

Shanghai

GONGXIAO HEZUO JINJI

ISSN 1674-2516
CN 31-1620/F

上海供销合作经济



ISSN 1674-2516



9 771674 251234

10

5

2023
总第222期

2023年10月28日版

供销合作社做好“土特产”文章的思考

◎ 杨旭

习近平总书记一直高度重视乡村产业发展，十八大以来多次走进乡村基地大棚、产业园区，考察调研柞水木耳、大同黄花、福建茶叶、柳州螺蛳粉等地方特色产品，向干部、群众了解当地特色产业情况，对特色产业发展给予了亲切关怀和悉心指导。特别是2014年4月28日，习近平在新疆考察新疆果业集团时强调“要把新疆好的资源、特色资源开发出来，为新疆发展繁荣作出贡献。”对供销合作社企业推动特色产业发展予以期望。从实践来看，做好“土特产”文章是推动特色产业发展的重要举措，2022年12月的中央农村工作会议上，习近平特别强调要琢磨透“土特产”三个字，为供销合作社更好服务特色产业提供了遵循。长期以来，供销合作社在推动“土特产”产业发展方面发挥着重要作用，但也存在一定的问题和困难，如何利用好供销合作社品牌、网络、渠道、组织等优势，做好“土特产”利用文章，需要供销合作社在助力特色产业方面做好谋篇布局。

一、琢磨透“土特产”的内涵，做好特色产业发展文章

习近平关于发展“土特产”的讲话和重要指示，明确了特色产业发展

关键和重点，指明了供销合作社助力产业发展思路 and 方向。对于生产和流通服务组织而言，要努力做好三个方面的工作：一要念好“土”字诀。立足本土、筑牢产业根基，围绕本地独特的物产资源，开发好优势乡土产品，挖掘本地产品的历史文化，提升产品的文化内涵，注重开发农业产业新功能、农村生态新价值，实现生产、生活、生态的融合发展。二要打好“特”字牌。突出特色、确立竞争优势，既要发展具有地域特色、本土文化的产业，找准产业发展的突破口，又要立足自身资源禀赋、分析产业比较优势，谋求产业发展的生态定位，实现品种、品质、品牌全面提升。三要唱好“产”字歌。形成产业、推动持续发展，将自然生产、传统经营的“原字号”的土特产，打造成链条更完整、业态更丰富的“深字号”的土特产，实现农业、农村、农民的多方受益。

供销合作社具有发展“土特产”产业的历史经验，但也面临新时期服务产业发展的难题与挑战，诸如：社有企业示范引领作用尚待发挥、基层社的资源整合能力有待进一步提升、供销合作社“土特产”品牌影响力尚存不足、经营服务能力尚难满足产业的发展需求、特色产业聚集发展的规

模效应尚不明显等等。下一步，各地供销合作社应该密切结合地方实际、尊重市场发展规律，积极适应新形势新要求，着力提升服务能力和水平，主动融入地方产业发展大局，真正让“土特产”成为富民产业，让供销合作社展现更大作为。

二、发挥供销合作系统优势，筑牢特色产业发展基础

对于推动“土特产”产业培育壮大而言，供销合作社拥有品牌、平台、服务、渠道等方面的优势，要努力形成供销合作社服务产业的整体合力。

（一）整合资源建好平台

在基层组织和社有企业整体实力不强的情况下，要发挥供销合作社的资源整合优势，搭建产业发展的各类平台。一是形成政策协调平台。各级联合社要加强与地方政府、主管部门的沟通协调，推动涉农政策的有效整合，统筹乡村振兴和涉农项目资金使用，破解特色产业发展中存在的政策障碍。二是搭建综合服务平台。在县乡村一体化发展的基础上，整合区域服务资源，推动服务组织创新，通过组建新型合作经济组织，丰富服务和技术应用场景，形成服务规模化的优势。三是建好市场交易平台。发挥供

