

上海供销合作经济

ISSN 1674-2516

CN 31-1620/F



SHANGHAI

SUPPLY AND MARKETING COOPERATIVE ECONOMY



ISSN 1674-2516



9 771674 251241

6

2024

2024年12月28日版

总第229期

供销合作社 70 年发展历程回顾与启示

◎ 李殿平

今年是中华全国供销合作总社成立 70 周年，回顾供销合作社 70 年发展历程，总结经验教训，获得工作启示，对于推进新时代供销合作社改革发展具有重要意义。

一、供销合作社 70 年发展历程回顾

新中国成立后，1949 年 11 月设立“中央合作事业管理局”，作为主管全国合作事业的行政机构。1950 年 7 月召开中华全国合作社工作者第一届代表会议，成立“中华全国合作社联合总社”。1954 年 7 月召开中华全国合作社第一次代表大会，将“中华全国合作社联合总社”更名为“中华全国供销合作总社”，建立全国统一的供销合作社系统。70 年来，供销合作社紧紧围绕党和国家工作大局，在促进“三农”发展、保障市场供给、活跃商品流通、服务城乡群众等方面作出了重要贡献，取得了辉煌成就。

（一）前 40 年供销合作社发展阶段（1954—1995 年）

供销合作社从 1954 年到 1995 年的发展较为曲折，主要经历了与国营商业的“三合两分”。

从 1954 年到 1958 年，供销合作社经历了一个短暂的蓬勃发展时期。短短几年间形成了一个上下连接、纵横交错的全国性流通网络，不仅成为满足农民生产生活需要、组织农村商品流通的主渠道，而且成为联结城乡、联系工农、沟通党和政府与农民联系的桥梁和纽带，对恢复国民经济、稳定物价、保障供给、促进农业和农村经济发展、引导农民走社会主义道路等方面发挥了重要作用。

从 1958 年到 1995 年，供销合作社经历了一个较长的曲折发展时期。供销合作社与国营商业实行了三次合并、两次分开。第一次合并是 1958—1962 年。1958 年 2 月全国供销合作总社同城市服务部合并，改称第二商业部，挂第二商业部和全国供销合作总社两个牌子。同年 6 月第一商业部与第二商业部合并为商业部。县以上供销合作社与同级国营商业合并。基层社下放给人民公社，变为人民

公社供销部。供销合作社性质由集体所有制变成全民所有制。第一次分开是 1962—1970 年。1962 年 7 月全国供销合作总社与商业部分开。省级社、县级社和基层社相继恢复。供销合作社系统的体制大致恢复到 1957 年以前的状况。1965 年 12 月县以上供销合作社性质又改为全民所有制。第二次合并是 1970—1975 年。1970 年 7 月全国供销合作总社与商业部、粮食部、工商行政管理局合并组成商业部。省级社部分与同级国营商业合并，县级社大部分与同级国营商业合并，基层社形式上保留。第二次分开是 1975—1982 年。1975 年 2 月恢复成立全国供销合作总社，作为国务院的组成部门。省级社、县级社相继恢复，进入政府序列。1977 年 12 月正式宣布“供销合作社已经发展成为全民所有制的商业”。第三次合并是 1982—1995 年。1982 年 3 月全国供销合作总社与商业部、粮食部合并为商业部，全国供销合作总社作为群众组织仍对内对外开展必要的活动，保留全国供销合作总社理事会的名义，并在商业部内设立供销合作指导司。省级社、县级社和基层社按原来设置没有变动，广大的基层组织保持了一个独立的系统。在改革开放过程中，不断改革供销合作社体制，逐步恢复集体所有制性质。

在供销合作社曲折发展的 30 多年间，与国营商业发生的三次合并，有其复杂的历史背景和思想渊源。三次合并使供销合作社发展遭遇重大挫折。尽管如此，供销合作社仍在坎坷中艰难发展。在不同的历史时期努力完成党和国家赋予的历史任务，发挥应有的作用。特别是在改革开放的新时期，尽管全国供销合作总社没有单独设立，但在党的十一届三中全会精神指导下，供销合作社的改革发展不断深入，取得良好成效。随着农村改革和整个经济体制改

革不断推进,供销合作社于1982年拉开改革序幕,认真贯彻党中央、国务院有关供销合作社改革的一系列文件精神,先后进行了恢复“三性”(组织上的群众性、管理上的民主性、经营上的灵活性)、推进“五个突破”(劳动制度、农民入股、经营范围、内部分配、价格管理)、实行“六个发展”(发展商品生产系列化服务、横向联合、农副产品加工业、多种经营方式、农村商业网点、科技教育事业)、开展综合性服务等方面的改革与发展。初步恢复了合作经济属性,提高了经营服务能力,促进了农村商品生产和商品流通的发展,在服务农村改革、农民生产生活、城乡商品流通、巩固工农联盟等方面发挥了重要作用。

(二) 近30年供销合作社发展阶段(1995年以来)

第三次分开是1995年以来。1995年2月中共中央、国务院决定深化供销合作社改革,组建全国供销合作总社。同年5月召开中华全国供销合作社第二次代表大会,恢复成立中华全国供销合作总社,成为全国供销合作社的联合组织,退出政府序列,负责领导全国供销合作事业发展。因省级及省级以下供销合作社原来就独立存在,供销合作社从上到下就成为一个完整的独立的组织系统。

从全国供销合作总社1995年恢复成立以来,党中央、国务院出台了4个关于供销合作社工作的重要文件,对供销合作社近30年来的改革发展起到了至关重要的推动作用。如果以4个文件的出台为标志,可以将近30年供销合作社发展历程大致划分为4个阶段:

1. 供销合作社恢复发展阶段(1995—1998年)

1995年2月,中共中央、国务院下发了《关于深化供销合作社改革的决定》(中发〔1995〕5号文件)。文件提出了“一个目标”(把供销合作社真正办成农民的合作经济组织)、“三个真正”(真正体现农民合作经济组织的性质,真正实现为农业、农村和农民提供综合服务的宗旨,真正成为加强党和政府与农民密切联系的桥梁纽带)、“五项措施”(理顺组织体制、强化服务功能、完善经营机制、加强监督管理和给予保护扶持)。文件提出“成立中华全国供销合作总社”,从而解决了1982年第三次国合商业合并之后全国供销合作总社重新恢复成立、供销合作社组织系统完整等问题。从供销合作社70年的发展历程来看,1995年至今的30年,是全国供销合作总社独立存在、全系统完整稳定时间最长的时期。供销合作社发展至今之所以取得了辉煌成就,一个根本原因就是得益于全国组织体系长时间的完

整和稳定,这是文件的一项十分重大的成效。文件是指导改革开放新时期供销合作社改革发展的纲领性文献,为供销合作社明确了改革发展的目标和方向,构建了坚实的组织基础,创造了良好的发展环境。文件下发后,全系统迅速贯彻落实文件精神,围绕真正办成农民合作经济组织的目标,进行了大量探索,大胆改革,锐意开拓,着力推进改革举措的落实。经过几年的共同努力,系统干部职工的精神面貌焕然一新,供销合作社工作取得了很大成效。可以说文件的意义是重大的,在供销合作社发展历程中的作用是巨大的,影响也是深远的。时至今日,全国供销合作社的组织系统已相当完整和稳定,合作经济、市场经济、为农服务等文件提出的核心内容一直是供销合作社改革发展的主旋律和关键所在。

2. 供销合作社转轨发展阶段(1999—2009年)

深化供销合作社改革的过程,也是体制转轨的过程。长期以来,供销合作社在计划经济体制下发展,进入市场经济体制后,由于体制改革未取得根本性突破,没有实现彻底转轨,不适应问题依然突出,主要表现在经营机制不活、服务功能不强、人员负担及债务包袱沉重、股金风险严重、亏损不断增加等。供销合作社是一个大系统、老单位,体制不顺、机制不活,人员老化、观念陈旧,历史原因形成的债务包袱巨大,包括政策性和经营性亏损挂账,再加上股金风波迭起、金融风险严重,使系统出现了效益下滑、亏损增加、经营萎缩的局面。全系统从1992年开始连续亏损,到1998年达到亏损高峰。新形势下出现的这些突出问题,严重制约和影响了供销社的改革发展。1999年1月,国务院下发了《关于解决当前供销合作社几个突出问题的通知》(国发〔1999〕5号文件)。文件提出了“一项任务”(坚持合作经济方向,着力解决当前存在的突出问题)、“一个目的”(使供销合作社建立起自主经营、自负盈亏的经营机制,更好地为农服务,为进一步发展合作经济奠定坚实的基础)、“五项措施”(改造基层社、理顺各级联社组织管理体制、搞活社办企业、清理社员股金、妥善处理亏损挂账等)。文件下发后,在党中央、国务院及各级党委政府的领导和支持下,全国供销合作社系统深入贯彻落实文件精神,突出抓好“扭亏”(扭亏增盈)、“刹车”(清理股金),全面推进“四项改造”(改造基层社、社有企业、联合社、经营网络),不断深化体制改革、创新经营机制、拓展服务领域。经过2年的艰苦努力,到2000年走出低谷,实现扭亏为盈,结束了全系统连

续 8 年的亏损局面。同时,还全面清理了社员股金,有效化解了金融风险,妥善处理了人员负担和债务包袱,使供销合作社的发展活力、经济实力、服务能力明显增强。国发 5 号文件的重大意义在于从根本上遏制和扭转了供销合作社经济多年持续低下的局面,初步理顺了供销合作社的管理体制,基本建立了自主经营、自负盈亏的经营机制,促进供销合作社在服务“三农”发展方面发挥了重要作用。

在两个 5 号文件的指导和推动下,经过几年的改革发展,供销合作社走上了良性发展轨道,出现了“三个转变”

(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),成为新型的农村合作经济组织,为新形势下供销合作社的创新发展创造了良好条件。

3. 供销合作社创新发展阶段 (2009—2015 年)

在我国改革发展进入关键阶段、农村发生深刻变革的新形势下,供销合作社面临着新的任务。发展现代农业、建设社会主义新农村、扩大国内需求,要求供销合作社发挥扎根基层、组织体系完整、流通网络覆盖城乡等优势,积极参与构建新型农业社会化服务体系、大力开展农村社区综合服务、加快推进新农村现代流通服务网络建设。2009 年 11 月,国务院下发了《关于加快供销合作社改革发展的若干意见》(国发〔2009〕40 号文件)。文件提出了“三个创新”(大力推进经营创新、组织创新、服务创新)、“一个体系”(加快构建运转高效、功能完备、城乡并举、工贸并重的农村现代经营服务新体系)、“三个力量”(努力成为农业社会化服务的骨干力量、农村现代流通的主导力量、农民专业合作的带动力量)、“五项措施”(推进现代流通网络建设、强化服务功能、加强组织建设、创新社有企业经营机制、加大支持力度)。文件明确了新形势下供销合作社改革发展的目标任务、总体要求和重要措施。为保障供销合作社改革发展的顺利推进,在继续妥善解决历史遗留财务挂账、土地确权、职工养老保险等问题的同时,进一步明确了扶持供销合作社开展“新网工程”(农业生产资料、日用消费品、农副产品流通和再生资源回收利用四大网络)建设,并在金融、科技、教育等方面加大支持力度。

国发 40 号文件的下发,为供销合作社改革发展创造了良好的环境和条件,标志着供销合作社进入了创新发展阶段。全系统认真贯彻落实文件精神,围绕成为“三个力量”,大力推进“三个创新”,狠抓“新网工程”建设,着力构建“一

个体系”,落实“五项措施”,努力打造全新供销合作社,推进供销合作事业实现又好又快发展。通过几年的努力,供销合作社改革发展取得了明显成效。在长期改革发展的基础上,形成了较为完整的组织体系、健全的经营网络、完备的服务功能,有效发挥了“三个力量”作用,为新时代供销合作社综合改革发展奠定了良好基础。

4. 供销合作社综合发展阶段 (2015 年以来)

党的十八大以来,中国特色社会主义进入新时代。我国工业化信息化城镇化快速发展,农业现代化深入推进,农村经济社会发展进入新阶段。在新的形势下,加强农业、服务农民,迫切需要打造中国特色为农服务的综合性组织。供销合作社具有为农服务的深厚基础和独特优势,完全有条件成为这种综合性的为农服务组织,但仍与农民合作关系不够紧密、综合服务实力不强、层级联系比较松散、体制没有完全理顺等。在新时代,如何办好供销合作社,使供销合作社真正成为中国特色为农服务的综合性合作经济组织,充分发挥供销社的独特优势和重要作用,是新时代供销合作社面临的新课题。要解决这个问题,就必须通过深化综合改革,进一步激发内生动力和发展活力,更好地发挥独特优势和重要作用。

十八大以来,党中央、国务院高度重视供销合作社工作。习近平总书记专门就供销合作社工作作了多次重要指示批示。2014 年 7 月,习近平总书记在总社成立 60 周年之际批示指出:“在新的历史条件下,要继续办好供销合作社,发挥其独特优势和重要作用。”“各级党委和政府要关心和支持供销合作社改革发展,供销合作社要全面深化改革”。2020 年 9 月,习近平总书记在中华全国供销合作社第七次代表大会前夕指出:“供销合作社要坚持从‘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,完善体制机制,拓展服务领域,加快成为服务农民生产生活的综合平台,成为党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带”。

2015 年 3 月,中共中央、国务院下发了《关于深化供销合作社综合改革的决定》(中发〔2015〕11 号文件)。文件对新时代深化供销合作社综合改革作出了全面部署,明确了供销社综合改革的指导思想、目标任务、基本原则和重点措施。文件提出了“三个适应”(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)、“三个成为”(把供销

合作社系统打造成为与农民联结更紧密、为农服务功能更完备、市场化运行更高效的合作经济组织体系,成为服务农民生产生活的生力军和综合平台,成为党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带)、“四项措施”(拓展经营服务领域、推进基层社改造、创新联合社治理机制、加强领导)。文件的下发标志着供销合作社站到了新的历史起点上,进入了综合发展的新时代。习近平总书记的重要指示批示精神和中发 11 号文件精神,是指导新时代供销社改革发展的纲领性文献,是新时代供销合作社工作的科学指南和根本遵循,系统上下迅速掀起贯彻落实热潮。经过全系统几年来的艰辛努力,供销合作社工作取得了显著成效。综合改革全面推进、体制机制持续创新、综合平台明显扩大、服务能力有效提升、桥梁纽带作用不断加强。供销合作社不仅在农业农村现代化、脱贫攻坚、乡村振兴和农业强国建设中发挥了重要作用,也为未来供销合作事业的高质量发展打下了坚实基础。

二、供销合作社 70 年发展历程的启示

回顾总结 70 年来特别是近 30 年来供销合作社的发展历程,可以从中得到许多有益的启示。

(一) 坚持党政领导支持

“民办官助党领导”是保障供销合作社健康发展最为重要的因素。习近平总书记指出:“供销合作社是党领导下的为农服务的综合性合作经济组织”。党一直长期高度重视和发展供销合作社。改革开放后,党中央、国务院在一系列文件中,明确加快供销合作社改革发展。近 30 年来又专门出台了 4 个推进供销合作社改革发展的重要文件。因此,没有党和政府的领导与支持,供销合作社就很难发展到今天并取得重大成就。要推进供销合作社健康发展,就必须始终坚持党和国家对供销合作事业的领导与支持,在服务党和国家事业全局、“三农”工作大局中实现供销合作社自身发展。

(二) 坚持为农服务宗旨

始终坚持为农服务这个办社宗旨,实际上就是解决供销合作社和农民的关系问题。作为一个组织,初心是什么?为什么成立?做什么?为谁服务?这是宗旨问题,任何时候都不能忘记。离开了农民群众,离开了服务对象,供销合作社就没有了生存的土壤,没有了发展的基础。因此,要推进供销合作社健康发展,就必须始终坚持为农服务根本宗旨,

为农服务的大旗要永远高高举起来,要把为农服务成效作为衡量供销合作社工作的首要标准。

(三) 坚持合作经济属性

作为合作经济组织,必须坚持合作社的价值和原则。合作社的组织属性,任何时候都不能丢。如果失去了合作社特色,就如同一般企业了,那就没有独立存在的价值了。供销合作社是自下而上的联合组织,必须保持组织体系的稳定性、完整性,这是合作经济属性的内在要求。在供销合作社发展历程中发生的国合商业的三次合并,就是违背了合作经济内在属性的要求,违背了合作社的性质和原则,实质上就是丢掉了合作社的特色。因此,要推进供销合作社健康发展,就必须始终坚持合作经济属性,保持合作社特色,体现合作社的价值,秉持合作社原则,践行为农服务的办社宗旨,弘扬供销合作社文化。

(四) 坚持市场经济方向

合作经济是市场经济发展的客观产物。市场经济发展历史很长,从世界范围来看,凡是市场经济高度发达的一些国家,合作社发展也是比较好的,这就说明市场经济与合作经济发展是并行不悖的。市场经济是长久的,合作社之树也是长青的。因此,要推进供销合作社健康发展,就必须始终坚持市场经济方向,通过不断深化供销合作社改革,创新体制机制,激发内生动力和发展活力,适应市场经济的发展要求。只有这样,供销合作社才不会被市场经济的大潮淘汰,才能在市场竞争中立于不败之地。

从 70 年供销合作社发展历程中,还可得出许多有益的启示。回顾往昔,70 年风雨沧桑,艰苦奋斗,成就辉煌;展望未来,新时代任重道远,砥砺前行,前程锦绣。在新时代新征程上,深入推进供销合作社改革发展,要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,坚持新发展理念和高质量发展要求,坚持从“三农”工作大局出发,坚持中国特色供销合作事业发展道路,坚持党政领导支持、为农服务宗旨、合作经济属性、市场经济方向,持续深化综合改革,不断加快全面发展,着力完善服务功能,加快成为服务农民生产生活的综合平台、成为党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带,为服务乡村振兴、建设农业强国和推进中国式现代化作出新的更大贡献,开创供销合作事业新局面,铸就供销合作事业新辉煌。■

(作者系中国供销合作经济学会副会长,中华全国供销合作总社原常务理事、科教社团部部长)



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 朱建国
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

会员单位代表

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
上海浦东登丰乐农农资公司
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
上海嘉定惠民超市市场经营管理有限公司
上海果品配送有限公司
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

马晨辉
汪巍忠
王心雄
桑 佳
金季平
周丽辉
朱建国
钱 斌
丁海东
金 莉
韩 东
陈 斌
赵志刚
武文斌
陈 湧
张 敏
伍亚生
奚 钊
张志鹏
丁 雷
张自强
宫鸿冰
戴康平

王玉蛟
孙永良
陈建军
沈莲芳
张 毅
周继东
陈 伟
王 杰
顾 强
倪国庆
徐 霖
葛 颀
蔡 勇
缪天平



新征程

P6

深入学习领会 全面贯彻落实

上海市供销合作总社召开专题会议传达学习习近平总书记
对总社成立 70 周年作出的重要指示、李强总理批示

卷首语

- 2 供销合作社 70 年发展历程回顾与启示 / 李殿平

新 征 程

- 10 以“上海供销市集”项目建设聚人才、建新功 / 郭 婷
13 整合提升展成效 聚力发展谋新篇
上海市果品有限公司全面推进“三分开、三定位”

访谈直播

- 14 爱社 惠民 务实 创新
上海市普陀区供销合作社

求 索

- 16 绿色农业发展与供销合作社服务功能转型 / 杨 谦
21 乡村振兴的痛点在哪里？
关于合作经济组织高质量发展的思考 / 葛志华
23 从“变”与“不变”探究中国特色供销合作社发展道路 / 艾永梅
27 供销合作社老字号品牌创新发展的启示 / 杨艾頔
30 新质生产力赋能乡村振兴理论与实践探寻 / 李守杰
33 加快建设高质量再生资源回收利用网络体系的路径 / 王传雄



本期封面 上海市普陀区供销合作社永昌集市
(蓝田店)

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

二〇二四年第六期
(总第 229 期)

2024 年 12 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

观 象 台

- 35 完善现代商贸流通体系 推动批发零售业高质量发展

三农论道

- 36 地方基层供销合作社流通循环体系创新实践研究
以山东邹城市供销合作联社为例 / 高发全 陈美勤

供销文化

- 38 中国供销合作社陈列馆巡礼
42 供销合作社系统职业教育发展的挑战与机遇 / 蔡小柳
46 党建引领乡村人才培养路径研究
以山东经贸职业学院实践育人为例 / 白兆庆 甘欣田

围炉品茗

- 49 话机改变生活 / 赵培龙



新 证 程

P8

倾力打造“上海供销市集” 推动各地供销系统农副产品对接

本刊为扩大信息交流渠道,已加入“中国知网”,并推荐收录刊物文章。
如作者不同意文章被收录请在来稿时声明。

深入学习领会 全面贯彻落实

传达学习习近平总书记对中华全国供销合作总社成立 70 周年作出的重要指示、李强总理批示



12 月 2 日下午，上海市供销合作总社党委召开专题会议，传达学习贯彻习近平总书记对中华全国供销合作总社成立 70 周年作出的重要指示、李强总理批示和刘国中副总理在纪念中华全国供销合作总社成立 70 周年大会上的讲话精神。市社党委书记程颖出席会议并讲话，市社理事会主任叶军平主持会议，市社领导班子成员、市社工团组织负责人、各区供销社主要领导、市社各直属单位党组织书记、市社各职能部门主要负责人出席会议。

市社党委书记程颖在会上原原本本传达了习近平总书记在中华全国供销合作总社成立 70 周年之际作出的重要指示和李强总理批示，传达了 11 月



28 日在北京召开的纪念中华全国供销合作总社成立 70 周年大会上刘国中副总理的讲话要求和总社先进表彰情况，并就上海市供销合作社系统认真学习贯彻习近平总书记重要指示精神做了部署，明确了工作要求。

程颖强调，上海市供销合作社系统要把深入学习贯彻习近平总书记重要指示精神，作为当前和今后一个时期的重大政治任务，系统内各级领导班子要以上率下带头学习，贯彻落实好 11 月 29 日下发的《中华全国供销合作总社关于认真学习贯彻习近平总书记重要指示精神的通知》（供销办〔2024〕32 号）精神。一要深入学习领会、全面贯彻落实习近平总书记重要指示精神。要把准前进方向，坚决贯彻落实，结合年度工作，抓好起步开局。二要聚焦主业深化改革，发挥独特优势提升核心竞争力。要发挥供销合作社独特优势，聚力改革服务发展，加强内外交流合作，助力赋能乡村振兴。三要加强党建引领和自身建设，开创高质量发展新局面。要坚守初心牢记使命，勇于践行担当作为，传承精神守正创新，与时俱进再创佳绩。

程颖在讲话中指出，上海市供销合作社系统要围绕当好党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带，传承供销红色基因，秉持一脉相承的使命职责，加强系统联合合作，立足上海区位优势和供销合作社的政治优势、组织优势和系统优势，找准服务“三农”和推进乡村全面振兴的切入口和着力点，聚焦主责主业，深化综合改革，着力提升企业核心竞争力，服务全国、服务长三角。与各省社、各区社，以及各

直属企业之间要加强协同配合和交流合作，全力推动农资供应、农产品流通、农业社会化服务、再生资源回收利用等重点工作高质量发展，做强产业链，做优服务链，聚力各项工作取得新突破，更好服务农民生产生活，为推进城乡融合发展、加快农业农村现代化发挥供销社更大作用。市社各出资企业要进一步围绕“创新、整合、提升、突破”工作方针和“从严、求实、抓细”工作要求，坚定不移聚焦主责主业、坚持不懈打造核心竞争力、坚韧不拔推进实现高质量可持续发展，不断加强党建引领，强化品牌经营和流通平台建设，加快推进数智化转型和供应链建设，深化干部人才队伍建设和企业文化建设，全力打造企业核心竞争力，努力开创上海供销合作事业高质量可持续发展新局面。

