作社系统内集成了上海名牌、上海市著名商标和中华老字号近30个品牌，充分利用市、区两级供销社自有物业资源优势，联合开设基本覆盖全市各区的15家“供销e家”老字号品牌集成店，以项目为纽带，促进市、区两级供销社协同联动、合力发展。二是推动全国供销优质农产品集成展销。以“走出去、引进来”方式，充分依托全国供销系统丰富的产品、渠道等资源优势，将各省市供销社特有的农产品，通过标准化的甄选，把符合每个时节的优质农产品引入“供销e家”，提供给上海市民，推动农民生产和市民消费快速高效对接，加强各省市供销社间的交流与协同发展。目前已汇集20余家外省市供销社、全市供销社系统及国内品牌企业等1.1万余款产品在上海“供销e家”平台展示展销，得到沪上媒体、居民广泛好评。三是促进“服务+经营、线上+线下、展示+体验+促销”集成融合。通过打造老字号品牌与供销品牌的新零售之路，运用互联网、大数据、人工智能等技术手段，为品牌故事、品牌展示和品牌体验打造深度融合的线上线下立体平台，擦亮供销合作社金字招牌。该平台成为全国供销优质农产品的展示展销窗口，既为各省市供销社零距离、低成本进入上海市场提供可能，又促进了全国供销优质农产品同台竞技，通过后台大数据分析进行销售反馈、需求传递，以消费导向促进各地供销优化产品，助力农业优化供给。

深耕社区商业流通模式，促进立体式产销对接 上海“供销e家”积极探索多种社区商业流通模式，为全国供销优质农产品入沪打造立体式产销对接平台。一是以“品牌

集成店模式”深耕社区。在全市布局的15家门店内，为全国供销设立品牌专柜，按照24节气展示各地时令产品；搭建线上线下一体化微商城和信息化平台，形成消费者特征、门店需求等运营大数据，协助供销企业推进产品与营销模式转型升级。二是以“会展模式”展示展销。积极对接各省市供销社展销需求，打造“供销市集”农展会服务品牌，通过与街道合作建立服务网络，推动农展会进街道、社区、楼宇、广场、公园。三是以“新零售模式”便民惠民。搭建电商渠道，开启“微信小程序+公众号+抖音+社群”全媒体营销矩阵，展示品牌故事，推动电商平台服务社群，推进供销品牌焕发活力。四是以“团购模式”保障供给。充分发挥供销合作社流通主业作用，积极参与农产品保障供给和消费帮扶。

创新社有企业管理机制，推动供销高质量发展 成立上海供销商业管理有限公司，作为上海“供销e家”运营主体实行市场化经营，在管理机制方面探索创新。一是落实经营收益反哺为农服务机制。将经营收益向为农服务主责主业集聚，投资运营了上海“供销e家”，将其建成服务上海、服务长三角、服务全国的供销品牌流通运营管理企业。二是争取重大项目研发投入视同利润考核机制。考虑到农产品行业整体利润率低，为支持上海“供销e家”轻装起步、可持续发展，向上海市国资委积极汇报争取，成为培育期“重大项目研发投入视同利润”的支持项目，为社有企业加快履行为农服务职责营造积极环境。三是探索任期目标风险抵押责任考核机制。积极探索建立以“任期目标风险抵押金”的考核激励机制，引进市场化运作团队，推动企业业绩与经营团队绩效捆绑，推进“效益共创、利益共享、风险共担”的市场化考核激励机制。四是实行投资管理和风险管控机制。对上海“供销e家”实行二级企业投资管理和风险管控，持续跟踪经营状况，开展投后评估，评估认为上海“供销e家”运营指标与发展指标实际数据优于预期数据，营业收入持续增长，为农服务水平不断提升。■

(作者单位：上海市供销合作总社)

“百人计划”筑巢引才 做实供销基业长青

曹建佳

2021年1月，上海市供销合作总社党委提出了“百人计划”工作目标，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，三年内引进、培养、用好100名专业化成熟人才，并分解纳入各出资企业新三年任期的考核目标。通过内部培养与外部引进相结合，打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，推进企业的主责主业发展。两年多来，上海市供销合作总社坚持“人才是第一资源”理念，抓好源头、抓好过程、抓好结果，通过市场化招聘加强各类人才的引进力度，人才队伍结构逐步呈现高素质、专业化、年轻化等诸多新的特点。各级企业党政领导齐抓共管，高度重视人才工作，坚持早引进、早培养、早使用，着力研究解决人才工作中的“卡脖子”难题，为企业转型发展提供人才支撑，人才队伍数量、质量和结构得到较为显著的优化和提升。

星级评定选才，把好党管人才高度 统一招聘入口、流程和标准，提高招聘质量和影响力，开展招聘品牌活动，系统宣传企业文化、品牌内涵和企业形象。制定“百人计划”引进人才星级评定计分规则，从学历、职称、相关工作年限、过往履历、专业资质、录取成绩等六个维度，结合本人日常工作表现、业绩指标完成情况以及领导的评价，对引进人才做出星级评定，形成一星、二星和三星等不同结果，提高人才甄选工作准确性和匹配度。截至目前，“百人计划”推进完成比例达到80%，引进人才的专业类型主要分布在市场营销、智能化生产、电商运营、资产经营、信息技术、复合型管理岗等，顺利完成阶段性推进目标。

破除壁垒引才，把好机制改革力度 优化企业干部人才梯队建设，开展跨岗位、跨部门、跨企业轮岗交流，实施党务业务双向交流、基层一线锻炼和重大工程项目锻炼等。指导农资公司、果品公司等出资企业突破选人用人瓶颈障碍，不拘一格引进专业化成熟人才。根据出资企业的战略方向，结合自身业务特点、业务模式和业务规模，在各地广聚人才，不分地域、不分户籍、不唯学历、不唯年龄，注

重实效招揽人才，满足企业提升新品业务和渠道拓展方面的发展需求。推动市社与区社之间、区社与区社之间优秀年轻干部挂职交流，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，打造“具有供销合作社特色的人才工作机制”新名片。

聚焦重点用才，把好精准施策深度 “百人计划”引进人才实施“一人一策”，明确承担的重点项目或工作目标，始终秉持“使用是最好的培养，业绩是最好的证明”重要理念，注重培养加强思想淬炼、政治历练、实践锻炼和专业训练，用好用活各年龄段、各类型人才。坚持把“培养好一批合格的接班人”“保持企业后继有人、兴旺发达”作为各级企业领导的使命和责任。人力资源部针对引进的中高端创新人才和紧缺人才，实行工资总额单列管理，用好经营业绩考核中“视同利润”等政策工具。同时，坚持“强激励、硬约束”，实施契约化管理和差异化考核，实现“以岗定薪”“以能定薪”“以绩定薪”，并总结经验、复制推广贴身经营和项目捆绑式考核等新模式。

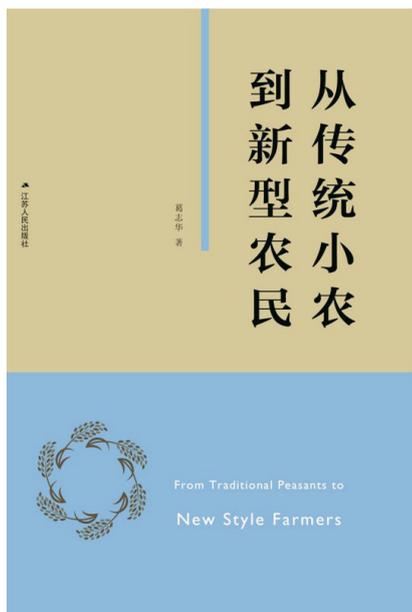
用心用情留才，把好人才服务温度 2023年3月上海市供销合作总社召开人才工作会议，研究颁布《关于进一步加强和改进人才工作的实施意见》，完善出台市社人才公寓补贴、导师带教、工资单列、视同利润等一揽子精准化人才服务举措或优惠政策。市社每三年召开一次人才工作会议，坚持先进理念引领，聚焦战略目标、直面市场竞争，全局性谋划、整体性设计，制定人才队伍建设规划，建立引领发展的人才规划牵引机制。各级企业主要领导要抓好第一资源，其他班子成员负责分管领域的人才工作，每年定期专题研究人才问题，为企业转型发展提供人才支撑。引导出资企业做好人才政策“新七条”的贯彻落实，健全机制人才倾斜政策，激发各类人才奋发有为、干事创业的热情，努力营造识才、爱才、敬才、用才的良好氛围。■

(作者单位：上海市供销合作总社)

中国式现代化道路下的农民转型之路探析

读《从传统小农到新型农民》有感

◎ 苑鹏



党的20大报告明确指出,中国共产党领导下的社会主义现代化既有各国现代化的共同特征,更有基于自己国情的中国特色。中国式现代化是人口规模巨大的现代化。我国十四亿多人口整体迈进现代化社会,规模超过现有发达国家人口的总和,艰巨性和复杂性前所未有。在当前我国户籍人口城镇化率只有46.7%的情形下,加速农民的现代化转型,推进农民的全面发展是推进中国式现代化的“难中之难”,也是推进全体人民共同富裕目

标取得实质性进展的“重中之重”。葛志华《从传统小农到新型农民》一书,紧扣现代化与农民这一主题,以马克思主义的唯物史观和自由观为指导,“从文明起源到现代化”这一宏大历史叙事背景出发,借鉴中西方现代化理论的核心要义,系统全面地梳理“农民的前世与今生”,多维度分析“现代化途中的农民境况”,积极借鉴日、韩、法等典型小农国家现代化进程中农民转型的经验与教训,阐释现代化应是既“化物”又“化人”的核心观点,并进行系统论证,在此基础上,提出了新时代我国农民转型与发展的路线图。

一、谁是农民:传统社会到现代 社会相对稳定的小农制度

《传统农民到新型农民》开宗明义指出,“弄清‘谁是农民’,既是研究‘三农’问题的逻辑起点,又是解决‘三农’问题的基本前提”。然而正如书中所言,对于农民的定义莫衷一是,“很少有哪个名词像‘农民’这样给人类学家、经济学家和农村社会学家造成那么多困难”。欧美学者在讨论农民概念中,由于观点差异太大,还曾一

度发生过激烈争论(秦晖,1999)。但如果站在历史的长河中,就会发现,农耕是文明的基础,是人类生存与发展的前提,农耕文明是人类史上的第一种文明形态(葛志华,2023)。人类祖先就地取材、使用手工制作的简单工具集体从事粮食作物的生产、实现群居化的定居生活,使人类从食物的采集者变为食物的生产者,由此出现了农民群体,也成了人类历史上最古老的社会群体。

中国作为世界文明的发源地之一,创造了璀璨的农耕文明,自战国时期以来,中国逐步发展出了以精耕细作、自给自足为代表的小农制度,小规模家庭经营是中国农业的本源性制度(习近平,2022),这一体制延续了两千年之久。虽然朝代迭代更替不断,但小农制度一直保留下来,并成为“亚细亚生产方式”的重要组成部分(葛志华,2023)。也因此,谈及历史上的农民,更多谈到的是小农制度。这种小农制度具有三大基本特征:一是生产经营的规模小;二是以满足家庭消费为主而生产,生产单位与消费单位高度吻合;三是兼业经营,农业与家庭手工业相结合,男耕女织,自给自

足,依靠非农收入平衡家庭支出(葛志华,2023)。小农制度不仅成就了
中国精耕细作的农耕文明历史,也很大程度上影响了中国的历史进程。中国社会两千年来形成的宗法一体化超稳定的社会结构,在停滞的同时又保持着难以摧毁的生命力(金观涛、刘青峰,1984年)和“独尊儒术”的国家思想意识形态与之无不相关。而农业生产自身,也陷入了长期的停滞不前,出现无增长的“内卷化”(黄宗智,2000)。鸦片战争后,中国被西方列强侵略、纳入以西方资本主义为中心的世界经济新体系,陷入内忧外患、积贫积弱的黑暗境地,开始走上被动式的“应变性现代化”道路(罗荣渠,2004)。

中国共产党成立以来,以毛泽东同志为主要代表的中国共产党人,依靠广大贫农开展土地革命,消灭地主阶级,推翻封建专制的统治,全面推行耕者有其田制度,新中国建立之初在全国建立起了土地小农所有制。为全面实现社会主义工业化的总目标,中国共产党在20世纪50年代后期,在农村先后实施城乡分割的户籍制度以及农村人民公社化运动,全面摧毁了小农制度,在农村建立起“三级所有、队为基础”的人民公社体制。到20世纪70年代末,中国建立起了较为完整的现代工业体系,初步实现了工业化目标,但是也付出了牺牲农业、农民的沉重代价。1978年末,中国农业人口占比84.2%,城市化率仅有17.9%,农村贫困发生率高达97.5%,以乡村户籍人口作为总体推算,农村贫困人口规模7.7亿人。

改革开放后,1979年邓小平同志提出“中国式的现代化”,强调社会主

义必须摆脱贫穷,贫穷不是社会主义,并重新确立了解放思想、实事求是的思想路线,恢复家庭承包经营在农业生产中的基础性地位,农村集体经济组织实行家庭承包经营为基础、统分结合的双层经营体制,最终写入了第八届全国人民代表大会第一次会议通过的《中华人民共和国宪法修正案》。从此广大农民不再是计划经济时代下无迁徙权、无生产经营决策权的单纯劳动者,重新成为独立决策、自主经营、自负盈亏的市场主体,小农制度被重新确立起来。

经过改革四十余年的不懈探索,特别是党的十八大以来在理论和实践上的创新突破,以习近平同志为核心的党中央领导集体成功推进和拓展了中国式现代化,党的十九大报告明确指出“实现小农户与现代农业的有机衔接”,并初步形成了引导小农户走上现代农业发展轨道的基本政策框架。党的二十大进一步提出“加快建设农业强国”,巩固和完善农村基本经营制度,并指出人的全面发展、全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展。以人民为中心,不断促进广大小农户增收,让农民能够分享现代化的成果,成为新时代“三农”的中心工作。

二、走向分化的农民群体:探索多重路径的现代化转型之路

大国小农、超小规模农户仍然是当前我国农业经营的基本面。按照第三次农业普查数据显示:全国小农户数量占农业经营主体的98%以上,小农户从业人员占农业从业人员的90%,小农户经营耕地面积占总耕地面积的70%。农业农村部政策与

改革司发布的《2020中国农村政策与改革统计年报》显示:2020年耕地在10亩以下的农户仍有23210.7万户,占比85.1%。另据2020年中国社会科学院重大经济社会调查项目“中国乡村振兴综合调查”(CRRS)对东西地区10个省、50个县3800余农户的抽样调查显示:样本农户户均承包土地10.58亩,其中劳均年龄超过50岁,初中教育程度占主体;与全国平均水平相比,15岁及以上样本人口文盲率高出2个百分点,18-22岁高等教育毛入学率低于9个百分点。超小经营规模、老龄化、低学历化是当前中国农户的突出特征。

经过改革40余年的发展,中国农户群体已经并正在更加快速地分化着,初步形成了三大类:一是追求利润最大化的专业农户,以各类家庭农场、专业大户等为代表,按照农业农村部统计,2022年纳入名录管理的家庭农场超过400万家,他们已经实现企业化、专业化经营,是“形式小农”;二是主要从事非农产业、基本实现非农化和半城镇化的名义小农,以进城农民工群体为代表。按照国家统计局今年4月最新发布的《2022年农民工监测调查报告》,2022年全国农民工总量达到2.9562亿人,其中进城农民工人均居住面积达到22.6平方米,45.7%认为自己是所居住城市的“本地人”,85.2%对本地生活非常适应和比较适应,反映出农民工群体与所在城市较高的社会融合度;三是构成农户主体的兼业化小农户,其家庭收入主要来自非农的工资性收入和以农业为主的家庭经营收入,两者约占其收入构成的3/4以上。按照国家统计局发布的数据,2021年农村居民

可支配收入 20133 元，其中工资性收入占比为 41.96%，也是农民增收的主要贡献源，农民家庭经营性收入占比 34.63%，其中六成来自农业经营收入。

对于广大兼业小农户的转型出路，学术界存在一直存在着较为激烈的争鸣。有学者认为，应跳出生产力导向的“小农消亡论”预设框架，推进农业向生态化、个性化以及生活化的现代化变革，走上以小农为主体的中国特色农业现代化之路。而针锋相对的观点认为应促进农地经营权向种田大户集中，公司农场将成为中国未来农业微观组织的重要形态，还有学者认为应把家庭农场作为新型农业经营主体的核心来培育。较为代表性的观点认为，引导农户走组织化的道路应成为重点，农民合作社是关键载体（魏后凯、苑鹏、芦千文，2022）。从近几年中央的政策导向看，以分工深化为导向的土地规模经营和服务规模经营齐头并抓，一方面因地制宜，加速推进土地流转，培育新型农业生产经营主体，大力发展各种类型的适度规模经营，促进小农离土非农化；另一方面鼓励扶持农业生产托管服务，健全完善农业专业化社会化服务体系，为在地小农提供全产业链服务，探索多模式的小农户与现代农业对接的发展路径。

三、未来方向：农民实现去身份化的职业化

在世界现代化的历史上，农民的非农化、城镇化和市民化三位一体，农民非农化与农民职业化相伴而生（葛志华，2023），“去身份化”和加速农民

的职业化，应成为未来加速最广大的兼业小农户转型升级的重中之重。

现代化是传统社会的现代转型，它不仅是建立起以科学技术为支撑的经济增长机制、大众民主的政治制度、高流动性的社会系统和崇尚自由、平等的文化系统，也确立起个人的行为理性和自主性（谢立中、孙立平，2002）。因此，现代化的本质应是人的现代化，人的全面发展。在新时代推进社会主义现代化建设、实现高质量发展中，应进一步深化改革，彻底破除城乡二元体制，加速基本公共服务均等化进程，培养农民树立社会主义核心价值观，引导农民形成与新时代发展相适应的自主独立的思想观念和行为取向，全面参与到社会化的大分工中，成为有知识、有技能的专业化生产者，最终实现从身份农民向职业化劳动者身份的转型和嬗变。

总之，站在传统农民变迁的视角看，现代化的过程是农民非农化、职业化、组织化、市民化的过程，是传统小农脱胎为职业农民、“历史弃子”蜕变为“时代宠儿”的过程，中国式现代化展现出的是不同于西方现代化的新图景，这就是葛志华《从传统小农到新型农民》给我们的启示。我和葛志华素昧平生，一个偶然的机会有幸读到此书，不仅受益于书中的真知灼见，更受益于他几十年如一日，利用业余时间潜心做学问的执着精神，令人敬佩也弥足珍贵。虽然书中个别观点值得商榷，个别论证存在一定的重复，但瑕不掩瑜，全书的主题思想不由得使人联想到中国社会科学院李培林学部委员翻译的、法国著名作家 H·孟德拉斯《农民的终结》一书的开场白：“一二十亿农民站在工业文明的入口

处，这就是二十世纪下半叶当今世界向社会科学提出的主要问题”，两本书研究对象和内容的异曲同工之妙，可以帮助读者更好地理解 and 认识中国式现代化所具有的世界意义，以及对于拓展发展中国家现代化路径的独特贡献。

主要参考文献：

习近平：《论“三农”工作》，中央文献出版社，2022 年版。

葛志华：《从传统小农到新型农民》，江苏人民出版社，2023 年版。

秦晖：《耕耘者言——一个农民学研究者的心路》，山东教育出版社，1999 年版。转引自：杜玉春、赵德余、梁鸿：《建构农民概念的逻辑——基于“结构—过程—属性”框架的动态分析》，《农业经济管理》，2022 年第 4 期。

金观涛、刘青峰：《兴盛与危机——论中国社会超稳定结构》，四川人民出版社，1984 年版。

黄宗智：《华北的小农经济与社会变迁》，中华书局，2000 年版。

罗荣渠：《现代化新论——世界与中国的现代化进程》，商务印书馆，2004 年版。

魏后凯、苑鹏、芦千文：《中国农业农村发展研究的历史演变与理论创新》，《改革》2020 年第 10 期。

谢立中、孙立平主编：《二十世纪西方现代化理论文选》，上海三联书店，2002 年版。

白描、苑鹏：《现代化进程中我国农民全面发展的制约因素与推进路径》，《改革》2022 年第 12 期。

（作者系中国社会科学院农业发展研究所二级研究员）

推进新型基层社建设的主要做法与发展对策

◎ 宁夏回族自治区供销合作社联合社

供销合作社基层社是供销合作社建在县以下、直接面向农民开展综合性经营服务的合作经济组织，是供销合作社组织体系的基础和服务“三农”主要载体。近年来，宁夏回族自治区供销合作社联合社持续推动基层社创新发展，加强基层社服务能力建设，多措并举充分发挥基层社有效适应新时代党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带作用，“数字供销”示范区建设、供销品牌建设、消费帮扶等工作呈现新特色新亮点，新型基层组织体系创新发展取得新成效。全区现有基层社 288 个，乡镇供销合作社覆盖率 95.9%，经营服务达到全覆盖，基层社服务乡村振兴战略的重要作用得到有效加强。