销合作社批发市场、交易中心、电商平台作用,强化产业链主企业的功能,加快集采集配物流体系建设,带动产业组织培育壮大和转型发展。

(二) 优化服务赋能产业

服务是供销合作社参与产业振兴的最直接手段,要通过做好服务实现供应链稳定,价值链的提升,产业链延伸。一是推动“土特产”商品化。针对系统产品品类繁多,经营规模不足、科技含量较低的问题,供销合作社要创新“开放办社”的形式,加大对加工类企业培育,提升加工服务能力,通过建立SC认证体系,带动农特产品深加工,促进农特产品的商品化。二是推动“土特产”品牌化。目前,“供销合作社”的品牌价值挖掘不够,各地没有“叫得响”的供销合作社品牌,总社、省社层面在品牌影响方面投入力度不足,加快补齐供销合作社品牌建设短板。三是推动“土特产”产业化。解决产业发展资金不足的问题,财政资金的杠杆作用固然重要,但还是要探索市场化的机制,应该鼓励社有企业设立“特色产业基金”,吸引社会资本加大对产业投入。

(三) 创新模式拓宽渠道

顺应消费市场需求,找准目标消费群体,优化供销合作社流通渠道,把产品卖给真正需要的人。一是支持发展直播带货等新业态发展。顺应农产品营销发展新趋势,找准在新兴业态中的功能定位,发挥流通组织的基础性作用,做好新业态、新模式下的供应链服务。二是建立供销合作社农产品流通渠道。用好东西协作消费扶贫经验,通过建设产地仓、中转仓和销地仓,打造农产品主销区展销平台和营销网络,有效衔接产区和销区供销合

作社业务。三是探索“保险+期货”新型交易模式。通过培育产业化龙头企业,围绕产业转型升级,创新交易手段和方式,建立风险防范机制,带动产业标准化、规模化和集聚化发展。

三、加快补齐短板弱项,努力破解产业发展难题

供销合作社要立足产业发展需要,在资源整合、平台建设、资本投入、品牌带动等方面,不断提升产业服务能力,着力解决产业发展和自身改革中存在的问题。

(一) 加强沟通汇报,积极争取地方政府支持

各级供销合作社要主动与地方政府和主管部门汇报沟通,加强与部门间政策的协调和衔接,为各级供销合作社参与地方特色产业,创造良好的政策环境和外部条件。支持各地供销合作社积极融入地方产业,积极承接符合自身发展优势的产业项目,在生产加工设备配套、冷链物流基础设施建设,以及生产性服务供给、区域公用品牌建设、消费帮扶等方面,发挥供销合作社组织和网络 and 平台优势,成为各级政府推动“土特产”产业发展,“抓得住、用得上”的有效组织载体。

(二) 搭建特色产业平台,充分发挥平台带动作用

供销合作社是为农服务的综合平台,应充分发挥自身优势,搭建各类服务平台,汇聚各方资源力量,增强产业聚集效应,助力产业发展壮大。发挥“832”平台作用,不断提升平台的运营管理水平,开展多种形式的产销对接,促进更多地区农产品销售。打造特色产业专业化平台,发挥规模效应,实现上下联动,不断提升现代流通

网络效率和市场竞争力,帮助更多质优物美的农产品走向全国。要发挥生产加工和物流园区引领带动作用,推动农特产品的精深加工,带动区域产业壮大和升级。

(三) 用好产业基金,引导社会资本加大投入

省市级供销合作社,要加强与总社新供销产业基金、金融机构合作,共同设立“土特产”产业发展基金,发挥财政资金的引导作用和放大效应,引入金融机构和社会资本,积极培育壮大“土特产”产业。一方面以项目为支撑,引导各类生产要素和优质资源向特色产业集中,协调引导财政资金、金融资本、社会资本支持“土特产”产业发展,搭建推动产业发展的投资平台。另一方面,加大对系统产业组织的扶持,培育一批大型企业集团,发挥龙头企业引领、示范作用,通过纵向对接和跨行业、跨地区的合作,实现资源共享,推动不同市场主体的联合发展。

(四) 树立品牌意识,加大技术规范体系建设

加强总社或省社对系统品牌资源的统筹,建立更大层面的“供销合作社”品牌价值体系,精心培育打造供销合作社自有品牌,形成发展潜力大,知名度高,带动能力强,有持久市场竞争力企业和产品品牌。加快培育服务方式便捷、服务质量优良、贴近城乡生活、社会效益显著的生产生活服务品牌。大力推动品牌的标准规范体系建设,加快生产、加工、流通、服务标准和规范的制定,助力新产品、新技术、新模式的应用推广,引领各地“土特产”产业发展的方向。■

(作者单位:中华全国供销合作总社管理干部学院)