市社理事会主任叶军平对会议贯彻落实提出明确要求：一要提高政治站位，及时传达学习贯彻习近平总书记重要指示精神。要及时向系统各单位传



达会议精神，迅速组织开展多种形式的学习研讨，切实把思想和行动统一到习近平总书记重要指示和党中央、国务院决策部署上来。二要聚焦主责主业，狠抓贯彻落实，着力推动习近平总书记重要指示精神和党中央的决策部署能够真正落到实处。系统各单位要完整准确全面贯彻新发展理念，深化综合改革，强化机制创新，切实把习近平总书记的殷切期望转化为为农服务的强大动力，当好党和政府密切联系农民群众的桥梁和纽带，以为农服务的新成效坚定拥护“两个确立”，坚决做到“两个维护”。三要加强组织领导，迅速兴起宣传贯彻习近平总书记重要指示精神的热潮。要精心组织，认真实施，要原原本本学，联系实际学，引导教育广大干部职工学思践悟、学深悟透、学以致用。大力弘扬新时代“扁担精神”“背篓精神”，以更加奋发有为的精神状态抓好供销合作社改革发展各项工作，守正创新、勇毅前行，为全面开创上海供销合作社事业的发展新局面而努力奋斗。

习近平总书记对中华全国供销合作总社成立 70 周年作出的重要指示在上海供销合作社系统广大干部职工中引起热烈反响，大家一致表示，习近平总书记的重要指示振奋

人心、立意深远，为新时代的供销合作社事业在新征程上找准了方位，开阔了思路，指明了方向，让每一名供销合作社员工都倍感振奋、倍增信心。一致表示，将深入学习贯彻习近平总书记对中华全国供销合作总社成立 70 周年作出的重要指示和李强总理批示精神，进一步围绕“创新、整合、提升、突破”工作方针和“从严、求实、抓细”工作要求，坚定不移聚焦主责主业、坚持不懈打造核心竞争力、坚韧不拔推进实现高质量可持续发展，当好党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带，守正创新、勇毅前行，奋力谱写供销合作事业高质量发展新篇章。要按照习近平总书记重要指示要求，更好发挥供销合作社在推进乡村全面振兴、加快农业强国建设中的独特优势和重要作用，聚焦主责主业，深化综合改革，当好农资流通的主渠道、农业社会化服务的主力军、农产品销售的大平台、再生资源回收利用的生力军，努力走出一条超大城市供销社改革发展新路子。

会上，宣布了上海市供销合作总社系统荣获全国供销合作总社系统先进集体和劳动模范名单。

光荣榜

(上海市供销合作社系统获奖集体和个人名单)

全国供销合作社系统先进集体

上海市宝山区供销合作总社

上海嘉定惠民超市市场经营管理有限公司

上海载盛物资有限公司

上海松江农业发展有限公司

全国供销合作社系统劳动模范

张志鹏(上海好唯加食品有限公司总经理、党总支副书记)

朱建国(上海市金山区供销合作社理事会主任)



“全国供销合作总社系统先进集体”获得者上海市宝山区供销合作总社党委书记王心雄和“全国供销合作总社系统劳动模范”获得者上海好唯加食品有限公司总经理张志鹏分别代表获奖集体和个人作了交流发言。■

倾力打造“上海供销市集” 推动各地供销系统农副产品对接

“

上海市供销合作总社积极发挥系统合力，联动开展“上海供销市集”系列展销活动。上海供销市集充分利用全国供销系统优质农产品资源、品牌和品质优势，强化经济属性，突出首创性举措，创新打造二十四节气展销模式，通过设立集全国供销系统名优农副产品和消费帮扶产品的展示、销售、体验和推介窗口，推动本地农产品“生鲜直达”和老字号产品“焕发新生”，以“进街道、进广场、进公园、进楼宇、进学校”五进活动，配合“供销文化走廊”“供销网红打卡地”等促销新场景打造，营造购物新体验，持续传递消费热潮，助力农民增收致富与居民美好生活。

”



服务长三角一体化融合发展 主动融入国家战略

上海市供销合作总社以“上海供销市集”为媒介，主动融入国家战略，充分利用系统优势，加强内外联合合作，成功构建了长三角、京津沪渝冀和上海对口援建与消费帮扶等多个主题性供销系统产销合作联盟，自上海供销市集启动以来，邀请长三角区域供应商已涵盖 21 个地市级和 53 个县级供销合作社，让“供销市集”成为长三角供销系统优质农副产品集聚上海展销的常年会客厅。同时，协同全国

各地供销合作社，并帮助新疆喀什、西藏日喀则、云南、福建三明等地供销合作社产销对接入沪。上海供销市集共推出优质农副产品 5000 余款，在一定程度上促进了长三角和全国农副产品消费市场的融合发展，如“夏日供销送清凉”上海供销市集展销活动、“经”秋十月、“Fun 享生活”上海供销运河市集等，成为全国优质农副产品直达上海大都市居民家门口的直通车。

服务上海消费中心城市建设 打造节气型购物节

上海供销市集注重拓展消费新场景，协同相关部门联手为居民打造了一系列主题鲜明的高水平特色农产品购物节，如“庆丰收促和美”主题市集以第7个中国农民丰收节为主题；“全国优质农产品上海供销购物节”以第35届上海旅游节和秋分节气为契机举办；在7月至10月期间，为热情参与、

倾情助力首届“上海之夏”国际消费季，上海市供销合作总社发挥系统合力，联动打造了8场“上海供销市集”系列展销活动，覆盖本市6区7个街道，展位总面积达近2500平方米。上海供销市集的举办，切实提升了市民“买全国”的新鲜潮流体验度，并为推进上海“国际消费中心城市”建设添砖加瓦。



服务乡村振兴战略工作大局 搭建链接城乡桥梁

上海市供销合作总社坚持“为农服务”的根本宗旨，以服务乡村振兴大局为己任，充分发挥政治优势、组织优势、系统优势，构建起“上海供销市集”公益展销平台，如上海供销和平市集“金山味道”进公园展销活动、上海供销创智市集杨浦·金山携手促振兴活动等，在农民生产和市民消费之间架起了一座无形的桥梁，开辟了市民购买高性价比地产“生鲜直达”农产品的可靠渠道，为小农户对接大市场提供了一条行之有效的途径，在一定程度上增强了农户的

品牌意识、优化了农产品的流通环境，为进一步夯实乡村振兴产业基础开辟了新通道。

上海供销市集计划2025年将在本市各区开展巡回展销，打造面向全国的二十四节气特色供销市集，通过系列展销活动进一步服务上海国际消费中心城市建设和进一步助推长三角一体化发展、进一步助力乡村振兴，帮助农民产销对接与增收致富，提高市民的感受度、共享度、认同度和满意度。



以“上海供销市集”项目建设聚人才、建新功

◎ 郭婷

上海市供销合作总社学习贯彻习近平考察上海重要讲话和对供销合作社工作的重要指示批示精神，坚持从“三农”工作大局出发，持续深化供销合作社综合改革，发挥上海超大型城市区位优势，服务上海、服务长三角、服务全国供销系统，探索建设上海供销市集农副产品展销合作平台，建立开放式的项目团队，以“上海供销市集”作为创新项目，凝聚人才、淬炼人才，积极推动扩大内需、促进城乡融合与区域协调发展，全面推进乡村振兴。

一、上海供销市集研究的背景

（一）人才建设理论

一是需求层次理论。由美国心理学家亚伯拉罕·马斯洛提出，认为人的需求可以分为生理需求、安全需求、归属与爱的需求、尊重需求和自我实现需求五个层次，人们只有当低层次的需求得到满足后，才会追求更高层次的需求。二是学习型组织理论。主张在项目中营造持续学习的氛围，鼓励团队成员不断提升知识和技能，实现人才队伍的发展。三是行动学习理论。通过在实际项目行动中学习、反思和改进，来培养解决问题和应对挑战的能力。四是体验式学习理论。利用项目过程中的各种体验，在亲身经历中积累经验、增长才干。五是人才发展的“70-20-10”理论。认为人才的成长 70% 来自工作中的实践（如项目经历等）、20% 来自与他人的互动交流、10% 来自正式培训。

（二）上海供销市集建设与供销人才建设

上海供销市集全称为上海供销市集农副产品展销合作平台，是上海市供销合作总社牢记“为农服务”宗旨，搭建服务农民生产、市民生活综合平台的重要抓手，通过建立公益性展销平台和市场化运行机制，设立集全国供销系统名优农副产品和消费帮扶产品展销、宣传推广为一体的展销窗口，推动展销“五进”（进街道、进广场、进公园、进楼宇、进学校）活动，推动打造综合平台、产销对接、品牌展销和联农带农四大功能，帮助小农户直接对接大市场，让市民在家门口购买品尝到全国供销好味道。上海供销市集的建设

过程，也是人才不断凝聚和建设的过程。一方面，以上海供销市集项目建立为契机，凝聚人才，淬炼人才，构建平台，为人才提供项目实践、产业交流与跨界合作，全力打造供销特色人才孵化平台；另一方面，人才团队的建设也为上海供销市集更好运作赋能，推动供销市集各类要素活跃流通，打造供销市集创新和成果转化新引擎。

二、上海供销市集人才建设的主要做法

（一）以“上海供销市集”凝聚人才

一是领导高度重视。上海市供销合作总社领导班子专题审议加快推进上海供销市集农副产品展销合作平台建设工作方案，设立项目团队，以市供销社本级业务部门牵头，联合 2 家具有农产品销售资质、1 家具有会展搭建资质的市供销社出资企业，为项目核心队伍输送骨干人才；提供经费支持，并将相关工作纳入年度考核予以落实。领导高度重视，让上海供销市集真正落地成为年度重点工作，各区供销社和企业均向该重点项目输送人才、投放资源，推动项目建设从无到有、从有到优。二是系统内部联盟。着力打造为农服务“五张名片”，其中有人才队伍建设合作名片。上海供销市集的人才队伍建设除了由市供销社本级和出资企业建立起核心队伍外，还在本市各区供销社范围内形成工作联盟，凡有农产品销售业务的区供销社，从分管副主任、业务部门负责人到下属农产品相关企业负责人均为联盟内成员，建立沟通渠道，定期不定期地加入上海供销市集的筹办中。还根据二十四节气制定了一年 12 场市集排片表，每场均有一家区供销社主办或承办，获得各区供销社积极响应，明年有望达到全年 24 场。市供销社系统内部联盟的建立，不仅增强了供销市集举办的力量，还组织起一批对农产品流通事业有热情、有担当的优秀企业家和一批精挑细选、经受过市场检验的优质农副产品。市供销社团委还以上海供销市集项目建立了青年突击队，进一步提升组织粘性。三是系统外部联合。依托供销社的组织和系统优势，上海供销市集邀请长三角以及全国各省市供销社推荐优秀

农产品企业家及人才团队积极参与，为外省市供销社优质农副产品提供方便快捷的入沪渠道，体现上海供销社系统服务长三角、服务全国的理念，也为上海市民提供更丰富的农产品选择。同时还邀请上海邮政、顺丰快递等企业参与，探索合作机制，依托专业外援人才队伍为农产品高效流通赋能。

（二）以“上海供销市集”淬炼人才

一是建立学习型组织。上海供销市集是一项前所未有的工程，需要在实践中不断摸索。团队以项目牵头部门负责人为首，在学中干、在干中学。团队通过上海供销市集工作方案的制定，明确工作目标；通过学习资料的检索，广泛参考吸收市集举办经验；通过与团队内外成员的交流研讨，实现工作经验的共享和创新；通过每次供销市集举办后的定期总结，不断改进，在实践积累中逐渐形成上海供销市集的模式。还通过举办和参与供销业务培训等各类学习班，不断提高团队人员对供销社职能、农产品流通业务等认识和运用水平。二是组建开放式团队。上海供销市集的人才团队分为核心队伍、内部联盟和外部联合三个层面。核心队伍是供销市集项目建设基底；内部联盟在本市供销系统工作基础上建立，人员相对稳定；外部联合的人员队伍则灵活和开放，长三角和全国范围内的供销社组织及其推荐的农产品销售企业人才均有机会参与，根据项目参与的反馈情况决定去留，目前已凝聚了江苏盐城鸡蛋、浙江绍兴小笼包、安徽黄山臭鳊鱼等有志于将家乡农副土特产推向上海的一批优秀企业家和团队。三是鼓励创新型尝试。市集是营造居民鲜活消费场景的重要手段之一，创新则是提升居民消费感官的重要内容。为了提升客户消费体验，团队以每一次供销市集举办为契机，融入创新元素，供销文化走廊、网红打卡地、郊区农产品首发中心城区、农产品擂台赛等“吸睛”手段层出不穷，使上海供销市集始终保持鲜活的生命力。

（三）以人才建设推动“上海供销市集”更好发展

一是建立产品与人才库。通过供销系统推荐、参展情况考察，项目建立了一批由企业、农民专业合作社和供销基层组织等经营主体组成的优质农副产品供应商名录，形成上海供销市集企业人才库。同时，根据每次参与展销的农副产品品牌影响力和产品受欢迎程度，逐步建立起供销系统优质农副产品名录，为进一步助力做好国内大市场流通和农副产品保供打下基础。二是建立专业策展团队。市供

销社开展了人才“百人计划”，并建立三星人才库鉴定工作，陆续引进商品销售岗、物业运营岗、专业技术岗以及复合管理岗等专业人才，为市供销社系统持续发展奠定了稳定的基础。在此人才建设基础上，依托出资企业物业资产管理优势，建设了市集策展团队，建立了从场地勘测、策展、搭建与现场协调管理的工作全流程，不断提升工作专业性和规范性，托底承接展销服务，为推动上海供销市集更稳定运作保驾护航。三是建立供销联合机制。市供销社不断拓展对外联合合作，与江浙皖供销社共同发起成立长三角供销合作社名优农产品产销联盟；发起推动京津沪渝冀五地供销社联合签署了农副产品展销合作联盟；参加并推进华东六省一市供销社深化综合改革与系统合作；与市农业农村委签订战略框架协议，共同推进成立上海乡村产业融合发展联盟建设；与上海邮政、邮储上海分行签订战略合作协议等等，联合机制的建立为上海供销市集拓展了朋友圈，为持续推动其高质量发展奠定了良好基础。

三、上海供销市集建设的主要成效

市供销社积极响应并参与举办“五五购物节”“国潮四季、美好生活”等促消费活动，今年以来，市、区两级供销社联手在全市10个区15个街道成功举办展销活动17场，展位总面积达近3000平方米，得到了地方政府的积极响应、各方媒体的倾力宣传和社区市民的热烈欢迎。

（一）探索农村生产与城市需求更好链接的供销方案

市供销社把上海供销市集作为链接上海农村生产与中心城区需求的平台窗口，鼓励涉农区社广泛联系农民，挑选优质的本地地产农产品，通过市集“五进”，直送城市居民家门口，青浦的第一茬本地茭白、浦东南汇的第一批8424西瓜均在上海供销市集进行首发，不仅大受居民欢迎，也为农民销售增强了信心。去年青浦庄行蜜梨由于气温适宜，雨水充足，坐果率大大提高，迎来了大丰收，平均亩产量可达1300-1600公斤，同比增加50%左右，“销售难”问题让农民愁眉不展。奉贤区供销社将上海供销市集作为庄行蜜梨直送城市的窗口，带农民上展位，深受市民欢迎，切实解决了农民的燃眉之急，大大增加了当地农民合作社种植优质蜜梨的信心。

（二）建立上海市社服务长三角、服务全国的综合平台

供销合作社是党领导下的为农服务的综合性合作经济组织，要加快成为服务农民生产生活的综合平台，成为

党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带，这是供销合作社的重大使命。对上海市社而言，要立足上海的超大型城市优势，加快建立服务长三角一体化、服务国内大流通大循环的综合平台。从上海供销市集实践来看，是搭建综合平台的一个典型窗口，市集一手通过长三角和全国的农副产品优秀企业牵线当地农民，一手通过上海各街镇牵线社区居民，履行为农和为民服务的宗旨。同时，在市集中不断试炼、筛选出的优秀农副产品供应市场，成为上海供销社系统建立“农产品产地网”的重要基础。未来，市供销社将通过建立“上海销地网”、与长三角及全国各省市供销社合作，更好赋能。

(三) 上海供销市集品牌建设 with 新闻媒体报道成效不断提升

上海供销市集自推出以来，中国网、农视网、中国日报等中央级媒体，上观新闻、澎湃新闻、东方网、新民网等省级媒体，黄山在线、三明广播电视台等地市级媒体，新浪网、网易等商业媒体，共约 150 家各级主流媒体对“上海供销市集”相关活动进行了报道，报道信息 2798 条，累计报道 2800 余次，受众浏览量达 256 万之多，显示了其在联农带农和为民服务等方面的较高价值，表达了市民对通过其购买高品质农产品一事的认可。市乡村振兴研究中心为上海供销市集开展了媒体监测研究，并认为市集在链接农村生产与城市需求、促进长三角一体化融合发展和服务全国供销合作总社“一盘棋”战略方面，充分发挥供销社公益属性、经济属性和联合合作属性，满足了市民对名特优高品质农产品的购买需求，提升了市民“买全国”的线下体验感，增加了市民购买高性价比地产“生鲜直达”农产品的可靠渠道，在增强供销社“为农服务”和“为民服务”显示度方面有较高价值，成为弘扬“扁担精神”“背篓精神”等优良传统贡献“上海方案”。

四、对于上海供销市集建设的若干思考

(一) 上海供销市集建设需要研究解决的问题

一是标准化与品牌化有待进一步提升。作为探索农村生产和城市需求链接的一个解决方案，设立一个平台窗口仅仅是第一步，其背后更多的工作在于推动农产品参与充分市场化竞争的过程，这个过程中，品牌品质和标准的树立至关重要，只有品牌品质标准立起来，农产品的价值才得以充分发挥。二是团队合作机制有待进一步加强。上海供销

市集的核心团队相对稳定，但尚缺乏业绩考核与奖惩机制的激励约束，而通过内部联盟与外部联合形成的合作团队，开放性灵活性较强，变动性较大。探索建立更有效的开放型组织合作机制与管理模式，既是推动上海供销市集更好运作的需要，又是探索合作经济组织属性的需要。三是市集产品的市场竞争力有待进一步增强。供销社建立为农与为民服务的综合平台，其目的是带领小农户更好融入大市场，推动农产品不断提升质量，保障食品供给和安全，增强市场竞争力，广泛得到居民认可。如何为参与市集的企业进一步赋能，提升市集产品的市场竞争力，成为推动上海供销市集深入发展的重要内容。

(二) 上海供销市集建设的若干建议

一是推进市集平台线上线下联动。鼓励上海供销市集优质供应商入驻上海供销市集全国批发交易中心，深化专卖店和电商平台建设，不断拓展市集之后的常态化展销阵地。鼓励供销系统企业从优质农副产品（品牌）名录中优选适当产品进入自有销售渠道和线上销售平台，推动市集后优质农副产品的销售转化，不断增强市集产品的市场竞争力。二是推进标准化与数字化建设。探索建立上海供销市集展销活动举办流程、参与资质、协调机制等标准化体系，及时统计展销数据，分析总结展销效果，适时逐步推进平台信息化建设。三是适时探索开放合作模式。合作经济的组织形式最早起源于 1844 年英国的罗虚代尔公平先锋社，以入社自愿、退社自由、一人一票等为核心的合作社，推动合作经济关系成为世界上一种典型组织形式，特别在农业范畴得到广泛应用。具有合作经济属性的供销社可以借鉴自身组织特点，在农产品流通平台进行创新性探索，摸索出一套适用于农产品流通领域，开放性的合作经济组织模式，为组织内的企业赋能，为架起从田头到餐桌的生鲜直达作出进一步探索。四是构建供销市集赋能新引擎。以“供销市集”作为引才育才新载体，聚焦供销优势资源，搭平台、拓资源、给赛道，打造供销市集实践历练“大熔炉”；探索建立“学、研、孵、践”的供销市集人才赋能机制，从项目培训 - 产研创新 - 商业孵化 - 市场实践，将人才势能转化为发展动能，搭建供销农产品产业人才“试验区”，真正让“青苗”汲取养分实现拔节式生长，以人才之兴赴新质生产力蓬勃之兴，为供销建设新时代人才集聚高地贡献新力量。■

（作者系上海市供销合作总社合作指导部副总经理）

整合提升展成效 聚力发展谋新篇

上海市果品有限公司全面推进“三分开、三定位”

上海市果品有限公司全面深入推进“三分开、三定位”的工作方案，以夯实基础为抓手、以主责主业为核心、以渠道拓展为重点，进一步聚焦主责主业，推进基地建设，优化整合资源，凝聚发展动力。

公司率先完成主责主业分开、资产经营管理分开、带薪休岗和离退休人员分开的“三分开”工作目标，剥离资产经营和历史包袱，轻装上阵，坚持回归本源，加强主业发展。在此基础上，公司全面推进实施“三定位”工作目标：对配送公司经营业务定位是巩固现有配送和销售业务，通过加强渠道建设、品牌建设等举措，逐步打造为全渠道供应商；对公司市场部经营业务定位坚持以“果品产地直采+市场批发”作为核心业务形态，以“低成本、低利润、高销量”的运营模式，在竞争激烈的市场环境中销售收入与市场份额；对电商公司经营业务定位是通过对经营结构梳理、评估、调整，聚焦主责主业。



公司供应链基地的投入使用是实现“三定位”目标的一项重要举措，是拓展和丰富为农服务的新内容，也是助推公司高质量可持续发展的新平台。供应链基地位于上海市奉贤区金汇镇工业园区内，毗邻上海辉展果蔬市场，贯通交通便捷的高速公路，作为公司推进主业发展的主要阵地，在满足公司为农服务、主业经营需求、辐射周边市场等方面具有独特的地理优势。从供应链基地项目建立到试运营、再到正式入驻仅用了一年时间，供应链基地配备了加工、分拣流水线，具有对果品进行分拣、清洗、包装等加工操作功能，冷库、温度控制、湿度控制等设备设施有助于延长果品保鲜期，并通过农药残留检测确保果品的食用安全。公司经过不断完善供应链基地软硬件设备设施配套建设，解决了长期以来未建立果品冷链储运、加工分拣体系短板问题，在满足业务发展的基础上，提升了整体运营质量。目前供应链基地正在逐步推进实施智能化、数字化业务管理模式，为公

司果品业务创新发展提供坚实基础和有力保障。公司下属果品配送有限公司、果品电子商务有限公司及公司市场部、仓储运营部已入驻供应链基地办公。为进一步加强公司经营业务管理，有效防控经营风险，按照“三定位”要求，成立了以业务骨干为主要成员的经营业务评估小组，通过不定期召开经营业务评估会议，进一步明确配送、电商、市场部三家经营单位的功能定位，逐步实现业务共享，资源联享工作机制，推动企业高质量发展。

随着供应链基地正式投入运营，公司通过搭建基地直达上海市场的供应链渠道，将地产“名、特、优”农产品引入

上海市场。与金山、南汇、嘉定、崇明等区供销社深入合作，落实金山蟠桃、小皇冠西瓜、南汇水蜜桃、玉茹甜瓜、8424西瓜、马陆葡萄、草莓、崇明翠冠梨等地产水果直采；与四川、广西、山东等8个省市的



猕猴桃、柠檬、沃柑、红富士等12个单品水果直采有了一定比例拓展；与各地供销社合作对接，落实新疆香梨、阿克苏苹果、广西沃柑等果品销售；与云南玉溪市供销社合作，推广巴巴西柚等果品销售及市场开拓工作，本产季以“包园”的方式直采巴巴西柚。通过战略合作、搭建平台、直采销售等形式，充分发挥公司农业产业化龙头企业作用，不断扩大和加强供销社系统联合合作，为服务“三农”、推进乡村振兴作出积极贡献。

上海市果品有限公司认为，全面深入推进“三分开、三定位”，是企业坚定不移聚焦主责主业、坚持不懈打造核心竞争力、坚韧不拔推进实现高质量可持续发展的必然要求，公司将按照制定的三年（2024-2026年）发展战略规划，把供应链基地打造成为集果品采购、存储、运输、销售和服务一体化综合性为农服务专业化平台，大力拓展果品经营的源头、渠道、品类，积极探索与上游种植基地及下游各地批发市场开展合作，不断提升企业为城乡服务的能力。■

上海市普陀区供销合作社

爱社 惠民 务实 创新

上海市普陀区供销合作社的成立要追溯到 1993 年 3 月，由原普陀区物资回收利用公司、土产杂品公司、长征供销合作社、桃浦供销合作社共同组建而成。普陀区供销合作社成立伊始，以商业网点经营管理和再生资源回收利用