一、主要做法

(一) 坚持因社施策，激“活”基层社发展新动能。深入研究新形势下基层社服务乡村全面振兴的新要求、新特点、新任务、新目标，切实加强工作调研，结合宁夏供销合作社基层社发展实际制定下发了《关于加强基层供

销合作社建设的指导意见》《关于加强基层供销合作社建设的发展规划》，用政策的源头活水打造基层社建设的新模式新规范。坚持因地制宜、一社一策原则，推动扩大基层社覆盖面与提升质量并重、改造升级与扩建重建并举，全力建设融自主经营主体、为农服务载体、合作经济组织联合体为一体的综合性新型基层社，全面构建功能完备、服务高效的新型基层组织体系。对发展条件较好、经营服务能力较强的基层社进一步强化功能，提升服务，转型升级，规范发展，打造一批具有示范带动作用的区域性基层强社；对经济实力与服务能力较弱的基层社采取合作制、股份合作制等多种形式，广泛吸纳农民和各类新型农业经营主体入社，通过开放办社、联合社帮扶、社有企业带动等多种方式，改造建设成新型综合性基层社；对已经承包或租赁的基层社网点，根据经营者的意愿和农民需求以及供销社实际，纳入供销合作社经营服务体系；对基层社空白的地方采取自建、联建、加盟等形式，加快推进恢复重构和改造新建。通过恢复功能、提升形象，恢复改

造了一批老基层社，新建了一批办社理念新、组织机构新、运行机制新的新型基层社，使基层社面貌焕然一新，既提升了形象，又提高了经济效益。

(二) 坚持项目支撑，引“领”基层社焕发新活力。牢固树立抓发展必须抓项目的意识，坚持项目带动引领，大抓项目、抓大项目、抓高质量项目，以点带面、示范扩面，推动基层社焕发新活力。充分发挥供销合作社上下贯通的组织优势和在农业经营服务、延长农业产业链方面的独特作用，积极争取各类项目，改造新建新型基层社，带领农户发展现代农业。大力扶持系统内龙头企业和农民专业合作社等新型经营服务主体，开展产销对接和土地托管，实现一、二、三产业融合发展。2017 年以来，自治区财政累计拨付综合改革资金 2.41 亿元，支持供销合作社“两个体系”建设，实施现代农业社会化服务项目 26 个。2019 年以来，累计投入资金 3935 万元，撬动社会资金 1.35 亿元，实施新型基层组织体系建设项目 71 个，恢复、改扩建、新建新型基层社 121 个，推动各级供销合作社加强基层组织体系建设，参与

建立现代农业产业体系、生产体系、经营体系。大力加强项目库建设,谋划储备项目95个,概算投资41.44亿元。

(三) 坚持开放联合,拓“宽”基层社服务新业态。立足供销合作社联合合作的基本属性,加大开放办社力度,不断壮大基层社朋友圈,整合社会资源,推动涉农龙头企业、专业合作社、家庭农场、专业大户等新型为农服务主体加入供销合作社,不断扩大基层社经营范围和服务业态,提升了发展质量。2020年以来,自治区供销合作社吸纳14家单位为其成员社,各市县(区)供销合作社吸纳169家单位为其成员社,供销合作社的社会影响力和品牌凝聚力持续增强。目前全系统领办创办农民专业合作社227家,62家农民专业合作社被总社评为示范社,32家农民合作社被农业农村部等国家8部委评为全国农民合作社示范社,创建为农服务综合体8个,建成农产品批发市场18个,城区标准化菜市场20个,农业生产服务中心118家,庄稼医院199个,农村综合服务社五星级社67家。

(四) 坚持品牌为要,联“通”基层社服务新领域。发挥基层社扎根农村、贴近农民、组织体系完整、服务功能完备的优势,以品牌建设为抓手,扩大上下联合和横向合作;加快向新行业、新业态和新领域靠拢,提升为农服务整体功能。实施数字赋能提升行动,持续推进全国“数字供销”示范区建设,确定中卫市供销社等7个“数字供销”示范市县(区)先行先试,全力打造供销系统品牌发展新引擎。彭阳县供销社引进1家运维主体,建成涝池、红河等10个村级综合服务社,开发建设数字化小程序,展销推介彭阳

果脯、中药材、小杂粮等土特产品60多款。聚焦自治区“六新六特六优”产业,培育形成“供销壹号”“供销传奇”“供销伊人”“闽宁山海情”等行业系列品牌产品8大类17种39款。通过“搭平台、建专馆、开专卖店、设专区、办展会”,打通生产、流通、消费各环节堵点,分级、分层、分类解决农产品卖难问题,推动脱贫地区发展特色品牌,形成特色产业。9个脱贫县区372家企业4597种商品上线“832平台”运营销售。

(五) 坚持创新驱动,夯“实”基层社发展新基础。着眼完善基层社组织体系、提升基层社服务能力、提高基层社发展质量,推进基层社创新发展。加强以村社共建为主导的新型基层社建设模式创新,探索把基层社建在村级组织之下、产业链之上、新型合作经济组织之间,实现党建、村建、社建“三建结合”,党务、村务、社务“三务合一”,33个村已探索建立“村社共建”新模式,中宁县村社共建“五个一”标准、“5+N”经验成效明显。拓展以生产、供销、信用“三位一体”综合合作试点的合作模式创新,确定6家单位开展“三位一体”综合合作试点,构建“供销+金融”协同服务“三农”长效机制,探索全产业链、全供应链、全价值链的有效途径和运营模式。强化以绩效考核为牵引的管理创新,将供销合作社基层组织体系建设纳入试点县(市、区)农业农村工作考核指标进行年度考核,出台《全区市县(区)供销合作社综合业绩考核办法(试行)》《自治区供销社新型基层组织建设考核验收标准(暂行)》,连续五年对市县(区)供销合作社加强基层社建设情况进行督导考核,推动20个基层

社落实示范章程。协调大武口区、红寺堡区成立供销社,填补了市县(区)没有供销合作社的空白,指导平罗、贺兰、灵武、中宁等市县(区)供销社召开社员代表大会,完善供销合作社治理结构,提升治理能力。

宁夏供销合作社立足乡村振兴战略布局,因势而谋高位推动综合改革,乘势而上持续夯实基层基础,顺势而为全面提升服务能力,蓄势而发着力增强发展后劲,基层社高质量发展初显成效。加强基层社建设的实践带给许多有益启示:一是加强基层社建设必须坚持合作制的基本属性不动摇。合作制是供销合作社安身立命的根本,基层社是直接体现供销合作社合作经济组织属性和面向“三农”开展综合服务的前沿阵地,推动基层社建设必须坚持合作制基本属性。宁夏供销社采取合作制、股份合作制等形式,广泛吸纳农民和农业经营主体加入基层组织,不断强化基层社与农民在组织上和经济上的联结,进一步强化合作属性,拓展合作空间。永宁县通桥供销社采取“基层社+村两委+农民专业合作社+物流公司+社员”的一体化运营模式,引进通桥村两委和永创农民专业合作社联合加强新型基层社建设,解决了周边6个村农民的蔬菜水果保鲜储存及“卖难”问题。二是加强基层社建设必须坚持适应新时代服务“三农”的新需求不动摇。立足“三农”、服务“三农”是供销社的根本宗旨,也是基层社服务助力乡村振兴的使命。宁夏供销系统坚持以发展高质量服务为主题,着力推进城乡融合和区域协调发展,推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。基层社主动适应乡村全面振

兴的战略需求,着力破解“一买一卖”的传统经营困局,服务功能由单纯的购销型向多业态型全产业链拓展,逐步成为集生产、供销、信用合作于一体的为农服务综合平台。中卫市镇罗供销社建成蔬菜产业综合服务中心,提供米面粮油菜和桶装水配送业务,提升了服务的针对性有效性。三是加强基层社建设必须坚持基层组织体系的模式创新不动摇。直面供销系统基层基础薄弱的状况,必须用改革和创新的办法加以解决。宁夏供销社加强产前、产中、产后布局,坚持把基层社建在产业链上,通过开展农资、农机、农技、农化等系列化服务,创新引领农民专业合作社联合发展新模式、农村社区综合服务新方式、农村电商服务新渠道。盐池县花马池镇供销社建成现代农业综合服务中心,为农户提供测土配方施肥、农机作业、统防统治、农机培训等服务,满足农户的个性化需求。四是加强基层社建设必须坚持强化农民的组织化程度不动摇。提升农民的组织化程度,能够降低生产成本与国家治理成本,丰富乡村自治的实现形式,成为大市场与小农户、政府与农民联系的桥梁与纽带。宁夏供销社加快完善治理机制,领办创办农民专业合作社,发展农民专业合作社联合社,建设为农服务中心,将农民吸纳进来、组织起来,形成了利益共同体。贺兰县供销社在移民村南梁台子建设隆源村供销合作社,新建现代农业综合服务社综合超市,积极探索基层社深度融入脱贫攻坚路径。截至2022年底,新增基层社社员7万人。

宁夏基层社建设既有恢复重建、积极创新,展现新作为、体现新形象的

基层社,也有体现合作联合、组织联合,开放办社、开门办社的基层社;既有在服务领域推进新产业、新业态、新模式的基层社,也有在产业连接上三产融合、带动农民增收的新型基层社。通过基层社建设,进一步夯实了基层基础,健全了组织体系,激发了系统活力,强化了为农服务,树立了供销形象。同时,还存在发育层次总体较低、与农民的有效联系不够紧密、创新发展尚需加强等问题。

二、发展对策

(一) 进一步强化政治站位。全面学习贯彻党的二十大精神,不折不扣落实习近平视察宁夏重要讲话和对供销合作社重要指示批示精神,结合宁夏供销社系统实际,持续深化综合改革,完善体制机制,拓展服务领域,着力推进供销合作社基层培育壮大工程,努力形成党委政府重视、农民群众受益、供销合作事业发展的良性局面。坚决克服等靠要思想,在全系统深入开展争任务、争资源、争项目、争政策活动,比学赶超、创新发展。

(二) 进一步强化开放办社。坚持开放办社方针和自愿互利原则,广泛吸纳一批合作经济组织和其他为农服务的社会力量,加入供销合作社队伍开展为农服务。协调相关部门联合出台关于加强村社联建的制度规定,积极把村两委引入基层社建设实践,采取“村两委+基层社+社员”的模式推进村社共建。进一步加快发展新型成员社,采取项目资金股权介入、关键环节业务掌控、结盟对接服务网点、先培育后分红等方式,激活资金、技术、人才、管理和项目等生产经营要

素,实现在合作经济框架内对组织体系、经营体系的重塑再造,密切产权联结和利益联结,使供销合作社组织体系与经营网络在基层实现有机融合。

(三) 进一步强化利益联结。密切与农民利益联结是供销合作社为农服务的重要抓手,积极通过劳动合作、资本合作、土地合作等多种途径,采取合作制、股份合作制等多种形式,广泛吸纳农民和各类新型农业经营主体入社,不断强化基层社与农民在组织上和经济上的联结。加快完善治理结构,落实基层社社员代表大会、理事会、监事会“三会”制度,强化民主管理,提高农民社员在经营管理事务中的参与度和话语权。规范基层社和农民社员的利益分配关系,建立健全按交易额返利和按股分红相结合的分配制度,切实做到农民出资、农民参与、农民受益。

(四) 进一步强化服务能力。以建设农民专业合作社示范社为统领,继续领办创办农民专业合作社及其联合社,发展专业性或综合性合作社,不断提升基层社服务能力。以“数字供销”全国示范区建设为支撑,依托基层社建设农村电子商务服务站,实施“互联网+基层社+现代物流”行动,推进线上线下融合发展。全面推进供销合作社系统品牌建设,加强品牌培育、保护和发展。支持基层社建立农副产品质量标准追溯体系,提升产品的诚信度和附加值。开展土地托管及测土配方、智能配肥、农机作业、统防统治、粮食烘干贮藏、农技培训等农业社会化综合服务。推行合作式、托管式、订单式等农业社会化服务模式,满足新型农业经营主体和农民的生产服务需求。■

在“大城市、小农村”格局中推进创新发展

◎ 新疆维吾尔自治区供销合作经济学会

随着城镇化进程的推进,中心城市的农业比重持续降低,乌鲁木齐市供销合作社不断调整在“大城市、小农村”格局中的发展战略,加快自身融入城市经济的发展大潮,营造自身特色,推进合作经济体系建设。

一、围绕中心城市开展工作的主要做法

(一) 畅通城乡供销体系,农副产品保供能力显著增强。乌鲁木齐市供销合作社充分发挥城市区域性农产品集散中心功能,形成具有城市供销合作社特色的农产品市场网络。指导高新区供销合作社通过改扩建、租赁等方式建成22个供销超市,增强采购和调运农副产品、生活必需品的能力。同时大力发挥供销合作社的体系组织、流通、网络、服务优势,积极调动各区(县)供销合作社、社属企业全面开展保供稳价和惠农助农帮扶,畅通城乡供销体系,切实发挥保障市场供应、平抑物价、方便居民生活等作用。

(二) 推进基层组织建设,基层社扩面提质增效明显。以发展壮大基层社、健全基层社组织体系、完善联合社指导服务体系 and 发挥权属企业支撑带动作用为重点,支持农民专业合作社和权属企业积极参与乌鲁木齐市文化旅游建设。达坂城供销合作社开展特色农副产品休闲采摘游;乌鲁木齐县合作社打造旅游美食民宿产业;高新区供销合作社通过合作,引入社会资本开发示范园。

(三) 持续深化综合改革,“三位一体”综合合作试点工作初见成效。稳步推进农民专业合作社、供销合作社、农村信用社在组织形态、服务功能、管理运营上有机融合。联合天山农商银行米东区支行开展普惠金融服务,2022年为农民和农民专业合作社提供办理贷款1.26亿元;在羊毛工镇、长山子镇和三道坝镇基层社建立普惠金融服务网点,为农民提供小额取现、代销代缴、代收快递等农业社会化服务;利用合作社网点提供销售农产品、缴纳水电费、收取快递、打字复印等社会化服务,方便农民的生产生活。

二、城市供销合作社发展的困难与挑战

(一) 社有企业发展乏力,带动作用有限。由于管理体制、经营机制滞后,社属企业缺乏活力。企业改制后,经营管理粗

放、业务化整为零、承包经营,削弱了整体实力,造成城市供销合作社竞争能力减弱,发展动力不足。

(二) 资金短缺、人才匮乏,缺乏开拓经营能力。城市供销合作社社有企业现有的经营场所和部分门店老、旧、小、偏,资金短缺,制约了经营业务的开展。企业缺乏开拓新经营项目的的能力,传统的经营项目难以为继,业务骨干缺失,人才难以吸引,难以适应城市经济发展、城乡融合发展的需要。

(三) 发展方向不够明确,思路不够清晰。随着城市化的发展,城市供销合作社以服务“三农”为主要业务的份额不断降低,传统的服务对象正在逐步改变,后续发展问题日益突出。如何依托城市对接城市和农村,重新确立市场和服务对象,作为城市供销合作社需有前瞻性和系统性的发展观念,明确定位和发展方向,找准切入点和突破口。

三、推动城市供销合作社高质量发展的思考

(一) 加快城市供销合作社社有企业改革力度。推进社有企业的战略调整,加快建立“产权明晰、权责分明、政企分开、管理科学”现代企业制度,放开搞活社有企业。重视人才培养,吸引青年人才,改善干部队伍年龄、学历结构。积极利用援疆工作机制,选择内地城市供销合作社进行短期挂职学习和轮训,提升业务素质。

(二) 拓宽思路,发挥合作职能,谋求联合发展。尊重市场规律,大胆创新,打破体制界限,推进开放办社,广泛利用现有资源,优化配置,促进社社、社企、企企强强联合,用系统和网络资源优势形成合力,壮大规模,加快城市供销合作社的改造和提升,拓宽经营服务领域,在服务城乡居民中发挥积极作用。

(三) 以城市供销合作社为依托,加快再生资源回收利用网络建设。城市人口多、发展程度高、消费量大,要注重建立再生资源回收利用网络,建设完善的社区回收、市场集散交易和综合利用的回收。

城市供销合作社要把供销合作社经营战略和服务重点从“三农”转移到城市、社区和居民,这是城市供销合作社为适应城乡融合发展而做出的战略调整,也是今后发展的必然方向。■

构建上下联通的流通骨干网络体系对策研究

◎ 罗万举 姜海军 周媛

四川省德阳市是农产品生产大市，随着现代农业产业化的进程逐步加快，农产品的产量与市场总体需求也越来越大。构建上下联通的流通骨干网络体系是加强供销合作社系统内外合作的有效途径，也是全面推进乡村振兴工作的关键抓手，更是持续发展农业农村经济、提高农民收入水平的关键措施。

一、网络体系建设的现状及问题

(一) 体系建设统筹规划不够，影响了体系功能作用发挥。德阳市农产品流通冷链物流体系涉及批零交易、冷链物流、仓储配送、分拣包装、信息集散、线上交易等，长期以来由多个部门及各地分别组织，条块分割，且由分散的市场主体运营，各自为政、缺乏统筹整合，更缺乏公共型、骨干引领型网络体系支撑，经营环节、产销衔接、区域协同等连接及配套协作不畅，制约了体系功能作用的发挥和转型升级。

(二) 批发交易市场功能及辐射带动能力弱，影响了农产品销售及收益。一是没有形成一个对外辐射的全市性集散批发交易中心，影响了农产品销售及收益。德阳市是蔬菜、生猪、家禽、食用菌、药材、烟叶等九大优质农副产品生产基地，是国家级苗畜和苗禽基地市、省级优质瘦肉型生猪出口基地市和优质粮油生产基地。德阳农产品年均总产量达 500 多万吨，其中生鲜类产品 300 多万吨，蔬菜、水果及食用菌产量约 280 万吨，大部分销往市外、省外。但由于没有全市性大型批发交易中心市场，导致数以百万吨计的外销农产品无法就近找到交易场所及渠道，增加了农产品流通环节、成本、损耗与销售难度。二是现有农产

品批发市场多为小、散市场，规模小、功能不齐，对农产品销售带动力较弱。

(三) 冷链物流缺口大、能力弱，增加了农产品流通环节损耗及成本。一是冷链物流能力缺口较大。德阳市已拥有冷库 889 个，但主要为小、散型和自用品，冷冻冷藏运输车辆全市仅 47 辆，综合冷链物流率远低于全省水平，远不能满足冷藏保鲜和流通需要，也增加了农产品在流通环节的损耗和成本。二是农产品流通普遍存在“最先一公里”产地集配预冷率低、“中间环节”一体化程度低、“最后一公里”城市冷配能力低的现象。影响了流通效率，增加了流通成本。三是现有冷链物流设施设备能力在布局体系构建上与产地、销地及流通需要协作不够，导致局部区域能力过剩而更多区域及环节无法满足需要。四是在城市中心区域及重要的产销区域缺乏公共型、骨干型冷链物流中心。难以支撑满足大宗、日常及季节性强的农产品仓储保鲜及流通配送需求。

(四) 现代区域集散中心培育建设不足，影响了农产品就近就地连接市场的流通效率。德阳市农产品除少数有订单合同保障外销渠道，多数仍然由众多小散的生产主体去对接市内外众多小散的批发商、零售商及中间商，并要解决市场信息、渠道、冷链物流、仓储、分拣包装初加工等才能实现销售，环节较多、效率较低。德阳市的主产区、中心乡镇和县城城市等中心区域，大多还没有培育建设一个集农产品批发交易、冷链物流、仓储配送、分拣包装和线上线下产品购销信息发布及交易服务于一体的区域现代农产品流通冷链物流中心，大大降低了产、供、销、储、运各方效率。

