

供销合作经济

GONGXIAO HEZUO JINGJI



热烈庆祝上海市供销合作社
第六次代表大会隆重召开

ISSN 1674-2516



9 771674 251210

2021

4

2021年8月28日版

总第209期

热烈庆祝上海市供销合作社第六次代表大会隆重召开



党委书记程颖同志



理事会主任张华同志



监事会主席薛宏同志



大会选举产生出第六届理事会、监事会领导成员



上海市供销合作社第六次代表大会代表合影

中华全国供销合作总社致上海市供销合作社第六次代表大会

贺 信

上海市供销合作社：

值此上海市供销合作社第六次代表大会召开之际，中华全国供销合作总社向大会的召开表示热烈的祝贺，向全体参会代表、上海市供销合作社全体干部职工和社员致以诚挚的问候，向长期以来关心支持上海供销合作事业发展的各级党委、政府和有关部门领导及社会各界人士表示衷心感谢！

党的十八大以来，上海市供销合作社认真学习贯彻习近平总书记关于供销合作社工作的重要指示精神，全面贯彻落实党中央、国务院和上海市委、市政府关于深化供销合作社综合改革的决策部署，坚持为农服务根本宗旨，坚持稳中求进工作总基调，坚持高质量发展总要求，大力推进综合改革，不断激发内生动力和发展活力，各项事业发展取得显著成效。全市供销合作社组织体系更加健全，区级供销合作社建制不断完善，基层供销合作社覆盖面有效扩大，夯实了服务城乡居民的组织基础；经营方式加快创新，以龙头企业为支撑、基层经营服务网点为基础，线上线下融合发展的现代经营网络基本形成，巩固了城乡双向流通主渠道；服务领域不断拓展，生活垃圾分类回收、化肥农药减量化使用等公益服务深入开展，抗疫保供稳价的独特优势充分体现，综合服务平台功能日益强化；管理体制和运行机制不断优化，政事分开、社企分开逐步推进，注重运用经济手段开展经营服务，市场化运行水平明显提高，在促进上海乡村振兴和城乡融合发展中发挥了重要作用。

当前，我国“三农”工作重心已经实现历史性转移，全党全国各族人民正在意气风发向着第二个百年奋斗目标迈进。希望上海市供销合作社坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，深入贯彻落实习近平总书记关于供销合作社工作的重要指示和考察上海重要讲话精神，紧密结合上海超大城市特点和“三农”工作实际，立足新发展阶段，深入贯彻新发展理念，服务构建新发展格局，以持续深化综合改革为主线，以加快高质量发展为主题，积极推进城市供销合作社改革创新，进一步完善体制、优化职能、转变作风，加快打造服务上海城乡居民生产生活的综合平台，着力构建全国供销合作社系统对接上海大市场的有效载体，奋力开创上海供销合作事业新局面，为全面推进上海乡村振兴、加快农业农村现代化、促进长三角一体化发展作出新的更大贡献！

中华全国供销合作总社

2021年8月11日



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

出版单位：

《上海供销合作经济》编辑部

主 编：马晨辉

副 主 编：孙 玮

胡建华

责任编辑：陈 峡

发行单位：

《上海供销合作经济》编辑部

二〇二一年第四期

（总第 209 期）

2021 年 8 月 28 日版

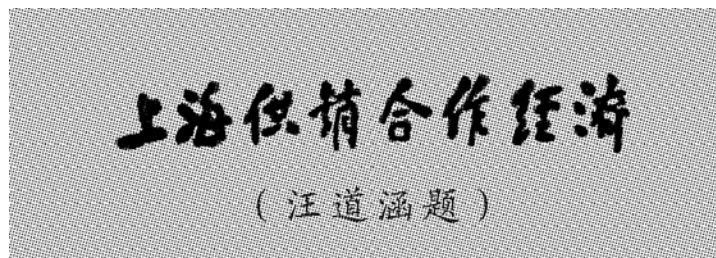
双月刊·公开发行

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



目 录

要闻专递

中华全国供销合作总社致上海市供销合作社第六次代表大会

贺信 (1)

“六代会”专栏

立足新发展阶段 贯彻新发展理念 构建新发展格局 奋力

谱写上海供销合作事业高质量发展新篇章……张 华 (5)

服务新发展格局 做实监督主责主业 为上海供销合作事业

高质量发展贡献力量……薛 宏 (12)

《上海市供销合作总社章程》…… (17)

贯彻新发展理念 构建新发展格局 谱写上海供销合作事业

高质量发展新篇章…… (22)

乡村振兴

培育发展共同体 实施乡村振兴战略魏后凯 (24)

打造供销合作社服务乡村振兴新高地……王传雄 (26)

循环经济

关于发展动力电池回收网络的思考

.....上海再生资源协会 (28)

研究与探索

论国产品牌的“四化”特征傅尔基 (30)

农村普惠金融的探索与实践吴 威 (36)

他山之石

日本农协带来的启迪

——读《日本农业现代化的途径》.....葛志华 (38)

思政与党建

传承红色基因 弘扬革命精神马桂祥 (41)

以党建引领企业绿色文明建设张 勤 (43)

法制天地

《人民检察院民事诉讼监督规则》简介.....杨忠德 (45)

食林趣话

金秋时节话糕饼钱桂华 (47)

方寸世界

乐山大佛记刘古武 (48)



中国供销合作社
CHINA CO-OP

地 址：

上海市大木桥路247弄2号2楼

电 话：(021) 64183952

传 真：(021) 64183952

E-mail: gxxhgxxh@qq.com

邮政编码：200032

定 价：4.00 元

印 刷：松江区华亭印刷厂

《上海供销合作经济》杂志理事会成员名单

理 事 长：马晨辉

副理事长：(按姓氏笔划为序)

陈仕军 金慧明 祝加林

宫鸿冰 桑 佳 黄 胜

秘 书 长：孙 玮

常务理事 (按姓氏笔划为序)

马晨辉 上海市供销合作总社副主任
上海市供销合作经济研究会会长

王心雄 上海市宝山区供销合作总社主任

王德强 上海市杨浦区供销合作社主任

田晓磊 上海新农村建设投资股份有限公司副总经理

朱国平 上海市奉贤区供销合作总社主任

朱松林 上海市长宁区供销合作社主任

朱建国 上海市金山区供销合作社主任

伍亚生 上海市农业生产资料有限公司总经理

孙 玮 上海市供销合作总社合作指导部总经理

孙忠明 上海卢湾供销合作社主任

陈代凤 上海市普陀区供销合作社主任

陈仕军 上海市松江区供销合作社主任

沈金华 上海市青浦区供销合作联社主任

汪巍忠 上海市嘉定区供销合作总社主任

张自强 上海昊元资产经营管理有限公司总经理

张志鹏 上海好唯加食品有限公司总经理

金慧明 上海市闵行区供销合作总社主任

祝加林 上海市供销合作经济研究会副会长

赵志刚 上海市徐汇区供销合作社主任

宫鸿冰 上海市棉麻有限公司总经理

桑 佳 上海浦东新区供销合作社联合社副主任

徐若海 上海市黄浦区供销合作社主任

黄 胜 上海市崇明区供销合作总社党委书记

蒋国平 上海市果品有限公司总经理

理 事 (按姓氏笔划为序)

王 超 上海市供销综合商社管理中心主任

朱建强 上海今晨企业发展有限公司总经理

陈龙宝 上海浦东登丰农资有限公司总经理

李金国 上海邵万生商贸有限公司总经理

立足新发展阶段 贯彻新发展理念

构建新发展格局 奋力谱写上海供销合作事业

高质量发展新篇章

上海市供销合作总社理事会主任 张 华

上海市供销合作社第六次代表大会是在中国共产党百年华诞和全面开启第二个百年奋斗目标的重要历史交汇点召开的一次重要会议。这次大会的主题是：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，深入贯彻习近平总书记对供销合作社工作的系列重要指示批示和考察上海重要讲话精神，凝心聚力、乘势而上，努力走出一条具有超大型城市供销合作社特色的发展之路，奋力开创新时代上海供销合作事业新局面，为推进上海乡村振兴、农业农村现代化和城乡融合发展贡献力量。

一、第五次代表大会以来的工作回顾

上海市供销合作社第五次代表大会于2013年召开，迄今历时近8年。五代会以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视供销合作社工作。党中央、国务院《关于深化供销合作社综合改革的决定》（中发〔2015〕11号），上海市人民政府《关于印发〈上海市供销合作社系统综合改革试点方案〉的通知》（沪府发〔2016〕16号）相继发布实施，上海市供销合作社系统综合改革联席会议制度建立，对本市供销合作社改革发展作出了顶层设计，架起了四梁八柱。

五代会以来，上海市供销合作社在全国总

社、上海市委、市政府和市国资两委的领导下，坚持为农服务宗旨，持续深化综合改革，主动服务国家战略和本市经济社会发展大局，大力推动中发〔2015〕11号和沪府发〔2016〕16号文件精神贯彻落实，全面推进服务体系、组织体系、管理体系、经营体系改革创新，推动超大型城市供销合作社高质量发展和持续深化综合改革取得明显成效。

——服务能力明显提升。全系统坚持党的领导，在自觉融入上海经济社会发展全局和服务城乡居民生产生活中体现独特作用。积极参与本市“四大品牌”战略建设和“生活垃圾分类管理减量化和化肥农药使用减量化”工作。疫情保供期间，全系统累计向市场供应口罩7600万只、各类防疫物资766万件、蔬菜1.1万吨、猪肉4300吨等，对中小企业减免租金超过2.4亿元，彰显供销责任担当。

——组织建设不断增强。在维护全系统组织体系完整性基础上，推动松江、浦东新区恢复和重组了供销合作社，并被写入全国总社七代会报告。组织体系日益完善不断激发系统活力，五代会以来，全系统获评全国供销合作社系统劳模5名、系统先进集体11个，全国总社和上海市抗疫先进个人9名，先进集体2个。宝山区社获评“全国脱贫攻坚先进集体”称号。

宝山、嘉定、金山区社和原南汇社被评为全国百强县级社，昊元农资公司、市果品公司、好唯加公司等被评为农业产业化上海市重点龙头企业。全系统改革发展工作得到全国总社领导来沪调研时的充分肯定。

——经济实力持续增强。2020 年底，全系统实现营业收入 169.85 亿元，是 2012 年 153.46 亿元的 1.11 倍；利润总额 14.83 亿元，是 2012 年 4.71 亿元的 3.14 倍；净资产 142.68 亿元，是 2012 年 69.25 亿元的 2.06 倍；总资产 268.45 亿元，是 2012 年 170.91 亿元的 1.57 倍；净资产收益率 8.37%，与 2012 年同期相比增加 3.01 个百分点，实现了上海供销合作事业的持续健康发展。

（一）坚持党的领导毫不动摇。全系统坚决落实新时代党的建设总要求，坚持党的全面领导，加强党的建设，全面从严治党，以推进实施供销合作社综合改革为中心工作，聚焦主责主业、创新体制机制，

发挥市社党委“把方向、管大局，促落实”领导作用，推动本市供销合作社可持续高质量发展。

（二）深化综合改革全面推进。抢抓发展机遇。全系统深化综合改革得到市委、市政府高度重视，市供销合作社系统综合改革联席会议制度建立，连续 4 年由市委常委、常务副市长召集 10 家市委办局成员单位和各区专题研究供销合作社综合改革年度重点任务。会议形成并下达年度重点工作 122 项（次），完成 119 项（次），完成率 97.5%。2020 年联席会议更名为市城镇集资集企改革工作推进领导小组，继续指导供销合作社改革发展。汇聚发展合力。全国总社、市委、市政府领导及市国资委、市财政局、市商务委等相关部门支持推动供销合作社综合改革重点任务落地见效。各涉农区政府深化供销合作社综合改革“一区一方案”基本出台，区级联席会议制度同时建立。取得阶段性成果。作为全国总社综合改革试点项目，上海市供销合作发展股权投资基金挂牌成立并投入运作。完成供销合作社综合改革总结评估，

形成五个可复制推广经验。

（三）推动服务体系创新持续升级。服务都市农业。加快构建综合性为农服务体系，已建成农业生产资料、农副产品、农村日用品、再生资源等 4 个农村现代经营服务网络，近 2000 余个服务网点。发挥农资商品经营服务主渠道作用，农资商品在上海郊区的市场占有率达 60%。半数以上涉农区社推动供销粮油融合发展，全系统运营的粮食库容达 60 万吨。浦东供销联社改造为农综合服务站，赋能集农资、技术、金融、信息为一体的“数字乡村”为农服务综合体。青浦区社配合乡村振兴示范村配套建设农村综合服务点并形成工作机制。服务社区商业。宝山区社探索形成“社镇合作”模式，打造地标性商业综合体。嘉定区社打通产供销渠道，建设区域内农产品一二三产业联动循环网络。松江、普陀等区社推动传统菜市场智能化改造升级，全系统建有生鲜超市、社区菜店等 66 家。服务美丽乡村人居环境。松江区社开发 4 万亩田园综合体项目，作为全国 17 家田园综合体试点并陆续完成验收。宝山、崇明区社参与养老院建设，已建成养老床位 1000 张。长宁、奉贤、崇明、宝山等区社推进农药包装废弃物集中回收处置和生活垃圾减量化工作，已建成社区再生资源回收服务点 707 个、分拣中心 8 个、园区 1 个。服务长三角服务全国。昊元商业公司建成全市 15 家供销 e 家老字号品牌集成店，积极推进线上线下融合发展。青浦区社建立长三角示范区供销合作社联动机制，畅通优质农副产品销售渠道。各区社推动人才扶贫、产业扶贫和消费扶贫助力脱贫攻坚，为贫困地区助销农副产品 1.2 亿元。

（四）推动管理体系创新取得突破。强化机构职能。以实施涉农区社综合改革“一区一方案”为契机，完成浦东供销联社重组和松江区社恢复设立，及时协调金山区社体制调整事项，理顺区级供销合作社的管理体系，切实维护供销合作社组织体系和集体资产的完整性。强化法人治理结构。按照《供销合作社章程》规定，建立健全社员代表大会和理事会、监事

会的法人治理结构并按照要求规范运作。

（五）推动组织体系创新不断夯实。夯实基层基础。改造升级薄弱基层社 4 家，领办、参办农民专业合作社及联合社 37 家，探索对有控制力的农民专业合作社纳入基层社范畴，推进基层社和农民专业合作社融合发展。加强基层创新。市果品公司、浦东、嘉定、宝山等区社建立“公司+合作社+基地”模式，探索托底价收购和利益二次分配机制，引领 1.08 万亩绿色生态农业种植，推动 1.62 亿元地产农产品流通。金山朱泾和干巷基层社获评全国标杆基层社。

（六）推动经营体系创新稳步提升。深化改革发展。全系统积极推进各类要素资源的集聚、管理的集约和企业的集团化运作。明确商品经营及相关资产经营的主业定位。完成上海供销大厦落成入驻和市社及出资企业集中办公，完成昊元集团更名为上海供销集团。加快创新发展。市农资公司以农业社会化服务经营集成商为定位，农资商品经营服务的辐射能力逐步提升。市果品公司依托国内国际两个市场，做强做实主业发展的经营规模和盈利能力。好唯加公司以打造调味品细分领域头部企业为目标，开展“原料基地+生产基地”战略合作。金山区社推动丁义兴食品公司新三板上市。松江区社对传统百货进行现代化精致化转型。黄浦区社推动邵万生、全国土产等老字号品牌成功拓展社区店经营模式。各涉农区社加快农村社区商业的战略布局和开发运营，形成宝山“翼生活”、嘉定“嚒城源”等社区商业品牌，发挥资产招商租赁和经济园区招商引资稳定器作用，4 家涉农区社实现经济园区年度税收 20 亿元。推进企业现代化管理。加强社有企业治理体系和治理能力建设。优化人力资源结构，强化激励约束机制，推进资金集中管理，加强审计监督和风险防控，推进供销合作社企业文化建设，干部职工队伍向心力、凝聚力和战斗力不断提升。

（七）落实全面从严治党成效显著。深化理想信念教育。扎实开展“三严三实”专题教育、“两学一做”学习教育、“不忘初心、牢记

使命”主题教育、“四史”学习和党史学习教育，全体党员干部思想政治受到洗礼和锤炼，进一步坚定了干事创业、担当作为的思想自觉和行动自觉。深化“四责协同”机制。探索建立横向到边、纵向到底的责任传导机制，强化任务分解、检查考核、责任追究。严格落实中央八项规定精神，持之以恒改进作风。做好巡视审计整改。加强长效机制建设，补齐制度短板，推动全面从严治党不断向纵深发展。

各位代表，在过去八年本市供销合作社改革发展的实践过程中，我们深切体会到：坚持党的全面领导，是做好供销合作社工作的根本保证；坚持为农服务宗旨，是供销合作社的立身之本和生存之基；坚持合作经济属性，是供销合作社最鲜明的组织特点和发展优势；坚持深化综合改革，是不断激发供销合作社内生动力和发展活力的重要法宝。

八年来，在全国总社、上海市委、市政府和市国资两委的领导下，在社会各界大力支持下，在市社历届领导班子和全系统广大干部职工的团结奋斗和努力拼搏下，本市供销合作社改革发展取得了积极成效。在此，我代表市供销合作总社第五届理事会向各位领导、同志们表示衷心感谢！

在肯定成绩的同时，我们也清醒地看到全系统改革发展面临的困难和问题：一是综合改革进展还不平衡，特别是体制机制方面的改革成效还不明显，治理能力还有待提升；二是基层组织力量还比较薄弱，为农服务的能力水平还有待提升；三是社有企业行业影响力和市场竞争力还不强，整合系统资源的力度还有待提升。对于这些问题，我们必须高度重视，在今后工作中认真加以改进。

二、深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神，积极探索超大城市供销合作社发展之路

今后五年，我国将开启全面建设社会主义现代化国家新征程，进入新发展阶段。站在新的历史起点，全系统要实现新跨越、开创新局面、谱写新篇章，必须遵循习近平总书记重要指示和党的十九大和十九届二中、三中、四中、

五中全会精神，科学把握新发展阶段，坚决贯彻新发展理念，服务构建新发展格局，努力走出一条具有上海特色的超大型城市供销合作社发展之路。

——坚持党的全面领导。习近平总书记明确指出，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。坚持党的领导，是供销合作社最本质的特征，是供销合作社始终如一的红色基因，是供销合作社持续健康发展的根本保证。供销合作社只有坚定不移地听党话、跟党走，全面加强党对供销合作事业的领导，才能彰显独特政治优势，保证事业发展正确方向，确保供销合作事业砥砺前行、行稳致远。

——坚持为农服务宗旨。党中央坚持把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重。供销合作社的根本宗旨是服务“三农”。实施乡村振兴战略是新时代做好“三农”工作的总抓手。我们要自觉把自身建设放在国家和本市经济社会发展全局、放在“三农”工作大局中思考谋划、担当作为，在促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足中贡献供销力量，拓展发展空间。

——坚持服务新发展格局。加快构建新发展格局，是以习近平同志为核心的党中央作出的重大战略抉择。供销合作社是农村流通的传统主渠道，服务构建新发展格局，是重塑供销合作社竞争新优势的重要契机。对城市供销合作社而言，我们在开拓国内外市场、畅通城乡经济循环中占有区位优势，发展空间广阔。我们要积极参与农村商贸流通体系建设，加快流通网络现代化、数字化、智能化改造，加快发展流通新业态新模式，提高流通体系对市场需求的适配性，在服务新发展格局中打造竞争新高地、形成发展新优势。

——坚持合作经济组织属性。供销合作社是综合性的合作经济组织，这是供销合作社的组织特色和价值优势所在。要坚持开放办社，强化互助合作、开放共享的理念，推动多种形式的联合合作，以综合合作组织农民、带动农民、服务农民，体现供销合作社的价值优势；

以开放合作汇聚人才、资本、技术等要素有效联合，拓展新领域、采用新模式、培育新动能。

——坚持推动高质量发展。随着新一轮科技革命和产业革命深入发展，中国经济转入高质量发展阶段。城市供销合作社要持续健康发展，就要以高质量发展为主题，以改革创新为动力，持续深化综合改革，在城市化的快速推进和城乡融合发展中不断进行产业升级，加快提高经济运行质量和效益，以高质量发展推动供销合作事业实现新跨越、开创新局面、谱写新篇章。

三、全力以赴，奋力开创新时代全市供销合作事业高质量发展新局面

今后五年，是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的历史时期，是上海全面深化“五个中心”建设，加快建设具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市的关键五年，也是本市供销合作社站在新的起点上，不断深化综合改革成果，继续奋勇担当，谱写全市供销合作事业新篇章的重要五年。