作为主要经营业态。位于普陀区真如镇内的南大街、兰溪路、北石路商业街是普陀区供销合作社在真如地区的主要商业经营中心，同时承担对全区再生资源行业的管理职能，从而形成“以资产经营为主、以为民服务为本”的发展战略定位。

为深化体制改革、加快发展服务业，2006 年上海永昌企业发展有限公司纳入普陀区供销合作社管理后，普陀区供销合作社将标准化菜市场建设与再生资源回收利用作为两大主要经营板块，全力贯彻“以加快转变经济发展方式，深化改革开放，保障和改善民生为主线”的发展思路，充分把握市场形势发展变化所带来的机遇，坚持以“保障民生、服务社会为己任”的经营理念，遵循“爱社、惠民、务实、创新”的企业文化，通过以学习型党组织建设和企业党风廉政建设，开展党员“创先争优”活动、“三新四好”活动、创建“文明单位”，建立外来经营（务工）人员管理服务中心以及“四助帮困”活动等项目为载体，对系统内党员、职工、外来经营务工人员开展党建、企业文化建设和经营管理各项工作，保障企业稳定、和谐运作，同时积极融入并共建区域经济发展。

普陀区供销合作社以政府推进标准化菜市场建设为契机，从当时仅拥有区域内 7 家简陋的菜市场，依托政策支持、逐步发展壮大至辖区内已拥有 18 家标准化菜市场，此后又累计投资 5000 余万元改造升级 1.0 版本标准化菜市场，营业面积达 4 万平方米，摊位总数约 2500 个，经营种

类覆盖了居民日常所需各类副食品供应，服务周边居民达 50 余万人，占全区标准化市场的三分之一份额，获得“全国供销合作社系统先进集体”称号殊荣。普陀区

供销合作社通过大力推进标准化菜市场建设，注重农产品销售终端建设与管理，充分发挥供销合作社在农产品流通领域的基础性作用。

普陀区供销合作社依托上海市再生资源行业管理协会，加强对全区再生资源行业的管理与指导。积极开展行业整顿工作，使全区再生资源回收行业逐趋规范。截至 2013 年，普陀区供销社拥有下属生产性废旧金属回收企业



5 家、电子废旧回收企业 1 家、区域内废品交投站 17 家、民用废旧物资回收企业 5 家及“网上在线收废”普陀分中心平台 1 处，积极倡导环保低碳的生活理念，不断为区域绿色环保经济发展作贡献。

普陀区供销合作社在持续深耕主业布局同时，不断加强探索商业经营管理。对真如商业街网点展开合理规划，重视对百年老店真如羊肉馆、全国土特产商场北号以及自营超市、文化用品等特色商店的经营，还积极引进医药、食品、服装等经营业态，促使真如商业街形成以商业文化、休闲服务、人文景观及旅游业为一体的特色商业街，切实为周边居民幸福指数加码，提升供销合作社形象。

随着时代发展和百姓购物多元化的需求，不断推进改革创新发展摆到了普陀区供销合作社发展的规划蓝图之

中。2013年，普陀区供销社委托由上海永昌菜市场经营管理有限公司统一管理下属18家菜市场经营工作，以“形象提升、管理提升、效益提升”为目标，完成



2.0版示范性标准化菜市场改造，开发并运行“永昌智慧菜市场云管理系统”，打造“永昌e篮子电子商务平台”，经市、区商务委牵线，由上海永昌菜市场经营管理有限公司与上海蔬菜集团合作，将山东省临沂市河东区、兰陵县、费县，江苏省徐州市铜山区，海南省澄迈、三亚、昌江、洋浦经济开发区等10个外延生产基地的蔬菜引入普陀区域标准化菜市场内，并设立“平价菜专柜”，不断探索“联购分销”模式，与对口扶贫单位签订产销对接协议，逐步拓宽销售渠道。2017年上海永昌菜市场经营管理有限公司入选首批全国公益性农产品示范（零售）市场，并一鼓作气，将“新鲜”“实惠”“便利”延伸到居民生活周边，先后开设4家“阿拉赞”农产品便利店，惠享周边半径2.5公里范围的居民小区，为居民打造贴心实惠的购物场所。

2020年，普陀区供销社面对突如其来的新冠肺炎疫情突发，上下一心，全力以赴，落实疫情防控各项举措。疫情期间，累计采购调配农副产品等生活物资约2800余吨，其中由“永昌集市菜小睿”小程序生成订单达1200余吨，切实为特殊时期市民的生活需求提供力所能及的服务；此外，根据《上海市国有企业减免小微企业和个体工商户房屋租金实施细则》《关于进一步做好上海市国有企业房租减免工作的通知》等文件精神，累计落实254户客户租金减免约1478万余元。

普陀区供销社认真完成企业所担负的民生保障任务，为了适应消费者消费需求，积极转变观念转变，不断提升品牌影响力。2020年7月，首个数字化市场——普陀区永昌集市（蓝田店）开业，依托阿里巴巴大数据，通过



线上线下运营、第三方智慧监管、大数据分析等众多新技术手段，建立与阿里巴巴本地生活旗下“饿了么”平台

合作，数字化民生菜市场雏形显现。普陀区供销社为加快对下属市场的智慧化改造，以蓝田市场为蓝本，不断扩大“永昌集市”品牌在区域的知名度。2023年3月，普陀区永昌集市（龙盛店）智能焕新盛大开业，进一步试点建设智慧市场体系，按照市商务委最新智慧市场标准进行智慧设备配置，配备45台新一代AI识别智慧化电子秤及人流分析仪等设备，通过新型智慧化电子秤与后台数据系统结合，实现数据实时收集、交易结算及食品安全追溯等多种功能场景运用，切实满足消费者需求，永昌集市龙盛店成功通过了上海市商务委智慧市场评选。

时至今日，普陀区供销社坚守初心，勇毅前行，深入贯彻党的二十大精神，以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育为契机，坚持稳中求进工作总基调，稳扎稳打，持续提升管理水平，稳步增强核心竞争力，聚焦主责主业建设，以实干创造新业绩，不断深化改革创新之路。一方面，持续紧盯市场形势，不断盘活资产，积极提升空置网点、摊位的招租力度，针对市场空摊率逐年上升，及时进行摊位布局调整。成功引进首家盒马奥莱入驻永昌真金市场，通过合理规划，丰富市场业态，提升市场效益；围绕不动产租赁经营发展，在规范管理上下功夫，全面落实上级不动产租赁新规，根据实施细则，依法依规开展租赁经营，进一步推进资产结构调整和业态优化，根据普陀区委区政府对兰溪路特色文化商业街（原真如商业街）改造提升工作方案要求，普陀区供销社积极配合改造项目，期待绽放更耀眼的光芒。另一方面，大力发展数字科技，积极探索市场智慧发展，以“智慧赋能管理，品牌赋能菜场”的方式，针对辖区内标准化菜市场，不断深化农贸市场智慧化转型之路，根据上海市商务委关于智慧化市场的要求，积极与智慧电子秤供应商、银行三方寻求合作，进一步推进“永昌集市”品牌化智慧市场建设。

历史不仅是恢宏的叙事，也存在于街头巷陌和老百姓锅碗瓢盆的细节之中。从过去记忆中的简陋的购买环境，到如今的商超化购物体验；从过去概念中菜市场传统买卖，到如今的“掌上菜场—数字化支付模式”，普陀区供销社在不断深化改革中，经过多轮标准化升级改造，抒写下一篇又一篇成功案例，这也必将是供销人一代又一代的传承接力干下去。普陀区供销社将继续往开来，全面提升普陀区供销社服务品质，迎接供销合作经济的新一轮发展。■

绿色农业发展与供销合作社服务功能转型

◎ 杨 谦

2020年,中国正式作出“将力争2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和”的“双碳”目标承诺。2021年10月12日,习近平总书记在《生物多样性公约》第十五次缔约方大会领导人峰会上向全世界宣布:为推动实现碳达峰、碳中和目标,中国将陆续发布重点领域和行业碳达峰实施方案和一系列支撑保障措施,构建起碳达峰、碳中和“1+N”政策体系。2021年10月24日,中共中央、国务院发布《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》,确立三个发展阶段的目标:到2025年,绿色低碳循环发展的经济体系初步形成,重点行业能源利用效率大幅提升;到2030年,经济社会发展全面绿色转型取得显著成效,重点耗能行业能源利用效率达到国际先进水平,二氧化碳排放量达到峰值并实现稳中有降;到2060年,绿色低碳循环发展的经济体系和清洁低碳安全高效的能源体系全面建立,能源利用效率达到国际先进水平,碳中和目标顺利实现。实现2030碳达峰、2060碳中和目标是中国式现代化的题中应有之义。据专家预测:为实现“碳中和”目标,我国绿色投资总需求约139万亿元,其中2021年到2030年的绿色投资需求约22万亿元,2031年至2060年的绿色投资需求约117万亿元。可以预见较之20年前加入世界贸易组

织,实现双碳目标的进程对中国未来的影响更加广泛,也更加深刻。供销合作社作为一个以为农服务为宗旨的合作经济组织,在新的历史时期中面临严峻的挑战,也充满重大的机遇。为绿色农业发展服务,向具有绿色发展功能的综合性服务组织转型,应成为新时期供销合作社改革发展的主要抓手。

一、绿色农业发展是中国式现代化的必由之路

农业具有“绿色”属性和多重功能,是生态产品的重要供给者,也是生态系统的重要组成部分。农业作为保障国家粮食安全和生态安全的基础性产业,在推动我国实现“双碳”目标中具有至关重要的作用。2021年9月7日,农业农村部等六部门发布了《“十四五”全国农业绿色发展规划》,制定了“十四五”期间绿色农业发展的目标任务和实施路线图。据政府间气候变化专门委员会(The Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC)的评估报告,约21%-37%的温室气体排放量可归因于食品系统,而全球农业、林业和土地利用的温室气体排放占比达到全部排放的18.4%。根据联合国粮食和农业组织的测算,在不增加耕地总面积的情况下,要在2050年时养活100亿人口,粮食单产必须以每年1%的

速度持续增长,足见农业在未来减排方面所面临的艰巨挑战。农业对绿色发展的影响主要体现在固碳和减排两方面。当前农业资源高度消耗的经营方式尚未根本改变,种植养殖业绿色生产和低碳加工技术相对落后,一些地区农业面源污染严重,而相当一部分农业生产区域的居住区,生产生活使用散煤造成的大气污染和碳排放问题突出,废旧资源处理和再生利用尚未形成规模。加快推进农业农村减排固碳,提高农业资源利用效率,改善农业农村生态环境,实现农业绿色发展,将农业农村建设成为美丽中国的“生态屏障”,是建设生态文明社会的内在要求。从碳氧平衡的角度看,自然万物的生长和繁衍实际上是碳循环的不同表现形式:人类、动物、植物、微生物都在碳循环中生生不息。在减少碳排放方面,我国农业具有非常大的潜力,例如世界公认光合作用利用最大值为11%,中国利用率仅为0.8%,美国、荷兰等均在3%以上,发达国家的光合作用利用值最高可以达到7%,通过光合作用可以产生更多的干物质。农业既是全球重要的温室气体排放源,又是一个巨大的碳汇系统。据联合国粮食与农业组织(FAO)统计:农业用地释放温室气体超过全球人为温室气体排放总量相当于每年产生150亿吨的二氧化碳;农业生态系统可以抵消掉80%的因农业导致的全

球温室气体排放量。农业是我国碳排放的重要组成部分之一,有关学者研究指出:目前中国按农作物面积计算,年净吸收二氧化碳约 22.8 亿吨。实现碳达峰,农业减排固碳既是重要手段,又大有潜力。近年来,我国有效推动“一控两减三基本”等农业生产政策执行,控制农业用水总量和农业水环境污染,减少化肥、农药使用,对畜禽的粪便、农膜和农作物秸秆进行资源化利用及无害化处理,在投入品减量、废弃物利用等方面也取得了较大成就,协同降碳的作用初步显现。但农业源温室气体排放仍占我国温室气体排放总量的 24%,因此树立绿色农业发展理念,研发与推广低碳减排生产技术,调整产业结构,大力发展洁净绿色农业,既是减缓全球气候变化的现实需求,也是我国农业可持续发展,实现“双碳”目标的战略选择。2022 年 6 月 30 日,农业农村部和国家发展改革委发布《农业农村减排固碳实施方案》,强调推进农业农村减排固碳,提出六大重点任务:种植业节能减排、畜牧业减排降碳、渔业减排增汇、农田固碳扩容、农机节能减排、可再生能源替代。9 月 22 日,农业农村部办公厅、国家发展改革委办公厅、生态环境部办公厅、中国人民银行办公厅和中华全国供销合作总社办公厅联合印发《建设国家农业绿色发展先行区 促进农业现代化示范区全面绿色转型实施方案》,要求建设国家农业绿色发展先行区,促进农业现代化示范区全面绿色转型。绿色农业发展是一项系统工程,涉及农业乃至经济社会发展各领域。农业空间布局、耕作制度、生产管理和资源利用方式都面临着重大变革,产业结构和经营体系也

必将不断演进,绿色农业标准体系建设,绿色农业法律法规体系逐步完善,将是一个具有深远历史影响的社会变化过程。供销合作社作为一个重要的参与者,在这个过程中可以发挥显著的作用。

二、绿色农业发展与供销合作社面临的挑战

中国是一个以小农为主要经营实体的农业发展基础,实行“统分结合,双层经营”的基本经营制度,农户在自愿组织专业合作社进行自我服务之外,还需要大量的社会组织提供社会化服务。供销合作社作为为农服务的合作经济组织,在中国的农业农村现代化进程中发挥着重要的服务功能。2015 年中央国务院《关于深化供销合作社综合改革的决定》发布以来,供销合作社加快推进改革进程,农业社会化服务方式不断创新,为农服务质量和水平进一步提升,农产品市场体系建设、农村电商平台建设和县域物流配送网络建设均取得显著成果,巩固提升了供销合作社在农村现代流通中的主导地位。截至 2023 年,全国供销合作社系统销售总额超过 7 万亿元,围绕着农业农村的生产和生活形成农业生产资料供应、农副产品收购与销售、再生资源回收利用、物流服务和供应链管理、消费品零售以及生活服务和金融服务等业务板块,是目前农村网点最多,业务范围最广,经营历史最长的全国性为农服务组织体系。

站在新的历史发展节点上看供销合作社的未来,在农村基本经济制度确定的前提下,对供销合作社为农服务方式影响最大的是两个因素:一

是绿色农业的发展,二是以互联网和人工智能为基础的信息化发展。前者将彻底转变近几十年形成的化学农业方式和粗放的投入结构,使农业朝着高效低耗优质的方向转变发展,所带来的影响是生产方式、资源利用、经营制度和外部环境的变革;后者则并不仅仅是一种影响因素,更是一种新动能,具有明显的驱动和催化效应,可促使各种资源和要素的重新组合和相互作用产生跃迁的结果。一是绿色低碳农业发展将彻底改变传统的农业生产方式。高碳农业是以农业产出为唯一追求目标的投入产出方式,依靠高碳提高产量,不仅对农业生产废弃物没有合理充分利用,对土地质量造成破坏,也对农产品的安全性造成威胁。所以绿色农业要求在生产过程中,以能源消耗最少、排放最少,最终形成一种循环经济体系。这需要经营者具有系统性的循环利用思维,而不是某一个环节、某一个投入品的节约。要降低碳排放,就必须在生产环节从耕作制度、标准化种养、机械化作业、企业化经营、合作化组织等方面考虑,实现节能减耗,降低成本。二是低碳绿色农业发展将优化农业农村产业结构。绿色农业发展既是一种理想化目标追求,也是消费市场牵引结果。随着消费品质提高,有机食品需求日益成为市场新宠。据国际有机联盟统计,2020 年全球有机食品和饮料的销售总额超过 1206 亿欧元,中国达到 102 亿欧元,中国带动了超过 250 万公顷的土地转向有机种植,并由此形成完整为有机种植服务的供应链;推广保护性耕作模式,健全耕地休耕轮作制度,实施种养结合的方式,也进一步促进现代养殖体系发展;休闲农业和乡

村旅游的深度开发,也将促进观光农业、分享农业、定制农业、康养农业等新业态。三是低碳绿色农业发展需要全新的农业经营主体。以小农户为主体的分散化经营是现阶段我国农业的主要经营方式,小农户的生产行为不确定性高,应对各类风险能力差,对低碳生产方式认识不足,缺乏积极性。小农户分散经营还带来碳排放分散,增加了检测、评估和处理成本,导致政府监管干预效率不高。碳交易是以市场化手段推动低碳生产的重要举措,但小农户很难作为有效主体参与碳交易市场,例如种养结合是一种已经被实践证明是非常有意义的低碳高效农业发展模式,这种模式相对灵活投入较大,需要先进的农业综合配套技术支撑,其占地面积达不到一定规模很难产生效益。养殖业和种植业虽然同属农业,但生产对象遵循不同的规律,组织管理较为复杂,不用说小农,就是一般的专业合作社也难以完成,这就需要培育新型的农业经营主体。四是随着碳交易市场的开放和运行,农业的生态价值实现和农民增收也有了新的途径,并在改变着企业的市场生态。目前食品加工系统已经开始利用碳交易实现产品的碳中和目标,而农业生产即使短期内不能进入交易体系,但农业的减排和固碳是实实在在发生的,一些负责任的企业可以通过支持农业减排固碳,部分抵消自身的排放,部分金融机构也可以参考农业减排固碳的生态价值,开发绿色信贷产品,降低农户的信贷成本。未来随着各行业减排压力越来越大,农业减排固碳的核算体系不断完善,一旦条件成熟,农业进入交易体系,新的交易和新的市场由此而产生。五是生产方式、产业

结构、经营主体和市场生态的变化必然影响到为农服务的方式。现在很难清晰地描述这种影响的结果,但可以肯定的是为农服务的本质诉求将发生变化。其一,资源投入发生改变,通过运用现代化的农业技术使得能源、化肥等生产要素的使用在整个生产过程中达到最小化,并把低碳理念贯彻到农产品生产的全过程之中的新型农业发展模式,大力发展增汇固碳型农业;其二,价值体现发生改变,绿色发展的价值逐步成为从生产到消费的重要衡量标准;其三,乡村建设模式发生改变,生活环境建设和生活过程的方方面面都要引入碳排放的评估,建设低碳乡村模式。其四,供应链建构方式将发生变革,信息化的不断进步为实现绿色供应链提供越来越多的工具。六是为农服务内容和方式发生变革,必将给服务组织带来挑战。这种影响会从经营品类一直延伸到经营方式,涉及企业经营的各个环节和企业组织的各个要素,从而提高服务组织的生存门槛,强化农业农村市场的竞争。不仅经营对象需要符合绿色标准,经营组织自身建设也面临着按照可持续发展的理念逐步改进。可以预见,绿色农业的转型也是为农服务组织的洗牌过程。

供销合作社主要以其拥有的流通设施、专业人才和品牌信誉为农业、农村和农户提供综合服务。随着农业规模经营的逐步发展,供销合作社的综合服务也在不断深化,其基本的方向就是从流通领域向产业链的两端延伸,特别是向农业生产端延伸,标志就是土地托管方式的出现。供销合作社通过土地托管方式,成为名副其实的农业生产的组织者和操作者,强化了

供销合作社的综合服务功能,一些地方的供销合作社成为名副其实的农业生产服务综合体。一些地方的供销合作社正在逐步转变思维方式,强化为绿色农业发展服务的能力。安徽省供销合作社就提出“源头治理、闭环管理、末端处理”的思路,充分发挥系统资源优势和组织网络优势,探索实施深度参与农业面源污染治理,推动绿色清洁农业发展;广东天禾农资公司利用供销合作社的网络建设县级专业性农资农技区域性综合服务中心,深入开展各项农业社会化服务,在陆河县的服务中心助力当地供销社开展农业面源污染防控工作,完成治理面积超过3万亩;河北省供销合作社在省农业农村厅支持下,成立河北省现代农业服务公司,在全省发展节水农业全产业链托管服务。不过从总体看,供销合作社对绿色农业所带来的转型压力似乎并没有足够的自觉意识。很多地方的供销合作社虽然也开展了一些适应性业务,主要还是致力于投入品的节约和废弃物与再生资源的回收方面。例如帮助农户在保证产量的基础上减少化肥农药的投入,建设农业废弃物的回收体系,提高农村生活物资的再生资源回收和利用的能力等。应该说开展这些业务是必要的,也是绿色农业发展所需的。但是从全系统整体全面应对未来绿色农业发展的挑战,特别是不仅仅在个别业务上,如何在组织上、系统上以为绿色农业发展服务为导向全面转型,还是一个全新的课题。例如目前绿色农产品供应链建设滞后;农产品供应链建设是绿色农产品发展的重要支撑,特别是产后环节滞后,流通对生产的引导作用发挥不足;农产品产地商品化处理、

产品预冷和储藏保鲜能力不足,冷链物流“最后一公里”问题尚未破解,使得一些绿色农产品处于孤岛;能够从果蔬清洗、分级、拣选、包装、预冷等产地初加工的企业和经营主体数量较少且分布不均;通过优化运输线路,改良运输方式和方案等措施降低物流流通环节的碳排放还很不完善;终端市场对绿色低碳农产品的推广和营销基本处于空白。供销合作社作为党和政府做好“三农”工作的重要抓手,本应在贯彻执行国家发展战略方面担负应尽的职责,这是供销合作社与其他市场型的为农服务组织重要的区别。显然,在绿色农业发展过程中,供销合作社有发挥作用的广阔空间,也有组织使命所决定的应尽义务。

三、服务实现双碳目标,向绿色综合服务组织转型

从现在算起,到2030年实现碳达峰还有6年时间,再接下来的30年,中国将开启碳中和的历史进程。应该说,这6年所带来的冲击可能更胜于后30年,因为这是发展观念转变和发展模式转变的关键窗口期,供销合作社面临着重大的历史机遇。我国绿色农业的发展至少要解决四个方面的发展矛盾:其一,农业生产与生态环境之间的矛盾比较突出,需求持续增长和农业资源供给紧张始终存在;其二,食物供给结构与营养健康需求之间存在矛盾,优质安全的绿色生态农产品、地域特色农产品供给不足;其三,农业产业化经营与增加农民收入之间存在矛盾,如何保障农民稳定分享绿色农业发展的红利,还需要艰苦探索;其四,农业产业技术与绿色农业发展需求之间存在矛盾,总

体上技术供给不足。

在挑战面前寻找机遇,在解决矛盾的过程中精准定位。如果说供销合作社是一个全链条的为农服务组织,那么就必须承认供销合作社在绿色农业发展的过程所面临的挑战也不仅仅是单个业务的,而是对供销合作社为农服务模式和功能定位的全面挑战。站在信息化、数字化、智能化的今天看待这种挑战,必须从供销合作社的组织整体上做好转型的准备。这个转型至少包括两个阶段,即要从现在供应绿色产品向绿色供应商转型,再从绿色供应商向绿色供应链转型,最终成为一个适应绿色低碳农业发展的绿色综合服务组织。研究发现,农业排放源主要有6类:化肥、农药、农膜、柴油、灌溉和播种,而化肥源碳排放的贡献超过其他5类的总和,达到60.86%,而供销合作社传统的农业生产资料经营品类化肥、农药和农膜三类相加则达到了84.48%。围绕着这三类产品的供应,对于供销合作社系统来说,还涉及一系列相关的技术服务措施,以服务绿色农业经营为核心的全产业链运营模式可能是未来发展的主流模式。现在供销合作社按照化肥农药减量行动方案,为减少农用化肥和农药施用总量调整企业经营策略,逐步增加有机绿色产品的供应比重。接下来对供销合作社的考验在于如何在供应结构改变的情况下构建出适应性的技术服务措施,成为绿色农业的供应服务商。而远期的目标,则是通过信息化、数字化的技术手段,主导建设为绿色农业服务的供应链,成为产前、产中、产后一体化的服务提供者。