(五) 零售端、生产端配套功能设施建设滞后,已不能满足现代市场对产品及服务品质的需要。一是城市及乡镇场镇农贸市场普遍为传统模式老旧市场,服务功能能力不足,一般没有线上销售配送服务功能和产品质检功能,冷链配送等配套设施能力也不足。二是生产端特别是产业集中区就地预冷、仓储、分级分拣包装等初加工配套功能设施不足。

(六) 缺乏骨干网络体系支撑和龙头企业带动,增加了农产品流通环节和交易效率。德阳市农产品流通行业参与者众多、层级关系复杂,物流主体及渠道不清晰,市场主体分散,导致农产品物流通道分散,难以形成分工明确的专业化的农产品物流体系,致使农产品流通环节增加,交易效率降低。

(七) 流通体系数字化、信息化程度低,大大影响了农产品对接市场特别是市外市场效率。德阳市通过电商等平台线上销售农产品占比不高,农产品流通体系及其网点数字化、信息化改造率低,市、县、乡、村产销端及流通、物流、冷链、配送等业务环节更缺少数字化、信息化服务对接,也未建立起全市性商贸流通冷链物流体系线上线下联通共享的公共信息平台,致使产品资源、物流资源、服务资源等信息和市内外购销信息不畅通,影响了流通效率。

(八) 农产品流通应急保供能力弱。以小、散经营户为主体的经营主体在短时间内组织调运储备、保障市场供应能力较弱,一定程度上增加了农民的生产成本。

二、构建网络体系的现实意义

(一) 应对形势变化,畅通循环体系的需要。德阳地处成都平原,是国家向西开放发展的战略前沿,是通往中亚地区和欧洲地区的陆上重要通道。融入以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,对农产品商贸流通体系的要求非常高,既需要工业产品、生活用品、农业生产资料的“下行”,又需要及时、安全、高效地保障各地的农产品能够通畅地“上行”。为此,需要抓住机遇,加快构建符合市场需要、具有市场活力的上下联通的流通骨干网络体系,进一步畅循环、稳农业。

(二) 助力乡村振兴,巩固脱贫成果的需要。加快德阳市农产品供应链体系改造,让农产品以更快捷、更低成本、更低损耗的方式流通到各地,也是促进农村产业发展、解决农民收入问题的重要一环。因此,建立优质、高效、安全、

畅通的上下联通的流通骨干网络体系,将为巩固脱贫攻坚成果推进乡村振兴起到积极作用。

(三) 建设现代农业产业体系的需要。《德阳市“十四五”农业农村现代化发展规划》明确要求:全力发展“三大”先导性支撑产业,扎实推动现代农业烘干冷链物流发展,夯实现代农业产业基础。因此,构建德阳市上下联通的流通骨干网络体系,是未来现代农业产业体系建设的关键环节,是助推现代农业体系发展的必要抓手。

(四) 提高农产品市场竞争力的需要。德阳市现代农业产业化的进程逐步加快,农产品的产量与市场总体需求也将越来越大,特别是对食品安全的关注度不断提高,极大地考验大规模、长距离、反季节的农产品交易和运输保障能力。构建上下联通的流通骨干网络体系,不仅能在产品新鲜度、品质、食品安全等方面更好满足消费升级的需求,也能进一步提高农产品的市场竞争力和占有率。

(五) 推动城乡融合发展的需要。构建上下联通的流通骨干网络体系,优化农产品流通体系,“工业品下乡”与“农产品进城”渠道将更加顺畅、便捷,有助于打通城乡融合双向流通渠道,使人才、技术等生产要素与商品高效流通,也有助于完善农村寄递物流服务体系,加快补齐农村公共服务短板,吸引更多城市工商资本下乡,推动农业全价值链下沉乡村,加速城乡融合发展。

(六) 应急稳价保供的需要。上下联通的流通骨干网络体系具有一定公共性、公益性,由公有平台及企业为主统一建设运营,其规模化体系化优势可以与工业消费品、农资和农产品生产厂商、主要供应商等建立起稳定的供销渠道,减少流通环节降低产品成本,且从中心城市到县城、乡镇及村均有流通冷链、仓储及配送功能设施,服务可以覆盖、辐射城市及乡村各主要区域,可以起到农产品进城、工业品及农资下乡应急稳价保供的积极作用。

三、构建网络体系的对策建议

(一) 打造建设“1+6+32+N”多功能型现代农产品商贸流通骨干网络体系。按照联通服务全市、辐射省内外的功能布局,建成“1+6+32+N”骨干网络体系:“1”即新建或改扩建1个全市性农产品现代流通冷链物流中心。服务覆盖带动全市、面向市外,实行线上线下一体化服务,兼顾全市农产品流通冷链物流信息中心、信息共享平台功能;以成为全市农产品外销主渠道为主要目标,兼顾市内保供

稳定市场功能；以线上线下批发交易及全市农产品产销信息集散功能为主，集配冷链物流、仓储配送、分拣包装等初加工和线上线下相关服务及金融服务功能为一体。服务范围覆盖德阳市全域，线下辐射市外周边区域，线上充分利用现代网络技术和各种电商平台，常态化向各地推介销售德阳市农产品，逐步发展标准化农产品线上大宗批发交易和预订交易业务。“6”即在全市6个区（市、县）新建或改扩建由1个冷链物流配送交易区域中心和若干个现代新型农贸市场综合体构成的县域流通骨干平台体系。区域中心服务范围主要面向本辖区和辐射周边区域，产品购销及服务信息联通共享，同时兼顾县域工业品下乡交易和仓储配送功能。农贸市场综合体系集农贸、日用超市、健康养老服务及便民服务、线上线下配送服务为一体的综合便民服务体，满足覆盖区域居民90%以上的日常消费及服务需要。“32”即在32个中心镇新建或改扩建32个新型场镇农贸市场综合体，通过整合供销合作社系统涉农企业、基层社、农资连锁经营网点、庄稼医院、综合服务网点等农业社会化服务资源，将经营服务触角贯穿于农业生产的产前、产中、产后的全过程，为农户提供农资、植保、农机、农产品销售、冷链物流、仓储分拣包装等初加工服务以及技术培训、金融服务等。产品购销及服务信息与县城联通共享，同时兼顾镇域工业品下乡交易和仓储配送功能。“N”即在产地及城市重要节点、区域建设N个服务配送仓、网点、小中心。产品购销及服务信息联通共享。“1+6+32+N”骨干网络体系与其他流通冷链物流体系市、县、乡、村各层级、各环节平台、网点及市场经营主体产品购销及服务信息联通共享，并在业务、服务上无缝对接，融合发展，逐步实现联合合作一体发展，实现整个体系运转现代化。



(二) 充分利用和发挥骨干网络体系优势，提升流通信息化水平，创新流通新模式。一是实施流通信息化建设，畅通流通信息渠道。以建立全市农产品现代流通冷链物

流中心信息共享平台为支撑，通过现代物联网设施设备及互联网信息技术，对外链接全国各大电商平台及主要供货商、运营商，对内链接全市农产品冷链物流及交易中心、全市智慧农批农贸市场、新型场镇综合服务中心及产地冷链分拣配送仓，形成市内外各平台、组织相互衔接的信息交换网络，实现信息在流通体系内的整合与传递，加强各环节间的联系；精准反映全市农产品流通实时数据，为引导和畅通农产品流通及运营、政府决策和调控、监管“三农”事项提供农业大数据支撑。二是创新现代农产品流通新模式。大力发展农产品电商、宅配、产地仓等新兴流通业态，探索紧密的利益联结机制，促进农产品流通上下游环节紧密衔接。创新“批发市场+种养”“批发市场+直销配送”“批发市场+新零售”等新产业。大力发展鲜活农产品直供直销体系，推广“生产基地+中央厨房+餐饮门店”“生产基地+加工企业+商超销售”等产销新模式，不断提高全市生鲜农产品流通效率。

(三) 加强统筹协调和政策支持，合力推进骨干网络体系建设。一是加强统筹协调合力推进。鉴于骨干网络体系肩负全市区域农产品“上行”和工业品、农资“下行”的骨干渠道双重任务，骨干网络体系建设需要全市上下一盘棋，联通联合推进。建议将其纳入德阳市实施乡村振兴和县域商贸流通及农村寄递物流体系建设的重点任务，统筹协调、合力推进。二是加强政策支持加快体系建设。建议对骨干网络体系建设在申报专项债、建设用地、税费、政策资金等方面予以积极支持；对骨干网络体系建设整合改造相关老旧农批、农贸市场等予以协调及相关政策支持；为整合资源形成合力，更好发挥骨干网络体系一体化、规模化统一建设运营的积聚作用效应，建议将各级政府、国有企业现有及拟规划建设农批、农贸市场、相关流通冷链物流平台设施均纳入骨干网络体系统一建设、改造和运营。三是明确骨干网络体系建设运营主体，确保体系统一规划建设 and 一体化运营。德阳市供销合作社系统有着服务直达乡村并覆盖全市乡村区域的众多基层合作经济组织，与绝大部分农产品生产、经营主体也有着业务甚至产权方面的合作关系联系紧密，与市外在购销市场、渠道方面也有长期形成的广泛联系，还有与全省及全国供销合作社系统长期形成的渠道可以快速、便捷对接的天然优势，切实建设和运营好上下联通的流通骨干网络体系。■

(作者单位：四川省德阳市供销合作社)

厚植弘扬优秀企业家精神的土壤

◎ 唐华 郭盛强

改革开放以来,尤其是党的十八大以来,在推进社会主义市场经济体制和现代企业制度建设过程中,企业家精神焕发新的生机。党的二十大报告指出:“完善中国特色社会主义现代企业制度,弘扬企业家精神,加快建设世界一流企业。”进入新发展阶段,我国一大批优秀企业家在波澜壮阔的历史进程中迅速成长,为促进经济社会发展、增强综合国力作出了重要贡献,也积淀形成了以爱国情怀、创新精神、诚信操守、责任担当、国际视野为核心内涵优秀企业家精神。

2018年3月,江苏省供销合作总社按照“社企分开、有效监管”的要求,推进社有资产监管体制改革,通过整合划转社有企业产(股)权、省总社注资等方式,组建成立了江苏省苏合投资运营集团有限公司(以下简称“苏合集团”),根据江苏省供销合作总社授权,履行省级社有资产出资人职责,作为省级社有资本市场化运作平台,承担社有资产保值增值责任。5年来,苏合集团紧紧围绕“投资融资、产业培育、资本运作、价值管理”目标要求,突出为农服务主责主业,推动社有资本向为农服务重点行业、关键领域和优势企业集中,培育了一批新的经济增长点,形成农业社会化服务、农产品流通、再生资源、日用消费品、投资与金融服务等业务板块,经济资本布局和结构调整迈出坚定步伐,社有资本配置和运营效益实现较大提升,营业收入年均增长15%,净资产年均增长11%,交出了一份高质量发展的业绩答卷。集团及出资企业获得“全省脱贫攻坚暨对口帮扶支援合作先进集体”称号等省级以上荣誉20余项。出资企业中苏果超市突出差异化经营,推出苏果新业态品牌,保持较强发展韧性;省物联营业收入较前5年增长145.13%,利润增长334.75%;省果品探索业务转型,以供应链集成服务为主体,大宗商品贸易、农副产品贸易为两翼,连续5年较好地完成任务,营收同比前5年增长80%;苏合农服围绕农业产前、产中、产后开展社会化服务,自2020年以来累计实现社会化服务规模超560万亩次,服务带动小农户数量超1.1万个,提供“线上+线下”农技培训超6.9万人,订单粮食贸易超100万吨;苏合农展高标准建成线上线下融合

发展的省农副产品展示展销中心和省乡村振兴消费帮促体验中心,自2020年9月以来,组织开展品牌推广、产品展陈等活动50余场,签约开设青海、陕西、甘肃等品牌馆,“鲜丰汇”消费帮促平台上线1年多来累计线上销售1.85亿元,“初心之选”直播基地累计开展直播带货活动500余场,成交突破1亿元。

在一个经济结构健全的社会中,企业是社会主要的经济创造主体,而作为企业掌舵者的企业家无疑是社会的宝贵财富,同时也是一种极为重要的稀缺资源。企业具有极强的创新特质、资源整合能力和拼搏精神,能够敏锐地感知社会发展趋势和消费者需求。苏合集团成长发展的5年,除了市场机遇、政策机遇之外,企业家及其企业家精神乃是决定企业高质量发展的重要因素。苏合集团作为省级社有资本投资运营平台,抓住建设现代企业制度、完善公司治理结构这个“牛鼻子”,着力打造以攻坚克难的“勇者本色”、创新实干的“智者底蕴”、为农服务的“责任担当”为特色的企业家和企业家团队,培育造就一批推动农资、农产品流通、再生资源循环利用、农产品冷链物流等行业和企业人才队伍,让人才的创造潜力竞相迸发。进入新时代,踏上新征程,苏合集团的企业家群体正聚焦为农服务主业,优化经济结构,转换增长动力,为推动高质量发展施展抱负、贡献力量。

现在创业的模式、形态发生了很大变化,但企业家那种筚路蓝缕、披荆斩棘的创业精神,是永远需要的。在当前世界经济整体复苏乏力的形势下,中国经济增长内生动力逐步增强,经济运行有望整体好转。供销合作社系统要厚植弘扬优秀企业家精神的土壤,让企业家“胸膛”挺得直、“脚跟”站得稳,让企业家的创新活力充分涌流,坚定信念再出发,撸起袖子加油干。通过坚持为农服务宗旨,以管资本为主,加强社有资产监管,建立“亲”“清”新型政商关系,加大为农服务重点行业和关键领域的投资,推动经济发展实现量的合理增长和质的有效提升,供销合作社高质量发展必将长风破浪、未来可期。■

(作者单位:江苏省供销合作经济学会)

推动供销合作社供应链平台化服务改革转型

◎ 姜红

农业农村现代化的关键是经营服务创新的引领，需要立足供销合作社为农服务宗旨，在“供”和“销”上做足文章，在以社有企业支撑的经营服务和流通体系建设上从过去偏重农村一头转向注重“城乡两端”，以“一网通用”为抓手，实施城乡农产品供应链提升行动，通过网络终端构建农产品从田头到城市餐桌的完备供应链体系。进一步健全农产品销售流通渠道，助推农业生产主体与市场有效链接，让特色优质农产品卖得更好、更畅，畅通农产品上行的“最先一公里”，实现供销社履行流通和保障社会服务职能的理念重塑、价值重塑。

一、供应链平台化服务改革转型的重要意义

（一）主要背景

党的二十大报告指出，“全面建设社会主义现代化国家，最艰巨最繁重的任务仍然在农村”。习近平总书记强调：“农业农村工作，说一千，道一万，增加农民收入是关键”“要坚持把增加农民收入作为‘三农’工作的中心任务，千方百计拓宽农民增收致富渠道”。新时代“三农”工作重心历史性地转向全面推进乡村振兴。社有企业供应链平台化流通服务改革转型的提出，源于湖北省委省政府对供销合作社改革发展的高度重视，提出“搭建‘三农’服务平台，发挥供销合作社、农村金融机构等作用，健全农产品流通、农资供应、农技服务等惠农服务体系，实现‘农民保收入、城市保供’”。供销合作社需要聚焦主责主业引入供应链思维和平台化理念，围绕保障粮食安全和重要农产品有效供给，进一步开放社有资源，创新农村流通服务模式，以市场化运作方式汇聚全省供销系统要素资源，打造湖北城乡一张网的新型供应链网络服务平台。加快社有企业平台化服务改革转型，努力在构建国内统一大市场中积极作为，在建设构建全国“先行区”中积极作为，在服务国家粮

食安全中积极作为，在促进农业强省建设新赛道贡献供销力量。

（二）重要意义

供应链是以客户需求为导向，以提高质量和效率为目标，以整合资源为手段，从生产端到消费端实现产品设计、采购、生产、销售、服务等全过程高效协同的组织业态。对供销合作社而言，推进供应链平台化服务改革转型，就要建立一个顺畅、平价、低成本、高质量的“村村通”的经营网络及供应链体系，带动全国流通体系，尤其是农资和农产品流通体系的升级发展。有三个考量维度：一是保存量。维护供销合作社的政策、资产储备和流通网络优势，首要“提质增效”；二是抓变量。引入新的模式、技术、服务等要素，激发技术创新、模式创新，走“创新驱动”之路；三是促增量。整合资源、重构商业流通体系，提效率、降成本，帮助城乡中低收入者增收、社会增效。

持续增加农民收入、缩小城乡差距是在乡村振兴中迫切需要解决的突出问题。供销合作社是为农服务的综合性合作经济组织，构建城乡两端集采集配中心和省、市、县、乡四级供应链是供销合作社服务农民生产生活综合平台职能和长期服务流通领域的存量资产、网络优势，建设湖北新型供销服务体系是发展新型农业经营主体和社会化服务的重要举措。一是有利于建立完善农产品交易流通体系。组织开展订单农业、加工物流、产品营销等“门对门”“点对点”“户对户”一体化服务，搭建农户与市场、市民与产品互通互惠的城乡供应链体系，打通“消费品下行、农产品上行”双向运行堵点。二是有利于加快建设全国统一大市场，畅通国内大循环。供销合作社长期服务“三农”，对畅通城乡要素流动、打通县域流通末梢具有先天的优势条件，通过培育乡村新产业新业态，实现城乡供应链与需求链贯通。三是有利于实现政事分开、社企分离，厘清社

的公共服务职能与企业的经营服务职能。四是有利于推进乡村振兴,发展农村适度规模生产和村集体发展壮大。以打通和稳定县、乡农产品销售渠道为突破口,以土地托管为切口,引入机械化、标准化生产以及人才、科技、金融等要素,将土地整合起来集约生产经营,发展特色产业和农产品加工流通产业,既解决了“谁来种地”的问题,也解决了“怎样种地”的问题。

二、供销社在推进供应链平台化服务改革的优势

供应链平台化服务改革转型是新时代新发展赋予供销合作社系统建设新型供销服务体系的新使命、新任务,积极探索重塑供应链,完善产业链,提升价值链,形成多元参与、多重叠加、价值重构的供销服务新格局,是密切供销合作社上下层级之间联系的有力抓手。

推进供应链平台化服务改革转型,供销合作社系统作为“工业品下行、农产品上行”的重要流通体系,主要有以下优势:一是整合资源。整合供销合作社系统包括农村电商、物流仓储、农批冷库、运输、信息技术等供应链相关资源,实现新时代、市场化的“集采集配”,形成城乡流通四级供应链服务网络体系,提升供销合作社系统服务能力和水平。二是提高效率。平台化服务可优化供应链各个环节,提高供应链的效率和响应速度,在生产端可以提供更精准、更稳定的需求信息和订单服务;在消费端可以提供更便宜、更安全的农产品,保证“农民得利益、市民得实惠”。三是降低风险。平台能提供更全面、更可靠的供应链管理,对供应链各方进行信用评估和风险控制,减少供应链中的各种不确定因素,降低运营风险。四是增强整体竞争力。有利于进一步提高供销合作社的品牌影响力和市场份额,尤其是在跨区域产品品牌整合上可以吸收各地优势特色产品进行整体包装推介,是供销合作社系统抱团融入全国统一大市场的有益探索。

三、推进供应链平台化服务改革的供销实践探索

打造供销合作社供应链平台是加快推进用平台化思维服务“三农”,推进由“经营主体”向“服务主体”转变的关键之举,也是创新模式,打通双向运行堵点,健全流通渠道,助推农业生产主体与市场有效链接的现实需要。

(一) 主要思路和实践目标

以农民持续增收为中心任务,立足供应链、服务产业

链、创造价值链,采用平台化方式推进城乡一体化服务,形成农民持续增收长效机制,构建三产融合城乡协调发展体系,为建设全国构建新发展格局先行区夯实基础。一是坚持社(企)分开,组建湖北供销集团,引入供应链思维,以资本为纽带,整合激活全省供销资源,即第一步重组省本级资产。第二步重组市县乡供销资产,以资本为纽带,以增量为切口,按照“稳存量、做增量、促变量”“成熟一个发展一个、以小切口寻求大突破”原则,聚焦功能和主业,通过业务合作和资产重组,整合市州供销经营服务资源、县(配送中心、仓库、市场等)、乡镇(综合体)、一批村(社区)综合服务社,形成城乡流通四级供应链服务网络体系。二是立足供应链、服务产业链,以湖北供销集团为主体,建设湖北城乡供应链一体化平台。整合供销资源形成“线下线上”一张网,通过城乡供应链一体化平台建设,推进商流、物流、信息流、资金流“四流合一”;服务粮油、农资、日用品、棉花“四个产业链”。线上多元链接(天网),湖北供销集团所属电商公司与头部电商平台、银行系统平台及总社6大购销平台无缝链接,接入县域城乡供应链系统,在全省范围实现数据交换共享、信息互通互联,促进城乡物流数字化转型;线下整合成网(地网),整合全省系统6万多个服务网点、400多个配送中心、9000多家直营店、2500多个仓库及200多个农贸农批市场等流通资源,组织开展订单农业、烘干加工物流、地头冷库、产品营销等对接一体化服务,搭建农户与市场、市民与产品互通互惠的城乡供应链网络,布局“一个中心、多个节点、全省覆盖”的线下网络。三是省供销合作社发起设立乡村振兴基金。主要承担保供稳价、基层社改造、美好环境与幸福生活共同缔造等政策性项目,推动由“经营为主”向“服务为主”转型。抓住“工业品下行”“农产品上行”两个重点,加快形成产供销、线上线下、城乡融合的供应链体系。