今后五年工作的总体要求：

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，深入学习贯彻习近平总书记关于“三农”工作重要论述、对供销合作社工作的系列重要指示批示和考察上海重要讲话精神，认真落实中发〔2015〕11号和沪府发〔2016〕16号文件精神，坚持稳中求进工作总基调，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，牢记为农服务宗旨，持续深化综合改革，完善体制机制，拓展服务领域，顺应上海建设有世界影响力的社会主义现代化国际大都市要求，探索超大型城市供销合作社创新转型和高质量发展之路，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人民群众的桥梁纽带，为推进本市乡村振兴、加快农业农村现代化和城乡融合发展贡献力量。

今后五年工作的主要目标：

到 2025 年，全系统要以贯彻新发展理念、实施高质量发展为根本路径，力争实现营业收入 180 亿元、利润总额 16 亿元、净资产 160 亿元、资产总额 300 亿元的目标，推动全系统经济运营稳中有进、提质增效、风险可控，社有资产保值增值。

到 2025 年，具有上海特色的系统性、综合性、规模化、可持续的为农服务体系基本形成；基层组织的服务功能更加完备，与农民的利益联结更加紧密；联合社治理效能显著提升，运行机制健全完善，系统整体优势有效发挥；社有企业市场竞争力和经济实力明显增强，形成有一定规模和影响力的企业集群。经过五年的改革发展，使全市供销合作社走上高质量发展的健康轨道，服务职能更加凸显、贡献更加突出。

今后五年工作的主要任务：

（一）坚持党的全面领导，确保本市供销合作事业沿着正确的方向阔步前进

坚持把深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务。在学懂弄通做实上下功夫，在联系实际中理清工作思路，在知行合一中积极担当作为，不断筑牢供销合作事业发展的思想根基，不断提高从政治高度谋划推进工作的能力水平。

坚持把党的政治建设摆在首位。牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”、坚决做到“两个维护”。发挥党委“把方向、管大局、促落实”的作用，将党的领导融入治理各环节，把加强党的建设贯穿改革发展全过程，汇聚起开创本市供销合作事业发展新局面的磅礴力量。

在主动对接服务国家和本市重大战略中体现供销合作社责任担当。着力在落实“六稳”“六保”工作任务中勇担当，稳定经济运行，开拓国内外市场，服务新发展格局。着力在推进乡村振兴中展作为，培育富民乡村产业、服务农民群众生产生活，助力巩固脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。着力在长三角一体化、五个新城建设等战略中作贡献，积极参与本市

“四大品牌”战略建设和“生活垃圾分类管理减量化和化肥农药使用减量化”工作，不断增强城市供销合作社服务支撑和辐射带动能力。

持续深化供销合作社综合改革。坚持把为农服务成效作为衡量综合改革效果的首要标准，以《供销合作社条例》出台为契机，深化联合社治理、基层社改革和社有企业发展，大力推动改革系统集成，贯彻落实市城镇集资集企改革联席会议重点任务，推进实施市社系统“十四五”规划、市社数字化转型专项行动方案等，推动全市供销合作社综合改革平稳有序进行。

（二）坚持服务立社，推动乡村振兴和现代农业建设更有力

完善农业社会化服务系统建设。聚焦本市农民生产生活，以涉农区社为主导，以基层组织为依托，建设区级运营中心、乡镇级综合服务中心、村级服务网点的农业社会化惠农便民服务网络。配合乡村振兴示范村规划，积极打造新型服务网点。推进服务网点功能性提升和数字化、信息化改造，赋能“数字乡村”，实现“一网多用”。扩大农业社会化服务面积，丰富全产业链农业社会化服务内容。深化供销粮油融合发展。探索智慧农化、绿色农化发展途径，建设综合性、规模化、可持续的全程农业社会化服务体系。

完善城乡商贸流通体系建设。聚焦本市城乡融合发展和五个新城建设，全方位参与城乡现代流通和社区商业服务。加快参与农贸市场、社区超市、邻里中心等建设，推动基础设施不断更新和物流仓储配备优化。拓展农产品集采集配、直供直销、中央厨房、订单农业等业务，推进农商互联、产销衔接，促进小农户与大市场精准有效对接和区域农产品流通循环。积极参与社区商业和购物中心建设运营，以及轻资产社区商业开发合作。大力发展农产品电商，加快发展网上商城、社区团购、直播带货、无接触配送等新业态新模式，加快打造“数字供销”。积极探索参与农产品冷链物流建设。

积极培育乡村富民产业。聚焦乡村特点因地制宜，充分挖掘农业生态价值、休闲价值和

文化价值，积极参与民宿民俗、休闲农业、乡村旅游、康健养老、长租公寓等产业发展。坚持需求导向，引入先进的农产品切配和精加工设备，促进农产品转化增值，推进产业交叉融合，延长产业链，提升价值链。积极参与农业面源污染治理、乡村环境整治工作，探索农资从销售到废弃包装回收全程可追溯和农药废弃包装物应收尽收。发挥全系统再生资源网络优势和市再生资源回收利用行业协会平台作用，探索再生资源深加工，推进“两网融合”与再生资源回收利用体系建设。依托国家“扶贫 832 平台”，推动脱贫地区农副产品进一步融入上海大市场，助力巩固脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。

推动为农服务方式创新转型。加快推进“产品+服务+科技”模式创新，加强全系统业务领域和管理领域的信息化和数字化基础建设，加大技术、网络、信息等综合运用，提升为农服务科技含量，推动农业社会化服务和商贸流通服务数字化转型。在风险可控的前提下，加强与涉农金融机构的战略合作，鼓励探索多种形式涉农金融信用服务，推出更优质的、普惠性的“三农”金融产品。实施供销品牌创建行动。加大“中国供销合作社”标识普及和推广力度，推动全系统各类经营服务主体广泛使用。强化品牌建设，不断巩固供销合作社现有中华老字号、驰名商标、名牌产品，培育新的产品品牌、服务品牌、文化品牌，加强品牌宣传，扩大供销合作社的品牌认知度和社会影响力。

（三）坚持夯基建社，推动与农民利益联结更紧密

大力推进基层组织建设。探索适应本市实际的供销合作社基层组织体系建设，着力提高和扩大为农服务能力强的基层组织数量和质量。通过联合社帮扶，盘活资产、重建为农服务业务，为基层组织重新赋能，把基层组织打造成为乡村为农服务综合体和乡村振兴示范点，成为承接乡村区域服务中心建设的主体。按照《供销合作社条例》要求，逐步推动基层社建立健全“三会”制度，完善民主管理。

增强基层组织与农民的利益联结。加大领办、参办农民专业合作社力度，积极探索发展区域性、行业性农民专业合作社联合社。与村“两委”开展村社共建，与村集体经济组织联合合作，形成推进乡村振兴合力。加强与新型农业经营主体联动，与涉农部门和社团组织协同，形成利益共享的农业产业化联合体，带领农民增收致富。

建立基层组织带动帮扶机制。加强社有企业对基层组织带动作用。发挥社有企业经营优势，加强对基层社和农民合作社的业务引领；发挥基层组织优势，深化与农民的组织带动和利益联结，形成社有企业和基层组织相互补充、互为支撑的服务格局。推动政策、资金、项目向基层组织建设倾斜。按照中发〔2015〕11号文件提出的以社有资产经营收益反哺供销合作社为农服务和公益性服务项目的精神要求，探索设立市社为农服务专项补贴和专项基金，支持补贴全系统为农服务项目和基层组织建设。

（四）坚持改革强社，推动合作经济组织属性更鲜明

巩固提升治理水平。进一步加强“三会”治理结构建设。推动各级联合社定期召开社员代表大会，完善相关议事决策规则，强化民主管理、民主监督。进一步加强组织体系管理和社有资产监管。以《供销合作社条例》出台为契机，研究制订健全供销合作社组织体系管理办法，在鼓励开放办社的同时，切实保障供销合作社组织体系、财产权益和社有资产完整性，保障资产所有权与经营管理权相统一。

深化系统联合合作。加快健全双线运行机制。切实提高宏观指导和协调服务能力水平，统筹推进行业指导体系、经营服务体系建设，健全双线运行机制。完善联合社对成员社工作考核和成员社对联合社工作评价机制。加强社有企业联合合作。加强产权、资本和业务联结，鼓励各层级社有企业跨区域横向联合和跨层级纵向整合，加大供销合作股权发展基金投资带动力度，加快推动市供销合作社系统“1+3+X”平台互联互通、农业社会化服务市区联动、农

产品托底销售、老字号品牌联合推广等项目合作，实现共享共赢。

稳步推进开放办社。推进基层社开放办社。广泛吸纳农村能人和新型农业经营主体加入基层社，提高入社社员在办社治社中的参与度和话语权，把基层社打造成为开放、民主、共赢的合作经济组织联合体。推进开放办企。用市场化方式整合系统内外资源、发展混合所有制经济，打造核心竞争力、将全系统的组织优势转化为规模经营优势。

（五）坚持以企兴社，推动社有企业发展更高效

壮大龙头企业。全面加强社有企业主业投资，积极培育新的经济增长点和服务附加值，提升发展质量和核心竞争力。全力优化产业布局，推进商品经营、资产经营、资本经营等板块的产业链延伸和供应链整合，培育示范带动作用强的行业龙头企业。积极推进资产证券化，培育优质、核心资产上市，以资产证券化倒逼企业创新转型和改革发展。

创新体制机制。深化现代企业制度建设，完善企业法人治理结构，坚持把企业党组织嵌入到公司治理结构之中，明确党组织在企业法人治理结构中的法定地位，厘清各类治理主体权责边界，形成各司其职、各负其责、协调运作、有效制衡的公司治理机制。全面落实混合所有制经济改革要求，加强与各类资本合作，积极探索所有制混合，推进开放性重组和市场化联合，提高新建企业混合所有制比例。全面强化激励约束机制。建立“赋能赋权、激励约束、增效减压”三大动力机制，探索试点项目责任制、风险抵押制、职业经理人制度等，形成“以人为本、市场导向、注重实效”的长效激励约束机制。

强化内控管理。切实加强内控体系建设，建立健全内部巡查稽查机制，防范和控制好企业风险。切实加强企业精细化管理，加强信息化管理进程，多措并举降本增效。切实落实“放

管服”措施，划分好集团和出资企业事权，明确投资经营负面清单，落实好企业经营自主权，发挥好社有企业股东会、董事会和经营层作用。

（六）坚持从严治社，营造持续健康发展的良好环境

在党的领导下推进从严治社。贯彻新时代党的建设总要求，坚定不移推进全面从严治党和从严治社，为供销合作事业行稳致远提供坚强保证。巩固深化学习教育成果，严明政治纪律和政治规矩，提高政治能力，锤炼忠诚干净担当的政治品格，加快建立从严治社长效机制，形成风清气正的良好政治生态。

坚定不移推进党风廉政建设。深化“四责协同”，落实“两个责任”，层层传导压力，把全面从严治党各项要求落到实处。持之以恒深化作风建设，着力完善廉政风险防控体系，持续推动中央八项规定及其实施细则精神落到实处。持续抓好巡视巡察整改，把“严”的主基调长期坚持下去。

着力加强干部人才队伍建设。落实新时代党的组织路线，坚持党管干部原则和发挥市场机制作用相结合，发挥党组织领导和把关作用。以“严管”和“厚爱”相结合，完善选人用人机制，激发干部队伍活力，努力建设一支懂政策、善经营、会管理的企业家队伍和政治强、业务精、结构优、作风好，肯为供销合作事业奉献的干部人才队伍，为新时代供销合作事业发展提供支撑。

各位代表，潮平岸阔催人进，风起扬帆正当时。让我们在全国总社、上海市委、市政府和市国资两委的正确领导下，不忘初心、牢记使命，攻坚克难、奋勇前行，努力开拓上海供销合作事业发展新局面，为上海经济社会发展作出新的更大的贡献！

（本文系张华同志代表上海市供销合作总社第五届理事会作的工作报告，已经上海市供销合作社第六次代表大会批准通过，发表时有删节。）

服务新发展格局 做实监督主责主业 为上海供销合作事业高质量发展贡献力量

上海市供销合作总社监事会主任 薛 宏

一、第五次代表大会以来的工作回顾

上海市供销合作社第五次代表大会召开以来，全系统深入学习贯彻习近平总书记对供销合作社工作的重要指示批示精神，深入贯彻党的十八大、十九大、十九届二中、三中、四中、五中全会精神，坚决贯彻全国总社、市委市政府和市国资委的各项决策部署，坚持为农服务的根本宗旨，坚持党的领导加强党的建设，坚持全面从严治社，坚持全面深化综合改革，持续深化服务体系、组织体系、管理体系、经营体系的改革创新，不断提高为农服务能力水平，在服务上海乡村振兴、推进农业农村现代化和城乡融合发展中发挥了积极作用。

近年来，市社坚持市场化、集约化、专业化、法治化的方向，在全系统积极推进各类要素资源的集聚、管理的集约和企业的集团化运作，完成上海吴元集团更名为上海供销集团，完成上海市供销合作股权发展基金的设立运营，完成上海供销大厦建设和市社总部及经营性企业的集中办公，完成供销e家15家品牌集成店的全门店线上线下运营，积极探索互联网信息技术的运用，加快农村社区商业的战略布局 and 开发建设运营，加快打造服务“三农”和城乡居民生产生活的综合平台和生力军，全系统的服务能力、发展活力、经济实力持续增强，实现了上海供销合作事业持续健康较快发展。

“五代会”以来，市社第五届监事会在全国总社监事会和市国资委的领导下，按照上海外派内设监事会体制运行的要求，依据《上海市供销合作总社章程》的规定，立足上海超大城市供销合作社改革发展大局，围绕市社中心工作，不断

强化监督职能，积极履职担当，在推动上海供销合作事业持续健康发展中发挥了积极作用。主要做了以下工作：

（一）坚持党的领导，落实代表大会和理事会治理结构

加强政治建设。始终坚持把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、习近平总书记关于监督工作的重要论述、“三农”工作的重要论述和对供销合作社工作的重要指示批示精神作为监事会工作的首要政治任务，切实提高站位、学深悟透、融会贯通、指导实践，不断增强“四个意识”，始终坚定“四个自信”，坚决做到“两个维护”，自觉在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，把党的领导贯穿到供销合作社改革发展各领域各环节全过程，发挥监事会在推进供销合作事业发展中的积极作用。

加强组织建设。加强市社监事会组织建设，按照市管企业“外派内设”体制和供销合作经济组织的特点，探索形成了由政府部门监事、成员社监事和本级社监事三方面组成的市社监事会组织体系，市社监事会主席和专职监事由市国资委实施管理。加强市社本级企业监事（会）建设，制定实施《进一步规范和加强集团子公司监事会建设的实施方案》并向市国资委报备。加强郊区社监事会组织建设，印发实施《关于加强市社系统监事会组织建设的意见》，以推进落实全国总社加强“三会”制度建设为契机，目前郊区社9家（除闵行外）均建立了监事会制度，郊区社监事会组建率达到100%，基本完成“五代会”确定的目标任务。

加强制度建设。制定实施《市社监事会工作规则》《市社监事会议事细则》《市社监事会专项检查工作办法》《市社监事履职行为规范》等七个监事会工作制度，同时抄送各区供销社和出资企业。各郊区社监事会认真贯彻全国总社和市区两级国资委关于监事会制度建设的要求，不断创新和完善监事会的制度体系，推动各级监事会工作制度化和规范化建设。

（二）服务中心工作，推进落实综合改革各项重点任务

源头参与提建议。市社监事会积极参与全国总社监事会组织的综合改革专题调研，先后赴陕西、上海、四川、宁夏等省区市供销社调研，参与撰写并形成了1个总报告和4个分报告，积极为深化供销社综合改革建言献策。同时，市社监事会牵头负责市社9个专题调研课题之一的加强社有资产监管开展专题调研，为市政府拟定市社系统综合改革试点方案提供了观点和思路。

助力改革出实招。按照全国总社的部署要求，上海市社承担“设立供销合作社股权投资基金”专项试点任务。市社监事会围绕专项改革试点任务，突出研究参与、过程参与和决策参与，加强政府产业引导基金的定位、模式、资金、风控、退出机制等深入研究，发挥市社监事会部门监事的积极作用，圆满完成全国总社在上海的专项改革试点任务。

围绕重点抓督查。按照市政府综合改革联席会议明确的各项重点工作，市社监事会通过调研督导、实地检查等形式，重点对“三会”制度建设、落实综合改革方案、相关郊区联合社重建等工作加强专项督查，推进综合改革各项重点任务的落地落实。

（三）聚焦主责主业，强化对社有资产的监督检查

注重事中监督。通过市社监事会主任、专职监事列席市社常务理事会议等会议，对市社发展战略、重点项目、重大决策等加强日常监督，积极推进企业法定代表人任期目标完成情况及子公司监事（会）履职情况的专项检查。同时，坚持财务监督为核心，建立市社监事会信息化平台，

探索运用科技+制度的手段，积极开展市社本级内控制度设计及执行情况的评价检查，形成专项报告报送市国资委和全国总社监事会，同时抄送市社理事会。

注重事后监督。按照市国资委对巡视和审计报告发现问题企业整改方案落实结果进行督查作为监事会加强事后监督规定动作的要求，市社监事会全力抓好市社三年任期经济责任审计整改和巡视整改的督查工作，进一步建立落实长效机制，进一步堵塞漏洞、建章立制，促进企业持续健康发展。同时，市社监事会还开展了市社本级重点项目吴元生活广场顾村店的后评估工作。

注重专项监督。市社监事会主动参与市社年报审计的审前、审中、审后等工作，及时发现并揭示企业经营管理中存在问题，为市社防范企业经营风险提供重要依据。同时，市社监事会积极整合监督资源，形成监督合力，增强监督实效，通过与内审、纪检、财务等监督部门的横向协同联动，对市社合并范围内47家企业开展融资性贸易的专项检查工作，进一步有效规避经营风险。

（四）深入调查研究，立足城市供销社实际建言献策

围绕中心工作，深入调研建言献策。重点围绕供销社综合改革、实施乡村振兴战略、农村现代流通体系、社有企业监管、社有企业重大风险防控等方面，在市社系统范围内先后开展多层次、多方位、多渠道的专题调研，并取得积极成效，市社监事会和金山、崇明、宝山、嘉定、青浦等郊区社监事会向全国总社监事会提交了调研报告。

围绕监督工作，深入调研建言献策。完成《建立社有资产监督管理机制、确保社有资产保值增值》调研报告，时任全国总社监事会主任亲临上海结题并对上海调研成果予以肯定；完成市国资委《关于企业监事会开展审计、巡视整改工作督查课题》并形成调研成果，为进一步加强监事会事后监督提供依据；完成市社本级关于公司法人治理结构的调研报告，得到全国总社监事会、市国资委领导的高度评价。

围绕社情民意，深入调研建言献策。扎实推进监事会社情民意信息点建设，发挥社情民意特

约信息员作用，努力为供销社改革发展积极建言献策。市社监事会系统现有崇明、金山2家区社作为全国总社监事会社情民意信息联系点，3名个人作为全国总社监事会社情民意特约信息员。崇明区社连续7年被全国总社监事会评为优秀社情民意信息联系点，向全国总社监事会报送了大量有数量、有质量的社情民意信息。

（五）加强自身建设，提升监事会工作团队能力水平

建立规范化的工作机制。按照《工作规则》《工作制度》的要求履职尽责，坚持重大事项集体研究、集体审议、集体决策，市社监事会全体成员列席理事会全体会议，市社监事会主席、专职监事列席常务理事会议。“五代会”以来，市社监事会召开全体会议15次，增补市社第五届监事会监事25名。

推进专业化的培训机制。采取“请进来、走出去”的方式，请全国总社监事会领导和市社部门监事为市区两级社监事会工作团队授课，先后组织赴广东、湖南、浙江、江苏等省社及中国商飞公司学习考察，组织参加市国资委举办的企业监事会实务知识培训，进一步拓宽眼界和视野，既学习成功的经验做法，又提高专业化的履职能力。

探索常态化沟通机制。通过建立定期会议、走访调研、座谈交流、学习考察等形式，进一步加强市社系统监事会工作的指导服务，积极探索并基本形成了市社系统监事会工作上下贯通和协同联动的沟通机制。

回顾“五代会”以来的工作，市社监事会主动服务全市供销社的改革发展大局，监督工作取得了积极成效。但是，我们也要清醒地认识到，与新形势新任务新要求相比，监事会所发挥作用还有限；监事会工作机制还不完善；履职尽责的方式手段还有欠缺；对成员社监事会和社有企业监事（会）的监督指导服务仍需加强等。针对以上问题，在今后的工作中要深入研究，采取切实可行的措施妥善解决。