100多年前,美国威斯康星大学

的农业物理学教授富兰克林·H·金历时4个月20天,游历了中国、日本、朝鲜后,写成《四千年农夫》一书,记录和研究了农业生产者真实的生活环境,讲述了东方各民族好的耕作方法。他对以中国为代表的东方农耕文明产生了深刻的感悟:人成为这个循环的一部分,农业不是和土地对立的农业,而是和谐的农业。作为为农业服务的合作经济组织,正是应该成为和谐农业的一个重要推手。这就是供销合作社在双碳目标实现过程中应该有的转型定位。为此,供销合作社应该及早着手做好以下工作:一是超前谋划,着手制定《碳达峰:供销合作社2030发展规划》,绘制供销合作社顺应绿色农业发展的转型路线图。凡事预则立,对一个系统来说,趋势研究非常重要。近10年来以互联网为基础的经济规律说明未来的发展可能越来越脱离线性发展模式,而在突变和跳跃中不断演变,给企业经营者的适应性行为带来极大困难,正因为如此,超前研究就更有必要。供销合作社组织高层应该着眼于未来碳达峰的目标,对绿色农业的发展以及带来的影响进行深入分析,对企业发展环境做出预判,为供销合作社系统转型发展提供观念指导和方向引领。二是加强培训,在领导层建立绿色可持续发展理念。可持续发展拥有一套不同于传统发展理论的知识体系,不了解这些知识,就很难有自觉的可持续发展行动。与一般经济发展所具有的影响模式不同的是,可持续发展的领域并不是在拥有最先进科技的产业中,恰恰是人们认为最传统的大农业领域,或者说是食品系统中。因此对供销合作社系统来说转变观念,学习新的知识就尤

为重要。在系统培训特别是县市级供销合作社主任培训中要突出顺应绿色农业发展的内容,尽快在系统内凝聚共识,形成一个转变观念的风向标。在培训中应结合中国 2030 碳达峰的政策、对社会经济的影响、绿色农业发展的趋势、未来农业服务和农业生产的变化等方面的宏观环境趋势,重点研讨培训绿色农业发展给供销合作社带来的机遇和挑战、供销合作社发展模式的转换方向和方式、工作推进的规划和步骤以及县域供销合作社绿色农业服务转型发展等内容。三是利用土地托管方式,探索服务绿色农业发展经验,把握未来主动权。土地是农业发展的基础要素,土壤固碳是最有效的减碳途径,农业近 90%的减排份额可以通过土壤固碳来实现。农业生产资料供应及其技术服务是目前供销合作社服务绿色农业的主要环节。近几年全系统每年土地全托管面积约为 4000 万亩,土地流转面积约 4000 万亩,在农忙季节还会采取多种灵活的方式托管土地,这为供销合作社为未来转型提供了试点资源。通过试点可以探索出供销合作社在实现碳达峰阶段,如何凭借信息化的技术和供销合作社的服务优势,建设具有综合功能的县级绿色农业农村服务中心。四是重视数字化信息化水平的提高,建设绿色供应链。壮大渠道实力,特别是加强系统力量整合建设绿色供应链,是供销合作社可以发力的主要环节之一。绿色供应链是一种在整个供应链中综合考虑环境影响和资源效率的现代管理模式。早在 2017 年 10 月,国务院办公厅就印发了《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》,提出要“强化供应链的绿色监管,探索建

立统一的绿色产品标准、认证、标识体系,鼓励采购绿色产品和服务,积极扶植绿色产业,推动形成绿色制造供应链体系。”未来要成为流通领域的主体,不仅仅体现在物理商品的供应量上,更重要的是体现在对整个供应链的把控和调度上,所以供销合作社应高度重视自身信息化水平的提高,注重供应链的信息化和数字化的渗透,打造绿色供应链管理体系服务绿色农业。在最有条件的供销合作社主要业务板块如农业生产资料行业,可通过企业之间的协作、合并、收购等方式构建纵向一体化的供应链管理体系,并通过供应链管理来强化供销合作社系统力量的整合,形成一种双向促进。五是坚定推进企业改革,大力培育新发展模式。供销合作社的为农服务理念,说到底要依靠企业的经营行为加以落地,所以企业的发展模式、经营方式和经营能力在服务中起了决定性的作用。供销合作社企业总体来说规模小,业务单一,竞争力较弱,而且受到行政层级所有的限制,同质之间的企业进行联合兼并并不是很常见,以致企业迭代相对较慢,不改变这样的状况,就会在为绿色农业服务的历史进程中后劲不足。加大企业的改革力度,特别是加大企业之间的联合兼并,扩大企业经营规模,提升市场竞争力,培育一批服务绿色农业的龙头企业,应该是供销合作社迈向 2030 碳达峰目标的必由之路。六是打造低碳品牌为农产品赋能,通过品牌溢价提升低碳农产品的市场收益。据由专业的可持续发展咨询机构商道纵横与界面新闻合作推出的《2022 年中国可持续消费报告》的调查,97% 的受访者认为在购买食品和饮料时,环境可持续性至

少具有一定的重要性。这样做的原因不一定是为了保护环境,而是消费者在可持续性和健康之间建立的联系。也就是说有些消费者,特别是高学历、较高收入的年轻消费者对于产品品牌的认知中已经包含可持续发展理念。基于消费者保护生态环境、应对气候变化的情感诉求打造独立品牌,助力农产品在市场细分领域获得溢价收益,显然是一个可行的营销导向。供销合作社的品牌建设应该将更多注意力放到绿色、有机、无公害等标志产品培育上,在农产品终端市场建设上突出绿色可持续理念,挖掘可持续发展的红利。七是鼓励社有企业特别是省级以上社有企业逐步将企业社会责任管理纳入企业发展战略,主动发布企业社会责任报告。实现“双碳”目标是中国政府对全球的郑重承诺,这既是一个重大的挑战,也是应尽的社会责任。供销合作社作为一个为农服务的合作经济组织,为绿色农业发展服务本身就是一种社会责任的担当。牢固树立企业社会责任意识,引入企业社会责任管理系统,定期发布企业社会责任报告,有利于促使企业将企业经营活动纳入利益相关者的架构中。目前供销合作社系统中自觉发布企业社会责任报告的企业还很少,影响了供销合作社的各利益相关方对供销合作社价值的认可。所以应鼓励和引导社有企业特别是大中型企业,把社会责任的理念和评价纳入企业经营管理,定期发布企业社会责任报告,真正体现出、传播出供销合作社作为党和政府做好“三农”工作抓手的价值。■

(作者系中华全国供销合作总社管理干部学院原院长、教授)

乡村振兴的痛点在哪里？

关于合作经济组织高质量发展的思考

◎ 葛志华

党的十八大提出了建成社会主义现代化国家的时间表（两个百年奋斗目标）与路线图（四化同步）。党的十九大基于农业农村的特殊性、重要性与发展现状，又提出了乡村振兴战略，把农业农村纳入优先发展的范畴。党的二十大又在新的历史起点上，作出了加快“建设农业强国”的战略部署，吹响了以中国式现代化推进中华民族伟大复兴的进军号。三届党代会一脉相承，又不断创新，丰富与发展了中国式现代化理论。

新中国成立以来，农业农村现代化取得重大进展，实现了从贫穷到温饱再到全面小康的历史性的跨越，为站起来、富起来、强起来提供了基础支撑。但与工业化、城市化与信息化相比，农业农村现代化相对滞后，拖了“四化同步”的后腿。时至今日，“三农”虽取得历史性成就，但农业仍是国民经济最薄弱的环节，农村仍是发展相对滞后的区域，农民仍是相对贫困的群体，“三农”成为中国式现代化的突出短板。

“三农”不仅发展相对滞后，而且还面临着严峻的挑战，最突出的表现就是农业分散经营的内生性困境、生产要素自由流通的体制性障碍、农产品国际贸易对保障农产品安全的外部

冲击等等。这些问题与挑战使“谁来种地”“怎样种地”等矛盾日渐突出，业已成为当前经济社会生活中亟待解决的难题，套用中央一号文件的话，那就是“三农”问题是中国式现代化的“难中之难”。“三农”问题是中国式现代化的一道坎。解决“三农”问题，化解严峻挑战就成为全党工作的“重中之重”，成为实际工作部门与理论研究机构的共同责任，成为亿万农民的真切期盼。

“三农”发展滞后的原因是多方面的：有农业本身的固有弱点，诸如农业的弱质性，面临自然风险与市场风险的双重考验；有生产力的因素，诸如农业生产技术与生产工具的创新推广不快；有生产关系方面的原因，包括农业生产的组织形式与利益分配等；有要素资源缺失的问题，如缺土地、缺劳动力、缺市场等；有合作经济组织发展质量不高融合不够、统分结合的经营体制存在偏差等等。

建设农业强国，推进乡村振兴，固然离不开土地、资金、劳动力、技术、数字等要素资源，没有这些资源，发展现代农业就会成为一句空话。但仅有这些资源也是远远不够的，缺少合适的经济组织同样会束缚农业生产力的发展。比如，在计划经济年代，

人民公社体制、大锅饭生产方式严重束缚了农民的生产积极性，造成农民普遍的贫穷，起早贪黑种田仍吃不饱肚子。

经济组织是产业发展的关键变量。与农业产业相契合的经济组织能够有效激发发展活力，促进生产力的发展，而不契合的经济组织则会窒息发展活力，束缚生产力的发展。从经济学的原理与世界农业现代化发展的历程来看，公司制是最适合非农产业的经济组织，而合作制则是最适合农业产业的经济组织。

与公司制的资本联合不同，合作制作为一种劳动的联合，旨在满足自愿联合的人们的共同需求。按合作制原则组建的合作社是兼有企业和共同体双重属性的社会经济组织，其基本的原则是开放的社员资格、民主的社会控制、对内服务与对外经营、社员的经济参与盈余分配、社员的教育与培训等。这些基本原则构成了合作社区别于其他经济社会组织的本质特征，决定了“特别法人”的治理机制，成为合作社能够满足社员需要的制度保证，使合作社成为最适合农业产业的经济组织。

农民之所以需要合作社，合作社之所以长盛不衰，则是由合作制的特

殊价值、农业产业的特点、家庭分散经营的局限性共同决定的。

一是从合作制的价值来说：与其他组织不同，合作经济组织既有经济功能、社会功能，又有政治功能与文化传承功能。对分散经营的个体农民而言，合作制既能有效地让分散的农户组织起来，不再以单个自然人的形象出现在市场经济舞台上，变成新型农业生产经营主体，改变了农户的经济社会地位，拥有了与其他市场主体相对平等的法律地位和社会经济地位；合作制又能成为市场经济的矫正机制，能够在农业生产经营的各个环节降低生产成本与交易成本，提高农民的谈判地位，实现专业化分工与规模化经营；合作制还能以其规模经营优势、成本控制优势、技术利用优势和谈判议价能力，拉长农业产业链，打造农业价值链，化解农业市场风险，增加社员经济收入，维护农民利益。此外，合作制还能沟通政府、市场、农户之间的联系，辅助实施农业政策，降低政府管理成本。当然，合作社也不是万能的，在农业生产环节，家庭农场又具有独一无二的优势，合作社只是干分散农户“干不好、干不了、干得不经济”的事情，为统分结合、双层经营搭建平台。

二是从农业产业特点来说，农业的本质是自然再生产与经济再生产的有机统一。农业生产是一种生命适应生命的复杂过程，不适合“大呼隆”式的集体劳动。农业的分散性、差异性、复杂性决定了分散经营是最适合的生产组织形式。加之，农业劳动工种繁多，作业分散，无法分割计算劳动价值，天然的含有高昂的监督与计量成本，而以血缘关系为纽带的家庭能进

行优势互补与优化组合，不需要度量、监督与激励。

三是从分散经营的局限性来看：家庭经营在生产环节具有明显的优势，但在产前、产后等环节又有明显的劣势。分散农户无法同市场对接，无法与现代要素衔接，更无法与其他市场主体竞争，无法进行专业化分工与规模化经营，没法降低生产成本与交易成本，劳动生产率难以提高，更无法解决农业外部性问题，迫切需要在家庭经营之上建立合作经济组织，解决分散农户“干不好、干不了、干得不经济”等困难，既扬家庭经营之长，又补家庭经营之短。

物质与能量的开放性循环是现代农业的基本特征，这就要求农业生产经营既要“分”，又要“统”。“统”与“分”各有优势，又各有劣势，各有适应范围，两者既对立又统一，两者的有效耦合才是现代农业经营体制的关键所在。基于这些特殊性，世界各国虽然农业资源禀赋不同，农业现代化道路各异，但有两点共性：其一，农业经营多以家庭为基本单位，不管人多地少，还是地少人多，农业都是以家庭为基本生产经营单位；其二，是在家庭经营之上建立合作经济组织，为农民提供生产生活服务，降低生产成本与交易成本，实现双层经营，把家庭生产经营的积极性与合作社统一经营的优越性有机地结合起来。

我国合作经济组织起步较早，但经历坎坷。改革开放以来，我国逐渐构建了以农户家庭经营为基础、合作与联合为纽带、社会化服务为支撑的立体式复合型农业经营体系，解放和发展的农村生产力。随着现代化进程的加快，面对农村经济社会结构的深

刻变化的新形势，我国农业经营体制也面临许多新情况新挑战，存在体制与功能上的偏差与缺陷，主要表现为分有余而统不足。经过七十多年来的发展演变，我国合作经济组织种类繁多、形式各异、功能不一，在各自领域发挥了独特作用，服务了农民的生产生活。同时又有明显的局限与不足，有的名不副实、有的徒有虚名、有的功能单一、有的改革滞后，彼此之间又融合不够，有时甚至相互拆台，内部缺乏凝聚力，外部没有竞争力，致使分散农户少了一个综合性合作经营平台，市场缺少一个协调运转的矫正机制，统分结合的农业经营体制存在严重失衡。这些不仅在很大程度上影响了合作经济组织的生存与发展，而且还严重制约了乡村振兴的进程与成效。

习近平总书记指出：在奔向农业现代化的过程中，合作社是市场条件下农民自愿的组织形式，也是高效率、高效益的组织形式。“要因地制宜，走好农业合作化道路”“要继续办好供销合作社，发挥其独特优势和重要作用”。习近平总书记的指示为乡村振兴与合作经济组织发展指明了方向。实现合作经济组织高质量发展，打造乡村振兴的强引擎，关键在于打好组合拳，充分发挥农民的主体作用、政府的引导作用、供销合作社这个“国家队”的带动作用，对内优化合作社治理机制，对外创造良好的发展环境，推进多形式、多层次的融合，形成规模优势和组织，加快构建与农民利益连接更紧密、服务功能更完备、市场化运作更有效的合作经济组织体系。■

（作者系江苏商贸职业学院合作学院院长）

从“变”与“不变” 探究中国特色供销合作社发展道路

◎ 艾永梅

从国际农业合作社（以下简称“国际合作社”）发展的趋势来看，合作社有“变”也有“不变”：“变”代表国际合作社根据环境变化不断“进化”，是永葆生命力的活水之源；而“不变”的这些因素是支持其存在和发展的底层逻辑和一般规律。在中国供销合作社的曲折发展历程中，有“变”也有“不变”，其中包含了合作社发展的一般规律和特殊规律。只有分析其背后的底层逻辑，才能更好推进马克思主义合作经济中国化、时代化，走好中国特色供销合作社发展道路。

一、从国际合作社的“变”与“不变”中探索“中国方案”

（一）国际合作社发展的“变”

合作社在全球已有近 200 年的历史，发展至今方兴未艾。伴随市场竞争的加剧和技术创新带来的产业变革，合作社唯有变革才有可能在竞争中胜出。一是横向规模化、综合化。多国合作社通过合作社之间的合并、联合与兼并，实现业务规模的扩大，在尽可能大的生产经营范围内实现规模经济，降低合作社的生产经营和交易成本。二是纵向产业链一体化。合作社开始突破以销售初级农产品为主的传统框架，由以产定销转为以市场为导向以销定产，大力发展农产品直销、加工流通、农技推广、农耕文明教育、文旅观光等业务，呈现出企业化与供应链管理一体化趋势。三是运行管理市场化。伴随合作社成员多元异质性的显著增强，经典合作社开始从非盈利性转向盈利性，出现经营管理层职业化、融资渠道多元化、盈余分配机制多样化等趋势，资本报酬的限制也开始放松。四是组织服务体系化。多国政府开始站在统筹全社会资源的视角来重视发展合作社，成立全国性联合组织，为社员提供更大范围的互助服务，并给予法律、制度和政策支持，成为很多国家合作社的

选择，合作社因此也有力促进了本国农业生产力和现代化水平。如英国 2016 年组成一个从国家到区域、从服务到业务支持的完整合作经济系统，为提高农户的组织化程度、提供统一高标准的社会化服务奠定了基础。

（二）国际合作社发展的“不变”

从国际合作社发展轨迹中也有“不变”的成分，体现了国际合作社发展过程中保持恒定的一般规律。一是坚持平等共享的理念不变。平等是合作社的基本价值观之一，如社员联合所有、“一人一票”社员民主控制、按社员惠顾量比例分配等。这种公平的管理方式有助于缩小收入差距，如有关瑞典工人合作社的研究表明：较之于由外部投资者管理的企业，工人合作社的平均业绩更好，生产率更高，支付的工资也略高，员工对工作条件更满意。由于可以潜移默化地增强农民的民主意识，合作社已成为现代农业制度的重要组成部分。二是促进社会和谐发展的功能未变。国际合作社除了有经济发展目标之外，还注重帮扶弱者、改善民生福祉、促进社会全面发展。如芬兰农村地区建立大量新合作社提供儿童日托、养老保健和社会服务，提升了当地人的幸福感；新冠疫情期间，英国合作社联社设立应对疫情的协作网络，为全国合作社提供金融、人力资源等 11 个方面的支持，利用最短的供应链将急需物资投送到社区居民手中。合作社既能通过会员制更好地分担风险，又能避免一般商业企业的短期逐利行为，促进社区消费品安全稳定供应，还能带动灵活就业，尤其在应对不稳定的经济环境时，表现出强大的韧性和包容性。三是重塑弱势群体与市场关系的价值不变。国际合作社一直在与“市场之狼”共舞中努力坚守社会使命。合作经济与商业企业、个体农户共同构成的经济体系，避免了资本的垄断和过度控制，给经济体系带来活力和多样性，“一人一票”和按结余分配形成了“用资本干而非为资本干”

(working with capital, not for capital) 的组织形式。英国合作社联社的一项研究报告指出,新冠疫情发生以来,合作社成活率(75.7%)远远高于一般公司(42.4%),因为合作社降低了成本,且更关心盈利之外的中长期发展,分散了投资和就业风险,创造了一个“以人为本”而不是“以资为本”健康的市场生态。

(三) 在国际合作社发展经验中探索“中国方案”

对比我国与国际合作社发展趋势,有很多相似和可借鉴之处,但同时也因政治制度、经济制度和发展水平的差异,需要将国际合作社经验“本土化”,探索出一条更加符合国情、农情的合作社发展道路。通常来讲,国际合作社分为专业性和综合性两大类。以美国为代表的北美国家地广人稀,有条件以家庭为单位开展规模化生产经营,合作社以专业化特点著称;以日本、韩国为代表的东亚国家人多地少,以家庭为单位的生产经营只能在有限的土地上耕作,合作社模式以综合性著称。当前我国小农户经营耕地面积占总耕地面积的70%,与东亚国家较为相似,但在农业基本经营制度、农地细碎化程度、农民差异化程度、农业产业多样性等方面,又与日本、韩国有很大区别。在我国单体数量最多并获得立法支持的合作社类型是农民专业合作社,现已超过220万家。然而伴随市场竞争的挤压和农民的日益分化,部分农民专业合作社或演变为用来套取项目资金而无实际业务的“空壳”合作社,或成为下乡资本的包装,或被企业、乡村精英等“为我所用”,许多完全自发成立的农民专业合作社仍然难以解决“小散弱”、发展盲目无序、在对接市场中处于弱势的问题,需要政府的介入和引导。在全国唯一成体系的最大的合作经济组织是供销合作社,自中华全国供销合作总社成立至今已70年,其改革和发展提供了合作社发展的“中国方案”。

二、供销合作社发展过程中的“变”与“不变”

(一) 供销合作社的“变”

供销合作社脱胎于革命战争时期的消费合作社以及后来出现的综合性合作社。中华全国供销合作总社的前身是1950年7月成立的中华全国合作社联合总社,1954年7月更名为中华全国供销合作总社(以下简称“总社”),建立起全国统一的供销合作社系统。此后经历了与国营商业的“三合三分”,相伴而行的是其所有制性质、功能定位和服务手段的变化。

1. 组织体系的变化

时间	机构设置情况	所有制性质	组织机构特点
1954—1957	总社成立	集体所有制	机构成立
1958—1961	总社并入商业部,县以上与国营商业合并,基层供销社变成人民公社供销社	全民所有制	机构全部合并
1962—1969	总社恢复成立,恢复基层社建制	集体所有制	机构全部分立
1970—1975	总社与商业部、粮食部、中央工商行政管理局合署办公	全民所有制	机构合并精简
1975—1981	总社恢复成立,全系统从商业部门独立出来	全民所有制	机构全部分立
1982—1994	总社与商业部、粮食部、中央工商行政管理局合署办公,省及省以下不合并	集体所有制	“上合下分”
1995至今	总社恢复成立	集体所有制	机构全部分立

供销合作社在“三合三分”中共探索了四类组织形式:机构合并、全民所有制性质;机构分立、集体所有制性质;机构分立、全民所有制性质;机构部分合并、集体所有制性质。1958—1981年期间,供销合作社经历了前两次的合并与分立,当时在国民经济底子薄、商品供应不足、流通渠道单一、市场经济发育不全的环境下,将供销合作社与国营商业合并或改为全民所有制性质,农村商品流通渠道不可避免地更加单一,而供销合作社也淡化了合作经济组织属性,疏远了和群众的关系,滋长了“官商”作风;而在供销合作社分立并保持集体所有制性质的时期,都能够凭借合作商业的优势,有效组织动员广大农业小生产者的积极性,对弥补当时市场经济发育不足、稳定市场供应、遏制私商投机、巩固社会主义公有制基础,都是很有必要的。从1982年到1995年,在供销合作社经历第三次合并与分立时,农村已实行经营体制改革,市场经济加快推进,恢复一家一户为主体的经营模式,在促进农业生产力发展的同时,也在一定程度上把小农户重新推向市场,小农户与“大市场”的矛盾逐渐激化。供销合作社机构的分立,能够充分发挥组织体系和合作制优势,解决小生产者规模化效益不足,从过去组织小农户服务国家工业体系建设、以农补工的战略重点,开始转向组织小农户融入农业现代化进程、以工补农,从而助推“四个现代化”。

2. 所有制性质的变化 供销合作社的性质曾因服务国家体制改革大局而历经反复,供销合作社社员经过数次清退、合并,股份占比已经很小,体现了农民社员之间、国家与集体农民之间的“双重”合作。这种“大集体”所有制和合作经济相结合的形式是特殊的社会主义公有制形式,国家在一定程度上代表“大集体”行使一定的所有者权利,领

导供销合作社进行顶层设计,确保其不偏离为农服务宗旨,使供销合作社完成了服务原始社员向服务全体农民的战略转变,与党和国家“三农”政策的覆盖群体是高度契合的,供销合作社也因此成为将党中央“三农”政策传达惠及基层的适宜载体。

3. 功能定位的变化 供销合作社功能定位的变化,体现了向中国特色社会主义市场经济转型时期,供销合作社以更好的方式履行好国家和市场、小农户之间的桥梁纽带关系。合作社在西方发达国家也经历了政府与市场纽带关系的变化,鉴于合作社对于政府职能的发挥具有促进作用,越来越多发达国家通过立法保护、税收优惠、信贷支持、资金补贴、直接投资等方式支持合作社发展。随着我国社会主义市场经济体系的不断完善,在政府与市场关系的动态调整过程中,供销合作社也在不断调整自己的定位,从计划经济时期作为国家直接调配市场供应的助手,逐渐演变为政府以间接手段委托开展农业社会化服务、现代流通服务的市场化主体,做政府不宜直接介入和一般工商企业做不了、做不好的事,成为政府“三农”工作的抓手载体,担当党和政府与小农户、大市场之间的桥梁纽带。