(二) 面临的问题和困局

供销合作社虽然为服务城乡“生产、流通、消费”、促进农村繁荣、农业增产、农民增收提供了有力支撑,为建设全新供销合作社奠定了良好基础,但相对于农村经济社会迅速发展和消费需求不断变革升级,在建设完善的供销供应链体系的实践中还存在不足和短板:一是县域物流资源整合乏力。城乡二元导致的流通市场分割,商品要素自由流动受限,商品质量、标准参差不齐。农村物流发展涉及交通、农业、邮政、供销等多个部门且服务大多碎片化,

不成体系，缺少统一的规划布局。二是市场主体发展蓄势不足。全国第四方物流仍处于起步阶段。省内各类市场主体虽不同程度涉及该领域，但大多各自为政，缺乏强势外拓的能力。村级网点建设门槛低，不成规模。三是缺乏龙头企业带动。基金规模不大，社属企业规模小、实力弱、缺乏专业经营团队加持，缺乏流通领域与供销合作社具有较强产权联结的领军企业。县域快递物流环节多、标准杂，层层加价，农村生产者、消费者利益得不到切实保护。四是物流配送组织化程度弱。缺乏有实力的组织者，导致流通效率低，损耗严重。城市下行的消费品、生产生活资料等都分散在各类市场；农资、医药等特殊商品难以进入共配体系；家电、商超类消费品有固有的渠道，货源得不到聚集；农村物流企业业态单一，综合服务能力差，网点分布零散、无序竞争。五是技术人才不足，现代信息技术运用不够。农村物流信息化管理平台参差不齐，全省系统大多数地方县乡村三级物流网络节点不能实现互联互通，县与县之间也无法实现信息贯通，成本、效率、服务水平没有实现整体管控和系统性优化，产业升级尚有瓶颈。

四、思考与建议

流通业是供销合作社的传统主业，在健全农村流通网络体系、促进开拓农村消费市场和农产品上行方面具有优势。在乡村振兴和城乡一体化发展格局下，以链式思维、平台思维、数字思维推进供销合作社改革，着力构建平战结合的城乡供应链一体化平台，用“供应链平台化”就是将传统流通行业与现代科技和互联网融合，使供销合作社真正成为广大农民的“生产经营服务中心”；将电子商务与线下实体零售融合，让供销合作社真正成为重要电子商务平台；将产业互联网与现代服务业融合，让供销合作社真正成为“三农”服务体系重要载体；将网络平台与生产流通环节融合，助力农产品出山进城，真正成为服务农村消费和农民增收的重要变量。

（一）拓宽服务，加快基层社、专业合作社的恢复重建和规范管理

推进基层社恢复重建和规范基层社建设，探索推进新型农村集体经济发展路径，同时按规定从社有资产收益中拿出不少于 20% 的专项资金用于平台化转型项目建设，切实夯实农村种养实体和流通主体的组织基础。

（二）搭建平台，推进以惠农驿站为重点的综合服务项目建设

抢抓支持供销社平台化服务转型改革政策机遇，谋划启动农产品仓储保鲜冷链物流设施建设，以县级供销社和农民专业合作社为主体，以服务当地农产品外销为目标，延伸服务链，拓展一批重要产区建设产地预冷、仓储保鲜、加工运输等冷链物流建设项目。按照“全链条无脱冷、绿色节能环保、5G 物联智配”标准建成融产品交易、加工冷冻冷藏为一体的一站式仓储配送中心，提高农产品冷藏保鲜运输能力和市场供应能力。

（三）疏经活脉，拓展推进电商平台等各类流通实体融合发展

多元链接，打通行政壁垒，与全国头部电商平台及总社、省社现有平台无缝链接，推进城乡物流数字化转型升级。引进供应链头部企业，稳慎推进，强化完善细化运营管理模式，按照成熟度先期从服务粮油、农资、日用消费品、棉花 4 个大宗商品产业链起步成立供应链公司，促进构建“农产品进城”和“工业品下乡”畅通、线上线下融合平台。开展共同配送，推动商流物流统仓共配，降低物流成本，打通农村电商落地“最后一公里”。

（四）打造龙头，优化农产品市场的网络布局和资源共享

围绕全产业链加强冷链物流体系建设和社有龙头企业培育。深入实施农业龙头企业“十百千万”工程。建立紧密型“企业 + 合作社 + 农户 + 供应链平台”的合作机制，带动农民深度融入产业链价值链，分享更多增值收益。

（五）培植动能，探索加快推进数字供销、电子商务平台建设

以现代信息和冷链物流技术为支撑，加强农产品市场信息化、数字化改造，依托现有资源建设农业农村大数据中心，探索全省范围内实现数据交换共享，信息互联互通，形成城乡鲜活农产品跨地区畅通、便捷、低成本、低损耗的物流服务网络。

供销合作社要立足“三农”产业链、供应链、价值链，搭建“三农”综合服务平台，做好农村流通服务大文章，以供应链平台化服务改革转型，促进产业发展由点到链、资源要素由散到聚、社有经营主体由单到合，在服务农业生产、构建多元化农村现代流通网络体系等方面发挥重要作用。■

（作者单位：湖北省供销社合指处（政策法规处））

发挥供销合作社在乡村振兴中的重要作用

◎ 王传雄

党的二十大报告提出全面推进乡村振兴。并指出加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。这充分体现了党中央对“三农”工作的高度重视，这也为供销合作社改革发展提供了前所未有的新机遇和新挑战。供销合作社作为为农服务的合作经济组织，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，不忘为农服务初心，发挥系统优势，勇于担当，在全面推进乡村振兴中积极作为。

一、聚焦总要求，谋求新发展

新时代新农村发展的总要求是：产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕。供销合作社要聚焦总要求，在五个方面有所作为。

（一）以产业兴旺为基础，大力培植主导产业。供销合作社作为为农服务的合作经济组织，要立足于本地资源，依托骨干龙头企业，做大做强支柱产业，在“一村一品”“一乡一业”中切实发挥领军作用；要发挥联合与合作的作用，以资本为纽带，更多地采用股份制和股份合作制方式担当农业经营主体的角色；要发挥基层社、农民合作社与农民天然密切联系的作用，引导农民将其承包地入股，组建供销合作社农村土地股份合作社，改变目前单一的农村土地流转的模式；要以农业供给侧结构性改革为导向，引导供销合作社基层社、农民合作社、社有企业在城乡融合发展中有所担当，特别是引导他们在农业纵向一体化经营、农

产品深加工、农产品冷链物流储藏运输等方面深度介入，并在乡村旅游、田园综合体建设等方面发力。

（二）以生态宜居为目标，打造农村生态综合服务平台。以建设美丽宜居乡村为目标，以改善农村生产生活条件、整治村庄环境为重点，充分发挥自身的城乡流通网络和再生资源企业的优势，主动参与乡村绿色生态服务，积极投身农村人居环境整治。一是积极参与农业污染治理，探索开展地膜、农药包装等农业废弃物的回收和资源化利用。二是积极承担城乡生活垃圾分类减量运营主体责任，促进再生资源回收利用网络与环卫清运网络对接。推动乡村生产、生活垃圾的产业化经营、资源化利用和无害化处理，逐步形成一个循环经济产业链条。积极参与农村人居环境治理，主动介入农村生活垃圾的分类回收和处理，进一步改善农村环境面貌、提高农民生活生产质量，助力美丽乡村建设。三是着力构建再生资源回收体系。整合系统内外资源，积极构建市、县、区、镇、村五位一体的再生资源绿色回收网络服务体系，提高再生资源回收、分拣、加工能力，推动多元化回收，集中分拣和拆解、产业化经营、资源化利用和无害化处理的规范有序。规范社区和乡村废旧物资回收网点、区域分拣中心、集散交易中心和综合利用处理基地，对接乡村生产、生活垃圾的产业化经营、资源化利用和无害化处理，促进资源循环和高效利用，改善城乡生态环境。

（三）以乡风文明为关键，积极参与乡村文化建设。供销合作社长期以来立足农村、面向农业、服务农民，在不同

时期、不同地域孕育形成了“扁担精神”“背篓精神”等具有自身特色时代特征的精神文化，其核心内涵就是“为农、务农、姓农”，其精神实质就是互助互利、诚实守信、与时俱进、不断创新。这些优秀传统文化都源于广阔的乡村大地，与“乡风文明”的形成一脉相承，具有很强的兼容性、包容性，其价值观、文化观、人文精神、道德规范，具有相互引领作用和推动作用。供销合作社要大力传承和弘扬优秀的传统文化，在新的实践中不断丰富和发展供销合作社服务“三农”的核心价值观念。充分发挥自身的经营服务网络优势，在开展扶贫帮困、培训教育和便民服务中，以文明乡风带良好家风，形成淳朴民风。积极倡导乡风文明、移风易俗，遏制大操大办、人情攀比等陈规陋习，坚决抵制封建迷信活动，引导群众崇德向善。同时着力提高农民素质，不断凝聚起推进供销合作事业、推动良好“乡风文明”发展的强大精神力量。

(四) 以治理有效为保障，积极加强农村政治建设。各级供销合作社聚焦“党建引领、村社共建”的发展思路，以基层治理为核心、健全制度为保障、创新服务为抓手，形成农民得实惠、集体得效益、供销合作社得发展的“三赢”格局，基层治理工作取得实质成效。一是强宣传凝共识。精心制定宣传方案，引导群众深刻领悟基层治理的重要意义，有效调动群众积极投身基层治理的积极性、主动性和创造性。二是聚民心树新风。充分发挥驻村工作队和帮扶干部的作用，深入群众开展调研，充分听取意见建议，制定《邻里公约》，定期开展入户走访，切实提高群众的认知度、知晓度。三是兴产业促发展。坚持从“三农”工作大局出发，组建以服务“农技、农机、农资、农事、农防”为主的五支队伍，以旋耕机、植保无人机等农业社会化服务团队，为家庭农场、专业合作社、农户提供农资配送、农技指导、农机耕作、统防统治等农业社会化服务。

(五) 以生活富裕为根本，着力提升村民生活水平。供销合作社充分利用基层供销社、农村现有仓储资源，加强资源整合和业务合作，拓展农产品上行和工业品下行物流通道，打造“一点多能、一网多用”的市、县、乡、村四级物流配送网络，逐步建立覆盖农产品生产、加工、运输、储存、销售的物流体系。打造“实体店+网上服务”模式，开通线上购买渠道，增加农产品销售渠道，采用“供销合作社+农副产品+电商平台”模式，将电商、农业龙头企业、为农服务中心、农产品生产基地、农户紧密连接，创立抖音店铺，不

断增加直播销售品类，打造供销合作社系统农产品上行主载体，带动流通服务网络建设。

二、聚焦总优势，体现新作为

供销合作社成立以来，经历了由计划经济向市场经济的转变、以产权制度和劳动用工制度为核心的改革，但为农服务的宗旨始终没有改变，并逐步具备了独特的优势。

(一) 队伍优势。供销合作社培养了一支庞大的为农服务队伍，长期与广大农民打交道，在日用工业品购销、农业生产资料供应、农资技术服务、农产品购销等领域积累了丰富的经验。

(二) 网络优势。供销合作社长期从事农村商品流通，奠定了建设农村现代经营服务网络的基础。一是农资经营网络。以农资公司为主，在乡镇设有连锁配送店，建有庄稼医院，在各村有农资委托经营店，具有比较完善的农资供应和农资技术服务网络。二是基层组织网络。建立了庄稼医院，组建了农产品产销协会，兴建了集农业生产资料供应、农业科技咨询、新技术推广、测土配方施肥、良种引进、庄稼病虫害防治、农业实用技术培训和日用消费品供应等功能为一体的村级综合服务社，成为城乡商品流通的重要载体。

(三) 信誉优势。供销合作社在长期为农服务中与广大农民建立了非常密切的关系，赢得了广大农民的信赖。特别是随着家庭联产承包责任制的实施，农业生产资料由原来供销合作社对集体销售变为对一家一户的销售，使供销合作社在农村家喻户晓，在农民中间树立了良好信誉。

(四) 政策优势。中共中央《关于推进社会主义新农村建设的若干意见》(中发〔2006〕1号)指出：在建设社会主义新农村中“供销合作社要创新服务方式，广泛开展联合、合作经营，加快现代经营网络建设，为农产品流通和农民生产生活资料供应提供服务”。2015年3月，中共中央、国务院下发《关于深化供销合作社综合改革的决定》，加大在财税、土地、农村金融、产权交易和体制改革等方面的政策支持力度。党的十八届三中全会提出“允许财政资金直接投向符合条件的合作社，允许财政补助形成的资产转交合作社持有和管护，允许合作社开展信用合作，如推进家庭经营、集体经营、合作经营、企业经营等共同发展的农业经营方式创新，鼓励发展混合所有制经济”

等等。当前，我国农村正在发生深刻变革，党中央国务院明确要求各级党政部门全力支持、推动供销合作事业的发展，为供销合作社参与实施乡村振兴战略提供了有力支持。

(五) 发展优势。经过多年改革发展，供销合作社正在从传统经营方式向现代流通业态转变、从单纯购销业务向综合经营服务转变、从单一供销合作向多领域全面合作转变的新型农村合作经济组织。供销合作社要充分发挥现有存量资产和经营网络等优势，面向市场，采用以资产引进项目，以项目引进资金，以资产引进技术等措施，带动传统行业经营和为农服务产业向现代经营管理方向发展，打造供销合作社新的增长点，促进供销合作社长足发展。

三、聚焦总目标，见到新成效

党的二十大报告明确把“全面推进乡村振兴”作为新时代新征程“三农”工作的主题，提出加快建设农业强国的奋斗目标和推进农业农村现代化的核心任务。供销合作社要主动对标乡村振兴战略，加快政策对接、创新体制机制，努力把目标任务落到实处、见到成效。

(一) 发挥农业经营服务的优势，在健全农业社会化服务体系中积极作为。供销合作社利用农资经营企业、基层社、庄稼医院、种植养殖和农机合作社，结合地方产业发展，建设集农资供应、配方施肥、节水灌溉、农机作业、统防统治、质量检测等功能为一体的为农服务中心，为各类新型农业经营主体提供全程农业社会化服务。为农户提供耕、种、管、收、储、加、销的“土地托管”服务，有效解决谁来种地的问题，通过服务的规模化作为农业社会化服务的有效途径。

(二) 发挥经营服务组织的优势，在带领小农户和现代农业发展有机衔接上积极作为。利用遍布农村的农资店、庄稼医院为一家一户的农民提供农资配送、测土配方、统防统治、种植养殖指导、机耕服务、播种服务；通过“供销合作社+合作社+农户”等方式，组织指导小农户生产，发展“订单农业”；依托农产品流通企业、农产品产地批发市场和农贸市场收购小农户生产的农产品。要采取股份制、合作制等多种形式广泛吸纳农民和各类新型经营主体入社，推进农民专业合作社横向联合合作，组建农民专业合作社联合社，探索发展生产、供销、信用“三位一体”综合合作，

推进产业联合体系建设。

(三) 发挥农业产业链的优势，在促进农村一、二、三产业融合发展中积极作为。供销合作社经营服务延伸在农业产业链的各个环节，要充分发挥农产品批发市场、连锁超市、农产品电子等流通企业在农村产业融合中的带动作用，领办兴办农民专业合作社，发展订单农业，带动农户发展专业化、标准化、规模化生产。发挥加工型龙头企业和加工型农民专业合作社在农村产业融合中引领作用，对接养殖合作社、家庭农场等新型农业经营主体，实现农产品生产、加工、销售融合发展。同时，利用土地托管、土地流转等多种农业适度规模经营与旅游、教育、文化产业有机融合，积极发展休闲观光农业、品牌农业、创意农业、农业特色小镇，打造形式多样、特色鲜明的乡村旅游休闲产品。

(四) 发挥“双向流通”“线上向下”融合发展的优势，在解决农民“卖难”“买难”上积极作为。加强上下级供销合作社农村电子商务企业合作，推行“县级运营中心+村级综合服务社”运营模式，拓宽农产品进城销售渠道，拓展日用工业品下乡连锁配送，改善农村农民生产生活消费环境。以农村电子商务建设为抓手，充分发挥供销合作社传统产业和经营网点优势，大力培育电子商务市场主体，加强不同类型电子商务平台融合，搭建市、县、乡、村四级电商网络构架，构建具有供销合作社特色的电子商务经营服务体系。同时建设自有基地创品牌，发展订单农业，加强联合合作，积极开展电商扶贫。推进传统流通网络的现代化改造，充分发挥“双向流通”“线上向下”融合发展优势，切实解决农民“卖难”“买难”问题。

(五) 发挥熟悉农民、了解农业的优势，在解决农户和新型农业主体“融资难”“融资贵”方面积极作为。供销合作社借助长期扎根农村、熟悉农民以及农村的地缘优势，发展农民合作社信用合作、基层供销社股金服务、农合联资金互助会等资金互助的合作金融，较好弥补商业金融和政策性金融的不足。供销合作社还可凭借自身的农业产业链优势，积极探索农民合作社订单质押、农产品仓单质押融资、非标类农产品存货质押融资担保等供应链金融业务，助力解决农业经营主体“融资难”“融资贵”。供销合作社依托基层经营服务网点，开办金融超市，提供融资担保、合作保险、农户小额贷款、小额现金支取、在线理财等服务，有效解决农村金融服务“最后一公里”的问题。■

农业社会化服务让基层社化蛹成蝶

◎ 王真 沈鑫琪 庄一敏

全国基层社主任培第二期训示范班有来自全国 31 个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团的 144 名学员参加。培训期间以农业社会化服务为主题,对学员进行了问卷调查,形成以下调研报告。

一、80 后基层社主任是农业社会化服务的生力军

从问卷调查结果来看:43.64% 的基层社主任在 45 岁以下,最小的基层社主任仅 27 岁,其中 56.36% 受过本科及以上学历,远高于 46-60 岁基层社主任群体的这一比例(39.44%)。约 50% 的基层社主任近 5 年才加入供销社系统。同基层社干部职工往往年龄普遍偏大、“等、靠、要”思想明显的状态相比,参与本次培训的基层社主任呈现出年轻化趋势,干劲足、思想活、办法多,展现出一种奋发有为的精神风貌。34 岁的辽宁省瓦房店市土城乡供销社主任阎泽星是 985 大学研究生毕业,2021 年从国企辞职后主动加入供销社系统,以发展阳光玫瑰葡萄产业基地为切入点拓展农业社会化服务,做给农民看,带着农民干,帮助农民赚,凭着一股韧劲和闯劲,阎泽星带领基层社在为农服务道路上创造出一个又一个“破零”的记录,两年时间实现了从无到有到强的突破。青海省海西蒙古族藏族自治州乌兰县柯柯镇供销社主任王玉芳,原本独立经营一家养殖专业合作社,从事牛羊肉收购加工业务,2 年前在县社支持下发展为基层社,按照“基层社+合作社+村集体+农牧户”模式发展订单农业,并拓展了日用品销售、快递驿站等多元化服务,改变了柯柯镇基层社空白的局面,还每年给村集体分红 8 万多元,同时积极做慈善回馈社会,资助了 20 多个贫困学生。1985 年出生的浙江省湖州市吴兴区埭溪镇供销社主任崔丽娜,直播带货帮助辖区农户销售农产品,一个微信号、一个人、一部手机,没想到做出了大事业,目前已建成网络销售平台 3 个、线下实体店 10 家。她感慨道:这几年的发展最大的感悟是,缺资金、缺人才、缺政策不是基层社的标配,只要干好了,什么也不缺。