回顾“五代会”以来的工作，我们深切体会到，做好监事会工作要始终做到四个必须：

——必须始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导。必须要坚持习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践、推动工作，不断增强“四个意识”，始终坚定“四个自信”，自觉做到“两个维护”，始终在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，紧密联系监事会工作实际，贯彻落实好党中央方针政策和市委市政府、市国资委的各项决策部署。

——必须持续加强党对监事会工作的全面领导。市社党委高度重视和支持监事会工作，结合上海外派内设监事会的体制，要求进一步加强监事会建设发挥监事会作用。各级社党委不断加强对监事会工作的领导、谋划和部署，并为监事会履职创造必要的条件、提供必要的保障，是各级社监事会推进组织建设、理顺体制机制、切实开展监督工作的前提。

——必须主动服务全市供销社改革发展大局。当前供销社处于改革创新转型发展的攻坚期，各级社监事会必须提高站位、统一思想、凝聚力量，对标对表中发〔2015〕11号文件和沪府〔2021〕14号文件要求，以更大决心、更强力度认真履行监督职责，按照《章程》并结合实际，不折不扣地落实好监督职责，为实现上海供销合作事业高质量发展贡献力量。

——必须不断创新和完善监督体制机制。要积极探索符合上海超大城市供销社改革发展特点的监督工作的体制机制，不断整合监督资源，形成监督合力，切实增强监督工作的针对性、协同性和有效性。同时，要勇于创新工作方法，规范监督工作程序，提升监督工作效能，发挥监事会在促进供销合作事业高质量发展中的监督保障、预警预防作用。

各位代表，“五代会”以来，市社改革发展取得了历史性和突破性进展和成效，监事会工作也取得了来之不易的成绩。这些成绩的取得，离不开全国总社监事会和市国资委的工作指导，离不开市社党委和市社理事会的大力支持，也离不开全体监事、各级社监事会和社有企业监事（会）的共同努力。在此，我代表市社第五届监事会，

向全体监事和各级社监事会的辛勤工作和大力支持表示衷心感谢！

二、今后五年的主要工作

今后五年市社监事会工作的指导思想是：深入贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中全会、五中全会精神，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 习近平总书记对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“七代会”精神和沪府〔2021〕14号文件精神，紧紧围绕“三农”工作大局，主动服务乡村振兴、长三角发展等国家和本市重大战略任务，坚持监督检查、调查研究、反映情况、提出建议的工作方针，牢牢抓住监督检查、组织建设、制度建设、能力建设重点，依法依规开展监督工作，切实发挥监事会在推动上海供销合作事业高质量发展中的监督作用。

（一）提高政治站位，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想指导监事会工作

坚持以政治建设统领新时代监事会工作。要切实提高政治站位，全面深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记关于监督工作的重要论述、关于“三农”工作的重要论述和对供销合作社的重要指示精神，按照习近平总书记的要求，完善体制、优化职能、转变作风，确保监事会政治立场不移、政治方向不偏，按照新要求确定新任务，持续推动深化供销合作社综合改革不断取得新进展新成效。

始终把党的领导落实到监事会工作实践中。坚持和加强党的全面领导，始终坚持加强对党的路线方针政策等落实情况的监督，加强对办社方向的监督，努力确保供销合作社始终坚持为农服务宗旨不动摇，始终坚持市场经济改革方向不偏离，始终坚持与农民利益联结更紧密。积极开展对市社重点工作部署的监督，推进对供销合作社改革发展、服务乡村振兴战略情况等的监督检查。

健全完善党对监事会工作领导的制度机制。要坚持党的领导和完善供销社法人治理结构相统一，按照上海外派内设监事会的特点和实际，正确处理好党委前置讨论和监事会履职尽责的关系，加快探索建立符合上海超大城市供销社监事会的

制度机制，依照市社章程规定对市社理事会开展监督。要建立健全市社监事会对出资企业监事（会）工作的指导机制，增强工作穿透性，推动供销集团及出资企业监事（会）切实发挥作用。

（二）明确监督工作重点，构建监事会监督工作新格局

加强对综合改革推进情况的监督。监事会要坚持在改革中开展监督，在监督中推进改革，严格按照市社章程规定，认真履行对市社理事会执行章程和代表大会决议情况、执行国家有关法律法规和政策情况、完成政府委托的各项经济、社会任务情况的监督，及时反映情况，提出意见建议。要突出对深化综合改革的监督，围绕双线运行机制、“三会”制度建设、优化行业指导、密切层级关系等重要节点难点，加强调研督导，补齐改革短板，加快打造成为服务农民生产生活的综合平台。

加强对社有资产管理情况的监督。根据市国资委关于市管企业监事会主席履职目录的要求，重点加强对市社发展战略、重大投资项目、内控风控管理制度执行情况，市社法定代表人任期目标完成情况，市社子公司监事（会）履职情况开展专项检查，对巡视和审计报告发现问题整改情况，企业财务情况，上海供销合作发展基金等财政资金使用管理等情况进行专项督查，对市国资委年度确定的重点工作、专项工作加强专项调研和监督检查，不断增强监督工作的实效性和穿透性，促进社有资产安全高效和保值增值。

加强对社有企业监管体系的监督。要加强对社有企业管理和改革的监督，督促企业根据《公司法》规定，加快完善公司法人治理结构，完善监事（会）组织机构，落实企业监事（会）职能，有效实现对董事、高级管理人员经营行为和企业财务等的监督，增强社有企业发展活力，始终做到市场化运作更高效。要履行对社有企业监事（会）的指导职责，推行函询制度，不断提高对社有企业监督的精准性和针对性，防止社有资产流失。

（三）坚持问题导向，深入基层开展调查研究

调查研究要围绕中心突出重点。供销合作社

改革发展进入新阶段，有很多新挑战需要深入研究。上海供销社实行市场化运作、企业化定位，如何进一步服务融入国家战略、城市功能、城市定位和城市更新；上海供销社作为竞争类市管集体企业，如何秉持为农服务的根本宗旨，加快建立市场化经营机制，不断做强做优为农服务主责主业；上海供销社在推进治理体系治理能力现代化过程中，如何进一步完善监督体系，强化监事会的监督作用等。这些都与供销合作社改革发展密切相关，需要通过深入调查研究，认真思考，提出有针对性的监督建议。

调查研究要立足基层力求实效。监事会开展调查研究，要坚持问题导向、目标导向，直面基层在改革发展中遇到的重大困难，努力提高调研的实效性和针对性。要坚持调研与督导相结合，督促各单位贯彻落实好供销社综合改革的重点任务，及时总结推广各单位的实践成果，促进上海供销合作事业的持续健康发展。要发挥市社系统监事会的组织优势，调动各方面力量，提高社情民意信息联系点和联络员的积极性，把调查研究同监督工作紧密结合起来，不断提高调查研究服务中心工作的成效和水平。

（四）完善监事会工作机制，确保监督职责有效落实

建立健全监事会组织体系。按照全国总社关于“三会”制度建设的部署要求，继续巩固“三会”建设成果，着力加强郊区社监事会和社有企业监事（会）组织建设的督导，对尚未组建的要明确目标任务和时间节点，加快推进落实。对已经建立监事会的，要进一步完善工作机制，结合实际、注重实效，配齐配强工作机构及人员，依法依章规范开展监事会工作。

建立完善监事会工作机制。不断完善监事会的监督机制，推动监督工作的规范化、常态化、制度化建设。不断完善市社监督工作联席会议机制，有效整合监督资源，增强监督工作合力。不断完善与审计监督的工作协同机制，促进监事会监督和审计监督有机融合。积极探索建立社有企业监事（会）工作报告机制，强化对社有企业监事（会）的工作指导，形成贴合实际、便于实施、

贯穿日常的监督工作机制。

强化监督工作制度贯彻落实。要严格按照市社章程要求，落实好市社代表大会赋予监事会的监督、检查、建议、指导等各项职权。要依据《全国总社关于加强监事会监督工作的意见》《全国总社监事会关于建立完善联合社监事会工作规范的指导意见》，进一步修订市社监事会的工作制度，切实推进各项工作制度的落实落地。要完善对成员社监事会指导机制，坚持从实际出发、因地制宜、分类推进的原则，指导成员社监事会开展监督检查工作，推动成员社监事会更好地发挥职能作用，确保各项制度能够落实到位。

（五）强化监事会自身建设，不断提高履职担当的能力

不断创新监督工作的方式方法。当前，国内外经济社会环境发生了深刻变化。各级社监事会干部要结合监事会工作实际，主动适应新形势，积极研究新问题，努力应对新变化，不断创新监督工作的方式方法，做到勇于担当敢监督、讲究方法会监督、提升素质能监督，不断增强履职尽责的本领和履职担当的能力，全面助力上海供销合作事业的持续健康发展。

不断提高监督工作的能力水平。要重视和加强监事会干部的能力建设，加强政治学习和业务学习，认真学习经济、财务、金融、法律等专业知识，恪守职业道德和专业操守，积极履行诚实守信、勤勉尽责义务，不断提升自身的综合素质和专业素养，着力切实打造和培养一支讲政治、懂业务、善监督、会指导的监事会干部队伍。

各位代表，上海市供销合作社第六次代表大会是在中国共产党百年华诞和全面开启第二个百年奋斗目标重要历史节点召开的一次重要会议。我们要在全国总社、市委市政府和市国资委的领导下，以高度的政治责任感和历史使命感，以积极进取的姿态，脚踏实地的作为，全面提高监事会工作能力水平，努力把新时代上海供销合作事业不断推向前进！

（本文系薛宏同志代表上海市供销合作总社第五届监事会作的工作报告，已经上海市供销合作社第六次代表大会批准通过，发表时有删节。）

上海市供销合作总社章程

(2021 年 8 月 12 日上海市供销合作社第六次代表大会批准通过)

第一章 总则

第一条 根据《中国共产党章程》、国家有关法律、法规、政策和《中华全国供销合作总社章程》，制定本章程。

第二条 本市各级供销合作社是中国共产党领导下的为农服务的以社员为主体的集体所有制的综合性合作经济组织。是党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带和做好农业、农村、农民工作的重要载体，是推动农业农村发展的一支重要力量。

第三条 本市各级供销合作社高举中国特色社会主义伟大旗帜，坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持党的基本理论、基本路线、基本方略，为把我国建设成为富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

第四条 本市各级供销合作社自觉坚持和加强党的领导，落实新时代党的建设总要求，以党的政治建设为统领，全面加强党的建设，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。

第五条 本市各级供销合作社紧紧围绕统筹推进“五位一体”总体布局、协调推进“四个全面”战略布局和“三农”工作大局，坚持稳中求

进工作总基调，贯彻新发展理念，落实高质量发展要求，持续深化综合改革，加快建成适应社会主义市场经济需要、适应城乡融合发展需要、适应中国特色农业农村现代化需要的组织体系和服务机制，努力开创中国特色超大城市供销合作事业新局面。

第六条 本市各级供销合作社坚持为农服务根本宗旨，做到为农、务农、姓农。坚持合作经济组织属性，发展生产、供销、信用“三位一体”综合合作。坚持由流通服务向全程农业社会化服务延伸、向全方位城乡社区服务拓展，建设与农民联结更紧密、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，切实在加快推进农业农村现代化、促进农民增收致富、促进乡村振兴中更好地发挥作用。

第七条 上海市供销合作总社（简称本社）是上海市委、市政府和全国总社领导下的本市各级供销合作社的联合组织，负责领导全市供销合作事业发展。

第八条 本社实行自愿、互利、民主、平等的合作制原则。

第九条 本社实行团体社员制，对成员社负有指导、协调、监督、服务、教育培训的职责。

本社实行开放办社，根据申请，可接纳承认本章程、自愿加入的社会经济组织作为成员社。

第十条 根据《中国共产党章程》规定，本社设立中国共产党的委员会（以下简称“党委”）和纪律检查委员会（以下简称“纪委”）。

第十一条 本社财产属于集体所有。本社理事会是本级集体财产的所有权代表和管理者。

本社依法具有独立的法人地位，其合法权益受国家法律保护。

第十二条 本社加入中华全国供销合作总社（简称全国总社），为其成员社，享有相应权力，履行相应义务。

第十三条 本社的英文全称是 Shanghai Supply and Marketing Cooperatives, 缩写为 SHCOOP。

第二章 职能和任务

第十四条 本社的职能和任务是：

（一）宣传贯彻党中央、国务院和上海市委、市政府有关农村经济工作和社会发展的方针政策，研究制订合作经济的发展战略和发展规划，指导全市供销合作社系统的改革发展；

（二）承担政府有关部门委托的任务，按照授权对重要农业生产资料、粮食及其他商品的经营、储备进行组织、协调和管理，承担政府向社会力量购买的公共服务；

（三）推动和参与有关法律法规和政策的制定；

（四）向政府有关部门、全国总社反映成员社的意见与要求，维护其合法权益；

（五）指导供销合作社系统构建行业指导体系和经营服务体系；

（六）指导供销合作社的组织建设和制度建设，协调成员社关系，发展农民合作社、综合服务社和消费、金融、土地托管等新型合作经济组织以及行业协会等社会团体，健全农村社会化服务体系，参与乡村治理，密切与农民的联系；

（七）指导供销合作社开展合作与联合，增强服务功能，拓展经营服务领域，创新农业生产服务方式和手段，推进新农村现代流通网络建设，提升农产品流通服务水平，开展再生资源回收利用、农村合作金融、电子商务等业务，打造城乡社区综合服务平台，更好履行为农服务职责；

（八）指导供销合作社系统文化建设，提供信息服务，开展教育培训；

（九）监督、管理和运营社有资产，建立健全社有资产保值增值考核激励和责任追究制度，依法履行出资人职责，享有出资人权益；

（十）代表本地区供销合作社参加上级社活动，与国内外经济组织、社会团体、科研教育机构和有关政府部门等开展经济、贸易、技术、人才交流合作，接受捐赠、资助；

（十一）承办上海市委、市政府和全国总社交办的其他事项。

第三章 成员社

第十五条 凡承认本社章程、自愿履行各项义务的本市各区供销合作社联合社，其他具有独立法人资格的区级合作经济组织、为农服务的全市行业协会、大型农业产业化龙头企业等，可申请加入本社，经本社理事会批准，成为本社成员社或者成员单位（以下统称成员社）。

成员社的资产归各成员社所有，实行自主经营、自负盈亏。

第十六条 成员社的权利是：

（一）选举或者推荐全市供销合作社代表大会代表；

（二）参加本社组织的国内、国际活动；

（三）请求本社帮助协调解决有关问题；

（四）享受本社提供的服务；

（五）以本社成员社名义开展活动；

（六）监督本社成员社股金的使用；

（七）申请使用和监督本社合作发展基金；

（八）对本社的工作提出意见和建议。

第十七条 成员社的义务是：

（一）遵守本社章程；

（二）执行本社决议；

（三）向本社交纳成员社股金；

（四）按规定向本社交纳合作发展基金；

（五）维护本社及成员社的合法权益；

（六）完成本社委托的任务；

（七）向本社报告工作，反映有关情况；

（八）接受本社的指导和监督。

第十八条 成员社有下列情形之一的，经本

社理事会决议，取消其成员社资格：

- （一）丧失法人资格的；
- （二）自动放弃成员社资格的；
- （三）违反本章程，拒不履行规定义务，情节严重的。

第四章 上海市供销合作社代表大会

第十九条 上海市供销合作社代表大会（以下简称：代表大会）是本社的最高权力机构。

第二十条 代表大会的职权是：

- （一）审议和批准本社理事会的工作报告；
- （二）审议和批准本社监事会的工作报告；
- （三）审议和通过代表大会决议；
- （四）通过或者修改本社章程；
- （五）选举本社理事会理事、财务总监、副主任、主任；
- （六）选举本社监事会监事、副主席、主席；
- （七）讨论和决定其他重大事项。

第二十一条 代表大会代表由成员社选举或者推荐。

代表大会代表名额和代表产生办法，由本社理事会决定。

第二十二条 代表大会每五年举行一次，由本社理事会召集。理事会或者常务理事会认为必要，或者三分之一以上成员社提出请求，代表大会可以提前或者延期举行。

第二十三条 本社理事会应当在代表大会举行两周以前，将开会日期和会议内容通知成员社。

第二十四条 成员社向代表大会提出的建议案，须在会前一周提交本社理事会。

第二十五条 召开代表大会须有全体代表三分之二以上出席，各项决议案须有全体代表过半数通过方为有效。

第二十六条 召开代表大会时，由出席会议的代表选举主席团主持会议。

第五章 理事会

第二十七条 本社设理事会和常务理事会。

理事会是代表大会闭会期间的执行机构，对代表大会负责并报告工作。

第二十八条 理事会的职权是：

- （一）组织召开代表大会，执行其决议；
- （二）组织实施本章程第十四条规定的各项职能和任务；
- （三）研究部署本社重要工作，指导本市供销合作社改革发展，促进本市供销合作社之间经济联合与合作；
- （四）批准接纳成员社或者取消成员社资格；
- （五）代表本社履行出资人职责；
- （六）行使本章程规定的其他职权。

第二十九条 理事会由主任一人，副主任、财务总监、常务理事、理事若干人组成，每届任期五年。

理事会成员实行届中替补、届满换届。成员社理事实行单位替补制。

在代表大会闭会期间，理事、常务理事、财务总监、副主任、主任变动的，由理事会履行相关手续。

本社实行理事会主任负责制，理事会主任为本社的法定代表人。

第三十条 理事会全体会议每年举行一次，由常务理事会召集。常务理事会认为必要，监事会提议，或者三分之一以上理事提出请求，可以临时召集理事会全体会议。

理事会全体会议须有三分之二以上理事出席方可举行，会议决议须有全体理事过半数通过方为有效。

第三十一条 常务理事会为理事会的常设机构，常务理事由理事会主任、副主任、财务总监组成。

第三十二条 常务理事会的职权是：

- （一）负责召集理事会全体会议，并向其报告工作；
- （二）执行理事会的决议；
- （三）决定本社年度财务预算、决算方案；
- （四）决定本社内部管理制度；
- （五）决定本社内部办事机构的设置；
- （六）决定本社全资、控股企业的设立、合并、分立或者解散；
- （七）决定本社对企业的出资及投资收益的

管理和使用；

（八）理事会授予的其他职权。

第三十三条 常务理事会议由理事会主任或者受理事会主任委托的理事会副主任召集。

常务理事会议须有三分之二以上常务理事出席方可举行，会议决议须有全体常务理事过半数通过方为有效。

第六章 监事会

第三十四条 本社设监事会。监事会是本社的监督机构，对代表大会负责并报告工作。

第三十五条 监事会的职权是：

（一）监督理事会对本章程和代表大会决议的执行情况；

（二）监督理事会对国家有关法律、法规 and 政策的执行情况；

（三）监督理事会由政府委托的各项经济、社会任务的完成情况；

（四）监督理事会社有资产保值增值、财政资金使用和企业重大投资、并购重组、资产运营等情况；

（五）开展调查研究，反映社情民意，向理事会提出改进工作的建议；

（六）对理事会的重大决定有不同意见，提出建议未被采纳的，有权向代表大会反映；

（七）指导成员社监事会开展工作；

（八）提议临时举行理事会全体会议。

第三十六条 监事会由主席一人，副主席和监事若干人组成，每届任期五年。

监事会可设政府部门监事、成员社监事和本级社监事。政府部门监事、成员社监事实行单位替补制。

本社理事以及理事会办事机构、出资企业的主要负责人，不得兼任监事。

在代表大会闭会期间，监事会监事、副主席、主席变动的，由监事会履行相关手续。

监事会组成人员列席理事会全体会议。监事会主席、副主席列席常务理事会会议。

第三十七条 监事会全体会议每年举行一次，由监事会主席或者受监事会主席委托的副主席召集；必要时，可以临时召集监事会全体会议。

监事会全体会议须有全体监事三分之二以上出席方可举行，会议决议须有全体监事过半数通过方为有效。

第七章 党团组织和工会

第三十八条 中国共产党的党组织是本社法人治理结构的有机组成部分，把方向、管大局、促落实，在本社中发挥领导作用。

本社设立党的工作机构，配备足够数量的党务工作人员，保障党组织的工作经费。

第三十九条 党委应履行保证党和国家的方针政策在本社贯彻执行，落实全国总社、上海市委、市政府重大战略决策及上级党组织有关重要工作部署；坚持党管干部、党管人才原则，规范和完善本社直管高级管理人员选拔任用，严格执行民主集中制，严格把好政治关、品行关、廉洁关，保证党对干部人事工作的领导权和对直管高级管理人员的管理权；对常务理事会或理事会主任提名的人选进行酝酿并提出意见建议，或者向常务理事会、理事会主任推荐提名人选，会同常务理事会或拟任人选进行考察，集体研究提出意见建议；参与本社重大问题决策，研究讨论本社改革发展稳定、重大经营管理事项及涉及职工切身利益的重大问题，并提出意见建议；担负全面从严治社主体责任，领导思想政治工作、意识形态工作、统战工作、精神文明建设、企业文化和工会、共青团等群团工作，支持职工代表大会开展工作，领导党风廉政建设，支持纪委履行监督责任等职责。