4. 服务方式手段的变化 乡村如何实现蜕变重生、实现工农城乡共同繁荣,是中国式现代化推进中必须破解的课题。供销合作社顺应工农城乡关系的变化和时代要求,不断完善为农服务方式手段。新中国成立初期,为快速振兴国民经济、建立工业体系、保障国防安全,选择了以农补工、工农业剪刀差、城乡“二元”结构的工农城乡关系。供销合作社组织带动广大小农户,实现工农产品“价差”支持工业化建设,为巩固工农联盟、扩大市场供应、促进城乡物资流通发挥重要作用。改革开放以来,工农城乡关系呈现出农村带动城市、乡镇企业兴起等特点,农业快速发展,但工农城乡之间“一条腿长、一条腿短”问题突出,无人种地、空心村成为现代化进程中的农村短板问题。供销合作社充分发挥在城乡商品流通的重要渠道和引导农民参与市场经济的纽带作用,探索向综合性农业服务组织发展的路子,不断完善土地托管、连锁经营、农产品交易市场等方面的服务功能,助力繁荣城乡商品流通、活跃市场经济。党的十八大以来,着力构建“以工促农、以城带乡、工农互惠、城乡一体”的新型工农城乡关系。党的二十大以来,助力推进乡村全面振兴、农业农村现代化和农业强国建设成为供销合作社的重要使命。电子商务、冷链物流、智慧农资、数字农

服、智能回收等新模式新业态不断涌现,成为供销合作社为农服务的新名片和新手段。

总体看来,供销合作社的“变”是顺应时代之需、应时而变、应势而变,是不断完善体制、优化职能、转变作风的体现,是供销合作社历久弥新的重要法宝,也反映了我国合作社发展规律的特殊性。

(二) 供销合作社的“不变”

供销合作社虽经历曲折,但仍保持着完整的组织体系,兴农惠农的重要职责和基本功能始终未变。供销合作社的“不变”体现了我国合作社发展的一般规律和底层逻辑。

1. 打造服务农民生产生活综合平台和现代农业发展的底层逻辑不变 各国合作社的实践模式不同,然而相通的是合作社的产生都是源于分散的农民或消费者组织起来与市场 and 资本博弈,合作社从而成为组织分散农户对接现代农业的有效组织形式,同时合作社都在经济起飞、农业现代化进程中发挥了“平衡器”的作用。改革开放以来,我国农村由过去的统一经营分配的生产组织模式转变为以农户为基础的家庭生产经营为主体的经营方式,各类农业专业化服务主体面对大量分散的小规模农户,服务的成本较高,规模效益难以显现。供销合作社充分发挥其综合性合作经济组织的优势,为农户和各类专业合作社提供从种到收、从购到销、从生产到生活的一揽子综合服务,将小农户充分引入现代农业进程,并通过合作社的民主管理和分配机制,充分保护农民利益。

2. 担当党和政府密切联系农民群众桥梁纽带的底层逻辑不变 由于小农户缺乏系统化组织化的引领带动,无论是小农户需求的“上传”,还是国家意志的“下达”,都因为小农户自身特点造成断裂,这也是多国政府重视发展合作社的另一层原因,将其作为政府和市场、农民之间的一种桥梁纽带。伴随农业现代化程度的加深和政府职能的转变,北美国家更加注重通过间接手段对合作社加以扶持;而东亚国家及地区往往会将单纯由政府和市场都做不好的事交给综合性合作经济组织来做,以弥补“政府失灵”和“市场失灵”。在我国乡村治理过程中,有些事需要通过行政力量和手段亲自督导执行,而诸如壮大农村集体经济、优化公共服务、巩固拓展脱贫攻坚成果等,则需要发挥政府与市场的协调作用,更宜交给社会组织来完成以降低组织成本。供销合作社的地位性质特殊性在于不仅仅是合作经济组织,更是党和政府在农业农村工作中的抓手,是贯彻中央农村

工作不可或缺的渠道和载体,担当密切党和政府同农民之间联系的桥梁纽带,在基层还通过“党建带社建”“村社共建”“三社融合”等,助力发展壮大农村集体经济、巩固党在农村的执政基础。

3. 助力实现城乡融合发展、共同富裕的底层逻辑不变 从国际合作社发展经验来看,一个经济体中的大规模合作社部门会削弱不平等。作为一种兼有企业和共同体属性的特殊的经济组织,合作社的初衷、宗旨和内部制度安排都是互助和保护弱势群体的,“天然地”具有益贫性(pro-poverty)。马克思主义理论认为,在小农经济占主导地位的国家,农民合作社不仅是向社会主义生产方式过渡的变革形式,而且是社会主义农业生产方式的基本形式。国际合作社还有一个重要功能是坚持关注社区、社会和绿色发展的理念。相比于一般工商企业,合作社在创造就业、保护弱势群体利益、抚平收入差距方面,都有显著作用。农民从合作社学会合作和民主管理,学会科技和营销,进而走向市场、走向现代化。合作社兼有个人与集体要素,既追求效率又兼顾公平,其价值理念与共同富裕理念不谋而合。供销合作社职责使命与益贫助农紧密联系在一起:通过搭建服务农民生产生活的综合平台,助力促进城乡公共服务均等化,从而助力城乡融合发展;社有企业和基层社通过开展农业社会化服务,参与发展乡村富民产业,发挥合作社优势不断密切与农民的利益联结,带动农民增收致富,让农民共享产业链增值收益,通过产业帮扶、消费帮扶等助力巩固脱贫攻坚成果;通过完善现代流通服务,助力促进内需、稳定丰富百姓“菜篮子”“米袋子”供应、建设全国统一大市场,有助于更好促进城乡要素双向流动、从而助力实现城乡融合发展和共同富裕。

三、中国特色供销合作社发展道路的主要特点

经过 70 多年的发展和为农服务实践,供销合作社充分吸收马克思主义合作经济思想精髓,借鉴国际合作社发展经验,形成独具特色的组织体系和经营服务体系,正在探索一条中国特色供销合作社发展道路。

1. 在功能定位上,供销合作社凭借多元功能助力国家重大战略的实施 供销合作社在我国特定历史条件下业已形成集政治、经济、文化、社会、生态于一体的综合功能,能以多元的功能全方位参与到乡村振兴、农业强国建设、城乡融合、区域协调发展等重大战略的实施过程中。

2. 在组织方式上,供销合作社实行“自上而下”与“自下而上”相结合的组织方式 “自上而下”方面,供销合作社既独立于行政机关之外,又拥有介于政府与市场之间充分的制度弹性,从而确保其在各个发展阶段都能以“柔性”灵活的方式服务国家整体战略;“自下而上”方面,层层联合合作的组织体系使供销合作社能够拥有较广泛的社员基础,在农业社会化服务、现代流通、冷链物流等公益属性较强的领域便于形成合力,通过规模优势降低成本,从而让利于民。

3. 在发展路径上,供销合作社坚持用新发展理念推动实现高质量发展 用创新发展理念完善体制机制、拓展为农服务领域、激活系统内生动力;用协调发展理念优化行业指导能力,推动解决区域间、层级间不平衡不充分发展的问題;用绿色发展理念发展绿色低碳和新兴产业,实现系统健康可持续发展;用开放发展理念推动广泛开展联合合作;通过共享发展理念不断密切与农民的利益联结、更好促进社会公平正义和共同富裕。供销合作社的发展体现了四个兼顾:数量和质量的兼顾;质量和效益的兼顾;公益性和经营性的兼顾;发展和安全的兼顾。

4. 在服务范围上,供销合作社体现了专业性和综合性相结合的特点 业务涵盖农业生产服务和社区生活服务,努力满足城乡居民日益增长的多元化、综合化、便利化服务需求,同时在体系内部还领办农民专业合作社及联合社。

通过分析“变”与“不变”,供销合作社在其不断发展变化的过程中,正在走出一条中国特色供销合作社发展道路,是中国特色社会主义制度的优越性在合作经济领域的重要体现,体现了合作社发展一般规律与特殊规律的结合。群体文化认同是诱导合作行为产生的重要因素,只有建立了对合作社的文化和价值认同,合作制才能真正发挥作用。供销合作社的民主管理、集体主义、“为农务农姓农”等文化价值观也是社会主义核心价值观的重要组成部分。在提升为农服务能力、强化合作经济组织属性的同时,要培育践行社会主义核心价值观和合作社的集体主义理念,弘扬传承好“扁担精神”“背篓精神”,不断强化社会主义核心价值观和合作社理念的群众认同、思想基础和向心力,共同推进马克思主义合作经济中国化、时代化,从而更好助力实现中国式现代化。■

(作者系中华全国供销合作总社管理干部学院教务处处长、研究员)

供销合作社老字号品牌创新发展的启示

◎ 杨艾昀

一、引言

2023年,商务部等五部门联合发布《中华老字号示范创建管理办法》,对老字号的申报条件、评定标准作出调整,实行“有进有出”的动态管理,提出了新的要求。截至2024年2月1日,我国共有老字号1455家,广泛分布在食品、零售、医药等诸多领域,在促进消费增长、推动产业转型、引领文化潮流等方面扮演着关键角色。这些老字号不仅见证了我国传统手工艺精神的传承发扬,更浓缩了历史文明、商业变迁和社会发展的进程。老字号独特的品牌魅力和厚重的文化底蕴,成为连接过去与现在、传统与现代的桥梁,是商业文明发展中不可或缺的重要组成部分,更是民族工艺精粹、商业道德诚信和文化传承厚重的象征。伴随经济迅速发展和竞争不断加剧,新时代老字号在品牌传承、产品研发、技术创新等方面面临诸多挑战,在保留提炼传统文化技艺精髓的同时,需要紧跟时代发展步伐,不断推陈出新,实行必要的改革手段,在深入了解消费者购买需求的同时,引入现代企业经营理念,通过注入科技含量、研发优质产品等途径,向消费者提供更加细致周到的服务。只有适应新时代市场体制、积极拓展并延长品牌和产品链条、加强全方位品牌宣传营销模式的老字号才能够在激烈的市场竞争中屹立不倒,从而铸就百年辉煌品牌。

供销合作社系统历史悠久、体系庞大,拥有诸多老字号品牌,备受地区消费者的追捧喜爱。近年来,供销合作社系统多次开展品牌创建行动,推动各地供销合作社进行品牌建设,推进产品和服务品牌的壮大与提升。目前,供销合作社系统中已有1666家企业被行政管理部门认定并拥有自主品牌,其中被认定为“中华老字号”的有24家,这些老字号企业通过创新经营理念、提升管理水平,在品牌发展中不断改革探索,以适应高速发展的市场环境。

二、老字号发展面临的挑战

1. 体制机制不健全:市场适应性差 老字号品牌作为

传统文化载体,具有丰富的历史文化底蕴和深厚的品牌价值,但在高速发展的现代社会,一些老字号企业也面临体制机制不健全和市场适应性差的问题。据2021年数据显示,在1000余家老字号中,约70%的老字号品牌面临不同程度的企业经营难题,20%能维持基本运营,仅有10%可以盈利。体制机制不健全的问题主要表现在管理层面,许多老字号至今仍采用传统的家族管理模式,没有建立现代企业管理制度,缺乏决策管理的规范性和透明度,这种老旧的管理模式使其在重要决策、人才管理、激励制度等方面存在局限。一些老字号企业还存在权力分散、产权不清等产权结构方面的问题,导致企业缺乏决策效率,难以适应市场的快速变化,不利于老字号的长远健康发展。随着消费者需求的多样化,只有不断创新产品、优化服务才能满足市场变化需要。然而,一些老字号历史包袱重、守旧意识强,在产品创新、品牌影响、营销策略等方面缺乏持续竞争力,无法适应市场需要,逐渐落后于新兴品牌,进而导致消费群体日渐流失,企业难以为继。

2. 标准化体系缺失:质量服务不足 标准化体系的建立是现代企业管理的基础,涵盖生产流程、产品质量、服务标准等方面。对于一些老字号企业而言,标准化体系的缺失成为制约其健康发展的重要因素。老字号企业在标准化体系建立方面重视程度不够,投入成本不足,产品研发更新速度慢,缺乏企业标准和统一的行业标准,削弱了老字号品牌在消费者中的信誉形象,影响了消费者的购买体验和满意度。此外,在顾客服务方面,老字号大多延续以往的传统售卖服务模式,认为品牌的历史和文化价值足以支撑其市场地位,忽视现代消费者对服务的高标准要求。这种服务理念滞后,使老字号在顾客服务上显得不够贴心和周到,缺乏以顾客为中心的服务意识,难以满足消费者对个性化、高质量服务的需求。

3. 传统技艺濒危:匠心亟需传承 世代相传的传统技艺是老字号企业源源不绝的生命力所在。据统计,近800家老字号涉及非遗项目,这些技艺蕴含着传统民族文化的

精髓,具有深厚的历史沉淀、丰富的文化价值。随着机械化生产带来的效率提高,老字号企业在传统技艺的保护和匠心传承方面面临着系列挑战,受生产效率低、人工成本高等多种因素影响,一些企业追求回报速度快、短期效益高的商业模式,使传统手工生产逐渐被机械化自动生产取代。传统技艺市场需求少、技艺传承者年龄老化等客观因素也影响制约着传统手工艺的继承发展,在追求快节奏、高利润的社会价值观影响下,精益求精、专注执着的匠心精神也亟须有人传承发扬。

4. 消费场景单一: 竞争影响力弱 在当今数字化和互联网高速发展的时代,消费渠道的多元化已成为市场的新趋势。现代消费者在购买商品的同时,更希望获得与自己生活方式相契合的消费体验,但许多老字号企业在这一方面的创新上相对滞后,依赖于实体门店和商超专柜等传统销售渠道,将线下经营作为主要的业务拓展方式,通过口碑传播扩大消费群体。老字号企业在消费场景上的单一模式,在面对线上购物、社交媒体营销、移动电商等新型消费模式时缺少适应性和创新性,对传统消费场景的依赖,限制了老字号与年轻消费群体的接触,在消费者群体拓展上丧失了竞争力。老字号企业往往忽视了线上平台和新兴消费渠道的开发,限制并缩小了与消费者的接触场景,在个性化购物体验提供方面明显不足。

5. 宣传推广分散: 品牌认知度低 老字号企业在宣传方面大多还采用传统简单的营销模式,在品牌塑造、产品宣传上缺乏系统全面的规划,通常没有制定整套的宣传营销策略,主要还是采取平面广告、礼品包装、折扣销售等传统宣传方式。全方位立体化宣传体系的缺失使得老字号品牌宣传资源分散、效果欠佳,消费者信息获取、消费购买的习惯已然发生改变,更倾向于通过社交媒体、视频平台、移动应用等新兴渠道获取信息。在当今融媒体与数字营销全面发展的趋势下,老字号企业垂直单一、因循守旧的宣传推广模式势必难以引起消费者,尤其是年轻人的关注和青睐。

三、供销社老字号品牌发展经验

上海邵万生商贸有限公司是由上海市黄浦区供销合作社控股的名特企业,旗下拥有“邵万生”等多家中华老字号。邵万生始创于1852年,距今有着172年历史。最初由一名宁波渔民在上海虹口摆摊售卖家乡风味糟醉和特色食

品,后将店铺迁到繁华的南京路上,逐渐扩大经营种类,售卖糟醉、南北货、腌腊、糟卤等产品。近年来,为适应市场变化、满足消费者多元化需求,邵万生从多种角度进行改革创新,使老字号在新时代焕发生命力。

1. 探索体制改革 邵万生在发展过程中积极进行体制改革探索,先后共进行了两次体制改革。1999年,在外资纷纷入市的市场环境下,邵万生开始出现市场份额萎缩、发展增速放缓的问题。在此情况下进行了第一次体制改革,由集体所有制变为了股份合作制,国有股份占比51%,管理者和员工占股49%,通过股权激励的方式激发员工工作积极性。在管理模式上,邵万生也由传统家族经营的方式向现代职业经理人制度转变,通过竞争上岗的方式选聘职业经理人,对经理层进行任期制和契约化管理,建立规范的任期管理制度和绩效考核机制,按照岗位的聘任协议进行指标考核,并就考核结果给予薪酬奖励,实行续聘或者解聘,强化了经理层人员的岗位责任意识。2009年,邵万生开始第二次改制,由员工全面持股变为六方持股,黄浦区供销合作社和上海市供销合作总社分别持股37.22%、8.05%,经营团队持股28.38%,工会持股13.27%,此外还有两个民资股东分别持股10.08%、3%。二次改制后,通过引入社会资本,邵万生的股权结构更加合理,减少了对单一资金来源的依赖,企业法人治理结构进一步完善,各层级间分工明确、权责清晰,提高了公司决策效率,经营效益得到明显增长,利润收入十分可观。

2. 推动产供销一体化建设 在产品质量安全方面,邵万生积极推动标准化建设,注重生产和销售共同进行,通过不断延长完善产业链的形式,推进产供销一体化建设。原材料供应由之前的单纯向外采购,转变为供货商供货和自建生产基地相结合的方式。通过与供货商建立固定合作,解决了零散采购时期的货源不稳定和价格波动问题,保证糟醉原料供应链和产品质量的持续稳定安全。邵万生还与供货商合资成立公司,在江苏泰兴建立合资工厂,进行虾蟹水产品的加工。之后,邵万生还对食品加工厂进行改造与扩建,针对产品特点进行生产线的改造升级,提升生产效率,扩大了产能。

3. 注重传统技艺保护 在体制机制改革的过程中,邵万生始终注重对品牌文化和百年传统制作工艺的传承。在产品制作中,坚持使用代代相传的糟醉制作手法,成立糟醉大师工作室,通过师徒制对糟醉加工工艺进行继承发扬。

非遗手艺人传承人对于糟醉生产环节的工艺流程、企业标准等相关内容进行制定,促使工艺流程标准化、规范化。在保留传统制作工艺的同时,积极进行产品改良和研发,引入现代食品加工技术,通过技术创新使糟醉产品更加符合现代健康标准,满足消费者的口味偏好。

4. 积极开展产品创新 面对消费市场的快速变化和消费者口味的多样化需求,邵万生在产品研发创新上进行一系列尝试,从而保持老字号品牌的持久活力和市场竞争能力。经过市场调研和对消费者口味偏好的研究,在保留传统糟醉食品的同时,创新提出“糟醉+”发展理念,将传统糟醉手法与不同食品进行组合尝试,大胆创新,将糟醉与年轻人喜爱的食品相结合,推出了糟醉腊肉、糟醉小龙虾、糟香肉粽、糟醉月饼、糟醉咖啡等百余款创新产品,通过“万物皆可糟醉”的理念,扩展了老字号的产品线。在消费场景创新方面,除了传统经营门店,进行社区店和熟食连锁专柜的探索,不断打造新的消费场景。

5. 多维度进行品牌宣传 邵万生积极打造线上线下相结合的立体宣传模式。目前不仅在天猫、京东、拼多多等电商平台建立线上旗舰店,在抖音、小红书等年轻人喜爱的社交平台上也开设官方店铺,而且在商品页面上都会标注“百年老字号”字样,除了售卖泥螺皇、糟卤、南乳汁等特色产品外,还销售糟醉花生、糟香肉粽、蝴蝶酥等糕点小吃以及糟香翅、糟香肉肠、糟香咖啡等创新产品。邵万生不仅参与电商平台的宣传销售活动,还在实体店内进行带货直播,通过新媒体数字传播手段,多平台多维度打造宣传矩阵。邵万生还与华东理工大学开展校企合作,建立老字号创新实践基地,推动产教结合,促进老字号品牌的创新宣传。

四、老字号品牌发展的启示

1. 顺应市场经济,实行体制改革 老字号企业要想持续发展,关键在于深化综合改革,必须摒弃传统守旧观念,主动适应市场变化,构建与市场经济相适应的现代企业制度体系。通过引入社会资本,增加资金来源,优化股权结构,为企业发展注入新动力;完善法人治理结构,选聘具有现代企业管理经验和开阔视野的职业经理人,建立科学规范的管理制度,提高决策透明度,加强任期管理和绩效考核,激发管理层的工作热情 and 创新能力;建立股权激励机制,充分调动员工的积极性和创造力,为老字号企业的长远发

展提供有力保障。

2. 建立标准体系,注入科技动力 质量安全是老字号企业发展的生命线。企业需要加强对质量标准和服务品质的重视程度,加大投入成本,整合供应链,拓展产业链,提升价值链;在生产流程、产品质量、服务标准等方面建立一套标准化体系和规范操作流程,实现各环节流程的标准化控制,减少人为失误,提高企业的生产服务效率,确保产品质量安全;在生产加工环节可以利用人工智能、大数据、智能设备等现代科技手段,为产品创新提供动力,增强企业发展动能,打造符合现代消费者需求的老字号产品。

3. 继承传统工艺,弘扬匠心精神 传统手工艺是老字号企业的灵魂所在,也是企业可持续发展的关键。老字号企业应注重对非遗技艺的保护和传承,可设立非遗传承工作室,通过师徒制和以老带新的方式,学习和掌握传统手工艺技术,促进非遗文化的延续;利用社交媒体平台,邀请非遗传承人举办讲座,通过图片和视频的形式,分享传承故事,展示中华传统文化的魅力,提升年轻一代对本土文化的认同和自豪感。

4. 拓宽消费场景,满足消费需求 老字号企业可以通过创新消费场景的方式来吸引顾客。将店铺布局向生活不够便捷的老旧小区延伸,开设社区店和街坊店,不仅能够增强顾客粘性,还展现了老字号的社会责任担当;店铺装修布置可根据不同的地理位置和文化特色,打造主题店铺,开展休闲餐饮、夜间餐饮等,将品牌与旅游相结合,吸引消费者前来打卡;通过积极参与庙会、市集等具有地方特色的展会和品牌推介会,培育消费热点,为消费者提供更加丰富和个性化的消费体验。

5. 形成推广矩阵,提升品牌影响 老字号企业要主动适应现代品牌宣传推广趋势,通过多方位谋划、多样化营销的方式,打造品牌矩阵、产品矩阵和宣传矩阵,提升品牌影响力。在品牌发展上,重视对子品牌培育打造,实现品牌间的协同效应;在产品创新上,通过延长产品线,推出不同档次和价格的产品,打造产品矩阵,满足不同消费者群体的需求;在宣传途径上,在电商购物上“触电”,在网络营销上“触网”,在短视频平台上“触屏”,形成全方位的宣传矩阵,还可以通过网络直播,带领消费者走进老字号的生产车间,了解产品的生产过程和制作工艺,提升品牌形象,扩大市场影响力。■

(作者单位:中华全国供销合作总社管理干部学院)

新质生产力赋能乡村振兴理论与实践探寻

◎ 李守杰

乡村振兴战略是为应对中国农村现有问题、实现城乡协调发展、缩小城乡差距、解决“三农”问题、推动农业农村现代化、实现全面小康社会而提出的战略目标。我国目前在农业现代化建设、农村基础设施、公共服务水平等方面取得了显著的进展,但也存在城乡发展失衡、农村治理体系不完善、科技创新应用不足等现实问题,因此亟待发展新质生产力。2024年,中共中央明确提出,要依靠科技力量解决核心技术难题,并将这些科技成果应用于乡村产业发展、农村基础设施建设及公共服务和社会保障领域,提升相关生产力水平。未来推动乡村振兴将更加注重科技创新,并将先进的生产力贯穿到乡村发展的各个部分。社会进步和产业升级离不开科技的助力。党的二十大报告提出,“增强自主创新能力,坚决打赢关键核心技术攻坚战,加快实施创新驱动发展战略,依靠科技创新推动高质量发展。”当今国际竞争逐渐加剧,国际贸易阻碍重重,伴随着逆全球化趋势的影响,更需要发展生产力,推动创新,提高国际竞争力。因此,习近平总书记提出“以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能,发展新质生产力。”只有发展优质生产力才能推动前沿科技创新实现成果转化助力乡村振兴。同时,发展新质生产力可以创造新的动力,整合乡村生产要素,实现城乡融合。从实践可知,将新质生产力和农业农村相结合可以助力乡村摆脱现实困境。

目前学界针对新质生产力的主要研究集中在理论内涵、发展途径和生成逻辑,同时与高质量发展和共同富裕联系紧密。而新质生产力围绕乡村振兴主要是从数字技术等微观角度或者从乡村产业、乡村治理等具体领域去探索新质生产力的理论内涵和发展途径。基于乡村产业,主要是从生产要素和产能落后等问题出发,将技术创新作为突破口实现生产要素重新分配和产业迭代的发展目标。数字技术方面,现有的研究主要是探索智慧乡村与公共服务数字化,以及数字农业等方面的发展目标和实践意义。综上所