二、农业社会化服务是基层社服务农民生产最易于切入的领域

开展农业社会化服务是基层社重返为农服务赛道、密切联系农民的切入点和突破点。从问卷调查结果来看,超过 60% 的学员表示,与政府涉农部门、村集体、农民专业合作社等相比,基层社更适合开展农业社会化服务。湖北省黄石市大冶市金牛镇供销社主任程胜利说,以前金牛镇供销社主要靠房屋租金维持,虽然我们也渴望做一些为农服务的事情,但不知从何处入手。近年来开始做农业社会化服务,前期收益虽然有限,甚至还需靠房屋租金来补贴,但是农业社会化服务让我们重返为农服务赛道,不再走靠租房过日子的老路,当地政府、农民对我们的印象有了很大改观,认为我们完全具备有所为的能力。

基层社通过开展农业社会化服务可有效盘活农村资产,让闲置资源再“生金”。农机服务是一个重资产投资、操作人员技术要求高的领域,农机价格少则几万,多则几十万,对于经济实力普遍偏弱、技术人员不足的基层社来说,无钱、无人是制约农业社会化服务发展壮大的主要因素。33.33% 的学员认为购置农机资金不足是制约农业社会化服务发展壮大的主要因素,24.6% 的学员认为农机操作人员不足限制了农业社会化服务发展壮大。然而,办法总比困难多,各地基层社不畏困难、主动作为,将农村闲置农机、农机驾驶操作人员整合起来,突破发展瓶颈,实现了从 0 到 1 的蜕变。在 48 个开展农机作业服务的基层社中,自购农机约占基层社所需农机的 30%,有 70% 的农机通过整合农户和村集体闲置农机实现农村闲置资源再“生金”,其中调动个人闲置农机占基层社所需农机的 38.23%,调动村集体闲置农机占 30.85%。党和国家高度重视农村集体经济发展,将大量项目和资金向农村集体经济组织倾斜,以壮大农村集体经济,让农村有钱办事。一些农村集体经济组织紧抓机遇,利用项目资金购置了大量

农机。但受组织人员和农机手不足、开拓市场能力有限等多方面因素影响,农机闲置情况日益突出。基层社通过建立服务平台,将周边闲置农机调动起来,不仅提高了国家扶持资金使用效率,避免资源浪费,还促进了农村集体经济组织增收。重庆市铜梁区东城街道供销社主任胡畔说,开展农业社会化服务,单干不是一个好的选择,还是要借力发力。他们依托村集体和专业合作社闲置农机解决了无农机的的问题,同时和重庆三峡学院签订合作协议,为学生提供实习机会,从而有效解决了农机手不足的问题。

目前社会各界对供销社开展农业社会化服务能有效促进农民增收达成共识,但开展农业社会化服务能在多大程度上促进农民增收,学员根据自身具体实践情况做出了判断。其中,近8%的学员反映通过开展农业社会化服务,农户增收幅度能达到15%以上;65.08%的学员反映通过开展农业社会化服务,农户增收幅度在5%到15%之间。由此可见,开展农业社会化服务在一定程度上促进了农民增收,但受农业种植成本高、收益低等因素限制,并且66.67%的基层社服务的农户种植的是大田作物,按现有水平促农增收幅度达到5%到15%之间已实属不易。除此以外,26.19%的基层社在提供农业社会化服务时允许农户“赊账”,即在提供服务时暂时不收费,在农户将农产品销售后再支付相应服务费,这在很大程度上解决了农户资金短缺的问题。

基层社在开展丘陵地带农业社会化服务上大有可为。目前农业社会化服务主要针对平原地区大田作物,丘陵地区农业社会化服务开展难度较大,耕地起伏落差大(占样本总量的30.16%,下同)、土地细碎化(46.03%)、机械设备不适应地形(11.11%)是限制农业社会化服务发展壮大的主要因素。随着新一轮千亿斤粮食产能提升行动的实施,丘陵地带农业社会化服务的开展对于单产提升极为重要。重庆垫江县供销社主任高君说,农机跨区作业才能创造更多利润,但丘陵地区农机跨区作业不现实,并且服务成本和农机损耗率更高,这也是私人不愿意开展丘陵地带农业社会化服务的原因。供销社的宗旨是为农服务,别人不愿干或者干了不划算的事情更要迎头而上,这样才能体现供销社的价值。

三、对供销社开展农业社会化服务充满信心

全国总社争取到中央财政农业社会化服务试点工作专项资金极大鼓舞了基层社的热情。学员纷纷表示,基层

社的发展壮大离不开各级政府的帮助和支持,今年全国总社帮助系统争取到11亿元的中央财政专项资金,为基层社发展农业社会化服务注入了一针强心剂,吃下了一颗定心丸,极大鼓舞了做好农业社会化服务、打造好“供销样板”的热情。但是部分基层社主任也表示出一些顾虑。云南省红河州泸西县供销社主任唐平表示,顶层设计很好、补助资金充裕,但从省级到市级再到县级的政策层层递减,真正能下沉到基层一线的资源不多,多数基层社面临的仍是无资金、无政策、无支撑的局面,鼓励基层社依靠自身力量向上争取政策,却是难上加难。内蒙古自治区兴安盟扎赉特旗五家户供销社主任王春风也表示,五家户供销社依托农资销售不断延伸为农服务范围,目前已建立九大为农服务体系,但基本上都是依托自有资金在做,争取供销社系统的资金很少,希望全国总社资金能够真正地辐射到基层。

全国层面的教育培训能有效提升基层社干部职工的眼界和专业素养。学员普遍表示:全国总社组织的基层社主任培训班就像一场及时雨,不仅让大家及时了解了全国总社有关基层社建设和农业社会化服务的相关政策,还让全国各地基层社干部聚集在一起,相互交流、相互学习,解决了大家的焦虑。湖南省益阳市安化县仙溪新农供销社主任文爱国在学员群里发出求教信息,高温多雨导致他们的有机茶园杂草疯长,每天几十个工人人工除草依然无济于事,四川省自贡市沿滩区供销社主任罗忠、海南省临高县和舍供销社主任王友等纷纷出谋划策,从微耕机、除草地膜、生物除草剂等使用到具体的解决方法,为文爱国打开新的思路,解了燃眉之急。甘肃省定西市岷县梅川供销社主任张鹏云表示,2017年我们基层社遇到了发展瓶颈,不知何去何从,通过来总社供销集团参加了为期三天的培训让我打开了新的思路,回去之后就开始做农业社会化服务,创办了我们县供销社系统的第一家农民专业合作社,而且联合其他农民专业合作社去服务农户,从农资供应到种植技术指导、从病虫害防治到收购加工销售,基层社发展得越来越好,目前年销售农资约800万元、农产品约160万元。小荷才露尖尖角,基层社开展农业社会化服务的路还很长,在本期培训班上又增添了满满的正能量。正如天津宝坻区新安镇马厂庄供销社主任兼村支书王磊在小组发言中所说:农业靠天吃饭,投入大、回报期长、收益低,但作为新一代的供销人,我奋斗,我自豪。■

(作者单位:中华全国供销合作总社管理干部学院)

黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司

引资赋能 强建品牌

黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司作为服务农民生产生活的综合平台，高度重视品牌管理和培育工作，设有专职的品牌管理岗位，每年对“倍丰”品牌的成长与推广进行分析并形成报告，同时出台相应的品牌管理办法。近年来，倍丰集团联合研发的“倍丰长效缓释肥”荣获国家科技进步二等奖；“寒地水稻最佳养分管理技术”荣获黑龙江省长特别奖。

践行使命 服务“三农”

倍丰集团每年春季成立春耕工作推进专班，制订春耕工作实施方案，压紧压实各方责任，全力保障省内农资的采购、生产和储运工作，坚决完成春耕助农攻坚任务，拓展供货渠道，扩大省内供应。制定抢前抓早的进取型采购策略，积极稳妥组织货源，加大上游厂商、优质渠道采购力度，同时要求省内生产企业爱农公司、12家混配肥生产厂早备原料，加班加点扩大生产，充分释放“倍丰”自主产品产能，保障货源到位。狠抓货源调度，派出业务人员赴上游厂商，提前协调铁路、公路、港口运力，根据到货和运输执行情况，灵活调整发运方式，确保货源及时、精准调入。

倍丰集团以测土配方施肥技术为核心，在全省开展土样采集和检测工作，收集和整理黑龙江省的农业信息，初步建立龙江土壤数据档案，依托自身“完善的基础设施、领先的技术优势、完备的土壤数据、成熟的推广体系”，初步建立黑龙江省土壤养分分布档案，“倍丰”品牌引领全省农民科学化、标准化种植、测土配方施肥。

倍丰集团重视发挥科技和服务优势，积极推广“卖商品”向“卖服务”模式转变，参与农户“种、管、收、销”的全程服务，促进“农业三减”。组建起百余人的农化专家团队，并在全省建有7个测土实验室、17个土样处理站、15家混配肥服务站，通过“3R”技术，实现精准、平衡施肥，提升全省化肥有效利用率，实现年节省化肥投入30万吨，累计为全省农民节本增收70多亿元，“倍丰”品牌为农服务价值得以更大的发挥。

倍丰集团备春耕农资储备取得了较好成果，保证了省内农资供应数量充足、价格稳定，春耕生产不误农时。同时在团购惠农、配送到家、延时服务、科普支农、免费检测、参与放假等增值服务方面，为“倍丰”品牌赢得了广泛的赞誉。

完善产业链条 培育服务品牌

倍丰集团从完整产业链条角度，培育“倍丰”产品和服务品牌，打造以高品质、优服务为主基调的“倍丰”品牌核心价值。因此，品牌发展在企业战略引领下，不断更新品牌核心价值。

做好品牌打造工作必须拥有清晰的战略规划。在战略层面，倍丰集团聚焦服务“三农”主责主业，在省供销社总体战略指引下，精心制定了自身的“151”发展规划，目标就是要拓展服务领域，提高经营质量，提升品牌价值，推动由传统农资流通企业向现代农业综合服务商的转变。具体实施“151”发展规划，就是要围绕农业产业链条，联结农技服务、农资供应、农事服务、粮食经营、物流配送五大主营业务，形成资金流、信息流、物流有机联结的一个现代农业服务综合平台，切实将倍丰集团和“倍丰”品牌打造成为全省为农服务的主力军，为农经营服务体系的支撑力量。

做好品牌打造工作必须与产业发展方向融合。进入21世纪以来，中央连续发出20个一号文件高度关注“三农”工作，今年国家将“抓紧抓好粮食和重要农产品稳产保供”放在首位。国家实施粮食安全战略为农业生产和农资企业转型升级带来了全新机遇，尤其具备品牌和服务优势的龙头企业可以赢得更为广阔的舞台。国家农资、粮食产业政策导向，对倍丰集团实现高质量发展、“倍丰”品牌创造更大价值提供了机遇。“倍丰”作为省属社有龙头企业品牌，通过不断增强倍丰集团市场竞争能力、保供稳价能力、为农服务能力，将企业蓝图与行业蓝图、国家蓝图的高度融合，“倍丰”品牌就能够为促进农业农村现代化和乡村振兴做出更大的贡献。■



四川邦力达农资连锁有限公司

让“好产品 + 好服务”走到农户身边

邦力达农资连锁有限公司是四川省农业生产资料集团有限公司和四川省供销农资集团有限公司于2002年投资设立的全资子公司。主要经营化肥、种子、农药等农资产品，提供农业技术服务、农业机械服务等农业社会化服务。在各地设有分支机构，拥有分公司、子公司25家，终端直营店、加盟店5000多家，年销售化肥300余万吨。在成都、川北、攀西等地建有大型物流配送中心，自有仓储能力达100多万吨。构建了农化服务团队，拥有农技专家50余人、专业农化服务人员400余人，配备农化服务车200余台，为广大农户提供及时、便捷的专业农化服务。近年来，邦力达公司定位为主业支柱平台，打造成为集化肥生产、农资销售、农业综合服务于一体的大型现代农业综合服务企业。

夯实网络渠道，助力品牌建设

形成以邦力达公司为主干、分公司和子公司为根系、乡镇门店为末梢的网络体系，实现产业链向下游延伸，打通农资供应“最后一公里”。针对“小农业生产”市场，按照“工厂—邦力达—终端门店”的分级代理模式，持续推进终端网络建设，兼顾市场覆盖率、经济效益、社会公益和品牌影响力的平衡发展。针对适度规模的“集约化生产”的新兴农业经营主体，推进直销网络建设，按照“工厂—邦力达—种植大户”的模式，直面种植基地，突出服务的专业性和差异化，实现更高附加值的品牌效益。

邦力达系统建档网点及客户数量达1万余家，网点数量达5千余家。通过新网工程、两端两网、综改项目等

政策性项目建设，引导和推动终端网络全面升级，按照“统一标识、统一采购、统一配送、统一定价、统一标准”要求，创建以“渠道+服务”为核心标识的企业品牌，实现终端网点的一体化、品牌化，已建成6家为农服务中心，114家旗舰店（直营店）以统一的形象覆盖川渝80%以上的区域。



近年来，持续打造“邦力达”“沃尔丹”“宝莱”等自主品牌，积极推进建立规模适度的化肥生产基地，落实自主品牌战略，围绕创建、推广、孵化自主品牌，实现产品品牌与企业品牌的融合发展。

做优技术服务，树立口碑品牌

按照“供销引领、以社带村、标准生产、规模发展”的思路，依托健全的为农服务体系，创新综合服务方式，积极做优做强农技咨询及指导服务，努力成为服务三农的抓手。积极搭建技术服务平台，通过与农业科研院所、农业专业院校合作，组建农业技术专家服务团队，引进纷享销客信息化平台、搭建农技服务微信公众号等，并通过常态化技术服务培训的开展，进一步提升业务人员和农技服务人员知识化、专业化和科学化服务水平。

积极建立标准化技术服务中心，

围绕区域农业发展特色，建设标准化的农产品检测中心、土壤检测及配方中心、农技及农化服务中心、配肥中心和粮食烘干中心。购置了配肥机、粮食烘干机、无人喷雾机、旋耕机、拖拉机等，实现仓储物流配送及“半托管”菜单式服务模式。提供耕、种、防、收、烘、储、销全程农机服务，形成了“全流程、保姆式、模块化”的农化服务模式，结合直达式的农资销售、贴心化的金融支撑，做到了农业增产、农民增收、企业增效，业务范围已辐射到乐山、眉山、宜宾、成都、绵阳、南充等地。



努力提供具有邦力达特色的全套服务，针对各地种植的不同需求，提供全方位服务、差异化服务，通过完善产品序列，开展试验示范，推广技术服务等措施为种植户提供质优价廉、绿色环保、增值高效的全套解决方案，让农户真正享受到“好产品+好服务”带来的效果。

通过不断提升为农服务水平，促进了邦力达品牌的传播，在川渝等区域树立了良好品牌形象，赢得了社会各界的支持与信赖。邦力达将朝着“树立百年品牌，服务新时代三农”的目标前行，以健全的网络、专业的服务、可靠的产品质量成就企业的核心竞争力，为农业发展和乡村振兴谱写更美好的篇章。■

社区生鲜店,城市供销社服务下沉的着力点

◎ 沈鑫琪 林媛媛

社区生鲜店是满足社区居民对生鲜农产品便利化、新鲜化、多样化需求的新兴生鲜零售商业模式,也是城市供销社顺应消费升级新趋势,推动商业资源下沉社区,打造“百姓身边供销社”,联通农民“菜园子”和市民“菜篮子”,助力服务乡村振兴的着力点。湖北十堰市、荆门市供销社充分发挥系统组织和网络优势,积极打造家门口的便民生活服务圈,探索推进社区生鲜店连锁化发展,做法行之有效,可为城市供销社加快提高沟通城乡、服务“三农”的辐射带动能力提供经验借鉴。

一、基本情况

近年来,十堰市、荆门市供销社积极推动经营服务网点下沉,以联农带农、惠民利民为根本出发点布局建设连锁化社区生鲜店,着力提升城市供销社沟通城乡、服务“三农”的辐射带动能力。十堰市供销社依托十堰新合作超市有限公司新建、改造邻里生鲜店 80 余家;荆门市供销社积极承办市政府民生工程,依托所属东方百货和金城大厦集团在中心城区建成惠民农贸超市 44 家。如今邻里生鲜店和惠民农贸超市已成为带动农产品出村进城的重要渠道和市民购买生鲜的信赖首选。

二、主要做法

十堰市、荆门市供销社在实践中探索出了一套适合城市供销社服务下沉的有效做法,概括起来就是:产销帮扶联动、加工配送一体、惠民彰显担当、数字赋能提升、技能比学赶超,实现供销系统社区生鲜店的时代价值和高质量发展。

1. 产销帮扶联动。十堰市供销社邻里生鲜店采取基地直采模式强化与农民利益联结,畅通生鲜农产品上行渠道;通过销售推介“武当农夫”品牌农副产品,助推本地特色农业产业发展和农民增收。荆门市供销社惠民农贸超市密切与农民专业合作社、农产品生产基地和农业大户合

作,定点采购生鲜农产品直送超市“基地专区”,超市内设置了“荆品名门专区”和“消费帮扶专区”,专供本地“土特产”销售,帮助解决农产品滞销难题。

2. 加工配送一体。十堰市供销社邻里生鲜店货源,由十堰新合作供销云仓集中采购、统一检测、分拣、包装、配送,其中精品包装果蔬、净菜、调味肉类、豆制品和面点等初加工和深加工产品由中央厨房集中供应。荆门市供销社惠民农贸超市生鲜农产品由配送中心集采集配、分级计量、包装贴标,其中熟食、面点由若干门店集中加工,配送中心同步检测把关农残情况,并将检测结果与门店共享。

3. 惠民彰显担当。荆门市供销社惠民农贸超市积极探索供销服务新模式,以保障生鲜份额、保障全品项经营、保障全天候供应、保障食品安全的“四重保障”满足民生需求;坚持不卖隔夜菜,采取定时打折、爱心赠送等方式做到生鲜日清,确保优品鲜品;每天特供几款蔬菜类民生单品,以低于市场价 10% 以上的惠民价格销售。疫情期间,十堰市、荆门市供销社把“保供应、保稳定、保民生”作为首要任务,直采农户滞销农产品在超市销售,为管控区居民打包配送民生蔬菜和生活物资,惠民农贸超市全部被市政府纳入保供企业名单,为抗疫保供贡献了供销力量。

4. 数字赋能升级。十堰市供销社邻里生鲜店通过“新合作商城”小程序开展社区团购、直播带货,通过线上下单、线下自提或第三方配送方式扩大农产品销售。荆门市供销社积极推进惠民农贸超市智慧化建设,启动刷脸支付智慧收银系统,建设“东方溯”农产品溯源系统,为消费者提供农产品全流程质量安全追溯查询服务;利用云技术和会员大数据对顾客进行消费行为分析,用数字化赋能“生产、加工、仓储、物流配送”环节,促进商品在供应链端的高效流通。

5. 技能比学赶超。荆门市供销社大力支持所属东方百货举办员工技能比武,通过展示交流锻炼员工专业技能硬功,全面提升服务品质。技能比武与惠民农贸超市岗位职能紧密结合,围绕鲜肉分割、熟食加工等以生鲜为核心的

八大项技能开展切磋,要求相关岗位的员工必须参加,对优胜者给予物质奖励(电饭煲等)和精神奖励(荣誉证书、公众号宣传等),以此激发和调动员工比学赶超的积极性。

三、经验启示

1. 发展社区生鲜店是城市供销社服务乡村振兴,推动农民“菜园子”直通市民“菜篮子”的有效手段。服务“三农”助力全面推进乡村振兴是供销社的职责使命,城市供销社要立足贴近销端的区位优势,依托网点渠道资源推动农产品产地和销地间建立长期稳定的合作关系,帮助农产品打开销路,带动农民持续稳定增收和乡村特色产业快速发展。从十堰市、荆门市供销社情况看,依托社区生鲜店这个桥梁纽带,向上对接农民专业合作社、生产基地和脱贫农户,向下服务于社区居民餐桌食材需求,将农民“菜园子”最新鲜的农产品直接送达市民的“菜篮子”,大幅缩短了农产品流通链条,带动农产品顺畅销售;同时,加大“土特产”品牌打造和精深加工力度,提高本地特色农产品附加值,在店内设置专区销售,让农民享受更多生产、加工、流通、销售全产业链增值收益,帮助农民把“钱袋子”鼓了起来。