第四十条 党委通过制定议事规则等工作制度，明确党委议事的原则、范围、组织、执行和监督，形成党组织参与重大问题决策的体制机制，支持理事会、监事会依法行使职权。

第四十一条 党委设书记一名，可以设专、兼职党委副书记；设纪委书记一名，可以设专、兼职纪委副书记；设党委委员、纪委委员若干名。党委书记、党委副书记、纪委书记可由上级党组织任免。

本社实行“双向进入、交叉任职”的领导人员管理体制，符合条件的党委成员和理事会、监事会成员通过法定程序可交叉任职。

第四十二条 党委研究讨论作为常务理事会议决策重大问题的前置程序，常务理事会“三重一大”事项作出决策时，应事先与党委沟通，听取党委的意见。

第四十三条 本社根据《中华人民共和国工会法》《中国共产主义青年团章程》规定，设立工会组织和团组织。工会应建立职工代表大会制度，实行民主管理，依法维护职工的合法权益；团组织应教育引导广大团员青年参与本社改革发展。

本社为工会和团组织的活动提供必要的条件。

第八章 资产管理、企业管理与协会管理

第四十四条 本市各级供销合作社理事会是本级供销合作社集体财产和所属企业单位财产的所有权代表（原中心城区供销合作社社有资产归本社所有），依法履行出资人职责。

本市各级供销合作社对依法所有的财产具有占有、使用、收益和处置的权力，负有资产监管、维护和保值、增值的职责。

第四十五条 本社根据履行职能和任务需要，设立企业。本社理事会是出资企业社有资产的所有权代表，依法享有资产收益、重大决策、选择管理者等出资人权利。

第四十六条 本社出资企业依法自主经营，自负盈亏，依法纳税，对出资人投入的资产负有保值增值责任，不得损害出资人的合法权益。

第四十七条 本社出资企业要坚持为农服务方向和市场经济取向，完善法人治理结构，提高市场竞争能力，拓展经营服务领域，发挥龙头带动作用，为供销合作社改革发展服务。

第四十八条 本社对任期内经营业绩好、为供销合作事业发展做出突出贡献的有关人员实行奖励，奖励办法由理事会制定并执行。对不依法履职，造成损害的，追究相应责任。

第四十九条 本社对相关行业协会的活动依

法进行业务组织、指导与协调。

第五十条 各企业和社会团体是独立的民事主体，享有法人财产权，以其全部财产独立承担民事责任。

第九章 财务和审计

第五十一条 本社依照法律、法规、部门规章以及本章程的规定，设立会计机构和审计机构，执行国家相关部门管理制度，建立规范的会计核算、财务管理和审计监督制度。

第五十二条 本社资本金来源于社员出资。

第五十三条 本社设立合作发展基金。合作发展基金由成员社根据有关规定认缴的资金、本社投入的资金和上级社扶持资金构成，用于发展供销合作事业。合作发展基金管理办法，由本社理事会依据全国总社相关规定制定。

第五十四条 本社审计机构对本社全资、控股企业的财务收支、资产及经济效益等进行审计监督，对企业领导人员实行任期经济责任审计。

第十章 附则

第五十五条 本市供销合作社统一使用中国供销合作社标识。中国供销合作社标识由“合”字的艺术图形、汉字“中国供销合作社”和英文“CHINA CO-OP”构成，是中国供销合作社的象征和标志。

本市各级供销合作社及其全资、控股企业应当按规定规范使用中国供销合作社标识。

第五十六条 本市各级供销合作社可参照本章程制定本级社章程，报本社备案。

第五十七条 本章程的解释权属于本社理事会。

第五十八条 本章程经上海市供销合作社第六次代表大会通过后施行，报全国总社备案，在市政府主管部门办理登记和备案。

贯彻新发展理念 构建新发展格局

谱写上海供销合作事业高质量发展新篇章

——上海市供销合作社第六次代表大会隆重召开

8月12日，上海市供销合作社第六次代表大会在上海供销大厦隆重召开。大会深入学习贯彻习近平总书记对供销合作社工作的重要指示批示和考察上海重要讲话精神，全面总结上海市供销合作社第五次代表大会以来改革发展的各项工作，部署安排今后五年发展愿景和目标任务，团结全系统广大干部职工和社员凝心聚力、乘势而上，探索超大城市供销合作社改革创新和高质量发展之路，奋力谱写上海供销合作事业高质量发展新篇章。

中华全国供销合作总社给大会召开发来贺信并指出，党的十八大以来，上海市供销合作社认真学习贯彻习近平总书记关于供销合作社工作的重要指示精神，全面贯彻落实党中央、国务院和上海市委、市政府关于深化供销合作社综合改革的决策部署，坚持为农服务根本宗旨，坚持稳中求进工作总基调，坚持高质量发展总要求，大力推进综合改革，不断激发内生动力和发展活力，各项事业发展取得显著成效。希望上海市供销合作社立足新发展阶段，深入贯彻新发展理念，服务构建新发展格局，以持续深化综合改革为主线，以加快高质量发展为主题，积极推进城市供销合

作社改革创新，进一步完善体制、优化职能、转变作风，加快打造服务上海城乡居民生产生活的综合平台，着力构建全国供销合作社系统对接上海大市场的有效载体，奋力开创上海供销合作事业新局面，为全面推进上海乡村振兴、加快农业农村现代化、促进长三角一体化发展作出新的更大贡献！

张华同志代表市社第五届理事会向大会作工作报告。他指出，“五代会”以来，全系统坚持为农服务根本宗旨，全面贯彻落实中发〔2015〕11号和沪府发〔2016〕16号文件精神，主动服务国家战略和本市经济社会发展大局，持续深化服务体系、组织体系、管理体系、经营体系的改革创新，全系统的服务能力、发展活力、经济实力显著增强，推动上海超大城市供销合作社高质量发展和持续深化综合改革取得明显成效。对今后五年工作的总体要求和目标任务，他强调，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持稳中求进工作总基调，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，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，顺应上海建设具有

世界影响力的社会主义现代化国际大都市要求，探索超大城市供销合作社改革创新和高质量发展之路，加快成为服务上海城乡居民生产生活的综合平台，成为党和政府密切联系人民群众的桥梁纽带，为推进本市乡村振兴、加快农业农村现代化和城乡融合发展贡献力量。

大会表决通过了《上海市供销合作总社第五届理事会工作报告》的决议、《上海市供销合作总社第五届监事会工作报告》的决议、《上海市供销合作总社章程》（修订）的决议。

大会选举产生 29 名理事组成的上海市供销合作总社第六届理事会及 11 名监事组成的上海市供销合作总社第六届监事会。张华同志当选第六届理事会主任，薛宏同志当选第六届监事会主席。程颖同志、马晨辉同志当选第六届理事会副主任，王俊华同志当选财务总监。

新当选的第六届理事会主任张华同志和第六届监事会主席薛宏同志分别讲话。张华同志表示，全市供销社系统发展蓝图已经绘就，发展目标已经确定。我们要坚决贯彻市委市政府、全国总社和市国资两委的决策部署，增强大局意识、发展意识、市场意识和服务意识，以昂扬向上的精神状态，真抓实干的工作作风，全面推进市社第六次代表大会明确的各项目标任务落地落实并取得实效。薛宏同志表示，我们要讲政治守初心，始终牢记和秉持为农务农姓农的初心使命。要讲担当重实效，监事会工作始终与理事会工作同频共振、同向发力，积极发挥监事会监督检查和预警预防作用。要讲学习增本领，切实增强履职尽责的能力水平，努力开创上海供销合作社监事会工作的新局面。

市社党委书记程颖同志致闭幕词并代表市社党委向全系统各级党组织和广大党员干部提出明确要求。一是要坚持党的领导加强党的建设，以

高质量党建引领上海供销社系统高质量发展。要深入学习习近平总书记在庆祝中国共产党成立 100 周年大会上的重要讲话精神，进一步提高政治站位，把准改革发展和行动方向，创新思维理念、发展模式和体制机制，以党的创新理论武装头脑、指导实践、推动工作，引领上海供销社系统实现可持续高质量创新发展。二是要全面落实从严治党治社，以人才强企战略助力上海供销合作事业的基业长青。要全面贯彻新时代党的建设总要求，围绕“创新整合提升突破”总要求，深入推进“四责协同”机制，以全面从严治党全面从严治社的新成效推进供销合作社治理体系和治理能力现代化。坚持党管干部、党管人才，打造“对党忠诚、勇于创新、治企有方、兴企有为、清正廉洁”干部人才队伍，为上海供销合作事业长远发展提供坚强政治和组织保证。三是要传承供销红色基因和优良传统，以企业文化软实力共筑上海供销美好未来。要以史为鉴、开创未来，把学党史和知社史，作为上海供销企业文化建设的重中之重和加强系统内在联结的精神纽带，进一步增强系统凝聚力和向心力，合力打造供销文化软实力、提升竞争硬实力，形成互助共享、合作共赢的干事创业氛围，进一步发挥好系统整体功能，共同打造上海供销的响亮名片，努力开创上海供销社和社有企业的美好未来。

大会分五个小组进行了讨论，全体与会代表对市社第五次代表大会以来改革发展取得的成效予以充分肯定，对今后五年的发展愿景、发展目标和战略任务寄予厚望并提出了意见和建议。

市委组织部、市国资委相关部门的负责同志出席大会并宣读相关文件批复。来自各区供销合作社、基层供销合作社、市社本部及出资企业、市社老领导和劳模先进代表共 89 名代表出席大会。

培育发展共同体 实施乡村振兴战略

● 魏后凯

党的十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，把“优先发展农业农村，全面推进乡村振兴”作为“十四五”时期经济社会发展的十二大重点任务之一，明确提出要“全面实施乡村振兴战略，强化以工补农、以城带乡，推动形成工农互促、城乡互补、协调发展、共同繁荣的新型工农城乡关系，加快农业农村现代化”。同时，《建议》从提高农业质量效益和竞争力、实施乡村建设行动、深化农村改革、实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接四个方面阐述了全面推进乡村振兴的具体路径，并将“脱贫攻坚成果巩固拓展，乡村振兴战略全面推进”作为“十四五”时期经济社会发展的主要目标之一。这就为“十四五”时期全面推进乡村振兴指明了方向，明确了目标任务和实施路径。

乡村振兴是一项长期的艰巨任务

早在2018年1月，中共中央、国务院在《关于实施乡村振兴战略的意见》中就提出了乡村振兴三个阶段战略构想，明确到2020年乡村振兴取得重要进展，制度框架和政策体系基本形成；到2035年乡村振兴取得决定性进展，农业农村现代化基本实现；到2050年乡村全面振兴，农业强、农村美、农民富全面实现。乡村振兴战略实施三年多以来，目前已经取得了重要进展，其制度框架和政策体系基本形成，一些改革试点和重大行动计划也在积极有序推进。可以认为，实施乡村振兴战略的第一阶段目标已经得到较好的实现。特别是，脱贫攻坚和全面建成小康社会目标任务的如期实现，开启了全面建成社会主义现代化强国的新征程。在新发展阶段，全国“三农”工作的重点将从脱贫攻坚转移到全面推进乡村振兴上

来，乡村振兴战略实施也将从前一阶段的构建制度框架和政策体系进入到全面推进实施的新阶段。在“十四五”乃至今后较长一段时期内，全面实施乡村振兴战略，加快推进农业农村现代化，将成为全国“三农”工作的中心任务。

乡村振兴战略从启动实施到全面实施转变，反映了发展阶段和“三农”工作任务的变化。自2015年实施脱贫攻坚战以来，举全党全国全社会之力，确保如期高质量打赢脱贫攻坚战成为一项政治任务，也是全面建成小康社会的底线要求。经过五年多的持续努力，目前脱贫攻坚目标任务已经如期完成，现行标准下农村贫困人口全面脱贫，稳定实现“两不愁三保障”，全国832个贫困县全部摘帽，解决了区域性整体贫困，由此消除了现行标准下的农村绝对贫困现象，提前10年实现联合国2030年可持续发展议程的减贫目标。进入“十四五”时期，随着发展阶段和目标任务的变化，需要在巩固拓展脱贫攻坚成果、全面提高脱贫质量的基础上，以高质量发展为主题，以加快农业农村现代化为目标，全面实施乡村振兴战略，实现从脱贫攻坚到乡村振兴的转型。

推进乡村振兴的科学内涵

无论是全面推进乡村振兴还是全面实施乡村振兴战略，这里所指的“全面”均具有丰富的科学内涵。从工作力度看，随着脱贫攻坚目标任务的如期实现，各级政府都要加大投入和支持力度，全力推进乡村振兴，把加快农业农村现代化、促进乡村全面振兴作为新时期“三农”工作的首要任务；从振兴领域看，就是要全面推进乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴和组织振兴，促进农业全面升级、农村全面进步、农民全面发展；从地域范围看，不论是东部发达地区还

是中西部欠发达地区，都要把工作重点转移到全面实施乡村振兴战略上来，切实在资金投入、要素配置、公共服务和干部配备等方面将农业农村放在优先位置，即使是脱贫摘帽地区也应在巩固拓展脱贫攻坚成果的基础上全面推进乡村振兴，着力提升其内生发展能力；从政策层面看，要全面推进落实已出台的各项规划、行动方案、法律制度和相关政策，并根据情况变化适时进行调整和修订，使之得到有效实施。

乡村振兴是实现城乡协调发展、共同繁荣的关键。全面推进乡村振兴，既要更好发挥政府的主导作用，持续加大各级政府对农业农村的支持力度，优化完善农业支持保护体系和强农惠农政策；更要充分发挥农民的主体作用，全力调动广大农民的积极性、主动性和创造性，把发挥政府的主导作用与充分发挥农民的主体作用有机结合起来，实行内外联动、相互促进。为此，要全面深化农村改革，全面激活主体、要素和市场，全力激发乡村振兴的内生活力，增强农村内生动力和发展能力，走内生型的乡村振兴之路。一般来讲，内生活力是源自一个系统自身的内生动力、发展能力和势头的统称，它是内生动力、内生发展能力和发展势头的有机整体。激发乡村振兴的内生活力，不仅需要激活乡村振兴的内生动力，更需要培育和增强其内生发展能力，并保持向好的发展态势。不同于脱贫攻坚，乡村振兴的关键在于激发其内生活力，这种内生活力是实现乡村全面振兴的根本动力源泉。

培育多种发展共同体

实践经验证明，积极培育并推动形成多领域、多层次、多形式的发展共同体，是激发乡村振兴内生活力的有效途径。这种发展共同体既包括城乡发展共同体，也包括乡村发展共同体，它可以在地级市、县（区、市）、乡镇、村庄等不同地域层面来进行构建。从城乡发展共同体看，重点是按照城乡互补、互促、互利、互融的要求，积极探索城乡教育共同体、医疗卫生共同体、文化共同体、生态共同体和产业共同体等。这种城乡发展共同体是推进城乡融合发展和一体化的重要载体。从乡村发展共同体看，目前一些地方已经开

展了乡村产业共同体、治理共同体等的积极探索，多种形式的乡村共同体的涌现激发了乡村振兴的内生活力，有利于促进农村产业融合和共享发展。例如，在乡村产业共同体中，龙头企业、家庭农场、专业合作社、社会化服务组织、村集体和农户等不同主体，通过产业链和利益链共同形成一个有机的整体。这种乡村发展共同体既是一个利益共同体，也是一个责任共同体，它将有形于形成利益共沾、责任共担的多赢格局，而且，通过小农户与现代农业的多元化利益联结机制，可以使广大农民更多分享产业链的增值收益。

需要在保障国家粮食安全、多元化资金投入、农民持续增收、基础设施管护和乡村治理、新型农村集体经济发展等各个领域，构建制度化、规范化、可持续的长效机制，为全面推进乡村振兴提供坚实的制度保障。一方面，要始终坚持农业农村优先发展，进一步加大政府财政资金投入，建立乡村振兴财政资金稳定增长机制，确保各级财政农林水支出增长速度高于一般公共预算支出增长幅度。另一方面，要充分发挥财政资金的引导作用，增强财政政策与金融政策的协同效应，积极推动城市资本下乡和社会资本进入，多渠道筹集乡村建设资金，构建政府、企业、村集体和村民多主体参与的多元化投入长效机制，促进农业农村投资持续稳定快速增长。又如，在农民持续稳定增收方面，虽然近年来农民收入增长速度持续高于城镇居民，但农民增收难度日益加大，且越来越依赖工资性收入和转移性收入，尤其是农民离开农业农村到城镇打工的工资性收入和政府转移性收入。2019年，在全国农村居民人均可支配收入增长来源中，工资性收入和转移性收入的贡献率高达69%，其中贫困地区高达75%。为此，需要采取综合性政策措施，建立完善农业农村导向型的农民稳定增收长效机制，其核心是建立现代乡村产业体系，持续增加农民家庭经营性收入，稳定工资性收入并不断提高来自农业农村的工资性收入比重，同时通过深化改革激活农村各类资源，打通资源变资本、变财富的渠道，大力拓展农民财产性收入来源，增加农民财产性收入的比重。（作者单位：中国社科院农村发展研究所）

打造供销合作社 服务乡村振兴新高地

● 王传雄

构建生产、供销、信用“三位一体”的农民合作经济组织体系，是习近平总书记在浙江工作期间亲自部署和推动的深化农村改革的一项重大举措。它是生产、供销、信用三类服务供给方之间的一种联系和协调机制，以农民合作经济组织联合会为依托，充分发挥供销合作社组织网络优势，有效整合涉农部门和社会资源，实现“农有、农治、农享”的目标。

党的十九大报告提出构建现代农业产业体系、生产体系、经营体系，完善农业支持保护制度，发展多种形式适度规模经营，培育新型农业经营主体，健全农业社会化服务体系，实现小农户和现代农业发展有机衔接。今年《中共中央 国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》指出，深化供销合作社综合改革，开展生产、供销、信用“三位一体”综合合作试点，健全服务农民生产生活综合平台。为此，供销合作社加快发展，密切与农民联结，提升为农服务能力，打造供销合作社服务乡村振兴新高地。

深化供销合作，提升经营服务能力

一是要加快县联社建设步伐。积极推进县联社组织创新、经营创新、服务创新，切实履行指导、协调、监督、服务等职能。要建立健全“三会”制度和相应的体制机制。要坚持“开放办社、联合发展”的理念，扩大供销合作社的组织基础，拓展为农服务的广度和深度。要强化社有资产监管，加快资产整合与开发，切实履行资产保值增值责任。要加强对社有企业的指导服务，依法完善内部管理，增强市场竞争力和风险管控能力。

二是要加强基层社建设。按照经营服务网点乡镇全覆盖的要求，全面实施基层组织“网络工程”，进一步增强基层社的发展活力、经济实力和

服务能力。要以经营服务综合体建设为主要抓手，按照“布局合理、功能清晰、服务配套、制度健全”的要求，通过提升、改造、新建等多种形式，扩充和提升基层社为农服务功能，真正形成区域性为农服务的综合经营服务平台。

三是要深入实施社有经济“强企工程”。要紧紧把握转型升级的主线，立足本业，按照市场规律调整优化经营结构，增强企业发展后劲。大力实施名品、名企、名家的“三名”行动计划，以项目建设为抓手，拓展新的经营领域，培育新经济增长点。深化企业改革，推进经营体制机制创新，增强企业活力。

发展生产合作，促进农业提质增效

一是要加大参办专业合作社的力度。立足当地优势资源和特色产业，利用供销合作社的人才、网络、组织、营销等优势，采取产权结合、牵头领办、业务连接、项目扶持等方式发展农民专业合作社，推进规模化种养、标准化生产、品牌化经营。要以专业合作社示范社建设为抓手，指导专业合作社加强内部管理，健全体制机制，合理扩大规模，增强合作社的带动能力，惠及更多农民。

二是要保障农资供应。要继续发挥农资供给和市场调控的主渠道作用，积极开展支农惠农系列活动，强化农资技术服务，推行“庄稼医院”“田保姆”“全优保”等个性化、综合化服务，实现农资供应与农业生产无缝对接。三是要加强农业专业化服务。以服务农业“两区”建设为重点，搭建育种、播种、植保、机收、销售的一体化服务平台，建设示范性的现代农业精品园和种养基地，促进农业产业化经营，培育一批知名农产品品牌。

三是加大产销合作，完善农产品流通体系。要大力培育各类农产品营销主体，打造农产品购销平台。一方面要重点扶持和发展与农民建立稳定产销协作关系的农产品加工厂、流通企业、批发市场和直销网点等各类主体，培育一批带动能力强、品牌知名度高、具有竞争力的购销龙头企业。另一方面要充分发挥各类行业协会，特别是农产品经纪人协会的作用，大力培养农产品营销人才，建立一支熟悉农产品产销、具有现代营销理念的农产品经纪人队伍。