述,新质生产力与乡村振兴紧密相连,特别是在农业农村领域,技术创新和数字治理已被广泛应用。现有研究已为其打下扎实的理论基础,但在现实困境和具体路径的研究上仍存在不足,有必要从宏观层面进一步探讨新质生产力助力乡村振兴的逻辑与实现途径。

一、新质生产力助力乡村振兴的理论内涵

进入新时代以来,农业农村的主要矛盾表现为城乡发展不平衡、农村资源配置不充分、农业生产效率低下与农民收入增长缓慢之间的矛盾。乡村振兴战略的高效实施可以推动农村经济发展、改善基础设施、提高农民生活水平,最终实现农业强、农村美、农民富的全面振兴。

(一) 新质生产力的内涵 新质生产力是相对传统生产力的新型概念,主要特征在于其依赖科技创新、信息化、智能化、绿色低碳等现实因素,打破传统生产力的局限,推动经济和社会向高质量、可持续发展迈进。根据马克思主义生产力理论,生产力是指人类为了生存和发展的需要,通过生产活动改造自然、获取物质资料的能力。影响生产力发展的主要因素在于科学技术的进步、劳动者素质的提升、生产工具的改进、资源的高效配置以及高效的生产关系。马克思主义的科技生产力认为科技创新是提高生产力的核心动力,可以实现更高效的生产方式。新质生产力这一概念就是将马克思主义理论与中国现实情况相结合的结果,推动生产力的发展是经济和社会进步的关键因素。新质生产力理论深刻体现了把创新作为经济增长和社会进步的核心动力,深刻阐述理论与实践相结合的发展路线,彰显中国特色社会主义的制度优势。

(二) 新质生产力助力乡村振兴的机理 新质生产力通过推动技术进步与产业升级、提升生产要素配置效率、促进绿色可持续发展等服务于社会经济系统。特别是以尖端技术的创新和应用,推动产业链优化升级,提高传统产业的

生产效率。农业农村作为经济社会的组成部分，必然会被新质生产力的发展所影响。新质生产力通过引入先进的技术和管理理念，推动农业现代化，提升农产品的质量和附加值。还促进农村产业的多元化发展，创造更多就业机会，不仅改善农村的生产方式，也增强农村经济的活力，为实现乡村振兴提供全方位的支持。同时新质生产力的战略方向也将指导其实践路径。具体来说，新质生产力主要是通过以下几个方面赋能乡村振兴：一是新质生产力优化农业生产要素结构。从土地利用来看，现代技术提升土地产出率；在劳动力方面，通过培训提高农民技能；资本投入则通过金融支持流向高效项目。同时，保护生态环境，确保资源可持续使用，推动农业转型升级，突破过去严重依赖自然资源的生产模式。二是新质生产力提高农业生产效率。目前我国依旧处在人口较多、耕地资源紧张的环境下，因此提高农业生产效率就显得更加必要。新质生产力作用于农业生产表现在全产业链上，如作用于农业生产的加工和储运环节，通过智能化仓储、冷链物流、自动化生产技术等，确保农产品技术的附加值，延长产业链条；在销售环节，通过电商平台、大数据分析、区块链溯源等技术，促进农产品数字化销售模式，让农民和市场之间的联系更加紧密；通过数字技术，帮助农民应对气候变化、市场波动提高农业生产抗风险能力。三是新质生产力优化农村治理体系。当前农村人口结构发生变化，农村治理事务逐渐增加，亟待建立符合当前现状的治理体系。可以通过多种方式实现：首先加强基层组织，完善村委会和合作社，提高其管理和服务能力，增强群众参与感；其次新质生产力可以升级农村治理模式，可以通过搭建数字化的治理平台为农村生活提供便捷化的生活服务和政务治理。数字化技术的发展很大程度地促进农村转型，提高治理效率。

二、新质生产力助力乡村振兴的现实挑战

我国正处于新质生产力起步和发展阶段，但目前仍存在体制机制不完善、科技创新落后、科技成果应用不足，人才流失等问题。

（一）现实体制机制不完善 新质生产力助力乡村振兴必须配套可靠的体制机制。新质生产力通过提高生产效率，改善生产方式，为乡村振兴提供强大动能，优化生产要素配置，丰富产业形态，促进治理体系现代化和农民收入渠道的多样性。在实践中，新质生产力作用于产业发展和乡

村建设，但制度体系和保障机制的缺乏会使新质生产力无法发挥出全部价值。城乡二元结构的客观存在使得城乡之间生产要素不能充分流动，目前城乡之间产业发展和基础设施建设仍然存在较大的差距。其次，新质生产力助力乡村产业的保障机制不健全，导致资源配置和利益分配不合理。缺乏完善的政策支持和资金投入限制了新技术的应用与推广，使农民难以获得所需的资金和培训，从而影响其生产积极性和创新能力。因此需要建立健全的政策保障体系，提供更多资金和技术支持，帮助农民提升参与能力，推动乡村产业的可持续发展。

（二）农业农村创新相对落后，科技成果应用不足 目前我国许多地方的农业仍依赖传统生产方式，缺乏现代科技支持，导致生产效率低下。其次，科技研发与实际需求之间存在脱节，科研成果往往难以转化为实际应用，农民对新技术的认知和接受度较低。此外，农村基础设施相对薄弱，限制了科技成果的推广和应用。农业创新是提升生产力、确保粮食安全和促进可持续发展的关键，科技成果的有效应用能够改善农民的生产条件，提升农产品的质量和市场竞争力，增加农民收入。由于科研成果的应用不足，抑制了农村农业的发展速度，我国在农业领域的发文数量和专利数量都稳居全球第一，但是科技成果转化率却远远低于美国、日本等发达国家的水平。阻碍我国科技成果的应用主要有以下几个原因：一是研发和实践主体相互分离，高校和科研院所是主要的研发主体，而企业是主要的生产实践环节，但是其科研能力较弱，需要依赖高校和科研院所导致其和生产实践相互脱离，抑制了科技成果的应用；二是缺乏专业化的科技成果转化队伍，在过去建立的推广体系不再适用于新时代的需求，高效传导应用科技成果的体系尚未建立。

（三）农业农村人才缺乏 乡村劳动力和人才流失是乡村振兴的关键障碍。我国农村人才缺乏主要表现为：一是农业专业人才不足（尤其在现代农业技术、管理和市场营销等领域），导致农村发展缺乏专业支持；二是受教育水平普遍较低，许多农民缺乏必要的技能培训和继续教育机会，影响参与现代农业的能力；三是优秀年轻人才流失严重，许多年轻人选择到城市工作，导致农村人才结构老龄化；四是农村治理和服务领域的专业人才也相对匮乏，限制了农村经济和社会发展的综合治理能力，难以支持新质生产力的发展。农业农村人才流失的主要原因为：一是由

于优质教育资源集中在大城市，农村缺乏人才培养机制；二是农村落后的生产环境和恶劣的自然环境导致人才不愿意回到农村建设，阻碍了乡村振兴的发展。

(四) 乡村振兴发展规划不完善 发展规划在乡村振兴的实践中具有至关重要的作用。但现有的发展规划往往都停留在理论层面，与实际结合的程度需要深入，一是规划缺乏精准性，一些乡村振兴规划没有充分考虑地区的资源禀赋、基础经济和文化特色，缺乏针对性，无法充分激发当地的发展潜力，造成资源浪费和方向偏离；二是规划落实力度不足，虽然规划明确了目标和措施，但在实际执行过程中，往往由于资金、人员、技术等不到位，导致规划落实力度不够。

三、新质生产力助力乡村振兴的路径选择

新质生产力是乡村振兴发展的核心动力，需要深化体制改革，健全体制机制、激发创新活力、推动基础设施建设、培养新型人才、规划乡村布局等，实现乡村振兴的战略目标。

(一) 深化体制改革，健全机制体制 目前我国在农业农村突出矛盾已得到妥善解决，但城乡二元结构、生产要素无法自由流通等仍未得到妥善解决。新质生产力助力乡村振兴必须通过深化体制改革来发挥其全部动力。一是需要深化体制改革，打通城乡壁垒，让生产要素充分自由流动，可以建立城乡之间生产要素统一配置机制，农业农村应该创新发展先进生产要素的应用。二是需要完善政策体系，规划顶层设计，制定系统性、长效性的发展政策。政策制定要从乡村实际出发，确保其具有针对性和可操作性。三是要将乡村振兴政策细化为可执行措施，涵盖农业现代化、产业升级、生态环境保护、乡村治理等多个领域，并确保各个部门步调一致。

(二) 激发创新活力 创新是乡村振兴的核心动力。通过科技创新、产业创新、制度创新，乡村不仅能够提高生产力，还能实现可持续发展、提高农民生活水平，推动乡村经济和社会的全面振兴。因此新质生产力的发展与创新提供了扎实的基础，一是推动传统农业与先进化、智能化的其他产业相互关联，推动新质生产力助力传统农业发展，完善现代化的农业体系；二是应对农业农村的突出短板，根据地方特点和产业需求精准施策，培育新质生产力，突破农业领域核心技术封锁，推动农业产业链和创业链深度融合，解

决创新过程中的难题，推动农业全面升级，可以利用现代化信息技术和智能化手段，提升农业生产效率和产品质量，推动农业向高效、绿色、可持续发展。

(四) 推动基础设施建设，拓宽科技成果应用渠道 基础设施建设是新质生产力助力乡村振兴的重要基础，有利于拓展科技成果的应用渠道。一是需要加大政府投入和政策支持，通过专项资金和补贴推动地方政府和社会资本共同参与，优化基础设施布局，推动数字化基础设施建设，提升城乡互联互通水平。二是完善教育、医疗和文化等公共服务建设，提升农民生活质量，实现城乡资源共建共享和协同发展，通过 PPP 模式吸收社会资本参与基础设施建设，形成多元融资渠道，三是推动农村数字化基础设施建设，助力数字乡村和智慧农业发展，通过加强 5G 网络、光纤宽带和物联网等通信基础设施建设，推动农村网络连接质量，为智慧农业和数字乡村提供技术支持，可以搭建农业大数据平台，实现对农业的全方位监测和精准管理，促进农业生产的智能化和高效化。

(五) 加强人才队伍建设，形成人才培养体系 人才是新质生产力助力乡村振兴的引领者，也是产业发展的推动者。人才的引入和培养不仅能够提高生产效率，推动产业转型，还能在多个领域发挥积极影响，一是完善人才培养体系，在高等院校、职业院校中设立专门的农业相关学科和培训项目，建立农业人才终身教育体系，持续提升现有农业从业者的技能；二是培养高水平乡村振兴人才，针对农业农村领域出现的现实问题，开展国际交流与合作；三是政策引领，通过教育、激励、环境改善及合作机制等多方面综合政策，努力实现人才的合理流动和高效配置，推动乡村的可持续发展。

(六) 系统规划乡村振兴战略 乡村振兴是为实现农村经济和社会全面发展的政策框架，因此需要明确战略目标，规划战略任务。从乡村振兴的各个环节和领域，充分发挥新质生产力的动力，一是通过加强对人口、经济、资源和环境等多方面的系统数据收集与分析，建立动态数据库，为规划提供科学依据；二是明确绩效考核机制，定期评估规划落实的进展和效果，确保各级责任主体履行职责，鼓励农民广泛参与实施过程，增强公众的参与感和归属感，有效提升乡村发展规划的落实力度，确保乡村振兴战略的顺利推进。■

(作者单位：厦门大学马克思主义学院)

加快建设高质量再生资源回收利用网络体系的路径

◎ 王传雄

再生资源回收利用是我国资源战略的重要组成部分，是战略新兴产业的一部分，也是缓解资源环境约束的重要途径。为深入贯彻关于推动大规模设备更新和消费品以旧换新工作部署要求，结合供销合作社系统推进“强基工程”和再生资源回收利用网络建设实际，依托再生资源回收站点建设基层供销社、制定再生资源回收利用网络体系“建社”战略，大力开展再生资源回收利用，是提高资源利用效率，保护环境，建立资源型、节约型社会的重要途径之一，也是新农村现代流通服务网络建设和乡村振兴的一项重要内容。

一、重要意义

加快建立新能源产业再生资源回收利用体系，是贯彻习近平生态文明思想，全面推进资源节约集约利用，推动新能源产业全生命周期绿色高质量发展的必然要求。供销合作社系统要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻国家和省、市关于推动“两新（大规模设备更新、消费品以旧换新）”工作要求，紧紧抓住政策机遇期，发挥供销合作社资源优势，依托再生资源龙头企业，推进再生资源回收利用站点和基层供销社融合发展，实现再生资源回收利用网络体系“建

社”乡镇、村全覆盖、推动供销合作社基层组织高质量发展。

二、基本原则

（一）坚持政府引导、市场主导

充分发挥政府在供销合作社基层组织建设中的引导作用，更多运用市场化手段建设、运营和管理，坚持有效市场和有为政府紧密结合，增强可持续发展能力。

（二）坚持因地制宜、统筹推进

积极探索适合本地区再生资源回收利用网络体系“建社”模式，根据资源禀赋、地理位置等因素，选择条件成熟的乡（镇）、村先行先试。发挥“共同缔造”试点村的引领带动作用，着力打造“建社”示范村。基础薄弱村可依托中心村开展共建，实行联合“建社”。

（三）坚持深度融合、共同发展

结合“强基工程”三年行动方案，紧紧围绕“两新”工作重点，推动建立县、乡（镇）、村联动工作体系，深度融合推进再生资源回收体系和基层供销合作社建设，以再生资源回收体系网点延伸之基，构建供销合作社系统基层组织之实。

三、主要任务

（一）建强网络体系

1. 做强县级龙头企业。采取自建、承租、承包、兼并合作等方式运营再生

资源回收站点，进一步扩大回收覆盖面，鼓励企业与家电家具生产、销售企业、售后服务企业自建或共享回收网络，拓宽回收渠道。推动再生资源回收利用企业与工矿企业、机关事业单位、农机合作社（农业社会化服务企业）等签订合作协议，通过上门回收、自主交售等方式实现大规模设备的回收利用。互通再生资源回收网点和垃圾中转站等资源，在有条件的地区建设一批废旧产品设备暂存点，推进生活垃圾分类和废旧产品设备回收“两网融合”。支持再生资源回收利用企业借助信息平台、移动程序等开展“线上预约、线下回收”，通过居（村）民线上下单，平台分配网格订单并优化回收物流线路，线下回收网点即时上门回收的路径，提高回收服务效率和服务水平。引导报废汽车回收拆解企业在各地二手车市场、新车销售集聚区等场所设立报废车回收点或业务办理点，提供车辆报废换新一站式服务。

2. 做优乡镇中转站。按照国家、省、市有关规定，高标准建设乡镇中转站，每个乡镇综合设置1个中转站，每个中转站营业面积不少于500平方米，条件不具备地区可放宽至150平方米，门面招牌采用统一规范的站名和设计，建立安全操作规程。加快推进再生资源回收利用中转站规范化、绿色化建设，提升分级分拣、整理

打包、市场集散等服务能力,强化中转站在再生资源回收利用网络中的支撑作用。

3. 做实村级回收点。以便于回收、保护环境为原则,综合考虑服务半径、城乡差别和再生资源产生量等因素,原则上按每 2500 户布局建设(含新建、改建或扩建)1 个回收点,每个固定回收点的营业面积不少于 10 平方米,条件不具备地区可放宽至 6 平方米,门面招牌采用统一规范的站名和设计,站点内部悬挂《再生资源回收经营者备案登记证明》、收购品种及价格表等,规范站点建设标准,提高废旧物资暂存、中转能力。

(二) 提升“建社”质量

1. 补齐短板提升乡镇基层社。按照国家、省、市乡镇基层社建设指导标准,以现有乡镇供销合作社为基础,通过盘活资产、分类改造等措施,引进再生资源回收利用市场主体或领域能人,建设乡镇中转站,促进“两网融合”,开展农村生活垃圾回收、分拣等服务,发展农村污水治理和农药包装废弃物、废旧农膜回收等服务。

2. 依托网点创办村级供销合作社。坚持村级再生资源回收点延伸到哪里,村级供销合作社就建设到哪里。由县级供销合作社指导,村“两委”发起,以农民社员为主体,联合再生资源回收利用市场主体成立村供销合作社,村“两委”以村集体经济组织和组织个体农户自愿入股,为公司第一大股东。继续发挥共同缔造奖补资金效益,鼓励党建引领、村社共建,开展农村生活垃圾回收、分拣等服务,发展农村污水治理和农药包装废弃物、废旧农膜回收等服务,逐步实现村级供销合作社“五有”标准。

四、需要解决的问题

再生资源回收利用网络体系“建社”工作方面虽然做了一定的工作,但也还存在一些不足和问题:

(一) 缺乏相应的管理法规和行业标准

由于暂未出台废旧物资分类行业标准及技术规范,没有各类再生资源企业生产技术标准,还存在回收网点管理无序的局面,导致一部分可再生资源流失。

(二) 政策支持力度不够

国家出台的扶持政策落实到供销合作社力度不大,再生资源回收加工企业基本处于微利或亏损状态,无力进行技术改造,与资源综合利用和环境保护的要求有差距。

(三) 产业化、规模化程度不高

目前再生资源回收行业还未形成从回收加工到深加工的产业链,只是进行简单的分拣、清洗,直接运往外地,造成资源极大浪费。

五、若干对策及建议

(一) 做好顶层设计

加快出台再生资源回收管理办法,制定绿色分拣中心、回收场站点等建设标准,建立行业规范。完善再生资源回收利用产业链发展规划,加强深加工及终端再利用能力,延长产品生命周期,提升产业附加值。同时要多方筹措资金,一方面积极争取政策性资金支持,另一方面各级供销合作社利用社有资产收益给予“建社”适当奖补。

(二) 理顺工作机制

各级供销合作社要将再生资源回收利用网络体系建社工作纳入“强

基工程”和“两新”工作总体安排,定期开展工作调度,及时掌握工作情况,帮助解决实施过程中遇到的困难和问题。将政策导向和市场机制结合起来,比照部分试点地区回收奖补政策,在“收集”环节进行奖补,鼓励对低附加值可回收物进行兜底回收。

(三) 建立回收体系

按照“政府主导、部门配合、社会参与、市场运作”原则,引进行业内龙头企业,布局社区和村镇回收网点、专业化分拣中心、区域集散交易市场和综合利用处理基地,推动形成规范化、标准化、连锁化、专业化的城乡再生资源回收网络。以龙头企业为带动,提升再生资源回收利用产业结构,向高附加值转型。支持供销合作社先行先试,确定一个县或一个镇进行试点,探索建立“村收集、镇转运、县分拣”的农村再生资源回收利用示范网络。

(四) 加强企业管理

鼓励再生资源回收企业发挥对各自网点的业务管理和日常管理作用,鼓励企业及相关协会制定行业规范,加强人员培训,积极引导社会力量参与其中,切实做好监管,不断规范和完善再生资源分拣中心和回收网点,确保网点规范运营,逐步形成布局合理、网络健全,设施适用、服务功能齐全、管理科学的再生资源回收体系,促进再生资源回收行业的健康、有序发展。

(五) 注重宣传教育

加大对再生资源回收常识的宣传和教育,提升居民回收意识,养成良好回收习惯。推广积分制、销售门店回收奖励等制度,用好“互联网+回收”,为居民提供高效便捷的回收渠道。■

完善现代商贸流通体系 推动批发零售业高质量发展

11月28日，商务部、农业农村部、供销合作总社等9部门印发《关于完善现代商贸流通体系、推动批发零售业高质量发展的行动计划》（以下简称“行动计划”），对今后一个时期推进现代商贸流通体系建设的目标任务、重点举措、保障措施等作出全面、系统部署。

《行动计划》提出一个总目标、四个重要任务和八项重点工程

一个总目标：到2027年，基本建成联通内外、贯通城乡、对接产销、高效顺畅的现代商贸流通体系。

四个重要任务和八项重点工程：一、完善城乡商贸流通网络 1. 实施城市商业提质工程 改造提升步行街、商圈，建设一刻钟便民生活圈，构建分层分类的城市商业布局；2. 实施农村市场升级工程 开展“千集万店”改造，完善县乡村三级物流配送体系，补齐农产品冷链物流短板，果蔬和肉类冷链流通率分别达到25%和45%的分项目标。二、推动商贸流通创新转型 3. 实施零售业创新提升工程 加快零售业数字化转型，发展品牌连锁、即时零售；4. 实施批发业高质量发展工程 推动商品市场改造升级，打造集成、开放的平台生态，培育100家骨干农产品批发市场。三、优化商贸流通发展方式 5. 实施供应链创新提升工程 深化供应链创新与应用，发展订单生产、集采集配；6. 商贸物流数智赋能工程 提高商贸流通数字化、标准化、绿色化水平，推广标准化托盘和周转筐，推动全国托盘标准化率提高至40%左右。四、促进商贸流通开放融合发展 7. 实施内外贸一体化工程；8. 实施流通领域世界一流企业培育工程 对接国际高标准经贸规则，引导商贸流通企业融合发展，拓展全球营销和物流网络，促进内外贸市场对接、渠道对接、品牌对接，提高国际竞争力。

《行动计划》的特点可概括为“四个坚持”

一是坚持系统思维，统筹推进商贸流通体系重点任务。《行动计划》以现代供应链为牵引，以批发零售业高质量发展为主线，围绕实现到2027年的总目标，统筹推进四个方面重点任务，实施八项重点工程，各领域同向发力，各环节衔接配套，提升政策的整体效能。二是坚持城乡融合，

推动商贸流通均衡发展。《行动计划》以“千集万店”改造提升为抓手，深入实施县域商业建设行动，改造乡镇集贸市场和村级便利店，发展连锁经营和电子商务，改善农村消费环境，畅通农产品进城和工业品下乡。三是坚持高质量发展，加快提升商贸流通数字化、标准化、国际化水平。《行动计划》加快商贸流通领域数字集成创新和应用，深化供应链创新，推动上下游信息高效联通；加快标准托盘、周转箱等物流载具循环共用，大力发展智慧物流，提高产加销储运各环节物流标准化水平；鼓励商贸流通企业走出去，积极拓展全球营销和物流网络，培育流通领域世界一流企业。四是坚持人民至上，千方百计办好群众身边“关键小事”。从群众最关心、需求最迫切的地方入手，不断提升商贸流通的惠民便民能力。

供销合作社在完善城乡商贸网络、健全农产品供应链等方面的优势和做法

供销合作社是为农服务的综合性合作经济组织，也是推动我国农业农村发展的重要力量。沟通城乡、联结产销、服务“三农”是供销合作社主责主业，也是供销合作社在完善城乡商贸网络、健全农产品供应链等方面的优势所在。供销合作社将按照党中央、国务院部署，持续打造服务农民生产生活和促进现代农业发展的综合平台，加快推进现代流通体系建设，积极参与“完善现代商贸流通体系，推动批发零售业高质量发展的行动计划”，在促进农产品物畅其流方面更好发挥“大平台”作用。一是组织全系统落实好县域商业建设行动任务。强化流通骨干企业引领支撑作用，升级改造县乡村流通设施，更好满足农民生产生活的需要。二是发挥全国供销合作社农产品销售平台和日用品采购平台作用。推广“智慧农产品市场”运营模式，推进系统农产品市场向数字化、品质化方向发展。三是推进供销合作社冷链物流区域网、省域网与国家冷链物流骨干网有效对接。加快建设系统冷链物流公共服务信息平台，促进全系统冷链资源和业务的互通、互联。四是创新农产品产销对接模式。营造消费新场景，大力发展电商、直播带货、直供直销、即时配送等流通新业态、新模式，不断提升农产品供应链、服务链的水平。■

地方基层供销合作社流通循环体系创新实践研究

以山东邹城市供销合作联社为例

◎ 高发全 陈美勤

山东邹城市供销合作联社作为地方基层供销合作社，积极探索创新模式，充分发挥财政资金、政策供给、标识使用权等资源要素的牵引和推动作用，通过上下联合、资源整合，打破层级分割，构建网络一体化、服务一体化、产销一体化的现代流通体系，致力于构建高效、可持续的供销流通循环体系，为农业农村发展和乡村振兴提供了有力支撑。