2. 新时代重新擦亮城市供销社金字招牌,坚持惠民利民是根本。面对城市商业主体日趋多元、同业竞争愈发激烈的局面,城市供销社能不能找准定位、突出重围,直接关系到其生死存亡。十堰市、荆门市供销社以保障民生需求为根本,通过严格生鲜日清、推出特价活动、提供追溯查询、供应即食净菜等举措,切实让社区居民买得放心、买得实惠、买得便利。疫情特殊时期,积极承担民生物资保供任务,坚持不关店、不涨价,既获得了政府认可,又赢得了百姓口碑。现在社区生鲜店客流量较疫情前明显增长,荆门金城集团的单位食堂配送业务也实现从“到处拉客户”到“客户主动找上门”的突破。这说明在市场经济下,城市供销社仍然大有可为,不仅要搞活经营机制,提高市场适应性,更要突出惠民利民导向,兼顾公益性,站在服务重要民生物资保供稳价的战略高度推进发展,这是城市供销社与其他流通组织的重要区别,也是城市供销社存在的价值体现。

3. 推动社区生鲜店获得差异化竞争优势,关键在于顺应新零售趋势、整合优化供应链。生鲜具有刚需、高频消费特点,是线下门店的引流商品,但其标准化程度低、易损耗易变质、利润率不高始终是行业发展的痛点问题。加之生鲜电商等新零售业态的兴起,消费者对生鲜品质、丰富

度、便捷性等提出更高要求,社区生鲜店面临不小的生存压力。十堰市、荆门市供销社实践经验证明:一方面,利用连锁门店规模优势,通过对接生产基地、自建中央厨房打造生鲜供应链体系,统一采购、统一加工包装、统一配送,全链条推进生鲜标准化,可以从源头保证产品品质,减少流通损耗,提高生鲜附加值;另一方面,多渠道整合粮油、干调、休闲食品、日用品等供应商资源,推进全品类营销服务,以数字化赋能供应链各环节,提升经营管理效率,能有效缓解生鲜利润低和同质化竞争问题,赢得区域竞争优势,特别是通过全国供销合作社日用品采购平台开展全国联采,议价能力大幅提升,商品采购价格下降20%左右,成本优势凸显。

四、进一步完善社区生鲜店服务的几点建议

城市供销社如何顺应新时代新要求,发挥区位优势和资源优势加快推进改革发展,在助力全面推进乡村振兴和服务扩大内需方面发挥积极作用,亟需破题。湖北十堰市、荆门市供销社的实践经验提供了一条新思路:推动网点下沉、服务下沉,打造百姓家门口的社区生鲜连锁店,既能保障市民“菜篮子”,又能守护农民“钱袋子”,助农惠民效果明显。

为推动社区生鲜店高质量发展,建议城市供销社做好以下几方面工作:

1. 推动城市供销社经营网点下沉社区。抓住全面推进城市一刻钟便民生活圈建设的契机,积极争取支持,建设百姓家门口的社区生鲜店,叠加代扣代缴、代收代发等便民服务,塑造惠民利民的供销社品牌形象。

2. 利用系统组织优势和规模优势构建去中间化的供应链体系。积极推进“社区生鲜店+基层供销社+农民专业合作社+基地+农户”合作模式,密切与农民利益联结,生鲜品类通过基地直采、中央厨房集中加工提升标准化水平,非生鲜品类发挥系统日用品采购平台作用开展全国联采,降低采购成本,提高社区生鲜店核心竞争力。

3. 实现线上线下双向引流、一体发展。加强数字化应用,推动订货、仓储、分拣、配送等环节智能化管理,发展社区团购、直播带货等新零售模式,搭建全渠道营销体系,提供到家、到店便捷服务,增强社区生鲜店可持续运营能力。■

(作者单位:中华全国供销合作总社管理干部学院)

探索优质稻米全产业链风险管理

太平洋安信农业保险股份有限公司

党的二十大提出“扎实推进共同富裕”“全面推进乡村振兴”要求，锚定建设农业强国目标，向一、二、三产业融合发展要效益，强龙头、补链条、兴业态、树品牌，推动乡村产业全链条升级。从2016年起，中央一号文已连续七年提及收入保险，未来“收入保险”成为我国农业保险的重要险种，为农业产业链发展提供全面风险保障。上海市乡村振兴“十四五”发展规划明确要“推进优质粮食工程建设”，提出到2025年上市销售的地产稻米品牌化比例达到50%的目标。

自2021年以来，太平洋安信农业保险股份有限公司为加强优粮“产收储加销”全产业链风险管理，集聚各方资源，试点探索“穗优行动”——优质稻米收入保险，以助推农业高质量发展、全力探索乡村振兴“产业兴旺”的保险解决方案。截至2022年底，该试点项目覆盖上海市9个涉农区及光明集团农场，共服务粮农661户、粮企21家，合作省市农科院2家，合作银行4家。共承保优质水稻21.55万亩，稻米6.78万吨，风险保障5.15亿元。



一、优质稻米收入保险的试点背景

根据国家乡村振兴“十四五”规划，从2021年到2025年，上海市启动实施农业生产“三品一标”（品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产）提升行动，更高层次、更深领域推进农业绿色发展。为实现这个目标，改变农业粗放的发展方式、解决农产品供给尚不完全适应消费升级需求的痛点，需要加大投入，提高农业供给的适应性，提升农业质量效益和竞争力。随着农业转型升级加快推进，市场呼唤品质更优的农产品供给，更好满足消费者需求。同时可以借助供应链管理、

标准化认证、交易金融以及品牌建设等一系列延伸价值，重塑用户心中的农产品信用标准。

二、优质稻米收入保险的主要内容

（一）保障稻米产业优质优价

优质稻米收入保险对标的在种子、农技、仓储、品牌、销售等环节提出了统一要求。其中，种子约定使用南粳46、南粳9108、沪软1212、松香粳1018、银香38等5个全国鉴评金奖品种，农业技术上要求种植绿肥、耕翻晒垡，施用有机肥、绿色农药，遵循上海市《优质稻绿色栽培技术规程》；仓储环节统一指定专仓储存、专人收粮，粮食进出严格台账管理；品牌上由政府、粮企、保险公司商定统一区域品牌，委托第三方对稻米品质进行检测监控；市场销售上约定农户按照订单稻谷单价统一销售给粮企，由粮企加工成品牌大米出售。



（二）强化“耕种管收”过程管理

保险公司请农科院、农技中心专家培训、指导农户生产；帮助参保农户提高农资议价能力，降低农资采购成本。另外，还约定了耕作过程中的奖惩措施，例如遥感测产、耕地地力大数据监测等手段发现投保农户绿肥种植、翻耕晒垡、施肥用药不达标，将作退保处理。

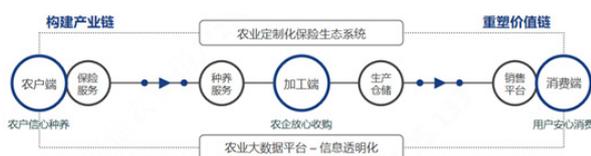
（三）形成以保险为媒介的多方联动

上海优质稻米收入保险在试点过程中，注重强化粮企、农户、保险公司、银行等各利益相关方的联结机制，发挥收入保险与水稻种植保险的协同效应，织密粮农增产增收的安全网。粮企与农户签订订单协议，约定收获后农户按粮企计划日期收割稻谷，并运输至指定仓库，根据检测合格后结算谷价。通过“政银担保”形式，

将参保农户作为重点服务对象，提高授信额度，解决自缴保费压力，满足产加销产业链多环节融资需求。

(四) 建立分层结算的利益共享机制

保险公司理赔时，为充分保障农户利益，对因遭受自然灾害导致品质不达标而粮企拒收的，按稻谷约定金额赔偿。对于品质达标的稻谷，采用“三次结算”的方式分配各方利益，确保农户受益随着稻米销售价格上升同步增加的良性机制。



三、优质稻米收入保险实施中的创新举措

(一) 科技赋能，建成全产业链风险管理平台

1. 搭建优种管理平台。该平台利用“神农口袋”“神农天眼”等采集工具，结合GIS服务，实现优质稻生产过程的关键数据采集，实现了线上预投保功能，从而将保单和投保主体与投保地块绑定关联，方便安全监管。对绿肥长势进行遥感监测，保障优质稻绿色生产。

2. 构建优收监控平台。该平台建设结合技术手段和线下管理手段使得优收流程监管得以落地。线下管理专注在收割阶段，确保收割的经营主体、地块、农机等信息的准确。

3. 建设穗优ERP、电商平台。该综合管理平台功能涵盖收储加工、质押监管、全域多端销售、物流配送、订单管理、财务管理等，并实现全过程数据可追溯，为穗优项目保驾护航。

(二) 模式创新

以市场化收入保险为牵引，优化稻谷产销制度设计，强化粮企与农户利益联结机制，落实“推进优质粮食工程建设”，为农业上下游产业链提供信息化对接和服务，形成优质稻米“产购储加销”的生态闭环。

1. 收入保险模式迭代创新。传统收入保险保产量及价格两个变量，侧重对农户的事后补偿。本项目创新保障方式，注重事前事中管控。一是保障主体创新，一张保单，两家被保险人主体；二是资金结算创新，粮

企对优质稻谷按订单收购，采用“三次结算”分配各方利益，实现增收增效；三是从保产量、保价格延伸到保品质、保订单，对全产业链进行保障。

2. 综合金融服务优粮产业创新。以收入保险为基础辅助优质稻米质押监管，增强信用，解决“贷款难、贷款贵”问题，有效支持优粮产业。

3. 全产业链风险管理创新。一是优选种源打下风险防范基础。种子由区种子公司统一供种，农户自备种子生产不列入保险范围；二是科技赋能风险防范手段，本项目所有种植、销售流程均实现平台管理，数据有迹可循，防范道德风险；三是专业团队形成风险防范能力，保险公司外聘上海市农科院及其他第三方社会化服务资源，形成项目智囊团队，公司内部成立项目小组专家团队共同做好承保理赔、销售赋能等系列服务工作。

4. 保障农民增收方式创新。由于优质稻种植户销售能力有限，部分优质稻卖不上高价，因此严重打击种植积极性。通过优质稻米收入保险规模化营销，有效提高优质稻米的价格。

5. 保障绿色低碳机制创新。为夯实“藏粮于地、藏粮于技”的物质基础，保护耕地这一重要的生产资料，优质稻米收入保险引导种植农户按照绿色生产要求种植优质水稻，严格管控种植过程，推行农药化肥“双减”、绿肥深翻、深耕晒垡等措施，助力长三角生态绿色一体化发展示范区高质量发展。



优质稻米全产业链风险管理的试点，旨在强化质量兴农、绿色兴农、品牌强农，保障种植农户收入。太平洋安信农业保险股份有限公司将继续进行探索，重点围绕“风险保障、融资增信、利益联结、数字赋能”优化项目方案，提升农田亩均经济效益，推动上海市地产稻米品牌化建设，助力乡村振兴。■

盒马奥莱转型硬折扣店启示录

◎ 顾国建

2023年6月28日，盒马奥莱在上海开设了第26号店。这家在浦东新区新开的门店为硬折扣店，标志着盒马奥莱折扣店进入了全新的硬折扣发展阶段。

盒马奥莱第26号店是盒马学习欧洲的Aldi、Lidl的模式开设的第一家样板店，应该说呈现出许多亮点。

亮点之一：陈列方式的改变。该店的果蔬商品陈列方式发生根本性的改变，即从过去的筐箱平铺堆放，向三级阶梯形陈列发展。首先，这种新的陈列方式从视觉效果上按照黄金分割线为中线，上中下配置主打、主推及关联性商品，背后的逻辑是通过商品陈列反映出商品组合与价格带设计的营销思想。其次，向空间要陈列面积、向整仓板陈列要效率。三级阶梯货架除了可以向上增加空间陈列面积之外，还可设计成类似笼车型（可装载运输）整仓板货架，从而降低商品陈列补货作业时间和劳动强度。再次，盒马奥莱学Aldi、Lidl新店型的第二个样板店可能会出现果蔬货架、冷藏冷冻直立和卧式柜的店铺全陈列道具的可移动整仓板整柜陈列方式，从而根本改变零售店铺从后台的加工运输配送和卖场的运作模式。就此曾当面提问盒马创始人CEO侯毅：为什么要做如此大的研发投入和改变呢？侯毅答道：欧洲的Aldi、Lidl等折扣店的人效是盒马奥莱的3倍，其中的主要原因是商品配送方式、陈列补货方式的工业化。看来，对标学习国际先进的折扣店运作模式，盒马奥莱是花了大量的投资并下决心要做大的、改变的。**亮点之二：商品标识大模块化的通透性。**大模块化的通透性是指品类位置指示牌和电子价格标签的大型化，以增加顾客对商品品类和价格识别的通透性。商品指示牌和电子价格标签的大型化是需要增加卖场基本设施投入的，但盒马奥莱考虑到的是折扣店的顾客以中老年人居多，视力的弱化是伴随着老年化而来的，必须站在顾客的立场上来解决卖场内顾客与商品直接指向性对接的

问题。需要理解的是商品标识的大模块化乃提高顾客卖场购物体验的首要内容，这对提高和加快商品的成交率价值颇大。这一问题在商超企业中存在着普遍的忽略性，盒马奥莱的这种用户思维值得大家去借鉴。**亮点之三：冻品和标品销售占比提升。**盒马奥莱第26号店与前25家店不同的最大之处是冻品和标品的品类占比（约60%左右）和销售占比（约40%左右）大幅度提升。这种提升是出于企业战略性的设计：一是奥莱折扣店盈利模式的强化，盒马奥莱店的3大指标是日销售平均15万元、毛利率平均15%、费用率平均10%，毛利率15%实现的方式是冻品标品毛利率20%、生鲜品毛利率9%-10%，这就意味着冻品和标品品类和销售占比越高盈利性就越强。二是折扣店商业模式核心的要点是以自有品牌商品为主，而冻品与标品是最适宜开发自有品牌的品类。盒马奥莱的自有品牌定价原则是同品类大品牌的5折，这种定价的杀伤性已经开始显露。三是在盒马目前主推的三大业态中只有奥莱折扣店可以下沉到三、四、五级底层市场，下层到乡镇市场，也就是说奥莱店业态是盒马未来要走向全国市场特别是下层市场的主力业态。既然是全国性、全层级市场的零售业态，在商品的统一性上更要加强标准化的全域的适配性，冻品和标品是最具有全域市场的适配性特点的品类。盒马奥莱第26号店的冻品和标品的销售占比与品类占比还存在着一定的落差，但随着店铺数量的增加和采购规模的扩大以及成本的降低，品类比和销售比一定会达到一个合理的平衡点。**亮点之四：宝鲜鱼新品（活鱼现杀后经工业化加工，比活杀鱼更安全、口感更鲜味）的推出是盒马奥莱力求改变中国人在活鲜上传统的消费习惯所表现出来的勇气。**与沃尔玛不同的是，国际零售巨头在卖场中公示了不卖活鱼虾的理由，而盒马奥莱则是用宝鲜鱼新品来替代活鲜鱼，从中表现出更积极地改变

活鲜品流通难点和痛点的勇气，精神可嘉。**亮点之五：城市中心商圈的占位会加速对传统商超业态的市场替代。**26号店选址占位在上海内环线之内的城市中心成熟商圈内，这种选址占位对传统商超业态具有很强的市场竞争性替代。奥莱生鲜品类价格要比竞争店低10%左右，对周边的生鲜超市、菜场和生鲜小店影响非常大，了解下来这些店的生意起码出现30%以上的销售跌幅。这说明真正高质价比的零售业态具有很大的市场空间性和替代性。**亮点之六：盒马奥莱品牌快消品跨区域串货策略有助于打破重点大客户制度，建立新的快消品流通秩序与规则。**在26号盒马奥莱店里看到许多品牌型快消品的定价只有这些品牌市场定价的7-8折，这种定价对品牌快消品市场定价体系造成了极大冲击。这种冲击是对还是错？本人将支持和促进这种冲击在全国市场上的规模扩大化，力求改变这种由大品牌商（厂商和代理商）主导控制商超企业流通终端的不合理的、弱化流通企业能力的交易制度。为什么呢？一是重点大客户制度早期由品牌商设计，其合同条款要点是供价、合同返利、海报品收费、新品收费等，零售商合同承诺铺货规模、时间、陈列位、及时付款、不退货等。品牌商的商业目标非常明确，要求快消品销售主渠道商超企业大规模迅速铺货，占领货架，提高商品的市场露出率和份额，排斥竞争对手。对零售商而言是一大“惊喜”，一些商超连锁企业家曾透露过这种制度远比开店卖货赚取进销差价容易得多，只要把店开出来，货架自然会有人来出大钱买。二是重点大客户制度所造成的流通危害是将商超企业送入了依靠“通道费”的“舒适区”，零售商自废了自主经营的武功，丧失了现代流通企业主导带动上游产业（工业和农业）发展的流通地位。主要表现在：依靠通道收费为盈利模式的零售企业呈现出大而不强的格局，很难实现规模有效突破；这种制度容易造成零售业行业性腐败；中国零售业主力业态和主流企业为什么进行变革如此之难，其中一个主要的问题是在于从利益机制上形成了对重点大客户收费制度的依赖，要走出通道收费这个舒适区、走向有未来的自主经营谈何容易。盒马侯毅说过，盒马在两年内销售规模要成为中国零售业排行第一。也许这有可能，因为盒马大

多数的竞争对手还在舒适区中滞留。重点大客户制度由品牌商设计，而零售商成了最大的受害者，因为许多品牌商已经不把商超渠道作为唯一的主渠道依赖了，而零售商对其的依赖已经难以割舍。四是与品牌商的重点大客户制度并行的还有一个针对社会商户的批发商代理销售体系，两者之间的市场价格差在15%-30%之间（这个价格差也是许多商超企业的加盟店从总部进货量很低的重要原因），这个价格差成为盒马（不依赖通道收费）企业一个巨大的利益空间。盒马奥莱通过在中国几大中心地区的批发市场设立采购点，进行大规模的跨区域串货采购跨区域销售（以品牌商区域市场统一价格的7-9折价格销售），这对打破品牌商区域价格垄断、重塑中国快消品市场流通秩序意义重大，因为健康的市场经济从市场分工和利益机制上一定是流通先导，价格均衡，零供双赢。

对盒马奥莱折扣店有几点建议：第一，盒马奥莱必须加速建成适合于折扣店的供应链体系。减少对总部一盘货多业态共用的依赖，一盘货用不同的加价率服务于多业态会造成消费者购物满意度的伤害。第二，盒马奥莱还是要坚定信心在市中心商圈内展店。其中考量是，奥莱店与鲜生店和X会员店是不同的业态、不同的商品结构、不同的顾客群和不同的销售方式（线上与线下），要早日学会在同一市场做各自细分市场的本领，早日与传统的或现代的竞争对手过招，学会在各种市场条件下竞争发展的本领。第三，全渠道销售是个大趋势。奥莱店的顾客以中老年为主，以线下到店顾客为主，但一定要从速发展线上下单到店提货和到家的业务。另外，发展线上销售对门店库存管理和商品有效期管理不可或缺。四是奥莱追求顾客高频次到店购物，作为中小型折扣店而不是会员店，因此大包装商品不适宜在奥莱店销售（如24瓶大包装矿泉水老年顾客是搬不动的）。五是在冷柜和常温陈列货架可移动整仓板整柜配送陈列的方式实施之前，奥莱门店的后仓还需要保有一定面积，这样有利于大仓来货的准确性、整托板供货的可行性、标品移库设置的准确性，以及生鲜品高频次补货的存货可存放于冷柜，并为线上业务拓展留有面积空间。■

（作者系上海商学院教授）

坚持传承老字号 打造行业新格局

上海南北货食品行业协会成立于1988年，其前身为上海供销合作社系统食品杂货行业协会，系全市南北货食品行业企业自发组成的社会团体。现有生产经营各类南北货土特产食品的会员单位120家，覆盖全市各商业中心和区域商圈，经营门类众多，包括干货干菜、食用菌、腌腊糟醉、海味水产、调味调料、炒货蜜饯、休闲食品、糕点、糖烟酒等15大类1000多个品种。协会的核心企业为上海邵万生商贸有限公司领衔的16家知名企业，协会内拥有商业部授予“中华老字号”称号的企业14家，是本市拥有较多“中华老字号”会员的行业协会之一。协会始终遵循“服务市场、发展产业、代表行业”的宗旨，全方位、多层次地开展信息交流，大力宣传品牌，致力于推广行业企业的调整改革举措，尤其为行业老字号品牌的传承发展发挥了应有的作用。