要构建多层次市场销售网络，加快农产品现代流通体系建设。要着力构建起以区域市场为龙头，集产地市场、农贸市场、展示配送中心、直供直销点和加工冷链仓储于一体的农产品流通体系。要加快发展新型流通业态，引导农产品批发市场、流通企业和农民合作社组建配送公司、物流中心，发展农产品配送业务。要充分发挥品牌、商号、管理、技术的纽带作用，采取联合管理、战略联盟、集中采购等方式，加强与专业合作社对接，整合资源，推进农产品直销体系建设。要大力发展农产品电子商务，打造农产品网上销售平台，建立集电子认证、网上交易、电子银行结算、第三方物流配送为一体的电子商务模式。

创新信用合作，提高为农融资服务能力

一是要积极发展农民合作经济组织外部融资服务。供销合作社系统已经建立的各类融资服务机构，要根据自身的特点和优势，为合作社开

展资金互助提供支持和帮助。农信担保公司要延伸业务触角，通过设立担保基金、创新担保品种和担保业务、完善担保风险补偿机制等手段，建立和完善与合作社资金互助组织紧密连接的信用体系。供销合作社发起或参与的小额贷款公司、村镇银行等，要创新金融产品和服务方式，尽可能扩大合作社借款规模，开拓更多适合农村信用特点的小额贷款业务。

二是要积极发展合作社内部资金互助会。要按照内部互助合作、制度健全、依法运行的原则，以领办参办的合作社为切入点，在尊重社员意愿的基础上，引导和支持合作社创办合作社资金互助会，结合实际开展灵活多样的小额资金互助活动。而资金互助会也要积极增资扩股，创新融资服务方式，完善内部管理和运行机制，进一步提升为社员服务的能力。

三是要开展各种形式的资金联保互保业务。充分利用基层合作组织、社有企业等平台，形成合作社与担保公司、合作社与金融机构、合作社与合作社之间的信用合作关系，建立与生产、流通紧密结合的资金互助模式。同时要加强与金融机构合作，在合作社内部开展育信、征信、评信、用信等工作，建立健全信用信息记录、征集、评价、应用机制，积极开展各种支付、结算等便利活动，为构建安全有效的资金互助体系创造件。

（作者单位：湖北省襄阳市供销社）

（上接第 46 页）对民事审判程序中审判人员违法行为监督案件和对民事执行活动监督案件的审查期限，参照前款规定执行。”

八、检察院对执行活动的监督

“人民检察院对人民法院执行生效民事判决、裁定、调解书、支付令、仲裁裁决以及公证债权文书等法律文书的活动实行法律监督。”

“人民检察院认为人民法院在执行活动中可能存在怠于履行职责情形的，可以依照有关规定向人民法院发出《说明案件执行情况通知书》，要求说明案件的执行情况及理由。”

“人民检察院发现人民法院在执行活动中

有下列情形之一的，应当向同级人民法院提出检察建议：

（一）决定是否受理、执行管辖权的移转以及审查和处理执行异议、复议、申诉等执行审查活动存在违法、错误情形的；

（二）实施财产调查、控制、处分、交付和分配以及罚款、拘留、信用惩戒措施等执行实施活动存在违法、错误情形的；

（三）存在消极执行、拖延执行等情形的；

（四）其他执行违法、错误情形。”

（作者单位：上海外滩律师事务所）

关于发展

动力电池回收网的思考

● 上海再生资源协会

随着第一批新能源汽车动力电池进入规模化退役期，动力电池如何妥善回收再利用，是一个值得关注的话题。尤其是部分退役动力电池未能进入规范回收企业都流入小作坊，这一现象不能不引起人们的重视。动力电池包含多种重金属元素，处理不当除了不利于资源回收，更严重的是会成为安全隐患和污染环境。正如北京赛德美资源再利用研究院有限公司总经理赵小勇所说：“我们生产新能源汽车是为了环保，如果因为动力电池未能妥善回收造成污染，就背离了这个行业的初衷。”

正规回收企业处于竞争劣势

公安部发布的数据显示，新能源汽车连续 3 年年增长超过 100 万辆，今年上半年新注册登记新能源汽车达 110.3 万辆，同比增长 234.92%。截至 6 月底，全国新能源汽车保有量已超过 603 万辆。如果以每年 15% 左右的动力电池面临退役计算，未来几年，动力电池回收量将呈井喷之势快速增长。中国汽车工业协会副秘书长许艳华认为，当前最需要解决的是退役动力电池回收问题。现在有许多包括网上采购平台、二手交易平台等在内的渠道都在回收退役动力电池，甚至还有一些“新能源车主”群中也有回收动力电池的企业。这些公司打出“全国回收”“及时结算”“性价比高”等广告语，有的还直接标出“价高同行 35%”。有一家废旧物资回收公司的联系人表示，如果有 5 辆以上新能源车电池包，他们还可以提供上门收购服务。根据有关部门的规定，废旧动力电池

应规范移交至综合利用企业进行梯次利用或再生利用，回收服务网点不得擅自对收集的废旧动力电池进行除安全检查外的拆解处理。但实际上，回收兼拆解处理的小作坊一直存在。其原因一是规范的回收企业数量不多。2018 年、2021 年工信部两次发布 27 家符合新能源汽车废旧动力电池综合利用行业规范条件的企业名单。分为梯次利用与再生利用两类，被业界称为“白名单”企业。然而，白名单企业数量太少，无法满足回收市场需求。二是在收购价格上，正规企业拼不过非规范企业，尤其是小作坊。蓝谷智慧（北京）能源科技有限公司是工信部梯次利用的“白名单企业”。据公司能源集成部总监王晓鹏介绍，目前动力电池市场回收价格混乱，正规企业在成本上处于劣势。“梯次利用企业需符合 50 多项评审条件，才能进入白名单。2019 年，我们仅对厂房升级改造，就花了几百万元。”王晓鹏说。按照规定，运输退役动力电池要由有危险品运输资质的企业按照标准要求作业，“但小作坊可能做个配货或简单的散货运输就把动力电池拉回来了”。此外，目前动力电池规格多样，大多是单件小批量，这让企业很难发挥规模效应。

退役动力电池处理过程中存在的问题

中国科学技术协会全国委员会委员许泽玮表示，当前回收动力电池的储运和拆解等成本较高。在缺乏激励政策支持和成熟的市场化机制保障下，一些规范企业的电池回收利用积极性还不高。非正规企业、尤其是小作坊处理退役动力电池安全

隐患多，资源回收率低。一般来说，动力电池容量衰减至额定容量的 80%以下就面临退役，但可作梯次利用，用于低速车或储能设备。一般正规的企业在安全方面有严格的制度和规程。为了保证电池安全运行，蓝谷智慧能源研发了一套电池在线监控管理平台，通过互联网即时监控每块电池的状态。如果电池出现过流或过压等异常信息，设备端会自动发送信息到平台，由平台通知相关人员进行处理。如果出现电池过热等高风险信息，平台还可以对设备远程断电。对于不能梯次利用的退役动力电池，经拆解、破碎、筛选，可提取其中稀有金属元素再生利用。而非规范企业尤其是小作坊处理废旧动力电池存在的最大风险是安全。一是在处理退役动力电池的过程中，容易起火爆炸；二是梯次利用生产的产品存在品质安全隐患。事实上，有的退役动力电池流入小作坊后，被制成小型充电宝，或者简单加工冒充新电池，甚至用土办法提取贵金属，带来安全和环境的双重隐患。有业内人士曾在南部省份见过一个小作坊。“就在山脚下的一个偏僻村子里，全手工作业，环境非常差，工人也没有保护措施，对人身和环境都有危害”。据了解，由于工艺技术不同，回收效率差距很大，小作坊的资源回收效率、提炼品质都不高。据赵小勇介绍，他们曾作过测算，以三元锂和铁锂两种电池为范本，采用湿法冶金工艺，三元锂电池全组回收率低于 44%，铁锂电池全组回收率低于 28%。而采用其它工艺，两种电池全组回收率均达到 90%以上。“这都是较正规企业因为采取不同的工艺得出的不同数据，至于小作坊采用人工和简单设备操作，回收率更低”。赵小勇如是说

建设动力电池溯源回收管理体系

为动力电池回收建立一套可追踪、可溯源的回收监督系统，实现动力电池全生命周期监管。同时，还应建立起以新能源车企为责任主体的回收体系。新能源车企对自产的汽车动力电池可以实行以旧换新的回收办法，这样做一方面可以提

升新能源车企回收再利用动力电池的效率，降低生产成本；另一方面可以有效增强渠道管控力度，防止退役后的动力电池流入小作坊。近年来，有关部门陆续出台了新能源汽车动力电池回收服务网点建设和运营指南、梯次利用管理办法、综合利用行业规范条件等一系列政策措施。近日，国家发改委等多部门印发的《“十四五”循环经济发展规划》再次提出，加强新能源汽车动力电池溯源管理平台建设，完善新能源汽车动力电池回收利用溯源管理体系。截至目前，退役动力电池主要来自 2015 年前的新能源车。当时总保有量大概在 50 万辆。因为总体规模较小，动力电池回收体系、入口体系仍在形成过程中。但随着新能源汽车保有量快速增长，今年以来，已有多家电池生产企业扩大投资布局回收网，一些汽车生产企业或与电池回收行业合作，或宣布自建闭环回收网络，材料科技企业则投资加强再生利用与梯次利用成套化技术装备的研发与推广。“换电是目前新能源领域比较火的。”据王晓鹏介绍，“车来了，把整个电池包卸下去，换上新电池，从进站到出站仅需三四分钟时间。”近日，北京、海南等地先后发布相关文件，对换电站建设给予一定补贴或奖励。广东省广州市也发布征求意见稿，提出新能源汽车生产企业应向车主提供废旧电池回收服务。

不管是建换电站，还是电池以旧换新，汽车生产企业通过“换电”可以构建动力电池完整的生命周期，动力电池退役后集中收集，然后由专业回收利用企业进行资源化处理。许艳华认为，目前新能源汽车出厂时动力电池都有记录，较难追踪的是二手车。为此，她建议可以在 2018 年开始实施的对汽车生产企业的燃料消耗和新能源汽车进行双积分评估的内容中加入动力电池回收的内容，符合要求得奖励，达不到要求受处罚。通过积分方式，激励汽车生产企业想办法，把动力电池追踪到底。”

论国产品牌的“四化”特征

● 傅尔基

自 2017 年起，每年的 5 月 10 日，是“中国品牌日”，今年迎来了第五个“中国品牌日”。据中国品牌价值评价信息发布，2021 年中国品牌有 695 个，总品牌价值为 8.37 万亿元（不含 100 个地级城市），品牌价值均值比去年增长了 7.9%。改革开放以来，中国企业已经从改革开放初期大量生产外资贴牌产品到走上了自主品牌生产营销、直至在新时代新发展格局下自主品牌引领高质量发展、创造高品质生活的道路。在这一过程中，中国国产品牌呈现经理人化、融媒体化、数字化和国际化的“四化”发展特征，这也是中国发展市场经济、融合经济、数字经济和全球经济的必然结果和显著标志。

一、中国国产品牌的经理人化

品牌经理通常被定义为全权负责公司某个、某类品牌的产品或产品线的直接经营责任者。负责品牌建设营销的全过程，承担品牌建设营销的全部责任，从某个、某类品牌的产品开发（包括产品概念、价格与成本、材料要求、包装要求、上市时间等）、产品销售、产品毛利等经营，到具体协调产品开发部门、生产部门以及销售部门的工作，再到对外品牌广告宣传、与消费者、媒体沟通，等等，也就是“一个人负责一个品牌”。

品牌经理制的创始者是美国宝洁公司负责佳美香皂销售的尼尔·麦克尔罗伊，1931 年设立并运作，此举让宝洁公司 300 多个品牌产品畅销全世界 160 多个国家和地区，成为拥有 38 个消费品大类的世界最大的消费品公司，而且拉长了各种产品的生命周期，如潮汐洗涤剂行销 40 多年，浪峰牙膏行销 30 多年，佳美香皂行销 60 多年，而象牙香皂已行销 110 年以上。宝洁公司品牌经理

制的有效营销，引来了世界范围内众多消费品大公司的仿效，市场迎来了品牌经理营销的时代。

改革开放以来，我国企业从发达国家跨国公司品牌产品跨国畅销的过程中，看到了实行品牌经理制带来的营销优势和高效收益。在实行企业家负责的多个消费品品牌营销中，中国企业逐步导入品牌经理制。在经历大量贴牌产品生产逐步积累起自主品牌生产营销能力的基础上，推动产品销售从重“广告”到重“营销”、再到重“品牌”的三级跳远。尤其是在引领国字号民族传统品牌复兴过程中，品牌经理制发挥了关键性作用。有着 60 多年历史的“上海”牌手表，从曾经的“千表一面”到如今拥有 500 多种款式而复兴面世；又如曾经畅销国内外的“飞跃”牌“国民小白鞋”一度“沦为”价格低廉的“地摊货”，经过联手 CM、推出星球大战联名款等品牌运作，再度成为时尚。还有一大批新锐国货品牌崛起，推动着中国从产品制造大国走向国产品牌营销强国。

纵观企业品牌经理制发展史，但凡成功的品牌企业，其领袖人物就是品牌的人格化代表，领导企业不断推出创新产品，赢得消费者的青睐和忠诚，代表企业文化和精神。如苹果与乔布斯、华为与任正非等。

在中国，有一个十分有趣现象，这就是中国知名企业的董事长、总经理们往往成了事实上的品牌经理，首席执行官成为首席品牌官，他们几乎都是企业品牌形象代言人。如人们总是把华为与任正非、格力与董明珠、小米与雷军、福耀玻璃与曹德旺、海尔与张瑞敏等联系起来。这些实行品牌经理、首席品牌官制度的企业，他们的产品在国内外市场占有率高，而且销量和品质位居

排行榜前列，赢得了消费者很高的忠诚度。

二、中国国产品牌的融媒体化

“融媒体”是充分利用媒介载体，把广播、电视、报纸等既有共同点、又存在互补性的不同媒体，在人力、内容、宣传等方面进行全面整合，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体宣传理念和方式。取广播的迅疾便捷，电视的直观立体，互联网的“四个无限”（无限空间、无限时间、无限作者、无限受众），实现新老媒体优势互补，扬长避短，产生 1+1>2 的效果。

在融媒体的背景下，央视作为中国国产品牌权威最高、受众最广、影响最大的一个媒体，始终是中国国产品牌面向受众市场造势营销的主渠道。最近几年央视联合中国品牌促进会等推出中国国产品牌强国工程等计划，打造并打响了许多中国产品的“国家品牌”“世界品牌”。令人印象深刻的是珠海格力电器股份有限公司董事长兼总裁董明珠有一段时期每天在央视代言格力广告，“让世界爱上中国造”家喻户晓，深得人心。

除了一如既往地做广告、推送品牌，各家电视台几乎都开设购物频道。作为一种无店铺销售模式，电视购物最早出现在传媒业发达的美国。经过 40 多年的发展，这种在家中看电视购物的 Homeshopping 模式不仅流行于美、日、韩等发达国家与地区，也在发展中国家与地区快速红火起来，已经成为世界零售业的一个重要组成部分。1992 年，中国大陆第一个购物节目落地广东的珠江频道。1996 年，北京 BTV 开播中国大陆第一个专业的购物频道。1998 年，央视开播“CCTV 中视购物”频道，标志着央视正式进军电视购物领域。随后上海东方卫视的东方购物、湖南卫视的快乐购物等各省市电视台也竞相开播，发挥卖场直播、反复重播等电视购物特有的魅力，刺激电视客户的购买需求，向他们推销商品。电视购物成为中等收入家庭、中年妇女居家购物的主要渠道。

由“CN10 排排榜”技术研究部门和 CNPP 品牌数据研究部门收集整理，基于大数据统计及人工分析研究、专业测评和公众投票发布的 2021 年中国电视购物十大品牌。

表 12021 年中国电视购物十大品牌

排行	电视购物频道	发源地	创立时间	品牌指数
NO. 1	东方购物	上海市	2003 年	10.0
NO. 2	快乐购	长沙市	2005 年	9.7
NO. 3	央视购物	北京市	1998 年	9.5
NO. 4	央广购物	北京市	2005 年	9.4
NO. 5	优购物 UGO	北京市	2008 年	9.1
NO. 6	家有购物	北京市	2008 年	9.0
NO. 7	好享购物	南京市	2008 年	8.6
NO. 8	家家购物	合肥市	2010 年	8.4
NO. 9	三佳购物	天津市	2008 年	8.3
NO. 10	好易购	杭州市	2006 年	8.0

2009 年，中国电视购物市场规模约为 234 亿元，占社会消费品零售总额的 0.19%。2017 年，全国获得电视购物经营许可的 34 家企业实现销售额 363 亿元。根据先前调查预估，2020 年，中国电视购物市场规模有望达到千亿元。

当前，中国国内电视购物正以消费转型升级

为引领，主动实施商品供给结构调整，谋求品质化、差异化、特色化经营，以稳定市场销售规模。在媒体深度整合发展趋势下，为应对网络购物的挑战，电视购物在屏幕上推出二维码，让电视观众扫描下载 APP，开通移动网络购物渠道。互联网电视渠道连续保持良好发展势头，销售总额同

比增长，与此同时，国内电视购物企业积极开展跨境商品销售业务，跨境商品销售总额大幅上升。

三、中国国产品牌的数字化

以信息化为标志的第三次科技和产业革命时代进入了以数字化、智能化为标志的第四次科技和产业革命时代，中国国产品牌借助低成本、广覆盖、移动化、精准性的数字化营销方式，取得了前所未有的效益。

艾媒咨询数据显示，2020 年中国移动电商用户规模达到 7.88 亿人，其中 24 岁以下用户占比 33.5%。直播电商、社交电商等新业态的发展使电商行业的渗透率不断提升，覆盖用户类型更加广泛，随着 90 后、95 后、00 后逐渐成为消费主力和电商主要用户，品牌数字化营销规模也高速增长，最近十几年来线上购物日益成为中国消费重

要渠道。线上网购规模的迅速扩大，引发了国产品牌对网络营销的重视，由此推动国产品牌的电商化、数字化发展，网络零售额规模持续扩大。数据显示，2019 年，中国网络零售额已突破 10 万亿元大关。2020 年虽然中国经济受到疫情冲击，但是，网络零售额规模上升到 11.76 万亿元，占当年社会消费品零售总额 30%。

数据显示，2020 年，中国直播电商市场规模为 9610 亿元，主流直播电商平台年成交额均达到数亿元量级。艾媒咨询分析认为，近年直播电商业态的迅速崛起，使商品线上销售的模式发生了重要变化。各种直播带货以批发价格直接让利给消费者，一次直播带货销量相当于线下门店几个月销量，不仅快速出货，收回销售款，而且先收款，再生产发货，真正实现以销定产、按需生产。

表 2 中国品牌电商服务商产业地图

品牌商	服饰	美妆	食品	母婴	宠物	医药保健	电子3C	居家日用
	DIESEL	LAMER	KFC	美赞臣	ROYAOL CANIN	Alcon	Microsoft	dyson
	Clarks	ElizabethArden	亿滋	Biostime	Boehringer	Swisse	GoPro	Panasonic
	Onitsuka	Herborist		Mondelez	BABYZEN	Ingelheim	NatureMade	Adobe
服务商	全链路服务商			模块式服务商				
	KEYing	BAOZUN	LILI	SaaS	有赞	Weimob	客户类	网易七鱼
	壹网壹创 One chance	RUOYUCHEN	bc	营销类	CubeADcom 博雅立方	兔展 RabbitPre	仓储物流类	网仓
			BUY QUICKLY					物联云仓
电商平台	传统平台	淘宝	天猫	京东	苏宁易购	唯品会	品牌官网	自建平台
	新兴平台	拼多多	快手	抖音	小红书	头条		

格力电器董明珠认为：互联网不仅是渠道，更是工具。格力有了互联网这个工具，从 10 万人做 800 亿，到 7 万人做 1000 亿，这 7 万人中还包含增加了的其他领域的从业人员，比如自动装备、模具、研发队伍，如果这三块拿掉的话，格力已经减了一半人，这就是互联网时代带来的效率的提高。格力采用 OtoO（Online to Offline）模

式，实现线上线下完美结合，满足不同人的需求。“格力线下几万家店，靠互联网打通支持，你在线上格力商城下单，3 个小时就会给你送货到家，上门安装”。董明珠这样说。2016 年“双 11”期间，格力线上线下累计销售额突破 34 亿，比上一年同期增长近一倍。