一、创新投资模式：打造龙头企业与服务升级

（一）上下联合投：破解资金难题，催生龙头企业

在推进供销流通循环体系构建的过程中，邹城市供销合作联社为解决资金短缺问题，打造土地托管升级版，巩固提升农资流通主渠道，优化农业社会化服务产业生态，启动培育农业社会化服务龙头企业的投资部署，并且创新性地提出了“上下联合投+社会资本投”的投资策略。这一策略不仅成功吸引了济宁市供销合作社的支持，还全面增强了民营企业投资发展农业产业的信心，共同投资组建了供销合作社控股企业——山东匡衡湖智慧农业有限公司，从而标志着邹城市供销合作联社在打造龙头企业方面迈出了扎实的步子。公司组建后在农资供应、农业社会化服务等方面发挥了重要作用，通过扩大市场份额、提升服务质量，有效推动了邹城供销农资市场的繁荣发展，在促进销售额快速增长的同时，对农户提供质优价廉农资供应，充分证明了这一创新投资模式的成功。

（二）交叉持股投：补齐业务短板，推动服务升级

日用品、农产品流通一直是邹城市供销合作联社的业务短板，这主要是由于没有适合开发建设商贸综合体的土地、房产等资源，且缺乏专业运营团队。针对这一问题，邹城市供销合作联社再次创新投资模式，从招商终端企业转变到引入平台企业，从直接投资转变到交叉持股投资，从新建超市转变到提升改造本地超市。通过与山东科兰网络科技有限公司的合作，成功组建了供销资本控股企业——山

东科兰智慧超市连锁有限公司。公司成立后通过统一品牌、统一运营、统一采购等方式，迅速提升了超市的服务质量和运营效率。同时，通过挂牌运营网点的不断增加以及上架商品品种的多样化，满足广大群众的购物需求。特别是通过直接销售当地源头水果、蔬菜等农产品，让利于农、助力农户增收，提升了供销社在群众中的形象和声誉。公司还积极创新销售模式，推行“直供折扣+社区团购+电商直播”，通过微信小程序等线上平台，开展社区团购活动，线上线下相结合，打响“邹鲁名品 供销佳物”的特色品牌，拓宽农产品的销售渠道，提升供销社超市的市场竞争力，实现销售额的快速增长。

二、创新网络模式：优化服务网络与流通体系

邹城市供销合作联社通过构建“21231”农业社会化服务网络体系和“11411”农产品流通服务网络体系，全面优化服务网络与流通体系，为供销流通循环体系的高效运行提供有力支撑。

（一）“21231”农业社会化服务网络体系：打造农业现代化样板

邹城市供销合作联社创新性地构建了“21231”农业社会化服务网络体系。由邹城市供销合作联社、镇政府统筹推进，依托市镇村三级服务站点，形成覆盖广泛、功能齐全的服务网络。邹城市供销合作联社充分发挥自身优势，整合各类资源，为农户提供耕、种、管、收、加、储、销等一体化服务。邹城市供销合作联社注重强化金融服务支持，积极争取农业社会化服务试点县政策，创新金融服务体系，为粮食产业提供资金支持。同时，还加强与金融机构合作，推出多种适合农业生产的金融产品，降低农户融资成本。通过“21231”农业社会化服务网络体系的构建，成功打造了一批农业现代化样板，不仅提升了农业生产水平，促进了农民与集体的双赢双增，还有效推动了农业产业的转型升级，助力乡村振兴。

（二）“11411”农产品流通服务网络体系：畅通农产品上行渠道

邹城市供销合作联社构建了“11411”农产品流通服务网络体系，即一社区一店、一小区一店、一镇驻地一店、一村一店四级农产品流通服务网络，覆盖城乡各个角落，为农产品的高效流通提供了有力保障。同时注重线上线下相结合，不仅在线下建设多个网点，还搭建了线上平台，实现农产品线上销售和线下配送，拓宽农产品的销售渠道，提高农产品的流通效率。还积极引入新技术、新设备，提升农产品流通的智能化水平，利用物联网、大数据等，对农产品的生产、加工、销售等全过程进行精准管理和监控，提高了农产品的质量和安全性，还为农户提供了更加便捷、高效的服务。“11411”农产品流通服务网络体系的构建，畅通了农产品上行渠道，促进了农产品的快速流通和高效利用。

三、创新经营体系：激活产销体系与市场活力

邹城市供销联社通过实施“三链”融合战略、推进“双线”运营模式以及构建“四位一体”综合合作平台，激活了产销体系，激发了市场活力，为供销流通循环体系的高效运行注入动力。

（一）“三链”融合战略：打造全产业链经营体系

邹城市供销合作联社创新性地提出了“三链”融合战略，即产业链、价值链、供应链三链融合，旨在打造全产业链经营体系，实现农产品从生产到销售的全链条优化。在产业链方面，通过整合上下游资源，形成涵盖种植、养殖、加工、销售等环节的完整产业链，积极引进先进技术和管理经验，提升产业链各环节的生产效率和产品质量；加强与农户的合作，推动农业产业化发展，提高农产品的附加值。在价值链方面，注重提升农产品的品牌价值，通过品牌建设、营销推广等，提高农产品的知名度和美誉度；加强与消费者互动和沟通，提供个性化、定制化的产品和服务，满足消费者的多元化需求。在供应链方面，通过优化物流配送体系，提高农产品的流通效率，建立完善的仓储、运输和配送网络，确保农产品及时、准确地送达消费者手中；加强与物流企业的合作，降低物流成本，提高供应链的竞争力。通过“三链”融合战略的实施，成功打造了全产业链经营体系，实现了农产品从生产到销售的全链条优化，提高了农产品的生产效率和产品质量，提升了农产品的品牌价值和市场竞争力。

（二）“双线”运营模式：线上线下融合发展

邹城市供销合作联社积极推进“双线”运营模式，即线上线下融合发展。通过搭建线上平台，实现农产品的线上销售和线下配送，加强线下网点的建设和管理，提升线下服务的质量和效率。在线上方面，建立电商平台和社交媒体矩阵，通过直播带货、短视频营销等，提高农产品的线上曝光度和销售量；利用大数据分析技术，精准定位消费者需求，提供个性化、定制化的产品和服务。在线下方面，注重提升线下网点的服务质量和效率；加强网点的管理和培训，增强员工的服务意识和专业技能；通过优化网点布局 and 增加服务种类等，提升网点的吸引力和竞争力。通过“双线”运营模式的推进，成功实现了线上线下的融合发展，拓宽了农产品的销售渠道和市场份额，提高了消费者的购物体验 and 满意度。

（三）“四位一体”综合合作平台：促进资源高效配置

邹城市供销合作联社创新性地构建了“四位一体”综合合作平台，集生产合作、供销合作、信用合作、消费合作为一体，实现资源的共享和优势互补。在生产合作方面，通过整合土地资源、提供技术支持和资金支持等方式，推动农业产业化发展；加强与农户的合作，形成利益共同体，共同抵御市场风险。在供销合作方面，通过优化供应链和物流配送体系，提高农产品的流通效率和市场竞争力；加强与供应商和销售渠道的合作，形成稳定的合作关系和供应链条。在信用合作方面，通过引入金融服务和信用评价机制，为农户提供资金支持和信用保障；加强与金融机构的合作，为农户提供低息贷款、担保服务等金融服务。在消费合作方面，通过搭建消费合作社和社区团购等平台，促进农产品的消费和流通；加强与消费者的互动和沟通，了解消费者需求，提供个性化、定制化的产品和服务。通过“四位一体”综合合作平台的构建，促进了资源的高效配置和合理利用，提高了农产品的生产效率和市场竞争力，促进了农户与金融机构、供应商、销售渠道和消费者之间的紧密合作和互利共赢。

邹城市供销合作联社在创新模式构建供销流通循环体系方面进行了有益的实践探索，不仅提升了供销合作社的服务质量和效率，还促进了农业产业的转型升级和乡村振兴。不仅为自身的发展注入了强劲动力，还为其他地区的供销合作社提供了有益借鉴和启示，适应新时代的发展要求，实现供销合作社的持续健康发展。■

（作者单位：山东邹城高级职业技术学校）

中国供销合作社陈列馆巡礼

中国供销合作社陈列馆于2018年8月开馆，是展示和传承全国供销合作社光荣历史和文化的窗口。陈列馆由全国供销总社领导，馆址设在中华全国供销合作总社管理干部学院内。

源远流长（20世纪初－新中国成立前夕）

中国共产党结合工农运动办合作社



■ 1923年安源路矿工人消费合作社创办



■ 1926年毛泽东在广州农民运动讲习所传播合作社理论



■ 1928年泰州醒农合作社创办



■ 1928年瑞金中央苏区消费合作社创办



■ 1936年延安南区合作社创办

奠定基业（新中国成立－1957年）

全国统一的供销合作社组织体系形成



■ 1950年7月全国合作社工作者第一届代表会议在北京召开



■ 1954年7月中华全国合作社工作者第一次代表会议在北京召开。中华全国合作社联合总社更名为中华全国供销合作总社

供销合作事业发展壮大



■ 1955年4月毛泽东在北京参观供销合作社支农成果展



■ 1954年11月周恩来、刘少奇在广东视察胡椒园



■ 北京市供销合作社为市场供应大量副食品



■ 重庆江津供销合作社大量收购广柑



■ 广东供销合作社定制2000部打禾机供应各县农民夏收



■ 湖南沅江县潭福供销合作社适时供应肥料



■ 江西东平县泗田供销合作社举办物质交流会



■ 山东高密县供销合作社收购废钢铁支援工业建设

曲折发展（1958年－1978年）

供销合作社两次被合并，坚持发挥中流砥柱的作用



■ 1958年刘少奇视察河北徐水县谢坊供销合作社



■ 1961年周恩来视察河北涉县供销合作社



■ 1963年周恩来、刘少奇、朱德、邓小平接见中华全国供销合作社干部学院学员



■ 上海市供销合作社果品杂货公司组织产销直接见面



■ 山西浮山县圪塔供销合作社助农发展多种经营



■ 四川华阳县中和供销合作社产销结合采购蔬菜



■ 重庆长寿县葛兰供销合作社参加农田灭虫



■ 甘肃张掖县梁家墩供销合作社送货到头



■ 陕西延川县梁家河代销店



■ 上海奉贤县供销合作社收购新棉



■ 1976年唐山地震，全国供销合作总社组织抢运物资支援抗震救助

催人奋进的供销合作社精神

河北蝉房“扁担精神”、北京房山“背篓精神”激励供销人艰苦奋斗、全心服务，铸就供销合作社精神丰碑



改革前行（改革开放 - 总社恢复成立前）



■ 黑龙江宾县部分供销合作社实现承包经营



■ 辽宁县北镇县曹屯供销合作社实现职工个人承包责任制



■ 山东泰安徐家楼乡农民集资办股份制供销合作社



■ 河南武涉县木城供销合作社理事会推行民主选举



■ 上海川沙县供销合作社助农发展多种经营



■ 云南玉溪县北城供销合作社收购农副产品



■ 甘肃民勤县供销合作社按合同收购皮毛



■ 安徽无为县供销合作社试行棉花收购新方式

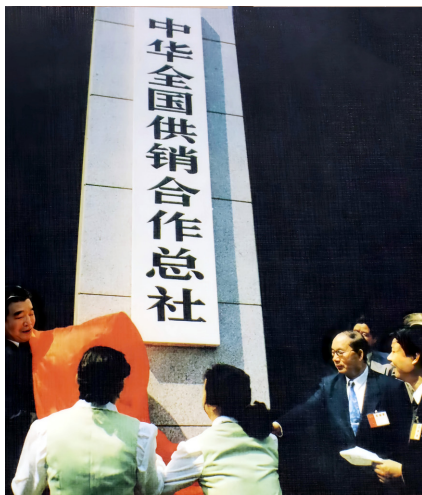


■ 四川什都县供销合作社供应副食品



■ 浙江富阳县供销合作社为农民专业户提供服务

焕发生机（1995年总社恢复成立 - 2012年）



■ 1995年5月中华全国供销合作总社恢复成立揭牌



■ 夯实基层组织建设



■ 部署推进综合改革



■ 全面实施新网工程



■ 中国棉花交易市场棉花入库



■ 中农天津物流园



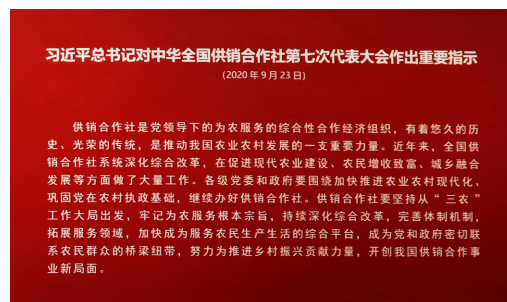
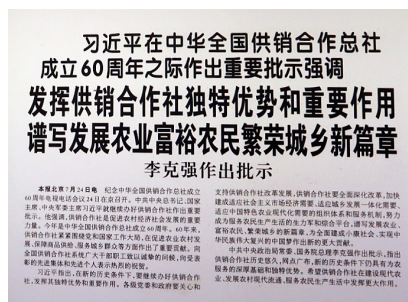
■ 陕西供销蔬菜直通车



■ 内蒙古巴林左旗供销合作社配货中心

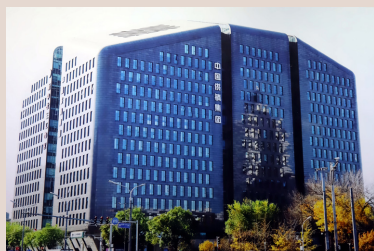
再铸辉煌（党的十八大以来）

党和政府高度重视供销合作社



- 2014年4月习近平为中华全国供销合作社成立60周年作出重要批示
- 2016年7月习近平在安徽小岗村农村改革座谈会上指出，把供销合作社打造成同与农民利益联接更紧密、为农服务功能更完善、市场运作更有效的合作经营组织体系
- 2020年9月习近平对中华全国供销合作总社第七次代表大会作出重要指示

加快成为服务农民生产生活的综合平台



- 中国供销集团打造上下贯通的“一张网”，培育产业优势
- 2019年10月贫困地区农副产品网络销售平台首批签约仪式在北京举行
- 2020年7月中华全国供销合作总社召开供销合作社冷链物流暨农产品市场建设电视电话会议



- 2020年12月全国供销合作社系统对口援疆协作暨产销对接会在乌鲁木齐召开
- 青海玉树藏族自治州供销社开通蔬菜直通车



- 中国供销寻乌现代农业示范园
- 2011年中农立华生物科技股份有限公司上市
- 2020年广东天禾农资股份有限公司挂牌上市

供销合作社的发展历程是一幅中国共产党领导的具有中国特色合作经济组织为农服务的生动画卷。根植广袤农村大地，群众基础深厚，与农民结成兄弟般的利益共同体；肩负光荣历史使命，理想信念坚定，与国家和民族同呼吸共命运。

供销合作社系统 职业教育发展的挑战与机遇

◎ 蔡小柳

供销合作社是农民群众的合作经济组织，其宗旨是为农服务。随着经济社会的日益变化，供销合作社功能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服务转变、从单一供销合作向多领域全面合作转变，成为农业社会化服务的骨干力量、农村现代流通的主导力量、农民专业合作社的带动力量。供销合作社系统职业教育办学历史悠久，基本形成了一个服务供销合作社的职业教育和人才培养平台。供销合作社系统职业院校以财经类为主，在服务区域经济社会发展的同时，以服务“三农”和供销合作社发展为主要任务，培养面向现代商贸和农村现代流通领域需要的高素质技能型专门人才，具有鲜明的办学特色。党的十八大以来，党和政府加强职业教育工作，以就业为导向改革与发展职业教育逐步成为社会共识，将发展职业教育列入经济社会发展的重要基础和教育工作的战略重点，大力推动职业教育快速健康发展，新一轮职业教育发展的良好态势已经形成，为供销合作社职业教育的发展提供了前所未有的良好的发展环境和机遇。因此，深入分析供销行业职

业教育发展的挑战与机遇，对于推动其健康、可持续发展具有重要的现实意义。

一、供销合作社系统职业教育发展的挑战

（一）供销行业职业教育资源不足

供销行业职业教育在发展过程中，面临着教育资源不足的问题。对发展中国家教育成本的研究结果表明：职业教育的成本是普通高等教育成本的2.64倍。职业教育需要得到比相应普通本科更多的经费才能正常运转，教材与师资力量短缺是显著问题。供销合作社系统职业教育中合作社特色教材的缺乏以及合作社实践经验师资力量不足，导致供销合作社系统职业教育实效受到影响，这种资源短缺的情况已经成为供销合作社系统职业教育的瓶颈，难以适应职业教育蓬勃发展的需求。一方面，由于经费有限，供销合作社系统职业院校难以提供充足的实训设备和场地；另一方面，供销合作社系统职业教育师资力量相对薄弱，缺乏具有实践经验和教学能力的优秀教师。供销合作社系统缺乏完整、健全的职业教育体系，教育

培训活动往往呈现出零散、偶发和短期的状况，导致供销合作社系统急需人才培养的主渠道供求不足，同时毕业生也往往不愿到农村，尤其是区农民专业合作社等处就业。此外，一些原本承担供销合作社系统人才培养任务的学校，限于生源和就业压力，转变了办学方向，不再专注于供销合作社特色的职业教育，这也进一步削弱了供销合作社系统教育体系的力量。

（二）供销合作社系统职业教育所面对的市场需求变化快速

供销合作社系统受市场需求、政策调整等多种因素影响，其职业需求也在不断变化。这就要求职业教育必须紧密关注市场动态，及时调整专业设置和课程内容，以适应行业发展的需求。然而，由于信息不对称、课程设置滞后等原因，供销合作社系统职业教育往往难以跟上市场需求的步伐。

随着科技的不断进步和经济的全球化发展，供销合作社正经历着深刻的结构性变革。新的商业模式、技术手段和营销策略不断涌现，使得传统供销合作社系统职业教育的教学内容和方法需要不断更新和升级，而

当前供销合作社系统职业教育的更新速度往往滞后于市场需求的变化,导致教育资源和市场需求之间存在较大的脱节。

(三) 供销合作社系统职业教育人才培养质量不高

供销合作社系统职业教育在人才培养方面仍存在一些问題,如课程设置不合理、教学方法落后、实践教学不足等,导致人才培养质量不高,难以满足行业发展的实际需求。当前供销合作社系统职业教育的人才培养定位与课程体系改革迫在眉睫,从专业设置上目前仍处在断层阶段,缺乏贴近经济社会发展的重点和特色专业设置,有些专业甚至是空白,致使供销合作社系统职业教育在课程体系、教材建设和师资队伍建没方面都难以满足新时代的需求,尤其需要突显供销合作社系统职业教育的办学特色,进一步优化调整专业结构和培养目标,切实填补经济社会发展需求的缺口。

供销合作社系统职业教育院校要加大大专业课程改革力度,本着为岗位服务的宗旨,根据岗位能力重新构建组合各专业的文化课和专业课,进而在岗位能力体系的基础上建立起现代职业教育的课程体系。同时积极探索校企合作课程的合理有效机制,编写适宜的校本教材,开发供销合作社系统职业教育实用的特色教材。

(四) 供销合作社系统职业教育院校与企业、行业对接不深入

供销合作社系统职业教育作为与社会经济结合最为紧密的教育类型之一,应密切关注自身的经济发展方式转变,建立与自身体系相适应的现代职业教育体系。但是就目前情

况来看,供销合作社系统职业教育院校的校企合作上缺乏完善有效的运行机制,难以适应经济产业结构调整需求,难以达到应有的广度和深度。主要表现为供销合作社系统职业教育院校发展缺乏行业、企业强有力的后备人力、物力支持,相互衔接不太紧密,输送的高素质和高技能型人才较少,培养的人才难以适应需求。

供销合作社系统职业教育要建立起与社属企业更密切地联系,走产学研结合之路,以就业为导向,根据实际需求培育新型职业人才,增强服务行业的能力,更好地为系统发展服务。

(五) 供销合作社系统职业教育“双师型”教师缺乏

“双师型”教师队伍对供销合作社系统职业教育尤为重要,是人才培养的关键要素,是推动新时代供销合作社系统职业教育的重要力量。但就当前情况来看,供销合作社系统职业教育“双师型”教师队伍建设还存在一些突出问题,诸如数量不足,结构不合理,理论教师会讲课却缺乏实操经验,实操教师会操作却讲课水平不高等,必须引起高度的重视。要不断完善“双师型”教师队伍培养培训体系,通过校企联合培养培训方式完善职校教师在进职修和下企业实践制度,培养一批既能胜任日常教学工作需求又在该行业具有一定影响力的专业带头人。同时,可以聘请企业专技人员和能工巧匠到校担任兼职教师,指导引领本校教师,逐步培养和造就一批教学名师、专业带头人和专兼结合、双师结构的优秀教师教学队伍。在“双师型”教师团队带领下,学生不仅能加强自身专业技能培养,

更能全面发展培养他们的学习能力,为其学习和发展打下坚实的基础。

二、供销合作社系统职业教育发展的机遇

(一) 供销合作社系统职业教育政策支持力度加大

党中央和国务院高度重视,是供销合作社系统职业教育发展的强有力保障。近年来,教育部、国家发展改革委等部门深入贯彻落实中办、国办印发的《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》《关于深化产教融合的若干意见》《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》等文件要求,将产教融合发展要求纳入“十四五”规划纲要和《“十四五”教育发展规划》,并先后出台《国家产教融合建设试点实施方案》《建设产教融合型企业实施办法(试行)》等系列政策措施,加强规划引领、完善政策体系,通过“金融+财政+土地+信用”组合式激励政策支持地方高水平开展产教融合建设。2022年5月,新颁布实施的职业教育法在深化校企合作、搭建产教融合的路径等方面提出新要求,明确了鼓励支持企业参与职业教育的诸多举措,新法还包含对深度参与产教融合、校企合作的企业给予奖励、税收优惠等激励政策。2022年12月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》明确规定,将符合条件的职业教育项目纳入地方政府专项债券、预算内投资等资金渠道的支持范围。职业教育作为社会事业涵盖的领域,可按规定由省级政府发行地方政府专项债券予以支持。

随着国家对职业教育重视程度的不断提高,供销行业职业教育也获得了更多的政策支持。政府出台了一系列政策措施,加大对职业教育的投入力度,推动其高质量发展。

(二) 供销合作社系统职业教育市场需求持续增长

技能型人才需求增加,供销合作社系统现代职业教育发展迎来契机。新时代,随着经济发展方式转变和技术进步,我国劳动力结构将发生深刻变化,迫切需要高素质和高技能的专门人才作为支撑,特别是对受过职业教育和专门技术培训的技能工、技术工和熟练工的需求量将不断增大。技能人才的短缺正是发展职业教育的重要突破口,应紧紧抓住这一契机推进供销合作社系统职业教育改革和发展,要秉承以服务为宗旨,围绕企业行业发展的需求,提供多种形式的职业技能培训和继续教育服务,从而提高从业人员的就业能力、工作能力,为他们的就业再就业服务,加快培养造就高素质高技能型专门人才,为社会主义现代化建设提供强有力的人才支持。

随着经济的发展和进步,供销合作社系统对人才的需求也在持续增长,这为职业教育提供了广阔的发展空间。同时,随着行业结构的优化和升级,对高素质、专业化人才的需求也将更加迫切。

(三) 供销合作社系统职业教育集团化办学取得成效

供销合作社系统职业教育改革中应注重把学校课程标准与职业资格标准相融合,实现理论实践一体化教学,职业教育集团化办学应运而生。供销行业集团化办学模式体现

了校企合作、工学结合的“跨界”,已然成为当前供销合作社系统职业教育发展的必由之路。

随着我国高等职业教育的发展和办学模式的完善,以资源集中化、规模化以及有着校企合作优势的集团化办学逐渐成为高职教育的主流选择。供销合作社系统高职院校集团化办学经过多年的发展,目前已形成了三种主要的发展模式:一是地方政府牵头组建,院校作为集团主体的模式;二是院校与企业之间实现资源共享和优势互补的模式;三是院校之间自行组建,实现资源共享的模式。发挥供销合作社系统优势,推进集团化办学是促进行业职业教育资源利用最大化的有效途径,也是解决目前供销合作社系统人才需求区域差异的重要手段。供销合作社系统有丰富的办学资源,自上而下有各省社主管部门、职教学会和地区分会、教育院校和各类培训组织,能够发挥出职教的最大效能避免资源浪费现象,在此基础上通过集团化办学途径可以有效地促进职业院校和企业优势互补、资源优化配置共享,可以很好地实现职业教育与市场需求和企业的对接培养技能型人才,进一步加强职教与社会和经济建设的联系,实现双赢。