加强企业间的经验共享，努力提升行业整体经营能级

协会通过会员大会、理事会会议和会长会议等，围绕行业各类课题，搭建主题明确、结合企业实际、为会员企业间相互学习交流和共享平台，受到会员企业的欢迎。

作为行业头部企业的上海邵万生商贸有限公司是行业老字号传承和品牌创新的领路人和先行者，在完善产业链、拓展经营渠道、延伸品牌价值和深掘老字号文化内涵做了大量的工作。协会通过在各种场合中重点分享邵万生经验，成为行业学习的标杆。老字号品牌泰康食品公司，在秉承经典的同时紧贴时尚，为加大“泰康”和“真老大房”两大品牌建设力度，不断在产品创新和渠道拓展上下功夫，取得良好业绩。协会在行业平台反复宣传推介，促进了“泰康”品牌在行业内外的联动和传播。上海闽龙实业有限公司是全国扶贫的先进单位，作为行业内扶贫工程的旗帜，闽龙公司十年援疆用热血浇灌祖国边疆大地的艰苦创业，以造福少数民族的善举响应国家扶贫策略，受到了中央和地方政府褒奖。协会适时组织了会员单位前往参

观学习，学习闽龙公司勇于艰苦创业，发扬工匠精神，推动精准扶贫，为推进各自企业不断发展提供新的思路。至多食品销售公司是业内休闲食品连锁企业的领军者，坚持十年探索深挖连锁经营内涵，适时建立起大数据管理平台，使连锁经营的产销结合，进入现代化经营的快车道，实现了传统经营的一大突破。至多模式通过协会平台的媒介以及业内企业的试用，已经成为行业经营的闪光点，得到行业企业的广泛认同。通过行业内的交流、学习取得良好



效果，好的经验共享例子比比皆是：全国土特产公司的“小酱菜做出大生意”，三阳食品公司的“宁式糕点、金华火腿经久不衰之秘

诀”，立丰食品公司“从牛肉干大王到肉制品大王”，环球超市公司、老同盛公司的老字号再塑造等等诸多经验，对全行业的平稳发展起到催化作用。

注重行业内外互联互通，促进会员企业共建共创、合作共赢

协会作为行业的引领者，也是企业与市场紧密联系的媒介。协会利用平台优势，内联外合，组团出访为会员企业开拓眼界、转变思路，提质升能创造条件。

协会组团参与“2014年中国乐陵红枣产业博览会”，在增进沪鲁两地产销合作的同时，加快红枣产业新模式、新业态的转变，为行业企业在新市场形态形势下的产业布局指明了方向；协会组团考察安徽六安农产品基地，通过对安徽山里仁食品公司产销一体化经营考察和学习，转变对落后地区农副产品产业链的认知，为行业企业与优质农产品发源地对接合作创造条件；协会组织发起学习考察闽龙公司浦东产业园区，在全行业老字号品牌企业中推出新春扶贫大礼包的推介活动，邵万生、三阳、泰康、真老大房、全国土特产和鑫海等企业积极响应，大力宣传，为春节市场的消费扶贫增彩添色，取得良好的社会效果；受石家

庄乡村振兴局和石家庄商会邀请，带领下邵万生、三阳、供销经营公司、立丰、全国土特产公司、至多食品公司、义林食品公司等协



会骨干企业，实地参观考察石家庄市行唐县、栾城区、新乐市等地的特色农产品园区，听取冰心红薯、富硒紫麦、西甜瓜、高油酸花生等优质农产品的介绍，初步达成4项合作意向，为沪冀合作特色农产品进入大上海拓宽了渠道，也为新一轮农产品订单采购做出了尝试。

服务社会，满足消费，提升行业的凝聚力和美誉度

协会作为群众性自治组织，其宗旨就是代表行业服务社会，满足消费。协会充分发挥自身优势，有所作为，受到社会关注。

协会多次参加市区大型消费者维权和质量咨询活动，为做好质量咨询，协会指派专人组织商品实样标示对不同产地、质量同类商品与质差、伪劣产品做出明确的对照展示，对消费者的疑问耐心答复，通过努力使南北货商品鉴别咨询成为每年质量月活动的热门题材，受到消费者欢迎；新冠疫情封控期间造成市民生活必需品的严重缺失，协会第一时间做出反应，发动行业企业积极行动，立丰食品公司参与社区保障销售肉类食品达113.92万袋、至多集团深入社区销售各类食品4074万元、邵万生和三阳食品公司成立保供突击队为周边社区紧急销售自有品牌产品近1000万元、全国土特产公司电商平台及时对接社区保障配送食品3000多万元、闽龙公司积极为战斗第一线的医务教育战线志愿者无偿捐送各类生活资源并提供了35000份生活礼包。抗疫保障作为服务社会、满足消费的新模式新形态提升了行业的凝聚力和美誉度。

服务企业，为企业经营出谋划策，为行业可持续发展保驾护航

为提升会员企业的经营能量，协会积极响应市商联会组织的“上海礼物及优选经营店”评选活动，结合自身的优势，发动行业所属企业踊跃参评，用实力来争取老字号品牌产品的切入点。邵万生、三阳、泰康、立丰、鑫利汇丽、全国土特产等6家会员企业36种商品入选“上海礼物”，泰康公司泰康食品分公司、邵万生公司南京东路店、立丰食

品南京西路店3家会员企业门店入选“优选经营店”，成为协会品牌企业高质量发展一次大检阅，提升了全行业的影响力。

每年12月举办具有行业特色的糟醉食品节已持续10年，这是协会携手邵万生公司和一只鼎公司两大品牌企业的强强合作，为糟醉食品高质量发展度身打造的一张名片，在协会和两大经销商的共同努力之下，以节促销、以节聚商、以节养市，聚集同业同行，探索糟醉食品的发展之途，推进糟醉食品的升级换代，使糟醉食品的质量、口味、包装不断得到创新与发展。糟醉食品从过去的地方口味小宗商品，发展成为口味独特、消费欢迎、市场不断扩展的大众特色食品。协会将继续谋划和组织好糟醉食品节，为上海制造、上海购物、上海口味做出应有的贡献。

配合政府规范市场是协会的职责。协会为确保平安守护一方做出了应有努力：为闽龙实业公司免洗红枣开袋即食标签和产品标准，致函市食药监局，提出对投诉事件的行业解释和相关依据，使问题得到了合理解决；协会代表行业参加市食品药品监督管理局听证会复议吊瓜子的食药性能，对吊瓜子作为炒货市场的热销产品做出正面解答，与会专家一起对吊瓜子形成权威性定论，使职业打假者无机可乘，平息了市场争议；当会员企业在电商平台上销售竹荪，被恶意打假要求巨额索赔时，协会代表企业据理力争，用书面向有关部门提出行业意见，直至向最高法院致函，为维护企业权益规范市场秩序做出努力，获得良好效果。

做好每月的销售统计并及时反馈企业是协会多年来的常规工作。在协会的坚持和企业的支持下，已经成为经营者预判市场的有效工具，为企业的经营决策提供有益参考；协会运作微信公众号是协会打造信息快车道的有效手段，运作以来，积极编辑推送协会会议纪要、企业动态等信息，使行业内先进的发展理念、先进经验、销售策略得到快速传播，为行业内的互联互通学习、借鉴做出了应有的贡献。

从民以食为天到食不厌精，对食品行业和食品经营者提出了更高的要求 and 承担更艰巨的责任，老字号传承、品牌产品的创新发展就是时代赋予的任务。南北货食品行业作为流通领域的主力军、突击队，将不忘初心，坚持奉献，用行业的力量助推企业的稳步发展，为习近平主席倡导的产品卓越，品牌卓著，创新领先，治理现代的世界一流企业目标而奋斗。■

上海市金山区供销合作社

扎根“三农”沃土 助力高质量发展“加速跑”

作为上海市供销合作总社系统3家综合改革试点单位之一的金山区供销合作社，坚持以为农服务为载体、以资产经营为平台、以招商引资为抓手，扎根“三农”沃土，全面推进综合改革工作，助力高质量发展“加速跑”。



砥砺前行 在创新转型中崛起

金山区供销合作社成立于1951年，其前身是金山县合作总社。1952年10月改为金山县合作联合社，并先后成立朱泾、张堰、吕巷、张泾、泖港地区供销合作社。1954年11月改称金山县供销合作社。1958年4月，金山县供销社并入金山县商业局，仅对外挂牌。1962年1月，与金山县商业局分开，复建金山县供销社。1969年9月，金山县供销社并入金山县商业局。1978年9月起，重建金山县供销合作社。

20世纪70年代末，在深化改革开放大潮中，金山供销合作事业得到进一步发展。为活跃城乡市场，每年定期举办城乡物资交流会。随着购销业务的发展，经营网点由少到多，商业设施逐年改善并初具规模。90年代初期，商业设施建设迅猛发展，金山县供销合作社新建的金山商厦成为当地商圈的形象标志和窗口，呈现本地区的经济繁荣。90年代后期，随着经济体制改革逐步深化，农村市场全面放开，金山供销合作社一度出现了严重的不适应，摊子大、人员多、观念陈旧、体制僵化等制约着发展。严峻的现实促使金山供销合作社痛下决心，寻求出路，探索改革。1999年起，金山供销合作社先后将11家老企业改制为有限责任公司，走出“社企分开”的重要一步；又将各企业所属门店分类改制成以自然人出资为主的各类经营小实体，以达到“放小搞活”的改革目标。通过改制，放掉经营门店375

个，分流安置2000余人。在推进“经营门店实体化”的过程中，不失时机地实施“对内放小，对外联大”的策略，借助区域内外大企业的实力优势，采取参股、联营等多种形式，组建起一批含有多种经济成分的新型企业，涉及医药、烟草、农资、煤炭、农产品等行业。正是这次在体制和机制上脱胎换骨的变革，才使金山供销合作社真正实现了合作制，走向了市场化。

进入新世纪以来，金山供销社迎来了发展的春天，以打造现代化供销合作社为全新目标，坚持以创新促转型、以转型促发展。在为农服务产业上，全面推进“新网工程”实施计划；在资产经营上，加快了由商品经营向资产经营转型发展。发展活力、经济实力、服务能力明显增强。2012年4月，根据金山区委、区政府对金山供销社与金山粮油公司做出了“两块牌子、一套班子”的重大决策，这标志着金山供销合作社正进入一个全新的、稳健的发展阶段。

融合发展 构建多元新格局

在新的发展时期，金山供销合作社始终不忘服务“三农”的主责主业，坚持融合发展的工作特色，“四项改造”“新网工程”等重大改革举措、购销企业与上海良友（集团）的产权合作为发展增添了活力和动能；农资、日用品、农副产品等购销服务体系逐步健全，重放异彩；领办农民专业合作社及农产品生产示范基地成方连片，规范发展；农超对接、电子商务等新兴业态落地生根，顺势推进；粮库建设步伐不断加快，区域粮食储备规模不断扩大。

2014年7月，金山区供销合作社被列入上海市供销合作社系统综合改革三家试点单位之一，积极探索具有金山特色的融合发展模式。2018年3月，区政府出台《上海市金山区供销合作社综合改革试点方案》，确立33项重点工作和行动计划，构建了综合改革政策体系。通过坚定不移地深化改革，努力“改造自我，服务农民”，实现管理体制和经营机制的创新发展。“全国供销系统基层社标杆社”“全国供销合作社系统百强县级社”“全国供销合作社系统先进集体”“商务部万村千乡市场工程优秀试点企业”等荣誉

见证了金山区供销合作社走过的坚实步伐。

根据自身功能定位及主业发展方向，金山区供销合作社构筑起转型发展的“6大板块”：以农业生产资料供应、农副产品销售、食品加工型企业为主体的农业食品板块；以全区326家城乡便民综合店为主体的商业批发零售板块；以覆盖本区各街镇及市区主要商业资产为主体的资产经营板块；以医药流通企业金山医药及医疗器械企业康依达工贸公司为主体的医药医疗板块；以推进资本联合、产权联结为主体的股权投资板块；以经济园区为主体的招商引资板块。

不懈创新 “发展” “服务” 双轮驱动

围绕发展壮大本级经济和提高为农服务能力两大中心任务，金山区供销合作社始终遵循的基本原则是：必须坚持在为农服务中发展本级经济；必须在发展本级经济中提高为农服务能力。通过将“发展”与“服务”两大任务一体化深度融合，努力实现“发展”与“服务”的相互促进和相互完善。

在构建适应城乡一体化发展的现代农业经营服务体系过程中，金山区供销合作社积极推进经营和服务创新，加快涉农企业整合重组，推进农资公司与种子公司资源重组、合署办公，实现农资、种子经营业务融合发展。农资企业相继推出全区首创的庄稼医院、“小皇冠西瓜”“金蜜1号”种植示范基地等涉农项目，中标全区种子供应业务，为春耕生产保驾护航，对50亩以上的农户农药配送率达100%，不断延伸和拓展农业产业链。

金山区供销合作社重点建设的农副产品流通体系建设中，以产销对接为手段，一头连接农民、一头连接市民，通过共建单位上海市果品公司销售渠道，标准化基地种植的“小皇冠”西瓜、“金蜜”蜜瓜顺利推向中心城区的大型商超和卖场，打通供需两端。其产、供、销一体化的全产业链农产品流通模式，已成为金山区供销合作社解决农产品流通“最后一公里”问题的重要抓手。金山区供销合作社在推进自身发展的同时，践行着“服务农民钱袋子、服务市民

餐桌子、服务政府菜篮子”的发展理念。

金山区供销合作社在盘活资产上加快推进社有资源整合，积极引进新型业态。依托资产管理信息化平台，实现了社有资产的运营规范、有效监管，以及线上线下和经营管理的协同运行。2022年8月，首家“e指找房”线下实体店（亭林店）正式开业，进一步优化资产项目的日常招商运营，打造从线上到线下的资产经营服务闭环，具有供销社特色的专业管理模式逐渐形成。在优化租赁业态方面，借助社会资源实现资产质量与租赁业态的双升级，让供销“老资产”变“新资源”。位于蒙山路101号二楼的资产，通过租赁户改造提升，业态调整为石化街道睦邻中心，该项目被列为市政府实事项目，资产改造投入近600万元。

园区经济作为金山区供销合作社转型发展的主战场，3家经济园区主动对标稳增长、促发展要求，提速进档强化招商引资，以招商引资的新突破助推高质量发展的新提升。坚持特色招商思路，努力实现招商产业集聚。金山区供销合作社利用系统内部分闲置资产，规划打造成医疗器械产业园，形成产业化招商，目前已入驻企业近300家。

金山区供销合作社坚持把混合所有制改革作为社有企业转型发展的重要抓手，按照完善治理、强化激励、突出主业、提高效率的要求，有计划有步骤地深化混合所有制改革，不断激发企业发展内生动力和活力。2016年4月，上海丁义兴食品股份有限公司成为全市供销合作社系统首家新三板挂牌企业。历经四轮增资扩股，营业收入从混改之初的1980万元增长至2022年的1.19亿元。康依达公司加快混合所有制改革步伐，2016年启动与上海柯渡医学股份有限公司战略合作，完成增资扩股的改革目标，更好地对接资本市场，2022年实现利润总额524万元，同比增长3倍。

在“发展”与“服务”的事业中，金山区供销合作社注重干部队伍建设，坚持将“眼界宽、胸襟宽、知识面宽、整合资源能力强”的“三宽一强”原则，作为干部队伍建设的基本标准。按照“干事有激情、做事高标准、遇事敢负责”的要求，让那些想干事、能干事、干成事的干部充实到后备人才库。■



上海秀水种子有限公司

耕耘希望田野 助力乡村振兴

上海秀水种子有限公司位于金山区亭林镇后岗村，成立于2008年9月，现隶属上海金山商业发展(集团)有限公司、上海市金山区供销合作社。

作为金山区最具规模的国有种子经营企业，主要生产销售水稻、麦子、油菜、绿肥等种子，独家销售“金山小皇冠”西瓜、“金蜜一号”甜瓜种子。拥有专业化水稻制种、繁种基地2000余亩，全封闭式仓库2500平方米，1万多平方米晒场以及现代化种子精选、加工设备。每年承担金山区农业农村委以政府采购形式委托的全区18万余亩常规稻、杂交稻、优质稻供应任务。为保障种源安全、助力乡村振兴的作用日益彰显，先后获得上海市种子管理总站和上海市种子行业协会授予的“种子生产经营诚信单位”、上海市种子行业协会授予的“种子优秀企业”等荣誉称号。

作为系统内涉农企业主力军，在经营发展中始终秉持“为农、务农、姓农”服务宗旨，积极构建适应新时代要求的经营服务体系。一是苦练内功，强基固本。先后投入1000余万元资金购置引进现代化种子精选、烘干设备，建设高标准种子储存仓库，引进具有农学专业学科背景的青年人才，构建起“老中青”相结合的技术人员队伍，为企业持续发展提供源源不断的“内生动力”。二是勤修外功，服务大局。先后与上海交通大学农业与生物学院、上海市农业科学院、浙江省嘉兴市农业科学研究院等合作，挂牌成立了“上海交通大学社会实践基地”“上海市农业科学院乡村振兴科技支撑行动专家工作站(编号088)”，建设了295亩“金山区水稻种业示范基地”，为优质水稻品种的选育和推广提供平台保障。三是铸就真功，守正创新。锚定水稻种子经营主业、保障种源安全的同时，在培育经济作物种子生产销售方面推陈出新，通过示范种植、品种试验、田间科研等，推动西瓜、甜瓜等经济作物种植技术落地转化，建设

产供销一体的“金供优品果蔬示范种植基地”，为金山区绿色优质品牌农业建设提供有力支撑。

2022年起，依托自身技术优势和业内良好口碑，获得“金山区水稻良种配送项目”，每年面向全区120余个行政村18万余亩稻田配送130余万斤常规稻、优质稻、杂交稻种子。为此成立了由管理团队、业务部门、仓库等组成的工作班子，从金山区农业农村委指定的水稻品种制种、繁种和金山区种植户青睐的品种引进两方面入手，严把质量关口，调优配置货源。为进一步加强种子质量监管，规范种子配送全过程管理，从信息确认、现场留样、包装出库到送达农户实现全程可追溯的台账。目前销售稻种市场占有率已由统一配送前的50%大幅提升至90%以上。

2022年，打破原有只销售种子、不生产经营的传统经营模式，在自有标准化农业用地上投资300余万元建设了面积180亩的“金供优品果蔬种植示范基地”，在上海市供销合作社、上海市农业科学院、金山区农业农村委的支持下，自营种植“金山小皇冠”甜瓜、“金蜜一号”西瓜，试点打造“公司+基地+实体店”的一体化平台。当年基地种植的“金山小皇冠”西瓜在金山区“小皇冠”评鉴评优活动中首次亮相就一举拿下金奖，被金山区农业技术推广服务中心认定为“金山区‘小皇冠’西瓜核心基地”。2023年，继续投入资金对基地软硬件进行升级，引入经验丰富的专业团队和最新栽培技术，并与上海市果品公司合作将基地升级为“金山区供销社优质农产品示范基地”。基地生产的“金山小皇冠”西瓜和“金蜜一号”甜瓜品质、产量、口碑持续提升，通过上海市果品公司、东方CJ电视购物和快团团等平台送到上海市民家门口，一举实现“金山小皇冠”西瓜销售10万斤、“金蜜一号”甜瓜销售2000斤，在区域经营主体中名列前茅，成为企业新的利润增长点。■



上海金山综合便民服务有限公司

便民店——牵引农村消费的“供销动力”



上海金山综合便民服务有限公司成立于2005年3月，坐落于金山区朱泾镇，注册资本100万元，是一家以经营农副产品、日用消费品、办公用品、烟花爆竹零售等为主的综合零售企业，同时承接停车场管理等业务。系隶属金山区供销合作社的全资子公司。