品牌数字化营销的实质性运作是企业以优质

产品为主线，搭建公域和私域流量全景生态以获取精准的用户画像，实时洞察消费者购物选择偏好，借助算法以“裂变式”传播，直接推送相关品牌产品于目标受众，实现精准营销，提升营销额度，快速流量变现。当今世界，无论是中国国内还是国际互联网巨头无不都在收集用户的使用数据，来进行大数据分析和应用。如BAT以及各种APP营销手段和社交软件流量入口，包括顺丰速递等都较好地提供了全方位、全流程的消费者大数据，有效地驱动企业对消费者的全面洞察和深入洞悉，成为国产品牌开展数据营销战略和策略的最重要途径和工具。过去，一个企业品牌形成良好口碑或者达成高额销量需要大约5到10年的经年积累。而在大数据时代，平台型数字经济的问世，使得一个产品从研发到中试、再到产业化上市，大约只要2年时间就可以实现量产规模与盈利，尤其是能够创造出瞬时爆款的“网红”品牌和飙升销量的极化效应。

新崛起的中国国货品牌“完美日记”就是通过社交电商平台进行数字化营销的成功案例。借助小红书这一精准定位于新一代年轻女性的媒介沟通平台，持续制造话题，打造新品爆款，通过大促前预热快速冲击销量，投放初级达人和腰部达人而非大明星，拉近和普通消费者的距离。通过微信朋友圈打造素人博主即关键意见消费者等，这一系列移动互联网营销和运营手段，成功吸引了新一代消费者的注意力与购买力。

四、中国国产品牌的国际化

品牌国际化，又称品牌全球化。是指使本国品牌成为国际品牌的过程。品牌国际化方式主要有两种，一种是品牌产品在国内生产、行销国外，另一种是本国企业到国外设立分公司，在国外生产、销售本国企业品牌产品，或者在国外生产、销售本国企业国外新的品牌产品。

中国国产品牌的国际化营销方式目前主要是在国内生产、行销国外。改革开放40多年来，中国已经成为世界工厂，物美价廉的国货具有很强的国际竞争力，畅销国际市场，成为当今国际上最大出口国。2020年，中国进出口总额、出口总额双双创新高，国际市场份额亦创历史最好纪录，

成为全球唯一实现货物贸易正增长的主要经济体。据海关统计，2020年，中国货物贸易进出口总值32.16万亿元人民币，同比增长1.9%。其中，出口17.93万亿元，增长4%；进口14.23万亿元，下降0.7%；贸易顺差3.7万亿元，增加27.4%。目前，中国生产的900多种产品所占的国际市场份额居全球首位，其中不乏自主技术含量较高的国产品牌产品。

得益于BtoB（Business-to-Business）和BtoC（Business-to-Customer）两种跨境电商销售的崛起和快速发展，中国国产品牌产品行销国外的规模和增速双双提升。根据中国海关数据，2020年，中国通过海关跨境电子商务管理平台验放的进出口清单达到24.5亿票，同比增长63.3%，进出口额达1.7万亿元，同比增长31.1%，与2015年相比，5年增长了10倍，其中，出口占比达70%以上。中国跨境电商市场交易规模占到了中国货物进出口总值的约33%。另据商务部有关信息，中国外贸综合服务企业已超过1500家，海外仓数量超过1900个，其中90%集中在北美、欧洲和亚洲地区。2021年1~6月，中国跨境电商进出口额达8867亿元，同比增长28.6%，其中出口6036亿元，同比增长44.1%，高于同期全国货物贸易出口额增速5.5个百分点。中国出口跨境电商体量领先全球，明显高于其他国家的跨境电商物流市场规模。

自2020年新冠肺炎疫情全球流行以来，世界各国新冠肺炎疫情经历了三波高潮。世界各国反复实施的社交隔离、跨境封锁措施，使得跨境实体贸易与零售渠道不断受阻，促使跨境电商、网络购物快速增长。2020年，全球电子商务用户数量同比增长9.5%，达到34亿人。根据欧睿（Euromonitor）和德勤数据，2020年，美国、欧盟电商用户渗透率已分别达77%与72%，美国消费者服装和鞋类商品网络销售比例由疫情前的25%增长至2021年的30%。得益于稳定的经济政治环境、完备的工业体系、快速响应的供应链，中国为全球提供品类丰富且具有高性价比的商品，深得海外消费者的青睐。根据全球跨境电商主要支付机构Paypal统计，中国已成为全球最大的

BtoC 跨境电商交易市场，全球约有 26% 的支付交易发生在中国大陆地区，美国占 21% 位居第二，其后是英国、德国和日本。

从跨境电商结构来看，2019 年，在纳入海关监管的跨境贸易中，中国 BtoB 交易规模约占八成，BtoC 约占两成，东部沿海地区处于领先地位。目前，中国出口跨境电商主体模式有平台型电商、独立站和第三方平台卖家等。在新时代新发展阶段，中国国产品牌产品将更多选择独立站开展数字化营销。

大部分跨国公司在品牌国际化营销过程中，往往采取产品生产以及品牌营销国外本土化策略，利用跨国公司著名品牌的晕轮效应，在海外子公司生产同类的产品，利用当地的劳动力资源，大幅降低成本，提高产品竞争力和营利能力。以宝洁公司为例，公司在美国本土建厂进行生产、销售和提供服务的同时出口并开拓国外市场，直接“绿地投资”，在当地生产和销售，从跨国公司成长为全球公司，利用全球网络进行整个品牌矩阵的布局 and 营销。

当今国际市场已进入品牌经济时代，20% 的知名品牌拥有 80% 的市场份额。由世界品牌实验室独家编制的 2020 年度 (第十七届) 2《世界品牌 500

强》排行榜入选 30 个国家。从品牌数量的国家分布看，美国有 204 个品牌上榜，继续以较大优势保持世界品牌第一强国；法国、日本、中国和英国分别拥有 45 个、44 个、43 个和 40 个品牌上榜，并列世界品牌第二大国；德国、瑞士和意大利分别有 27 个、18 个和 15 个品牌上榜，同为世界品牌第三大国。其评判有三项关键指标，分别是市场占有率、品牌忠诚度和全球领导力。

随着中国改革开放深入发展和逐步扩大，中国企业在 20 世纪 90 年代就开始逐步“走出去”。进入到本世纪第十五个年头时，中国已经从“引进来”和模仿创新、贴牌生产阶段转型到自主创新品牌和“走出去”的阶段。中国对外直接投资几乎覆盖了国民经济所有行业类别，涉及租赁、商务服务业、采矿业、批发和零售业等 15 大类，分布在全球 156 个国家和地区。

1990 年，海尔集团迈上了“出海”打响中国企业世界级品牌的艰辛之路，在一个国家盈利之后，再转入另一个国家，直到 2016 年终于实现了海外市场盈亏平衡。从 1990 年到 2020 年的 30 年间，43 个中国企业品牌入选 2020 年《世界品牌 500 强》排行榜中，跻身世界品牌第二大国行列，令世界刮目相看。

表 3 2020 年《世界品牌 500 强》中的中国品牌 43 强

序号	排名	品牌英文	品牌中文	行业	序号	排名	品牌英文	品牌中文	行业
1	25	State Grid	国家电网	能源	23	285	Chang Hong	长虹	电子电气
2	33	Tencen	腾讯	互联网	24	290	Baidu	百度	互联网
3	39	Haier	海尔	物联网生态	25	297	TSINGTAO	青岛啤酒	食品与饮料
4	42	ICBC	中国工商银行	银行	26	301	CEG	中国光大集团	多元金融
5	53	huawei	华为	计算机与通讯	27	304	CRITIC GROUP	中信集团	多元金融
6	62	CCTV	中央电视台	传媒	28	306	CNOOC	中国海油	能源
7	68	Alibaba	阿里巴巴	互联网	29	315	SINOCHEM	中化	能源
8	91	China mobile	中国移动	电信	30	317	CSC	中国建筑	工程与建筑
9	95	Lenovo	联想	计算机与通讯	31	322	CRRC	中国中车	交通运输
10	127	China life	中国人寿	多元金融	32	338	ABOB	中国农业银行	银行
11	138	CNPC	中国石油	能源	33	340	BAOWU	宝武	钢铁
12	145	Sinopec	中国石化	能源	34	345	People's	人民日报	传媒

							Daily		
13	147	Ping An	中国平安	多元金融	35	358	CRCC	中国铁建	工程与建筑
14	198	COFCO	中粮	多元化	36	364	Xinhua News agency	新华社	传媒
15	199	Bank of china	中国银行	银行	37	377	CHOW TAI FOOK	周大福	钟表与珠宝
16	203	CCB	中国建设银行	银行	38	386	CMB	招商银行	银行
17	232	China unicom	中国联通	电信	39	398	Henli	恒力	石化、纺织
18	246	CHINA TELECOM	中国电信	电信	40	409	XuGong	徐工	工业设备
19	270	Moutai	茅台	食品与饮料	41	430	BeiDaHuang	北大荒	农业
20	272	WULIANGYE	五粮液	食品与饮料	42	465	Weiqiao	魏桥	纺织
21	278	CSPG	中国南方电网	能源	43	490	TSMC	台积电	计算机与通讯
22	282	Air China	国航	航空					

如今,中国已经成立了 30 多个国际优势品牌集群,到 2021 年底又将有 17 个品牌集群成立。中国企业“走出去”从“单打独斗”到“抱团出海”,迈出中国企业品牌集群化“走出去”发展的坚实步伐。在新时代新发展阶段中,中国国产优势品牌集群化“出海”,正在成为构建国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的重要创举和力量。

值得一提的是在品牌国际化过程中,中国企业必须注重做好自有注册商标在全球的商标战略布局,避免发生自有商标被他人抢注而无法营销自己品牌产品问题。事实上,中国企业知名品牌在国外被抢注商标的情况并非个案。例如,在历时 6 年后,青岛海信集团最终以 50 万欧元的价格,将被西门子公司在德国注册的“HiSense”商标赎回。2001 年,当联想打算拓展国际市场时,却意外发现联想的英文名 Legend 竟被 100 多家企业在海外注册过商标。联想公司也想过将商标购买回来或是提出诉讼,可是要跟 100 多家公司打官司,要花费的时间、精力实在太太大。无奈之下,联想只好将 Legend 改为 Lenovo。

如今,同样的事情依然时有发生。上海两大国货老字号名牌“回力”胶鞋与“飞跃”胶鞋,在行销国外过程中遭遇迥然不同命运。“回力”胶

鞋拥有国内外商标权,畅销海内外;而“飞跃”品牌由于各种原因被法国人在海外抢注,洽谈购回商标谈判无果,向法国大法院上诉又败诉,导致国内的厂商无法以“FEIYUE”的名义外销。

商标权具有非常严格的地域性,在某单个国家取得的商标权利只能在该国国内获得保护。中国企业要“走出去”到国外营销,在目标市场的商标注册一定要先于市场扩展,注册先行,营销跟上,以防患于未然。

目前,商标国际注册的途径主要有两种:一种是单一国注册,即通过向被申请国的商标主管机关申请注册;另一种是马德里注册,即通过《商标国际注册马德里协定》和《关于马德里协定的议定书》来进行商标的国际注册。

进入新时代新发展阶段,中国高度重视国产品牌建设,从提出“三个转变”,到设立“中国品牌日”,再到“十四五规划”明确提出“开展中国品牌建设行动”,中国国产品牌强国建设已经上升为国家战略,以国际标准引领品牌建设,以品牌建设引领高质量发展,持续推动中国制造转向中国创造,从经济大国迈向经济强国,协力实现第二个一百年现代化伟大复兴目标。

(作者单位:上海市发展改革研究院)

浙江是城乡发展比较均衡、民众富裕、经济有活力、社会秩序优的省份，这一切都为打造共同富裕示范区打下了一个坚实的基础。对于扎根于本地的一个农村金融机构来说，提供了更大的发展空间。

一、顶层设计

省联社的顶层设计主要归纳为三点。第一，五年新增 5 千亿乡村的信贷计划，全面服务乡村振兴战略。这个计划已经提前两年于 2020 年末全部完成，为推进全省共同富裕、乡村振兴打下了基础。第二，巩固了乡村振兴主办银行的地位，这也是政府给予我们服务三农的一个非常好的身份。第三，夯实了乡村振兴金融服务基础。2018 年省联社在杭州创办了“丰收驿站”旗舰店，除了提供金融服务之外，还将省内各地的特色农产品聚集到店里，进入杭州市场。这几年联社相继在全省建立了 2 万多家“丰收驿站”和“金融便民服务点”，农户在家门口的代办点就可以办理金融服务和一些便民服务，不用专程到农商行的网点。

二、普惠金融服务农户

2020 年省联社与浙江省农业农村厅联合，在浙江西部的江山市做试点，为“低收入农户”等特定人群提供普惠服务，推动农户小额普惠贷款在全省落地。

在政府的大力推动下，用了一个月的时间，完成了全市 15 万农户的授信服务。之所以有这么快的效率，得益于当地市委市政府和农业农村部门作了整体的规划部署，各个乡镇包括村两委的工作人员发动村民，剔除了信用记录不合格人员，已经 100%完成了全省授信。

授信完成以后，就可以在线上完成配套产品放款的业务流程，额度最高 30 万，最低 3 万元。只要纳入授信的范围，有贷款需求的农户最少可以获得 3 万元的款项。

以往做授信，我们倾向于家庭经济比较好的一些农户。这次把所有的农户都纳入进来，包括一千多户低收入农户，都在授信名单范围内。经过对部分低收入农户的走访，有一些确实很贫困，但有一些是有劳动能力的，通过授信贷款，可以充分发挥金融造血功能。除了实地走访，还开展一些无感授信，也就是不用上门调查，全部依靠乡镇提供的数据。无感授信做完以后我们再以寄信或上门通知的方式，做到一个有感的反馈，告诉农户已经获得了农商行的一个普惠贷款的授信。

在整个授信过程中坚持动态管理，有一些农户原来的信用记录不合格，但经过一段时期的有益干预后信用变合格了，也不排除有些原来信用好的，之后变得不合格。因此，要坚持与相关管理部门联动，包括乡镇政府和大数据局，及时掌握授信农户的信用变动情况。

三、普惠金融服务村集体经济

在以往的工作中，对于村集体经济，主要从四个方面进行服务。一是资产的保值增值，二是优势资源变现，三是金融带动产业，四是降低债务负担。

农村的优质资产就是土地资源，受限于各种因素的制约，有一部分农村的土地资产是闲置的，通过金融的作用，将静置的土地盘活，给村集体增加收入。这就是资产保值增值。

农村的优质资产就是土地资源，受限于各种因素的制约，有一部分农村的土地资产是闲置的，通过金融的作用，将静置的土地盘活，给村集体增加收入。这就是资产保值增值。

至于金融带动产业，就是利用金融的功能，打造产业链，让更多的农户享受农产品的升值效益。有不少地方的农产品没有品牌，特别是一些好的农产品，由于缺乏品牌效应，就无法提升其附加值，也就无法提高农民的收入。农信社手上有农业企业的资源，可以通过小微园区的建设来发展产业，扶持企业，带动农户，包括一些新型农业经营主体，包装他们的农产品。在这个过程中，既可以促进农信社自身的业务发展，又能够帮助农民增收。

深化金融支持集体经济业务发展主要有两个方面，一方面是引导村集体组织众筹共建发展，另一方面是定制专属的村集体经济组织的金融产品。要抓住三个要点：第一，要强化村级集体经济发展项目准入论证，一定要符合现行的政策背景，如乡村振兴、绿色金融等。第二，要强化资金管理确保信贷资金专款专用。一般信贷资金的占比大概 70%左右，这个数字相对来说是比较大的，所以一定要在资金使用过程当中做好监管。第三，要强化风险管理确保经济效益有效转化。

四、服务案例

（一）盘活资产+资金，搭建金融强村平台。省联社在浙江温州瓯海探索“三位一体”改革，组建了全国首家“三位一体”实体化平台。瓯海农商行推出“资产受托贷款融资”模式。农户可以把他们的农房、经营房及一些资产交予“三位一体”平台代管担保，然后向农信机构申请融资。其实就是让农户、经营主体更有底气地向银行去融资，因此非常受欢迎。

（二）产业金融+就业金融，完善造血增收机制。如何帮助农村农户做好品牌，怎么样使他们的农产品附加值更高？省农信联社在支持村集体过程中，十分重视结合各村的自身条件，使村集体能够通过产业扶持，发展特色产业。如指导兰溪市岭脚村成立水果专业合作社，并注册了“旭重岭”商标品牌。此举改变了原来用别人的品牌出售岭脚村大白桃的状况，单项收入达到 100 万元左右，户均收入增加 2000 元。

（三）财政杠杆+信贷资金，拓宽农村融资渠道。从 2012 年起浙江省财政每年安排八千万元，用于扶持薄弱村的村集体经济。除了政府的资金帮扶，省联社推出了村集体经济组织的股权，公益林补偿权，进行融资的担保。

（四）信用体系+社会治理，发展村级服务经济。与农业农村厅合作推出了农户小额普惠贷款，完善社会信用体系，包括社会治理。

在探索农村普惠金融的过程中，金融机构要有大格局，跳出金融看金融。更多地融入到政府的社会治理当中，获得更多的农村、农户和农村宅基地的信息，从而更好地设计贴近“三农”的金融产品，为农业、农村、农民服务，为乡村振兴战略服务。

（作者单位：浙江省农村信用联合社）

日本农协带来的启迪

——读《日本农业现代化的途径》

● 葛志华

日本是一个岛国，国土面积 37 万平方公里，位列世界第六十二位；人口 1.27 亿，位列世界第十一位，是世界上人口密度最大的国家之一。其中山地与丘陵面积占总面积的 80%，耕地面积约占 13.5%，户均耕地只有 1.8 公顷，是典型的人多地少的国家。就是在这片资源禀赋匮乏的土地上，二战后的日本在多种因素的作用下，快速崛起为世界上举足轻重的经济体。2018 年，GDP 高达 4971 万亿美元，成为世界上首屈一指的现代化国家。

工业化与农业现代化基本同步是日本现代化的一大特点。在现代化进程中，工业化为农业提供了技术支持。先进的农业机械和化肥农药的使用，提高了农业生产力，解放了农村劳动力。大量的农村剩余劳动力被城市化所吸纳，促进了工业化，发展了城市化。作为第一产业的现代农业又为整个经济社会提供了农产品、生产资料，保障了国民经济的发展与社会稳定。

经过现代化的洗礼，日本较好地解决了农业农村农民问题

在农业占比日趋下降的同时，逐渐形成了有效率的农业经营体系，200 万左右的农民养活了 1.27 亿人口。在人均不到七分地的情况下，大米自给有余，食品综合自给率保持在 80% 左右，农业生产技术领先全球。

在农业劳动力占比下降的同时，农民实现了职业化与组织化。农业生产变得轻松自在，农民的收入自上世纪 70 年代起就超过了城市居民的平均收入，还能享受到与市民一样的基础设施和公共服务。农民已不再是受鄙视的社会身份，而成为令人羡慕的职业。

农村宜居宜业。从建筑样式到公共设施的配备，从生活习惯到人的精神状态农村与城市毫无二致，成为了宜居宜业的地区。虽然城乡功能有别，但基本实现了城乡一体化。

日本农协的定位与管理

“三农”问题是现代化进程中普遍存在的问题，至今仍在困扰着广大发展中国家。日本之所以能较好地解决这一难题，在很大程度上与农协这个特殊的组织密不可分。

早在 1900 年，日本就颁发了《产业组合法》，创立了“信用组合”“贩卖组合”“购买组合”“生产组合”四种制度，以帮助中小生产者通过互助合作提高生产能力。二战期间，为适应对外侵略战争的需要，日本又颁了《农业团体法》，将农业领域的各种产业组合与其他农业团体合并成“农业会”，承担统治农业的职能。二战以后，依据《农业组合协同法》，日本解散了农业会，成立了农业协同组合，旨在“促进发展农民的合作组织，提高农业生产力和农民在社会上的经济地位，同时促进国民经济的发展。”70 多年来，农协不断适应形势需要，发挥自身优势，改善农业经营计划，完善为农服务功能，逐渐成为联系农户与市场、农户与政府的桥梁与纽带，在日本的乡村振兴中扮演着不可或缺的特殊角色。

从性质上看，农协既不是农业行政机关，也不是单纯的商业组织，而是建立在小农分散经营基础上的合作经济组织。二战结束以后，日本实施“农地改革”，实现了“耕者有其田”的目标，构建了分散的农业经营方式，有效地调动了农民的生产积极性。但这种小农体制存在生产上的盲目性、流通中的不确定性等弊端。为巩固农地改