(四) 供销合作社系统职业教育社会认可度提升

职业教育是培养多样化人才、传承技术技能、促进就业创业的重要途径,也是经济社会发展的长期需要,如果没有职业教育,就无法形成完整的产业链、创新链,其所需要的技术技能人才会出现结构性断裂和缺失。随着社会对职业教育的认识逐渐深入,越来越多的人开始重视职业教育

对个人职业发展的重要性。供销合作社系统职业教育作为培养高素质技术技能人才的重要途径,其社会认可度也在不断提升,这将有助于吸引更多生源选择供销合作社系统职业教育,为行业发展提供更多人才支持。

(五) 供销合作社系统职业教育国际交流与合作加强

国际化是现代供销社的一个显著特点。随着全球经济一体化的深入发展,供销合作社的触角已经延伸到了世界各地。因此,职业教育也需要培养具有国际视野的人才,让他们了解不同国家和地区的市场环境、文化差异和法律法规,以便在国际市场中占据一席之地。

在全球化的背景下,供销合作社系统职业教育也面临着更加广阔的国际舞台。通过加强与国际先进职业教育机构的交流与合作,可以引进先进的职业教育理念和方法,提升供销合作社系统职业教育的水平和质量。

三、供销合作社系统职业教育发展的对策与建议

(一) 供销合作社系统职业教育加强教育资源建设

“十四五”期间国家发展改革委通过中央预算内投资、地方政府专项债券、政策性开发性金融工具等各类资金渠道,积极加大职业教育支持力度,通过教育强国推进工程推动民族地区等经济欠发达地区建设一批高水平、专业化、开放型产教融合实训基地,引导职业院校面向经济社会发展需求,创新培养模式,优化培养结构,为各地提供产业升级和区域发展人才支撑。首先,供销合作社系统内

部也要加大对职业教育的投入力度,提升院校的办学条件和师资力量;其次,积极引进外部资源,与企业、行业组织等建立紧密的合作关系,共同推动职业教育的发展。

(二) 供销合作社系统职业教育关注市场需求变化

供销合作社系统职业教育关注市场需求变化是非常必要的,因为市场需求是职业教育发展的重要导向,直接关系到毕业生的就业和职业发展。首先,要密切关注市场动态和行业发展趋势,了解市场需求变化和行业发展趋势,为人才培养提供有力支撑;其次,要根据市场需求和行业发展趋势,调整专业设置和课程内容,增加与市场需求紧密相关的课程和实践环节,提高学生的职业素养和实践能力;再次,要加强与企业的沟通与合作,与企业建立紧密的合作关系,共同开展人才培养和科研项目,了解企业的需求和期望,为人才培养提供更有针对性的指导,确保人才培养与市场需求紧密对接;最后,要注重培养学生的综合素质和创新能力,包括沟通能力、团队协作能力、解决问题的能力等,能够更好地适应市场需求和行业变化。

(三) 供销合作社系统职业教育提高人才培养质量

供销合作社系统职业教育在提高人才培养质量方面需要综合考虑多个方面,包括教育理念、课程设计、实践教学、师资培养以及行业对接等方面。首先,要更新教育理念,以市场需求为导向,注重培养学生的实践能力和创新精神,教育不再是单纯的知识传授,而是要培养学生的综合素质和能力;其次,要优化课程设计,

针对实际需求,优化课程设计,使课程内容更加贴近实际,更加具有实用性和前瞻性,要注重跨学科知识的融合,培养学生具备综合性的知识和技能;再次,要加强实践教学,应加强与企业的合作,建立实习实训基地,将理论知识与实际操作相结合,提高解决实际问题的能力;最后,要提升师资水平,应加强对教师的培养和引进,加强师资队伍的建设,提升教师的专业水平和教学能力,要鼓励教师参与行业实践和研究,增强教师的行业认知和实践经验。

(四) 供销行业职业教育推进产教深度融合

要把产教融合摆在突出重要位置,不断健全产教融合办学体制机制,促进教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接。首先,要加强政策支持和引导,营造良好环境,加大对供销行业职业教育产教融合的支持力度,制定相关政策措施,鼓励企业和学校积极参与产教融合,可以设立产教融合专项资金,为校企合作提供经费保障;其次,要完善实践教学体系,强化实践教学环节,完善实践教学体系,加强实践教学环节的管理和考核,通过组织学生进行实习实训、参加企业项目等方式,让学生在实践中掌握技能、提升能力;再次,要建立产教融合评价体系,促进持续改进,建立科学的评价体系,定期对产教融合工作进行评估和反馈,通过评价结果的分析和总结,发现存在的问题和不足,并及时调整和优化产教融合方案。

(五) 供销合作社系统职业教育增强宣传推介力度

新修订的职业教育法规定“每年5月的第二周为职业教育活动周”,

大力倡导劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。供销合作社系统职业教育要围绕职业教育改革发展重点任务,多措并举加强职业教育宣传,持续放大职业教育好声音,讲好职业教育好故事,传递职业教育好形象,营造全社会关心支持参与职业教育的良好氛围。首先,要明确宣传的目标受众,包括潜在的学生、家长、企业以及社会各界人士,深入了解他们的需求和关注点,制定更具针对性的宣传策略;其次,要创新宣传方式,利用官方网站、社交媒体、在线教育平台、宣传视频、海报等渠道,发布供销合作社系统职业教育的相关信息,包括课程设置、教学特色、就业前景等,同时组织校园宣讲会、企业参观、技能竞赛等活动,增强社会对供销合作社系统职业教育的认可度;再次,要建立供销行业职业教育宣传的长效机制,包括定期更新宣传内容、持续开展线上线下活动、加强与媒体的合作等,并可建立反馈机制,及时了解受众对宣传活动的反馈和建议,不断优化宣传策略。

供销合作社系统职业教育发展既面临着挑战也蕴含着机遇,供销合作社系统职业教育应当奋发有为,努力优化专业结构,推进教育教学改革,紧贴人才需求办学,为供销合作社系统和各行各业培养更多更好的高素质技术技能人才。供销行业职业教育要通过加强教育资源建设、关注市场需求变化、提高人才培养质量等措施,推动职业教育健康、可持续发展,为行业发展和经济建设、社会进步做出更多贡献。■

(作者单位:江苏商贸职业学院合作社学院)

党建引领乡村人才培养路径研究

以山东经贸职业学院实践育人为例

◎ 白兆庆 甘欣田

山东经贸职业学院作为山东省供销合作社联合社的直属高校,在全面推进乡村振兴中重任在肩,学院党委围绕行业区域经济发展,牢牢把握供销合作社为农服务的方向,致力于培养具有社会责任感、创新精神和实践能力的高素质人才,为乡村振兴和农业农村现代化贡献职教力量,将人才培养与乡村振兴紧密结合,通过党组织的引领和带动,激发学生的爱国热情和奋斗精神,引导他们将个人理想融入国家和民族的事业之中,让学生在实践中了解国情、民情,增强服务乡村振兴的使命感和责任感。

一、新时代实践育人的重要意义

(一) 促进人才成长,满足多元需求

实践育人对于促进人才的全面成长具有重要意义。在乡村振兴的广阔舞台上,青年学子通过参与各种实践活动,锻炼组织协调能力、创新能力和解决问题的能力,这些能力不仅对于个人成长至关重要,也是乡村振兴所必需的人才素质。通过实践育人,可以培养出既懂农业、爱农村、爱农民,又具备现代管理理念和科技创新能力的新型职业农民和乡村治理人才。实施乡村振兴战略离不开多元化人才的助力,涵盖农业科技创新者、乡村管理专家以及文化旅游开发者等多个领域。通过党建引领,可以引导青年学子根据自己的兴趣和专长,选择适合自己的实践领域和岗位,实现个人价值与乡村振兴需求的有机结合。党建引领还能促进不同领域、不同专业之间的人才交流与合作,形成人才聚集效应,为乡村振兴注入新的活力和动力。

(二) 推动产教融合,促进经济发展

实践育人有助于推动产教融合,促进乡村经济的持续发展。通过与企业、合作社等市场主体合作,建立起产学研用紧密结合的协同育人机制,不仅能够为学生提供更多的实践机会和就业岗位,还能促进科技成果的转化和应用,推动乡村产业的升级和转型。通过加强党对产教融合工作的领导,确保合作双方的利益得到保障,合作内容符合国家政

策导向和乡村实际需求,促进合作双方之间的沟通与协调,解决合作过程中出现的各种问题。这种以党建为引领的产教融合模式,不仅能够提升乡村经济的竞争力和可持续发展能力,还能为乡村振兴提供强大的人才支撑和产业动力,推动农村经济结构优化升级,加快实现农业现代化和农村繁荣发展的目标。

(三) 弘扬传统文化,助力乡村治理

实践教育在弘扬传统文化与促进乡村治理中发挥着重要作用,通过投身乡村的文化建设实践、参与丰富多彩的民俗活动以及社会治理项目,能够深入探索乡村深厚的历史文化底蕴、独特的风土人情以及复杂的社会结构。这一过程不仅能够获得宝贵的知识与经验,更在心灵深处种下对乡村的深厚情感,增强了对乡村的认同感与归属感,为乡村的持续发展注入了新鲜活力与智慧力量。通过加强党对乡村文化建设和治理工作的领导,确保传统文化在乡村振兴中发挥积极作用,促进乡村社会的和谐稳定。在党的引领下,可以组织丰富多彩的文化活动,如传统节日庆典、民间艺术表演、手工艺传承等,这些活动不仅能激发村民的文化自信,还能吸引外部游客,带动乡村旅游的发展。还可以推动建立乡村文化志愿服务体系,鼓励青年学子成为文化传播的使者,可以将所学知识用于乡村文化创新和保护,如利用新媒体手段宣传乡村故事,提升乡村文化的知名度和影响力。通过这些举措,不仅能够有效弘扬传统文化,还能在乡村治理中融入人文关怀,构建具有乡土特色的治理新模式,为乡村振兴注入持久的精神动力和文化底蕴。

二、乡村振兴视角下实践育人的困境

(一) 思想引领与乡村振兴需求脱节

尽管当前高校普遍重视实践育人的思想引领功能,但在实际操作层面,思想引领与乡村振兴需求之间的脱节问题依然存在。部分高校在组织社会实践活动时,往往过于

追求形式上的完美和表面的光鲜,却忽略了深入乡村基层,了解乡村振兴的实际需求和存在问题。这样的实践活动往往缺乏针对性和实效性,仅仅停留在表面文章上,难以真正达到教育引导学生、服务乡村振兴的根本目的。另一方面,高校在实践育人的过程中,也未能充分融入党的创新理论和乡村振兴战略。许多学生虽然参与了实践活动,但由于缺乏对这些理论和战略的了解和认识,思想认识和价值取向往往难以与乡村振兴的实际需求相契合。这不仅限制了学生实践能力的培养和提升,也制约了乡村社会经济的全面发展。

(二) 实践活动与乡村实际需求匹配度不高

实践活动的有效性和针对性是实践育人的关键所在。在乡村振兴视角下,部分高校的实践活动与乡村实际需求匹配度不高,制约了实践育人的效果。一方面,部分高校在组织实践活动时缺乏对乡村实际需求进行深入调研和精准分析,导致实践活动往往脱离实际、缺乏针对性。例如:一些实践活动过于注重形式上的创新和亮点打造,而忽视了乡村实际问题的解决;一些实践活动缺乏与乡村居民的有效沟通和互动,导致实践活动难以得到乡村居民的支持和认可。另一方面,部分高校在实践育人的过程中,缺乏对学生实践能力和专业素养的精准评估和指导,导致实践活动往往难以达到预期的效果。这不利于学生将所学知识和技能有效应用于乡村振兴实践中,也难以提升学生的综合素质和竞争力。

(三) 实践育人资源整合不足与利用效率低下

实践育人资源的有效整合和利用是提升实践育人效果的重要保障。在乡村振兴视角下,部分高校在实践育人资源整合和利用方面仍存在不足。一方面,部分高校在实践育人的过程中,缺乏与地方政府、企业、乡村等外部资源的有效整合和合作,导致实践育人资源不足、利用效率低下。这不利于学生获得更广阔的实践平台和更丰富的实践机会,也难以提升学生的实践能力和创新精神。另一方面,部分高校在实践育人的过程中,缺乏对内部资源的有效整合和优化配置,导致实践育人资源分散、浪费现象严重。例如:一些高校在实践育人的过程中,缺乏对学生实践活动的统一规划和管理,导致实践活动往往缺乏系统性和连续性;一些高校在实践育人的过程中,缺乏对实践育人师资队伍的有效建设和培养,导致实践育人师资队伍的整体素质和能力水平不高。

三、山东经贸职业学院育人实践案例分析

(一) 党建引领:精准对接乡村振兴需求

“为谁培养人、培养什么人、怎样培养人”始终是教育的根本问题。学院党委深化党的创新理论和乡村振兴战略在教学中的融入,通过组织学习党的理论知识、开展主题党(团)日活动等形式,增强学生的政治意识和社会责任感。学院鼓励师生将理论学习与实践活动相结合,通过实地考察、案例分析等方式,深入了解乡村振兴的实际需求,确保实践育人的方向正确、内容充实。习近平总书记曾勉励广大青年要如饥似渴、孜孜不倦学习,既多读有字之书,也多读无字之书,注重学习人生经验和社会知识。学院建立基于乡村振兴需求导向的实践项目库,通过调研乡村经济、社会、文化等多方面的需求,设计具有针对性和实效性的实践项目。例如:针对乡村特色产业发展、乡村旅游开发、乡村环境治理等实际需求,设计相应的社会实践、志愿服务和创新创业项目,让学生在实践中了解乡村、服务乡村,增强对乡村振兴的认同感和参与度。

(二) 精准对接:打造乡村振兴的实践平台

为了更有效地服务乡村振兴,学院党委积极与地方政府、企业和社会组织合作,共同打造具有地方特色的实践育人平台。学院通过深入调研,精准对接乡村发展的实际需求,为学生提供更广阔的实践空间和更丰富的实践机会。以临沂市蒙阴县云蒙湖生态区为例:学院与该地区的省派第一书记帮扶村建立了长期合作关系。学院社会实践团队在暑期深入乡村一线,开展以“乡村振兴 你我同行”为主题的“三下乡”社会实践活动。在活动中,学生们跟随桃农走进田间地头,参与助农采摘和农耕主题体验活动,深入了解果园管理知识,亲身体验农民劳动的艰辛和丰收的喜悦;参观当地的康养产业和旅游资源,通过走访调研,详细了解了乡村发展的现状和存在的问题,并提出了针对性的建议和策略。这种精准对接的实践平台不仅为学生提供了宝贵的实践机会,还促进了学院与地方政府、企业和社会组织之间的深度合作。通过合作,学院可以获取更多的实践资源和实践机会,为学生提供更广阔的实践平台;学院还可以将自身的科研成果和智力资源转化为服务地方经济社会发展的实际成果,实现高校与社会的互利共赢。

(三) 创新模式:构建“四位一体”的实践育人体系

在乡村振兴人才培养中,学院党委注重创新实践育人

的模式和方法,构建了“四位一体”的实践育人体系,即“课堂教学+社会实践+志愿服务+创新创业”四位一体的育人模式,旨在通过多元化的育人方式,全面提升学生的综合素质和实践能力。在课堂教学中,学院注重将乡村振兴的相关内容融入专业课程,通过案例教学、专题讨论等方式,引导学生深入了解乡村振兴的背景、意义和实施路径。在社会实践中,学院鼓励学生深入乡村一线,开展形式多样的社会实践活动,如助农采摘、走访调研、支教服务等,让学生在实践中增长才干、锤炼品质。在志愿服务中,学院积极动员学生参与乡村管理优化与环境保护类的公益服务项目,旨在深化学生的社会责任感教育,并激发他们无私奉献的精神风貌。在创新创业中,学院鼓励学生结合乡村发展的实际需求,开展创新创业项目,为乡村振兴贡献智慧和力量。通过构建“四位一体”的实践育人体系,学院不仅提升了学生的综合素质和实践能力,还促进了学生创新创业精神的培养。许多学生在实践中发现了商机、挖掘了潜力,成功地将所学知识转化为创新创业的实际成果。这些成就不仅为学生的个人成长与未来发展铺设了稳固的基石,而且为乡村振兴事业增添了新的生机与驱动力。

四、从高校人才培养角度探索党建引领乡村人才培养路径

(一) 强化党建引领,明确乡村人才培养目标

高校培养乡村人才应强化党建引领,将党的教育方针和乡村振兴战略紧密结合,明确人才培养目标。一方面,应坚持立德树人的根本任务,注重培养学生的思想政治素质和社会责任感,引导学生树立服务乡村、扎根基层的理想信念。另一方面,应根据乡村振兴的实际需求,调整专业设置和课程体系,注重培养学生的专业技能和实践能力,特别是与农业、农村发展紧密相关的知识和技能,以满足乡村人才振兴的迫切需求。通过制定科学的人才培养方案和教学计划,明确乡村人才培养的具体目标、要求和措施,确保人才培养工作的针对性和实效性。同时,应加强对学生的思想政治教育和职业生涯规划指导,引导学生正确认识乡村发展的广阔前景和重大使命,激发学生投身乡村振兴事业的热情和动力。应加强对学生党员的培养和教育,发挥学生党员的先锋模范作用,带动更多学生投身乡村振兴事业。

(二) 优化课程体系,构建实践育人平台

课程体系是人才培养的核心要素之一。高校在培养乡

村人才时,应优化课程体系,构建实践育人平台,增强学生的实践能力和创新精神。一方面,高校应加强对现有课程的整合和优化,将乡村振兴的相关内容融入专业课程和通识教育课程中,使学生在专业学习的同时,了解乡村振兴的背景、意义和要求。另一方面,高校应增加实践教学环节,建立稳定的校外实习基地和实践教学基地,为学生提供更多参与乡村振兴实践的机会和平台。加强对课程体系的审查和把关,确保课程内容的科学性、前瞻性和实用性。同时,高校应积极与地方政府、企事业单位和社会组织等建立合作关系,共同搭建实践育人平台,为学生拓宽参与乡村振兴实践活动的途径与资源支持。通过实践教学、社会调研、志愿服务等多种形式,使学生深入了解乡村发展的现状和需求,提升服务乡村的能力和水平。

(三) 加强师资队伍建设,提升教学质量

师资队伍是人才培养的关键因素。高校在培养乡村人才时,应加强师资队伍建设,提升教学质量,确保人才培养的质量和效果。一方面,高校应加强对现有教师的培训和提高,鼓励教师参与乡村振兴相关的科研项目和社会实践活动,提高教师的实践能力和教学水平。另一方面,高校应积极引进具有丰富实践经验和专业技能的优秀人才,充实教学队伍,为学生提供更优质的教学资源和指导。高校加强对师资队伍的思想教育和职业道德教育,引导教师树立正确的教育理念和人才观,增强服务乡村振兴的责任感和使命感。同时,高校党组织应加强对教师的教学评价和考核,建立科学的激励机制和约束机制,鼓励教师积极参与乡村振兴相关的教学和科研工作,提高教学质量和效果。

习近平总书记指出:“人才振兴是乡村振兴的基础”,他强调要“激励各类人才在农村广阔天地大施所能、大展才华、大显身手,打造一支强大的乡村振兴人才队伍”。高院作为孕育与培育人才的摇篮,肩负着向社会发展各领域输送具备高素质与创新能力的精英人才的重大使命。乡村拥有广阔的发展空间和无限的发展机遇,这为各类人才提供了施展才华的舞台。乡村田园的优美环境和宜居条件,也为人才提供了舒适的生活和工作空间,要充分利用这些优势,吸引更多的人才投身乡村建设,让他们在农村这片热土上发光发热,以人才振兴促进乡村振兴,为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献力量。■

(作者单位:山东经贸职业学院。此文系山东省高等学校哲学社会科学项目阶段性研究成果,编号:2024ZSZX249)

话机改变生活

◎ 赵培龙

第一次看到电话机，是儿时看电影《南征北战》，高营长打电话的高大形象令我崇拜至极。

第一次用电话机是电影船来到村上。为了让在距家十华里地的罗村小学的爸爸晚上回来看电影，我鼓足勇气来到村里小学隔壁的大队部，全村唯一的一部电话机就放置在正厅房的一个角落的高高的茶几上，我探着脑袋走进的时候，已经有几个人围着电话机轮番打电话。终于轮到了我使用电话，我模仿前面人的做法，左手压住座机话筒架子，右手使劲摇起摇把，过了一段时间，罗村小学接通了，终于听到了爸爸亲切的声音，我热血沸腾，让爸爸晚上回来看电影。爸爸也很激动，说放学后他就回家。打完电话，我脸上放光，心中美得不行。

1980年我参加高考并被军事院校录取。毕业后经过旅途劳顿，我和几个同学来到南京，暂住梅园附近的军人接待站，等待部队同志来接我们去单位报到。等了一天仍不见来人，于是有个同学拿出介绍信，拟按下方电话号码联系有关单位。我们来到前台，发现台面上有台拨号座机，在这之前我们谁都没有用过这玩意儿，我自告奋勇上前，左手压住座机话筒架，右手拨出号码，拨完后总是听到“嘟嘟嘟”的声音，反复拨打依然如故。我问站在不远处的女服务员，姑娘笑了，说电话机不是这么使用的，我们几个面面相觑。于是，我按照姑娘的提示，一通操作果然通了，真是洋相百出，忍俊不禁啊！

到了1990年，不少家庭安装了有线电话机，但需要申请排队，加之初装费较高，这是普通家庭承受不起的。这年我接到北京空军政治部调令，预示着要与家属小孩分居两地，为了让我安心工作，领导决定为我家装台军用电话机，至此，我家终于迎来了第一部电话机，那份喜悦与自豪无以言表。

1992年前后开始流行传呼机，即BP机，因租费便宜，服务周到，一个家庭都有好几台，我和爱人的四位呼叫号刚巧相反，特别好记。BP机接收信息较易，但有时开会时突然响起，很是尴尬。后来随着手机的普及，BP机逐渐退出大众的视野。我的BP机至今未丢，留作纪念。

1995年，由于工作需要，经领导批准，单位破格花一万多元为我配备了一台诺基亚手机，“大哥大”终于梦一般到了我的手里。领导再三叮嘱此手机只能在外联系重要工作之用，主要是接听电话，尽可能少打长途。每次通话，通话人、通话日期、时长都要逐一登记，否则话费不予报销。为了不让更多人知道，我很少在人前和公众场合使用，平时宝贝似的锁在保密柜里。这台手机身份价值大于使用价值，非但没有方便工作，反而成了负担。

1998年，我终于有了一台属于自己的爱立信中文手机，体型小，信号好，通话语音比较清晰，只是每月费用颇高，所以平时很少用于通话，一般情况下有事尽可能使用座机。后来我又买了一台三星牌手机，能上网和上QQ，手机里增加了许多好友，尤其是能够传递图片，极大方便了联络、沟通和工作，真正驶上了信息高速公路。

2011年初，手机增加了微信服务，只要消耗少量网络流量，便可快速发送免费文字、语音、图片、视频，同时有朋友圈、摇一摇、语音记事本等服务插件。但由于我用的不是智能手机，必须再次更新换代才能享受这些服务。这次我购买了苹果智能手机，除了内存和存储量增大，还增加了无线上网、录音、拍照、录影等功能，又为我的工作、写作、旅游、导航提供了极大的方便。

随着4G、5G技术的飞速发展，微信又增加了结算汇兑，掌上银行等功能。有一天，我的苹果手机突然从五楼掉到地面，虽然心疼，倒也安心，因为此时我正好要换台技术先进的华为手机。现在用的P40产品，内存和存储量更大，各种功能更加齐全，已经成为形影不离的伙伴，衣食住行、写作做抖音编辑文档等都在手机上操作。可以说，一部手机，改变了我的生活，伴美了我的人生！

而今手机无所不在，无所不能，功能俱全，包打天下，成了生活的必需品。从更高层面看，从手摇、到拨号电话机，再到无线、智能手机的使用，见证了40年来的惊天巨变，特别是近年以华为、小米、VIVO等为代表的中国手机品牌傲世挺立，亦是共和国由富起来到强起来的一个里程碑式的标志！■