上海金山综合便民服务有限公司作为贯彻落实全国总社“新网工程”建设、商务部“万村千乡”市场工程建设要求的涉农服务企业。目前拥有配送中心1家，便民店297家（其中分支机构85家、加盟店212家），已覆盖金山区所有行政村。现有“金供优选”“金供e家”“鑫金供”“金供”“前京”等注册商标，通过品牌化管理以及良好的经营质量和优质服务，在业界具有较高知名度和品牌美誉度，先后获得商务部授予的“万村千乡市场工程试点企业”和“万村千乡市场工程优秀企业”、上海市商务委员会授予的“农村现代流通网络建设暨万村千乡市场工程突出贡献奖”、上海市商业联合会授予的“优质服务先进集体”和“诚信经营规范企业”等荣誉称号。

“万村千乡市场工程”是国家为搞活流通、扩大消费所采取的重要举措。上海金山综合便民服务有限公司自成立以来，始终坚持以“改造自我、服务农民”为经营理念，以密切与农民利益联结为核心，以提升为农服务能力为根本，以服务创新、经营创新为重点，努力构建一个让农村消费者放心的农副产品、日用消费品现代化流通体系，为繁荣农村市场、促进农民增收、引导农民消费、让农民买放心得实惠发挥了积极的作用，为乡村振兴战略的实施做出了应有的贡献。

上海金山综合便民服务有限公司利用自身供销优势，通过搭建“农超对接直通车”、进驻电视购物电商平台等方式，让“小皇冠”西瓜、“吕巷蟠桃”等金山区特色地产农产品得以从农民“田间”走向市民“舌尖”。同时，还积极对接“金山有机大米”“亭林雪瓜”等多款优质产品登陆东方购物平台。此外，还通过与苏宁、百联、盒马等一线电商建立合作关系，以新零售方式打通供需回路，让金山农产品借着乡村振兴战略的快车走得更远。通过电商平台不但拓宽了销售渠道，也增加了农民收入。

上海金山综合便民服务有限公司为加快便民网络发展，对农村便民服务店实施升级改造，努力打造“一网多用”功能，拓宽农村综合服务领域，提升农村综合服务水平。便民店为顺应农村消费升级变化，均开通了以微信支付和支付宝支付为主的支付功能。此外，还积极探索农村金融服务站建设，先后开设了多家农村金融服务站，农村便民店引入农村金融服务站，打通了农村金融为农服务的最后一公里。部分便民店还开展免费代收快递等业务，为城乡社区提供看得见、用得着、做得好的综合服务配套项目。

上海金山综合便民服务有限公司经过多年探索实践，在以“万村千乡市场工程”为核心的农村商贸流通体系建设方面取得了积极成效，面向“十四五”发展，将聚焦现代服务业，积极推进社区商业发展，加快城乡社区商业便民服务品牌建设，不断增强和延伸城乡服务功能，逐步探索出一条符合城市化发展趋势、公益性服务与经营性服务并举、服务城乡社区便民服务的新路子。■

枫泾丁蹄：百年品牌 百年匠心

枫泾，上海西南门户，自古地跨吴越两界，水陆码头，驿道通达，商贾云集，名士辈出，享有“一镇二宰相，百士三状元”之美誉。特有的江南水乡物产和风致，加上人文气息，成就了枫泾人精细的品性，“枫泾丁蹄”美食便出产于此。咸丰二年（公元 1852 年），丁清仑兄弟俩在枫泾镇南大街开了一家名叫“丁义兴”的酒馆，最初生意清淡，丁老板终日忧愁，食欲全无。一日丁夫人不慎将开胃中药翻入煮蹄膀的锅中，不料巧得美味。于是，丁老板遍访名厨，觅得老汤吊味和中药提鲜的诀窍，加之独创的三旺三文的烧制秘籍，其烹饪的蹄膀皮韧肉酥，味浓香醇，色如琥珀，剔透晶莹，尝之肥而不腻，咸甜相宜，食客们赞不绝口。



自 1956 年始，“丁义兴”通过公私合营，归属到枫泾供销社。1962 年并入枫泾饭店，“丁义兴”由家族企业转变为国有企业。“丁义兴”先后经历了改造萧条期、调整恢复期、重振品牌期。其间，1984 年 6 月全国人大常委会副委员长朱学范回到了老家枫泾，提议恢复“丁蹄”生产，“丁蹄”由此再度重生。1984 年 10 月，枫围供销社在枫泾镇界河弄 38 号成立了枫泾土特产食品加工场，名叫“枫泾土特产食品商店”，专门生产和经营丁蹄、豆腐干、状元糕。“丁蹄”从“枫泾饭店”的配角转变成“枫泾土特产食品商店”的主角，重归专业企业生产销售。1986 年，枫泾丁蹄被上海市供销合作社评为地方名菜。1992 年，丁蹄升格为金山县供销合作社直属企业，更名为“上海枫泾丁蹄食品有限公司”。2001 年 4 月，又变更为“上海丁义兴食品有限公司”。2015 年，金山区供销合作社启动了上海丁义兴食品有限公司的混合所有制改革，丁义兴公司成为金山区混合所有制改革的试点。改制后的上海丁义兴食品股份有限公司于 2016

年 4 月成为金山国资系统首家新三板挂牌企业（股票代码：836816）。2021 年 5 月进入新三板创新层。通过实施混合所有制改革，推进股权多元化，吸纳非公资本共同参与国有企业混合所有制改革，有效推动了丁义兴进一步做大做强。

“枫泾丁蹄”多次在国际及国内博览会上获得殊荣：其中，1910 年获南洋劝业会银质奖牌，1915 年获巴拿马国际博览会金质奖章，1997 年获第 25 届日内瓦国际发明与新技术展览会银牌奖，悠久辉煌的历史加之独特的传统制作技艺，成就了丁义兴成为金山区唯一一家集中中华老字号、上海市著名商标和上海市非物质文化遗产为一身的食品加工型企业。如今的上海丁义兴食品股份有限公司坐落于金山区枫泾镇，主要产品分为酱卤肉制品、非发酵性豆制品、糕点和蛋制品四大类，形成了以“枫泾丁蹄”“酱牛肉”“枫泾豆腐干”等近百款系列产品。2013 年、2017 年“枫泾丁蹄”“五香酱牛肉”和“盐水牛肉”被上海体育局选定为全运会上海代表团专供食品；2019 年起连续被认定为上海市“专精特新”中小企业称号；2020 年“休闲丁蹄”入选 2020 年上海特色伴手礼金榜；2020 年丁义兴连续入选上海市首发经济引领性品牌推荐榜；2021 年被认定为农业产业化上海市重点龙头企业。

丁义兴在改制挂牌新三板后，按非上市公众公司管理标准严格要求，治理不断规范，主营业务持续增长。牢记“创新驱动，聚才兴业”的使命与责任，将文化建设融入经营管理的各环节，贯穿于改革转型的全过程。同时注重传承创新，坚持传统保护和科技创新相结合保护战略。2015 年 11 月，“上海海洋大学食品学院教学和科研实践基地”揭牌，推进落实丁义兴产品开拓创新。2018 年 11 月，与上海海洋大学、上海爱森肉食品有限公司签订合作协议，成立上海丁义兴食品研发中心，进一步推动科技创新水平。对于枫泾丁蹄的非物质文化遗产传承保护也有序进行，枫泾丁蹄制作工艺严谨，需



经 36 道工序，核心工艺是以陈皮、枸杞等 10 多味中药作为配料的“十料”，以三旺三文、独家调味、添加老卤精心制作。2007 年，“枫泾丁蹄制作技艺”入选第一批上海市非物质文化遗产名录。2016 年，枫泾丁蹄制作技艺第七代传承人、公司总经理助理兼生产部经理沈云金为被认定为第五批上海市非物质文化遗产代表性项目代表性传承人，并于 2019 年荣膺“上海工匠”。为了让枫泾丁蹄制作技艺代代相承，丁义兴启动了人才培养计划，每年定期进行岗位技术培训和技能比赛。并将推进枫泾丁蹄制作技艺国家级非遗项目的申报，通过非遗来提升丁义兴的品牌文化，同时推动枫泾丁蹄制作技艺不断改革和创新，让老技艺焕发新活力。

丁义兴的市场主要集中于江浙沪区域，亦有全国范围的合作伙伴。通过连锁经营直销为主、经销代销为辅的模式进行产品销售，包括了传统销售渠道（直营店、店中店、商超）、特通渠道（车站、机场、高速公路服务区等）、电商渠道（天猫等）、电视导购（东方 CJ 等）以及冻品贸易渠道。此外公司产品亦在盒马、叮咚等线上渠道销售。2020 年，丁义兴开创了卤菜礼品创新店，半年内即在上海浦东、静安、徐汇等区域新开门店 20 余家，新开门店致力于经营熟食卤味产品，同时销售传统的预包装产品，为周边居民奉上丰富的丁义兴系列食品，更是把浓浓的“烟火气”带回到百姓身边。2020 年 5 月 22 日，闵行莘潭路店单日营业额达到 4 万余元；2020 年 11 月，徐汇区百色路店出现日销金额 61200 元，成为卤菜行业 2018 年至今单日单店排行榜之冠。丁义兴秉承成功一家开一家的规划，将进一步提升卤菜礼品创新店的数量，通过 3 至 5 年发展，做到覆盖上海 16 个区，争取尽快进入苏州、嘉兴等江浙地区，真正融入长三角，努力成为长三角一体化的美食标杆企业。

随着消费结构的不断升级，平台经济蓬勃兴起，以品牌战略助推平台经济升级、提质增效，是丁义兴持续

健康发展的必由之路和维持增长的持久动力。为了未来的发展和提升，2022 年起丁义兴计划进一步体制深化改革和腾笼换鸟，为企业发展上一个新台阶作努力。2022 年至 2024 年，将以稳健的速度，持续扩大销售布局，争取成为品牌经济、平台经济、社区服务和新零售的代表性企业。面对日新月异的时代发展，丁义兴提出了近期、中期及远期规划，近期规划：2023 年以丁义兴佐餐食品和预制菜产品为核心双赛道，全力对接上海四大品牌建设，使丁义兴成为上海的一张名片，重点是以上海旅游景点市场为突破口，建立覆盖上海知名旅游商圈的营销渠道，全方位展示丁义兴形象，突出地域文化特色，让枫泾丁蹄成为“进入上海必买、走出上海必带”的特色旅游产品；中期规划：2024 年至 2026 年，以品牌运营为核心，以丁义兴品牌为载体，健全产品品类，以上海市场为基础，通过线上、线下全方位市场开拓，形成立足华东，辐射全国的销售市场，不断加大品牌宣传力度，使之成为国家级知名品牌；长期规划：加强企业基础设施建设，建设出口车间，开拓国外市场，打造世界品牌。丁义兴在完善前两个阶段的同时，保持对产品技术升级换代，提升软硬件水平，拓展海外市场，让丁蹄成为出口创汇产品；积极参与国际有影响力的展览展销和宣传等，提升国际知名度；参考学习“老干妈”等品牌先进经验，与国际级电商（如亚马逊）合作；响应国家“一带一路”号召，参与到走出国门的活动中。

丁义兴坚守“百年品牌、百年匠心”，始终传承和发扬“工匠精神”，坚持做良知食品、文化食品、健康食品，在传承和弘扬非遗技艺的同时勇于承担社会责任。作为金山区独树一帜的百年老号，立足金山“两区一堡”战略定位，全力对接“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌，致力于成为金山打造上海四大品牌的排头兵。丁义兴坚持品牌保护与发展并重，努力振兴老字号，为乡村振兴贡献自己的一份力量。■



行吟偶记

◎ 葛志华

江西瑞金行

在一个草长莺飞的日子里，我如愿以偿地再访江西瑞金。瑞金犹如一部生动丰富的教科书，一处处旧址群诉说着筚路蓝缕的艰辛，一座座纪念馆映照出苏区的壮怀激烈，一串串闪光的名字折射出共产党人的初心使命，一张张泛黄的旧报刊记录着当年的苦难辉煌……扑面而来的红色文化洗涤着心灵，使这次瑞金之行成为一次醍醐灌顶的洗礼、触及灵魂的叩问、不忘初心的感召。

深化了对调查研究的认识。调查研究既是谋事之基、成事之道，也是重要的领导方法与工作方法。大革命失败后，大批共产党人血染江河，白色恐怖阴云不散，“中国革命向何处去”这一严峻课题摆在全党面前。毛泽东在中央苏区做了大量社会调查，写下了《寻乌调查》《兴国调查》《长冈乡调查》《才溪乡调查》等著作，为寻找适合中国国情的革命道路、开展土地革命提供了第一手资料。依据这些研究调查，制定了土地革命的方针政策，星星之火渐成燎原之势，苏区得以巩固与扩大。以土地法为例，毛泽东在兴国调查的基础上，主持制定了《兴国土地法》，把《井冈山土地法》中的“没收一切土地”改为“没收一切公共土地及地主阶级的土地”，赢得了农民的拥护。毛泽东在寻乌县做了十多天的调查，弄清了地主与富农的区别，并据此提出了解决富农问题的办法，有了抽多补少、抽肥补瘦之说。

在调查研究过程中，毛泽东还提出了“没有调查，就没有发言权”“不做正确的调查就同样没有发言权”“调查研究就像‘十月怀胎’，解决问题就像‘一朝分娩’，调查研究就是解决问题”等著名论断。成为我党克敌制胜的重要秘诀，演变为我党传家宝。

斗转星移，时空变换。历史的车轮驶入中国特色社会主义新时代，党的二十大吹响了以中国式现代化推进中华民族伟大复兴的号角。实现这一历史使命，仍要用好

调查研究的传家宝，练好调查研究的基本功，在深入调查研究的基础上去粗取精、去伪存真、由此及彼、由表及里，找到事物的本质与规律，找到解决问题的办法，找到中国式现代化的途径。这也就是中央多次号召大兴调查研究之风的的目的之所在。

深化了对合作经济的认识。合作经济是经济社会发展到一定阶段，劳动者自愿联合、实行民主管理、获得服务与利益的一种组织形式。这种组织形式契合了农业产业特征与家庭特点，受到苏区农民的广泛欢迎。自愿、民主、互利是合作经济的本质特征。合作成员个人所有与合作成员共同所有相结合，既能发挥家庭经营的积极性，又有统一经营的优越性。

在苏区的经济结构中，有国营经济、合作社经济、私人经济三种成分。三种经济成分各有特点，又各有局限。国营经济占主导地位，但发展适度，数量较少；私人经济虽得到鼓励与发展，但力量弱小，规模不大。合作经济作为苏区的主体经济，其形式主要有商品流通领域的消费合作社与粮食合作社，工农业生产领域的各类生产合作社、金融领域的信用合作社等。合作社经济在支援革命战争、打破敌人经济封锁、发展工农业生产、改善群众生活等方面发挥了不可替代的作用。毛泽东指出：“苏区的经济血管，一切必须生活的供给，完全只有靠‘消费合作’、‘粮食合作’‘生产合作’来担负非常艰巨的支配任务”。

毛泽东把发展合作社列为苏区经济建设的中心任务之一。苏区政府成立了合作社指导委员会，统一规划与指导合作社的发展。毛泽东又以苏区政府主席的身份制订颁发了《苏区合作社暂行条例》《合作社标准章程》等规范合作社发展，并多次深入农村指导合作社建设，在《才溪乡调查》中充分肯定了才溪乡发展合作经济的经验，并把才溪乡命名为“第一模范区”。

发展合作经济是毛泽东思想的有机组成部分，具有历史的穿透力与旺盛的生命力。十八大以来，习近平总书

记多次要求办好各类合作社，努力发挥合作社的独特优势与重要作用，并对供销合作社综合改革作出重要指示，奋力打造为农服务的综合平台，更好地促进乡村振兴。

深化了对客家文化的认识。客家主要指从中原南迁的汉人。为了躲避边疆部族侵扰与战乱，在千百年的辗转迁徙中，客家先后融合南北文化，形成了具有祖先崇拜、重教观念、寻根意识、开拓精神等特质的多种表现形式的客家文化。

苏区所在的赣南、闽西是“客家”摇篮，也是客家先民南迁“第一站”。汀汀被誉为客家首府，汀江被誉为“客家母亲河”。客家土楼被列为世界文化遗产名录，是客家文化的标志性民居，外形体量巨大、结构奇巧，内部气象万千、别有洞天，在功能上具有防御外侵的特殊作用，在理念上又折射出客家人对天圆地方传统汉文化的崇拜与坚守。当夕阳西下时，辉映着通体金黄的土楼让人宛若穿越历史，感受客家文化的独特魅力。

客家人以其特有的勤劳与开拓创造了灿烂的客家文化，并续写着今日的荣光。瑞金城旧貌换新颜，一幢幢现代建筑拔地而起，一条条绿茵大道连接四方，一个个绿茵广场交相辉映。2022年，瑞金市所在的赣州市国内生产总值达到4523.63亿元，主要经济指标位列江西省“第一方阵”，赣州新区更是生机勃勃，流光溢彩。

百闻不如一见。从客家文化到红色文化、从苏区精神到时代风貌，短暂瑞金之行让我有了满载而归的感觉。

福建岚岛行

我又一次踏上福建平潭这片热土。平潭，也称岚岛，是中国第五大岛、福建第一大岛，由126个岛屿组成，土地面积相当于香港的4倍、厦门本岛的2倍，人口40多万。海岸线长408公里，蜿蜒曲折，深藏长江澳、海坛湾、坛南湾、山岐湾等优良港湾，拥有70公里的优质沙滩，海平水阔，雪白的浪花由远而近一层层席卷而来，仿佛在动情地歌唱。平潭东面与台湾新竹仅68海里，堪称一苇可渡，站在这头的平潭眺望那头的台湾，真是别有一番滋味在心头，几多相思几多离愁，不由想起台湾诗人余光中写的《乡愁》，所谓“乡愁是一湾浅浅的海峡，我在这头，大陆在那头”。

平潭的历史源远流长，早在新石器时代，先民们就在此从事狩猎和原始农业，壳丘头遗址就是明证；平潭与台

湾的关系非同一般，两地文化、方言、民情风俗、民间信仰乃至民间艺术都有太多的同质性。平潭的现实精彩纷呈，山海画廊般的美景与如火如荼的建设现场交相辉映，综合实验区更让平潭插上了腾飞的翅膀；平潭的未来更值得期许，“现代化+原生态”的画卷将徐徐展开。

环岛路是平潭的一大亮点。环岛路全长100多公里，成为勾画岚岛这一海滨城市的美轮美奂的圆弧线，犹如一条精美的项链，串起沿线众多的城市组团、经济重镇与美丽景致，把岚岛打扮得格外美丽动人。给人的感觉是平阔、大气、雄奇、壮美，可与被誉为“世界上最美的马拉松赛道”的厦门环岛路相比肩。平潭环岛路富有特色；从功能来看，这条环岛路集防风沙与景观于一身，融交通与休闲于一体。依托自然山体、森林公园、沿海基干林带布局公路走向，形成了一条防风沙的绿色屏障；主体部分双向六车道，与三个城市组团、重要生产生活设施、网红打卡地等快速相通；又将众多的景观连为一体，把石头、沙滩、海水、阳光、民宿、林带组合成巨大的财富，绿水青山变成了金山银山；环岛路边又有宽阔的健身步道，一侧是白色的沙滩与涌动的大海，一侧是绿树婆娑、花团锦簇。从布局上看，这条路以联山串水为理念，统筹考虑岸线、绿廊、道路、水鸟、湖泊、景观、民居、生产生活设施等要素，凸现“显山露水”“山水交融”“城乡一体”的空间格局。从层次来看，道路的绿化带错落有致，高大的乔木有榕树、相思树、南洋梅、木麻黄等，中等的灌木有三角梅、夹竹桃等，低矮的地被植物有黄心梅等，依次而栽，犹如一幅赏心悦目的山水画，让人流连忘返。从理念来看，平潭人用“现代化+原生态”的理念规划建设，在发展中保护，又在保护中发展，把古典与现代融为一体。环岛线上的北港村原是典型的渔村，临海的山坡上保留着层层叠叠的石头厝，宛如兀立在天地间的群雕，阅尽地老天荒。在修筑环岛路时，平潭人并没有将这些石头厝一拆了之，而是精心维护，使之成为旅游休闲胜地与网红打卡地。

环岛路两侧的相思树林，是平潭的又一特色。相思树树形高大、苍翠绿荫，耐旱、生命力极强。每到初夏，就会开出小球形状的茎花，星星点点，轻盈灿烂，这些花又会结出鲜红的相思豆，晶莹红亮。相思树林的后面，一排排现代风能发电机伫立云天，就像一个个顶天立地的巨人诉说着现代神圣的诗篇。■

(作者单位：江苏省南通市人大常委会机关)