革成果，维护自耕农分散经营体制，日本继《农地改革法案》《建立自耕农特别措施法》后，又颁布了《农业协同组合法》，依据行政区划组建农协，为分散农户提供系列化服务，将农户家庭经营的积极性与合作经济组织的规模优势有机地结合起来，构建了统分结合的农业经营机制。

日本农协贯彻合作制的基本原则，如入社自愿、退社自由、民主管理、自我监督、对内服务对外经营等。这与资本组合的公司制具有质的不同，是一种劳动者的联合，旨在满足自愿联合的人们的共同需求。但日本农协又有别于欧美国家人少地多的合作社，而是建立在小农经营基础之上的合作经济组织。在不改变土地权属关系、不改变家庭分散经营形式、不取代农户的主体地位的基础上，通过政策影响力、经济竞争力和完备的业务能力为分散农户提供系列化服务，弥补小农经营的缺陷，在小农基础上实现了专业化分工与规模化经营，既扬家庭经营之长，又享规模经营之利。

为了确保农协真正成为农民的、由农民组成的、真正为农民利益服务的合作组织，真正做到所有者、控制者和受益者三位一体，相关法律作了明确规定。一是对会员资格进行限制，以确保共同需求。农协成员由正社员与准社员组成。正社员必须是农户，准社员一般是指交过会费的非农户。正社员可以利用农协的各种设施与服务，参与农协的民主管理，享有选举权与被选举权、表决权。准社员享有与正社员一样的经济待遇，但没有选举与被选举权、表决权等。二是组织体系比较健全，依托行政区域建立了由基层农协——府道县农协——全国农协系统（后又把三级调整为二级），每个农户都自愿成为成员，横向到边纵向到底，形成了庞大的组织网络。三是建立了完备的制度。社员代表大会是农协的最高权力机构，由全体正社员组成，主要职责是决定农协运营方针和重大事项，选举产生理事会、监事会。基层农协负责人（组合长）由农民选举产生，只对农民负责，定期向农民汇报工作，并随时接受农民的监督，理事会中至少有四分之三必须是正组合成员。四是按权能分开的原则，聘请专业

人员参与经营管理，不断提高经营服务水平。

日本农协的功能与作用

从功能来看，日本农协在几十年的发展历程中逐渐形成了集经济功能、社会功能及政治功能为一体的综合性合作经济组织。经济功能主要体现在生产、销售及信用等方面。在农业生产环节，为农户提供农业经营、生产技术等方面的指导；在流通环节，为社员统一购买农药化肥、统一农产品的收购、存储与销售。农协还设有专业信用机构，为农户开设账户、吸纳乡村储蓄，用于会员的销售、购买结算，并为农户提供生产生活贷款。农协的社会功能主要表现为共济事业和厚生事业等方面。共济事业是指为农户生产生活分担风险的事业，包括保险事业等，如农协的养老生命共济，农民退休以后的生活费、医疗费不用自己操心，去世后还有一笔生命共济金。厚生事业主要指保健、福利、卫生等方面的事业。农协的政治功能主要体现在为政府农业政策服务、为政党选举政治服务、为维护社会稳定服务等方面。

农协不仅功能广泛，涉及经济、社会、政治生活等各个方面，而且有较强的履职能力，成为乡村振兴不可或缺的骨干力量。就组织小农而言，在农协组织下，以户为单位的“零散小农”结成了以村为单位的合作经营，既保护了家庭经营的积极性，又让分散小农分享到规模经营带来的巨大利益，降低了生产与交易成本，增加了农户收入。就政策而言，农协成为政府农业振兴政策的受益平台，保证了政府的农业政策不被中间人或其他阶层侵占与挪用，降低了政府管理成本的同时，又让农民真正得利。就农村商业而言，农协承担了农户 90%左右的生活资料和生产资料的采购，农产品的加工销售，大大降低农民商业成本支出的同时，又给农村带来了不少就业岗位，兴旺了农村。在金融方面，日本农协银行 2016-2018 年度经营目标是存款总额达到 100 万亿日元。2017 年农协保费等经营收入达 5.7 万亿日元，经营利润在 0.2 万亿，基础利润 0.7 万亿，总资产达 58 亿日元，雇员 6382 人，成为农协重要的利润来源。

农协经济规模大，发展速度快。资料显示，

1983 年与 1962 年相比，农协各项事业的增长如下：贩卖事业 10 倍左右，购买事业 18 倍，信用事业 48 倍，共济事业达 185 倍。全国农协联合会的购销总额，在全国著名商社中次于住友商事公司位居第四；农协中央金库资金总额超过第一劝业银行而名列前茅。

从作用来看，基于其特殊的地位与功能，农协已成为日本现代社会不可或缺的角色，成为联系政府、农户、市场的桥梁。

农协的存在与发展，保证了分散的农户在不改变生产关系的前提下，又多了一个合作经营的平台，既保护了家庭经营的积极性，又有效缓解了自然风险与市场风险。农协的经营业务涉及方方面面，渗透到农民生产生活的各个领域，既有购销、信息、保险、农产品加工存储、农村工业、技术指导；又有医疗、卫生保健等生活服务，从生产到生活、从摇篮到终老，为农民提供系列化服务。有了农协，农民种田轻松了，生活更方便了，农业经营收入更高了。在日本，农民除了为农业生产操劳外，其他一切，包括生老病死都由农协负责。以农产品加工销售为例，农协在市场调查的基础上同农民签订生产合同，农民按合同生产，产品集中交给农协，农协收到农产品后，先付一定比例的货款，其余待产品成交后再打入农户账户。在农协的组织下，以户为单位的“零散小农”家庭经营构成了以村为规模的合作经营，农业生产规模从每户一公顷左右的零散状态，扩大到以村单位的联合经营，成功地把小农带入现代农业轨道，经营规模扩大到数百甚至上千公顷，既可与欧美大农场匹敌，又能与大型商业组织博弈，有效地降低了生产与交易成本，增加了农民收入。既保留家庭经营，又扩大经营规模，这就是日本农业经营体制的一大创举。

农协的存在与发展，为政府提供了一个农业政策落地的平台，有效地降低了管理成本。农协与政府之间既相互促进，又相互制约。就政府而言，主要从三个方面扶持农协。一是颁布相关法律，对农协的宗旨、法律地位、事业内容、经营规范、组织机构等作原则性规定，使农协发展有法可依。二是赋予农协特殊待遇，政府规定农协

不适用《禁止垄断法》的相关条款，政府限制一般金融机构从事兼业，而特许农协从事多种经营活动。三是制订相关政策、财税措施与补助政策，吸引农协为其农业政策服务，对农协实行低税制等。就农协而言，适应农业现代化的需要，遵循政府农业政策，采取一系列相应措施，有力地推进农业发展，为推动现代农业，改善农民生产生活做出独特贡献。农协又形成了固定的承受政府农业政策的受益平台，确保支农政策不变形，真正让农民得益。农协还通过农政协商会、农产品价格审议会等形式向政府反映农户的诉求，对政府与政党制订农业与农协政策施加影响与压力。

农协的存在与发展，使市场多了一只“看得见的手”。作为合作经济组织，农协具有独特优势。能够利用政府的特许政策，利用市场竞争中形成的强势地位，成为另一只“看得见的手”，发挥市场矫正机制的作用，让农户分享更多的利益。在市场机制面前，单个农户势单力薄，缺少议价能力与谈判地位，在市场博弈中处于弱势地位。而合作制作为市场机制的矫正机制，能够发挥“看得见的手”的作用，为入社农户争取更多的实惠。就规模效益而言，通过农协“五统一模式”，平均一公顷左右的小农户经营，实际上形成了村级规模的统一经营，已不亚于欧美大农场规模，大大提升了议价能力，这就为农民带来巨额的经营效益。就农产品价格而言，农产品的产出季节性强，价格又不能波动太大，这就需要发挥农协平衡、协调与组织的作用，保护农户的利益。农协还利用其特殊地位，参与市场价格的谈判与博弈，发挥价格制约作用。1978 年化肥生产厂家要求提价 4.3%，经农协多次交涉价格下降了 2.5%。1979 年，厂家又要求提价 14.03%，经过农协多次讨价还价，只提高了 5.92%。农户可以从农协购买到价廉物美的肥料、农药、农机具等生产资料。

农民需要合作社，这是农业的特殊性和家庭经营的局限性所决定的。我国与日本农业资源禀赋相近，农业经营方式相似，日本农协的成功做法与经验值得学习借鉴。他山之石，可以攻玉。这就是读《日本农业现代化的途径》一书的启示。

（作者单位：南通市供销合作总社）

传承红色基因

弘扬革命精神

● 马桂祥

中国共产党，从一个最初只有 50 多名党员的党组织，历经百年风雨洗礼，成长为成熟而坚强有力的世界第一大马克思主义政党。团结带领全国各族人民勠力同心，成就了彪炳史册的不朽功勋，创造了世人瞩目的“两大奇迹”。我们党之所以取得这样伟大的成就，绝不是偶然的，是由中国共产党的自身性质及其独特的理论优势、政治优势、密切联系群众的优势、组织优势、制度优势和勇于自我革命的优势所决定的。

一、理清历史脉络，认识党的光辉历程

历史是最生动、最有说服力的教科书。习总书记指出，“坚定的理想信念，必须建立在对马克思主义的深刻理解之上，建立在对历史规律的深刻把握之上。”开展党史学习教育，就是为了让全体党员干部深刻理解中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”，使党员干部坚定理想信念，坚持为人民服务的初心，凝聚起实现中华民族伟大复兴而不懈奋斗的磅礴力量。

历史是记忆的年轮。古往今来，治国理政者都将学史作为必修课，从中看成败、鉴得失、知兴替。中国共产党百年历史，可以划分为四个历史时期：从 1921 年 7 月中国共产党建立至 1949 年 10 月中华人民共和国成立是新民主主义革命时期；从 1949 年 10 月至 1978 年 12 月党的十一届三中全会召开，是社会主义革命和建设时期；从 1978 年 12 月至 2012 年 11 月党的十八大召开，是改革开放和社会主义现代化建设新时期；从 2012 年 11 月至今是中国特色社会主义新时代。这四个历史时期，铸就了中国共产党的百年辉煌。

学习党史，就是要深入学习我们党团结带领人民完成新民主主义革命，建立新中国；进行社会主义革命，建立社会主义基本制度，并对社会主义建设进行全面探索；实现改革开放伟大革命，开创、坚持和发展中国特色社会主义；推动中国特色社会主义进入新时代，开启全面建设社会主义现代化国家新征程的不懈奋斗史。

我们党的百年，是矢志践行初心使命的一百年，是筚路蓝缕奠基立业的一百年，是创造辉煌开辟未来的一百年。一百年来，我们党不断开辟马克思主义新境界，产生了毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想等理论成果，为党和人民事业发展提供了科学理论指导。学习党史，就是要深入学习在不同历史时期，我们党推进马克思主义中国化进行理论创新创造的生动实践、主要成果、重大意义，坚定对马克思主义的信仰，用党的创新理论成果武装头脑，提高运用马克思主义立场观点方法分析和解决问题的能力水平。

二、领悟精神内涵，传承党的红色基因

习总书记指出：“在一百年的非凡奋斗历程中，一代又一代中国共产党人顽强拼搏、不懈奋斗，涌现了一大批视死如归的革命烈士、一大批顽强奋斗的英雄人物、一大批忘我奉献的先进模范，形成了一系列伟大精神，构筑起了中国共产党人的精神谱系，为我们立党兴党强党提供了丰厚滋养”。精神所在，就是血脉所在，就是力量所在。

中国共产党之所以能够由小到大、由弱到强，这与共产党人的红色基因是分不开的。在一百年

的接续奋斗中，党领导人民创造了伟大历史，铸就了伟大精神，形成了宝贵经验，中华民族实现了从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃，创造了人类社会进步史和中华民族发展史上的伟大奇迹。我们党在一百年的奋斗历程中，逐步形成的红色基因，是中国共产党革命历史的积淀，是革命精神的精华之所在。红色基因植根于革命先烈用鲜血染红的泥土中，传承于一代又一代人不懈奋斗的事业中，与我们每一个人情感相连、命运相系，是我们精神的归宿、初心的原点。井冈山、遵义、延安……这些地名无一例外地因为“红色”而典藏了历史。红色基因是中国共产党人的精神内核，是中华民族的精神纽带，孕育了红船精神、长征精神、东北抗联精神……，弘扬了永放光芒的抗洪抢险精神、抗震救灾精神、北京奥运精神、载人航天精神等。我们学习党史，就是要向革命先辈学习，坚守初心、勇担使命，弘扬艰苦奋斗、敢闯新路的精神，就是要把这些宝贵的红色基因传承下去。在学深悟透中筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵，守护好共产党人的精神高地和心灵家园。

中国共产党是一个高度重视精神传承和信仰赓续的马克思主义政党。今天，百年未有之大变局正加速演进，我国正处在实现中华民族伟大复兴的关键时期，全面建成小康社会取得历史性伟大成就，脱贫攻坚战取得全面胜利，全面建设社会主义现代化国家新征程顺利开启。然而，在前进的道路上仍然面临着许多难关和挑战，尤其需要大力发扬红色传统、传承红色基因，赓续共产党人精神血脉，始终保持革命者的大无畏奋斗精神，更好应对前进道路上各种风险挑战。

三、把握现实意义，延续党的百年荣光

习总书记在《中国革命历史是最好的营养剂》中提出，“要跳出‘其兴也勃焉，其亡也忽焉’的历史周期率，就要靠头脑保持清醒，靠保持‘两个务必’”。春秋战国时期左丘明在记叙宋鲁两国交战和交往的《左传·庄公十一年》中写下了“禹、汤罪己，其兴也勃焉；桀、纣罪人，其亡也忽焉。”

大意就是，禹与汤为政的时候，事情办不好就责备和怪罪自己，从自身找原因，所以国家兴旺，势不可挡。而桀和纣怪罪他人，不好的事情都让别人承担，于是国家衰败灭亡也突如其来般地迅速。纵览历史风云，细细品味历代王朝兴衰，可以发现：历代王朝创造繁荣抑或经历衰亡其过程都惊人地相似。历史是最好的教科书，也是最好的清醒剂。

人们时常说，“不要因为走得太远而忘记为什么出发”。于我们党而言，同样如此。百年风雨兼程，一路上下求索，执政成绩有目共睹，风险挑战如影随形。行之力则知愈进，知之深则行愈达，回顾历史，不是为了从成功中寻求慰藉，更不是躺在功劳簿上为回避今天面临的困难和问题寻找借口，而是为了总结历史经验、把握历史规律，增强开拓前进的信心和智慧。重温党史，就是要在新的时代课题面前，不畏浮云遮望眼，始终深知何处去。

学习党史，不仅仅是为了记住历史，更重要的是要从历史走进现实，用历史的观点来指导今天的工作实践。这就要把学习党史同推动工作、解决实际问题结合起来，落实好各项工作部署，落实好“我为群众办实事”实践活动，切实解决群众难题，推进供销事业高质量发展。

当前，我们实现了第一个百年奋斗目标，全面建成了小康社会，历史性地解决了绝对贫困问题，然而，我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段，任重而道远。当今世界正经历百年未有之大变局，前进道路上有着许多难关和挑战，面临的风险和考验一点也不会比过去少，风险越大、挑战越多、任务越重，越需要艰苦奋斗、持续奋斗。要大力发扬“孺子牛、拓荒牛、老黄牛精神”，传承红色基因，弘扬革命精神，以一往无前的奋斗姿态和永不懈怠的精神状态，勇挑重担、苦干实干，为开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军而接续奋斗。

（作者单位：南通市供销合作总社）

以党建引领企业绿色文明建设

● 张 勤

国有企业基层党组织的政治功能是将政治优势转化为企业竞争优势，从而引领企业发展。在多年的党务工作实践中，笔者体会到企业党委要发挥引领指导和组织发动作用，就要形成党政班子合力同心，用制度办事，靠机制运作，让党员先行，激发员工的工作热情，从而促进企业发展。

一、党建引领企业绿色文明的建设

党委是一个企业的领导核心，要始终坚持抓好基层党组织的思想建设、组织建设，发挥组织引领指导功能和党员先锋模范作用，始终坚持把党建工作融入到企业创建“绿色”和“文明”的活动中，纳入管理，凝聚队伍，推进提升企业经营“品牌和品质”，最终实现“企业效益”和“员工收入”双提高。

（一）提高党建引领绿色文明的认识。党委要通过组织班子中心组和党内学习，重点学习习近平新时代中国特色社会主义思想“绿色发展”和“生态文明”的思想，深刻理解发展“绿色文明”的内涵。人类经历了悠久的农牧文明、近代的工业文明，正走向当代绿色文明。无论是理论揭示还是实践探索都论证了只有“绿色文明”，才能最大限度地满足人的物质和精神文化的需要。

（二）党建融入绿色文明建设。党委引领企业实现“绿色文明”要以创建市“文明单位”为抓手，遵循上海市发改委发布的《上海市绿色发展行动指南（2020版）》，并依据行业分类，分别组织推进绿色制造、绿色工厂、绿色饭店等活动，把创绿色和创文明结合起来，融入经营、纳入管理、进入预算，明确以“班子责任人”和“党员责任区”，进入党建工作目标责任制。

（三）创建绿色文明责任到人。按照“班子领导，党内先行”的工作机制，分工落实责任，

从领导层、管理层再到一线操作层，从党内到党外，从干部到群众进行落实。将创建绿色文明活动过程分解为具体目标和任务，做到每项工作定人员、定岗位、定任务、定时间、定要求，做到人人肩上有担子、项项工作有着落，按月度、季度、年度进行部门、班组、个人的考核测评，并结合党内“争先创优”、“两学一做”、主题教育等，与收益和荣誉挂钩，进行褒奖或惩处。

二、党建工作服务绿色文明创建的实践

围绕企业创建“绿色文明”开展工作，体现了企业党建的活力和动力，为创建活动提供思想保证、组织资源、智力支持和精神支撑。

（一）搭建人才培养平台。坚持党的组织建设和党管人才的工作制度。抓好党内“三会一课”和思想理论教育。参与制定企业《干部管理制度》《干部选拔任用规范》，把好企业用人关。在完善人才推荐评价体系，加强监督管理，培养后备人才的过程中，体现党组织的主导作用，为企业绿色文明创建提供了人才支撑和干部保障。

（二）坚持“评先创优”建立“大师工作室”。开展评选优秀党员、先进党支部、优秀共青团员、优秀管理员、优秀员工、服务之星、学习型班组等活动，激励员工爱岗敬业、岗位建功。通过建立党员示范岗、党员烹饪大师“首席技师工作室”和“技师创新工作室”，弘扬工匠精神，激发创新意识，产生“技术岗位出精品，德艺双馨育人才”的示范效应。

（三）绿色文明氛围。一是绿化企业空间。在尽可能多的空间种绿、放绿、养绿。二是优化企业资源。党委以“活动推进”和“制度规范”的方式，按照国家绿色发展和文明单位要求落实“节能减排”措施。三是美化企业员工心灵。党

委坚持“理论育人、思想育人、文化育人、技能育人、知识育人”的工作思路，把提高员工队伍整体素质放在重要位置。企业创建“绿色文明”的实质遵循自然、社会和人的协调发展的规律。在人与人、人与物、人与环境的协调和谐中，最重要的是人与人的协调和谐。有了全体员工的内在融合，才会有员工对企业经营管理及工作服务过程中的融合。因此，党委始终主导企业工会、团委开展一系列主题活动，宣传和树立“你心我心绿色同心，你行我行文明同行”“在企在岗你我他，文明绿色靠大家”等理念，每年围绕一个主题组织活动。如组织团员青年参加社区举办的“垃圾分类定向赛”，组织“垃圾分类去旅行”员工趣味运动会，组织党员参与社区及企业的护绿养护活动，包括规范、革新岗位操作，减少资源消耗和污染排放，为保护生态环境作出贡献。

三、“党建”引领创建“绿色文明”的成果

企业创建“绿色文明”，是对国家层面“绿色发展”和“生态文明”理念和战略部署的响应，企业党委和行政领导通过在党员和职工两个层面的推进，对这一理念加以落实。体现为抓支部建设、党员建设、干部建设、员工队伍建设，形成制度办事、机制运作，融入管理、纳入预算的结果。

注重建立党员系统培训考核制度。党员的先进性需要党组织的教育和培养，这也是党组织的义务、责任和工作职责，具有规定性的特点。党员是资源，理应在企业优化配置，这就需要培训和培养。立足需求，开发党员资源。明确企业的需求，有的放矢地对党员进行培训培养。立足内部，盘活党员资源。摸清企业党员的素质现状，包括各种才能，加以盘活，形成人尽其才、才尽其用的良好态势。通过系统建立党员人才卡(册)，最大限度地实现党员资源配置的最优化，最大限度地促进党员资源的跃升。抓教育、抓培训、抓管理是培养党员成才的必要途径，规范抓、系统抓、科学抓是培养党员成才的必须方式。制订培训规划，有步骤、分层次对党员进行全方位、前瞻性、系统性培训。优化培训内容，包括致力于

提升党员业务技能，理论水平、科学知识等方面的培训内容，既重视学历教育，更重在能力培养，最重要的是提高综合素质和增强适应能力。完善培训体系，包括在党员管理系统内建立健全岗位(职务)资格的考核、鉴定、评聘制度。实行“培训—鉴定—使用—待遇”一体化，实施“持证上岗”制度，职称考评认可资格与岗位(职务)资格证书并重制度等，将党员的培训效果与工作绩效作为晋升的依据，促进其终生学习。通过创建学习型党组织，激励党员终生学习，立足岗位，不断“充电”，自学成才，把个人追求融入到企业发展战略目标之中，并通过公开、公平、公正的党员资源(人才)考评机制，促进党员的价值实现。

注重构筑凝聚员工成长关爱机制。员工的向心力、积极性和创造力是企业活力的源泉，企业的经营管理，精神文明和绿色文明创建的成果，从根本上说都是这一源泉涌流迸发的结果。“企业爱员工，员工爱企业”互为因果，也是我们党“以人民为中心”、“让人民群众有更多的幸福感和满意度”宗旨的体现。建设“员工之家”。设施齐全的员工餐厅、更衣室、宿舍、浴室、阅览室、活动室等，都有制度规范，专人管理和责任区落实，并依据创建“绿色文明”的要求，按年度检查，有计划、有投入地改造提升。坚持“帮困解难”。坚持帮扶工作“六必访”制度，特困补助制度、通过组织义捐帮困、赈灾助学等工作惯例，为困难职工排忧解难。实施“互助保障”。为工会会员申请会员服务卡，定期投保女职工安康险，为女员工提供专属保障。所有员工在法定“四金”的基础上再加“两金”，按企业效益落实薪酬福利奖惩制度，让员工共享企业发展成果。

总之，党委以企业党建工作引领创建“绿色和文明”，抓住“以人为本”为主导，将党建工作融入经营、融入管理、融入员工、融入“共创”活动。牢牢把握“党员资源因组织而优化”“员工活力因凝聚而激发”，通过活动推进和制度规范，形成企业党政合力、上下同心的常态化工作机制。

(作者单位：上海龙柏饭店)

《人民检察院民事诉讼监督规则》简介

● 杨忠德

为了保障和规范人民检察院依法履行民事检察职责，最高人民检察院根据《中华人民共和国民事诉讼法》《中华人民共和国人民检察院组织法》和其他有关规定，结合人民检察院工作实际，制定了《人民检察院民事诉讼监督规则》。本规则共十章一百三十五条，经2021年2月9日最高人民检察院第十三届检察委员会第六十二次会议通过，于2021年6月26日公布，自2021年8月1日起施行。

人民检察院依法独立行使检察权，通过办理民事诉讼监督案件，维护司法公正和司法权威，维护国家利益和社会公共利益，维护自然人、法人和非法人组织的合法权益，保障国家法律的正确实施。我们企业和公民了解掌握本规则，就可以知道在民事诉讼中，哪些事项可以申请人民检察院依法监督，通过什么方式、如何申请等等来维护自己的合法权利。下面就本规则中与我们企业和公民密切有关的主要规定作一简要介绍。

一、 检察院监督的方式和原则

“人民检察院通过抗诉、检察建议等方式，对民事诉讼活动实行法律监督。”

“人民检察院办理民事诉讼监督案件，应当以事实为根据，以法律为准绳，坚持公开、公平、公正和诚实信用原则，尊重和保障当事人的诉讼权利，监督和支持人民法院依法行使审判权和执行权。”

二、 民事诉讼监督案件的来源

“民事诉讼监督案件的来源包括：

- （一）当事人向人民检察院申请监督；
- （二）当事人以外的自然人、法人和非法人组织向人民检察院控告；
- （三）人民检察院在履行职责中发现。”

三、 申请监督事项的范围和时限

“有下列情形之一的，当事人可以向人民检

察院申请监督：

（一）已经发生法律效力民事判决、裁定、调解书符合《中华人民共和国民事诉讼法》第二百零九条第一款规定的；

（二）认为民事审判程序中审判人员存在违法行为的；

（三）认为民事执行活动存在违法情形的。”

“当事人依照本规则第十九条第一项规定向人民检察院申请监督，应当在人民法院作出驳回再审申请裁定或者再审判决、裁定发生法律效力之日起两年内提出。

本条规定的期间为不变期间，不适用中止、中断、延长的规定。

人民检察院依职权启动监督程序的案件，不受本条第一款规定期限的限制。”

四、 提交申请监督材料的相关规定

“当事人向人民检察院申请监督，应当提交监督申请书、身份证明、相关法律文书及证据材料。提交证据材料的，应当附证据清单。

申请监督材料不齐备的，人民检察院应当要求申请人限期补齐，并一次性明确告知应补齐的全部材料。申请人逾期未补齐的，视为撤回监督申请。”

“监督申请书应当记明下列事项：

（一）申请人的姓名、性别、年龄、民族、职业、工作单位、住所、有效联系方式，法人或者非法人组织的名称、住所和法定代表人或者主要负责人的姓名、职务、有效联系方式；

（二）其他当事人的姓名、性别、工作单位、住所、有效联系方式等信息，法人或者非法人组织的名称、住所、负责人、有效联系方式等信息；

（三）申请监督请求；

（四）申请监督的具体法定情形及事实、理由。

申请人应当按照其他当事人的人数提交监督申请书副本。”

五、不予受理的情形范围

“当事人根据《中华人民共和国民事诉讼法》第二百零九条第一款的规定向人民检察院申请监督，有下列情形之一的，人民检察院不予受理：

（一）当事人未向人民法院申请再审的；

（二）当事人申请再审超过法律规定的期限的，但不可归责于其自身原因的除外；

（三）人民法院在法定期限内正在对民事再审申请进行审查的；

（四）人民法院已经裁定再审且尚未审结的；

（五）判决、调解解除婚姻关系的，但对财产分割部分不服的除外；

（六）人民检察院已经审查终结作出决定的；

（七）民事判决、裁定、调解书是人民法院根据人民检察院的抗诉或者再审检察建议再审后作出的；

（八）申请监督超过本规则第二十条规定的期限的；

（九）其他不应受理的情形。”

“当事人认为民事审判程序或者执行活动存在违法情形，向人民检察院申请监督，有下列情形之一的，人民检察院不予受理：

（一）法律规定可以提出异议、申请复议或者提起诉讼，当事人没有提出异议、申请复议或者提起诉讼的，但有正当理由的除外；

（二）当事人提出异议、申请复议或者提起诉讼后，人民法院已经受理并正在审查处理的，但超过法定期限未作出处理的除外；

（三）其他不应受理的情形。

当事人对审判、执行人员违法行为申请监督的，不受前款规定的限制。”

六、检察院受理申请的管辖分工

“当事人根据《中华人民共和国民事诉讼法》第二百零九条第一款的规定向人民检察院申请检察建议或者抗诉，由作出生效民事判决、裁定、调解书的人民法院所在地同级人民检察院负责控告申诉检察的部门受理。

人民法院裁定驳回再审申请或者逾期未对再

审申请作出裁定，当事人向人民检察院申请监督的，由作出原生效民事判决、裁定、调解书的人民法院所在地同级人民检察院受理。”

“当事人认为民事审判程序中审判人员存在违法行为或者民事执行活动存在违法情形，向人民检察院申请监督的，由审理、执行案件的人民法院所在地同级人民检察院负责控告申诉检察的部门受理。

当事人不服上级人民法院作出的复议裁定、决定等，提出监督申请的，由上级人民法院所在地同级人民检察院受理。人民检察院受理后，可以根据需要依照本规则有关规定将案件交由原审理、执行案件的人民法院所在地同级人民检察院办理。”

“当事人认为人民检察院不依法受理其监督申请的，可以向上一级人民检察院申请监督。上一级人民检察院认为当事人监督申请符合受理条件的，应当指令下一级人民检察院受理，必要时也可以直接受理。”

七、检察院对受理案件审查终结的处理

“人民检察院对审查终结的案件，应当区分情况作出下列决定：

（一）提出再审检察建议；

（二）提请抗诉或者提请其他监督；

（三）提出抗诉；

（四）提出检察建议；

（五）终结审查；

（六）不支持监督申请；

（七）复查维持。

负责控告申诉检察的部门受理的案件，负责民事检察的部门应当将案件办理结果告知负责控告申诉检察的部门。”

“人民检察院在办理民事诉讼监督案件过程中，当事人有和解意愿的，可以引导当事人自行和解。”

“人民检察院受理当事人申请对人民法院已经发生法律效力民事判决、裁定、调解书监督的案件，应当在三个月内审查终结并作出决定，但调卷、鉴定、评估、审计、专家咨询等期间不计入审查期限。

（下转第 27 页）

金秋时节话糕饼

● 钱桂华

农历八月十五，是我国传统的中秋佳节，民间素有吃月饼的习俗。

说起月饼，可谓是五花八门。除了著名的广式、苏式、潮式等月饼，还有四川的“冬瓜月饼”、太原的“提浆月饼”、云南的“云腿月饼”、山东的“海味月饼”，林林总总，不一而足。在众多的月饼中，笔者偏爱一款既好吃又好看还有趣、来自汉川的“荷月饼”。荷月饼以白面、砂糖、金桔饼、桂花等为原料，饼上的图案宛如待熟的莲蓬，四周酥皮翻起，如同荷花瓣，饼形圆白，好似十五的圆月。食时用开水冲泡，碗中即出现层层飞酥，恰似荷花层层叠叠的花瓣，饼香袭人。

传统的月饼百花齐放，时尚的月饼也层出不穷，果蔬、抹茶、咖啡、冰淇淋、佛跳墙、小龙虾等，都与月饼结下了情缘。在众多的时尚月饼中，笔者钟爱一款中西风味交融的栗蓉流心月饼。其馅心系用上品栗蓉，配以新西兰黄油、德国炼乳、麦芽糖配制而成。咬下一小口，便是满满的栗香夹以浓浓的奶香，口感细润滑爽。这种借鉴西式点心的用料，减少了传统点心制作中油和糖的用量，对中式点心作了的巧妙“瘦身”。

中秋过后紧接着是重阳节。农历九月初九重阳节，吃重阳糕是节中之义。一是寓意“食”的重要性，体现“民以食为天”的涵义。“糕”与“高”同音。二是寓意步步高。“独在异乡为异客，每逢佳节倍思亲；遥知兄弟登高处，遍插茱萸少一人。”因“糕”与“高”谐音，聪慧的老百姓为了方便，用吃糕逐渐代替登高风俗。三是重阳节前新米登场，用米制糕可以尝新。重阳糕的食俗演变到了元代越发奇特。一是制糕击铜锣。元朝重阳节的食品大多以“面糕”、“蒸饼”为主。家家户户制作面糕且相互馈赠。街市上面糕的叫卖声

此起彼伏。更有趣的是元人在五更早起做面糕蒸饼时，以铜锣敲击。所以重阳节这天，一大早就听到满城铜锣喧天，炊烟四起。不过这种热闹场面在元朝以后再也没有出现过。二是盛糕用方盒。除了制糕击铜锣外，元朝还有一种饮食风俗，这就是家家户户把盛满各类果子、糕点的红漆方盒铺设在桌上，供来往客人食用。这种红漆方盒既可以作为礼物赠送客人，还能保持食物的清洁。三是售糕敲木鱼。当时人们卖糕，都在店门外撑起一根长竿，上面悬挂枣糕，因糕上嵌有红枣，又称枣糕为“花馒头”。为招揽顾客，还有些小生意人用香蒲制成盒子，内盛放枣糕，然后把盒子顶在头上，一边敲木鱼，一边吆喝，十分有趣。

如今，这种奇特的食俗只能纸上领略了，但重阳糕依然留存在我们的生活中。现介绍流行于江浙一带的重阳糕制作方法：糯米粉 380 克、粳米粉 160 克换和、过筛成混合粉，俗称相粉。在容器中放入相粉 60 克、红糖 20 克，拌和后加水 50 毫升左右，搅成糊状粉浆。剩余的相粉加白糖 300 克混合均匀，加入冷水 70 毫升，拌和拌透，用粗眼筛筛过，即为糕粉。在糕模中放入百分之五十的糕粉刮平，将 240 克豆沙平铺其上，再将剩下的糕粉平铺在豆沙上，刮平，随即用沸水旺火蒸 5 分钟。待蒸汽透出时，把细相粉浆均匀地铺在粉面上，再缀以葡萄干 40 克、核桃仁碎粒 30 克、松子仁 20 克、继续蒸两分钟。蒸汽再透出时，继续蒸一分钟，端离糕模。用刀将整块糕切成菱形。另用彩纸剪成三角形，以竹针为杆制成小旗，插在糕面上即成。

秋高气爽的金秋时节里，亲朋好友相聚，尝一口重阳糕，品一盅菊花酒，夹一筷美味佳肴，听一段美丽传说，其乐融融也。

乐山大佛记

● 刘古武

蜀人云：天下山水之观在蜀，蜀之胜曰嘉州。嘉州便是如今天府之南的乐山城，城因山而名，山缘弥足珍贵的世界文化与自然遗产唐代摩崖石刻大佛而声名远扬。

于是，来一场前所未有的遇佛之旅：沿着崎岖的九曲古栈道一路艰辛盘旋跋涉抵临大佛跟前，但见其一只脚面便足以容纳众生百余，由此可知大佛之巨。佛像依山凿之，仰之弥高，首与山齐，足踏大地，临大渡河、青衣江、岷江三水激流汇集之处端坐，日夜守望，雍容自若。这尊与山比肩的巨作在千年之前全凭石匠们手工雕琢而成，其工程之艰可想而知。

伫立大佛之下，领悟唐代海通法师当年之壮举：为平息汹涌澎湃的三江汇流频发水患之乱，法师发愿在临江的凌云山麓营造大佛以镇之。自此，海通法师不辞千辛万苦，率众徒劈山造佛，三代信徒前赴后继历经九十春秋劳作方功德圆满。凌云山巉峭壁之上留有一天然洞穴，便是海通法师往日居处，后人将此陋室尊为“海师洞”，感念其专诚忘身、激励众心，然法师之举可谓壮志凌云，实可谓斯是陋室，唯其德馨。

泛舟江上，极目眺望，顿悟乐山大佛之伟岸博大。此尊大佛为弥勒佛坐像。佛教传入我国后，最初的弥勒佛造像显露的是古印度风韵的宽肩细腰、交脚坐姿，衣冠楚楚，一副西天圣贤模样。后来的弥勒佛造像随遇而安，变得身躯魁梧、道貌岸然起来，平添几多东方的睿智——乐山大佛正当此时问世也。只见其神态庄重，姿色安详，

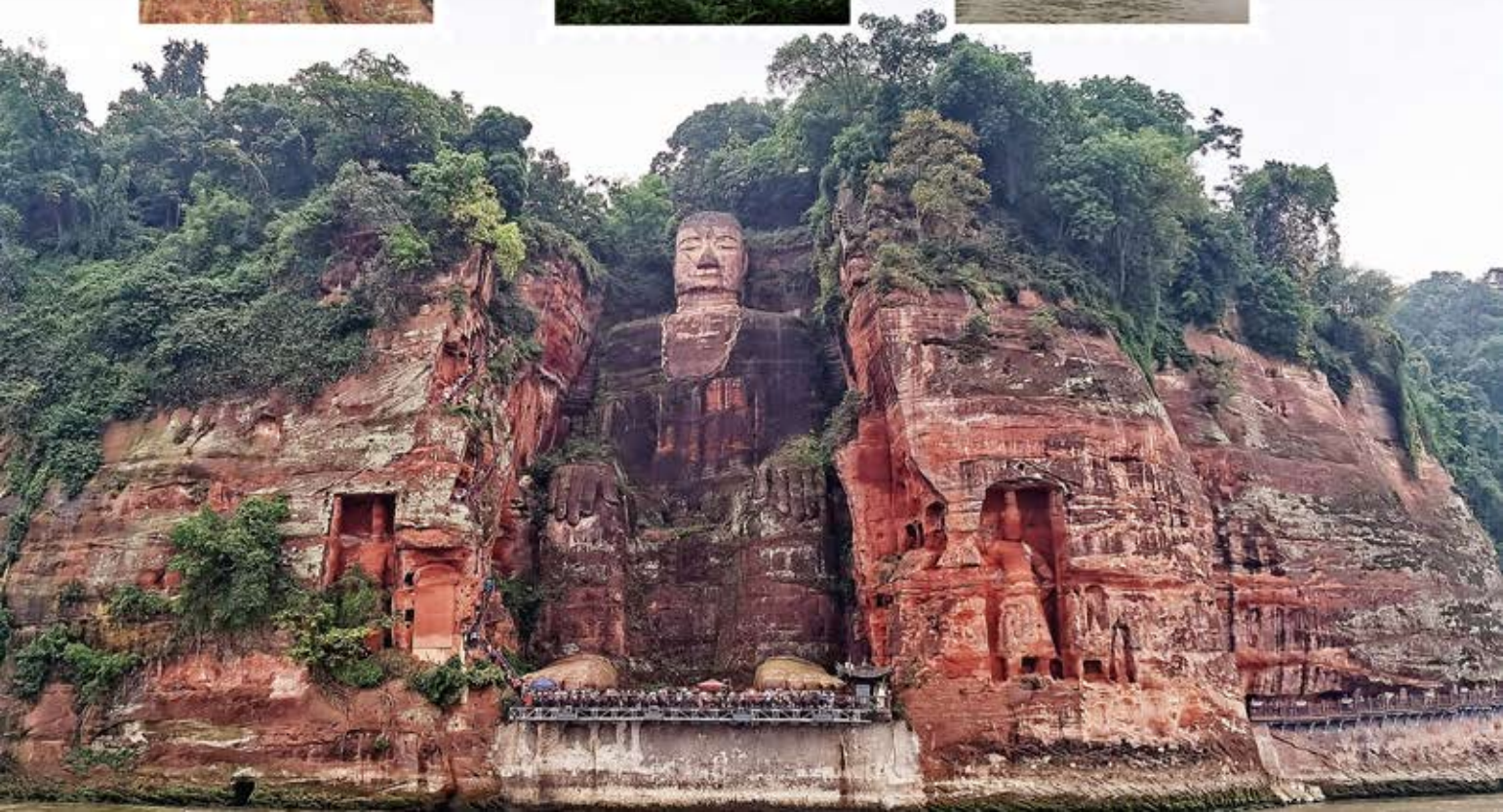
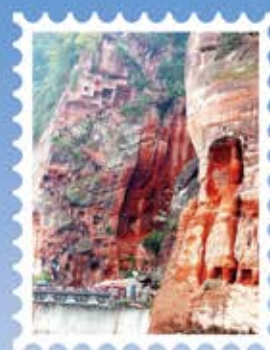
直面三江，正襟危坐。中唐时期尊崇弥勒佛之风盛行一时，这也与武则天称帝后自诩弥勒转世当脱不了干系。佛经称：弥勒出世，天下太平。在佛学里弥勒佛是能够带来光明和谐的未来佛角色。入乡随俗，随着时间的推移，弥勒佛在华夏大地上日渐本土化、世俗化，逐渐演变成为一位肥头大耳、袒胸露腹、笑口常开、乐善好施的布袋和尚，当然这只是后话而已。

乐山大佛临世之后，通体贴金镶玉，自是金碧辉煌，又外罩十三层木构殿阁加以护之。经宋、元、明、清历代，殿阁屡毁屡建，盖因如此撑天巨构实在难以维系，故殿阁终未流芳于世。但见大佛周身有多处柱础和桩孔的遗迹，描述着昔日的繁华盛景。大佛通高71米，当初殿阁凌云，架构恢弘，神乎其神也。

蜀中潼南有始于晚唐、傍水依山凿就的巨型摩岩石刻大佛造像，其通身饰金，有“金佛之冠”之誉。后世盖起七重飞阁为其蔽风遮雨。飞阁经历代修缮留存至今。仰望遥入白云的金佛飞阁之余，想到此尊身量仅18米的金佛，其飞阁尚且如此摄人心魄，倘若乐山大佛殿阁今日尚存，当又是如何一番万千气象？

今人有好事者将大佛背倚的凌云山及其左右的龟城、乌尤两山连接，说是远观可遇一天造地设的巨型睡佛仰卧江面，佛首、佛身、佛足依稀可辨。而乐山大佛造像恰置身于睡佛心中位置——佛家说“即心即佛”莫过如此也。

四川乐山大佛剪影



热烈庆祝上海市供销合作社第六次代表大会隆重召开

