

打造软实力为高质量发展注入新动力

 葛志华

供销合作社作为党领导下的综合性的合作经济组织,经过七十年发展演进,在内外因素的共同作用下,逐渐形成了复合型包容型文化,多种元素激荡融合,集合作制与中国特色于一身,熔历史积淀与时代要求于一体。

文化软实力是供销合作社的灵魂,与硬实力互为表里,相互支撑。作为特殊法人,供销合作社组织成分多元,资产构成多样,地位性质特殊,既要体现党和政府的“三农”工作政策导向,又要同步开展市场化经营与农业社会化服务,并与其他市场主体同台竞争。因此,供销合作社功能完善与否、软硬实力强弱、发展质量高低,既直接关系到自身的生存与发展,又深刻地影响到乡村振兴的历史进程。

供销合作社的文化不是凭空产生的,而是根植于供销合作社的功能作用,形成于风雨七十年的历史进程,与内外环境密不可分,也与形势任务的变化息息相关。

从功能作用来看,供销合作社作为党领导下的综合性的合作经济组织,具有四方面的功能。一是政治功能,具体表现为党与政府联系农民群众的桥梁与纽带,即上情下达与下情上达,既要向农民宣传党和政府“三农”工作的路线方针政策,又要向政府反映农民的建议呼声,畅通上下联

系。这种功能类似工商联联系非公经济人士的功能;二是经济功能,构建上下贯通、覆盖全程、综合配套、便捷高效的为农服务体系,打造服务“三农”的综合平台,更好地发挥系统优势与规模优势,类似于日本农协的经济功能;三是社会功能,具有完善农村社会治理和农村公共服务的功能,类似于村民自治的作用,也是农民自治的重要载体,与法治、德治一起协调推进治理能力与治理体系的现代化;四是文化传承功能,如“扁担精神”“背篓精神”等。虽然时代不同了,但这种文化仍是新时代弥足珍贵的精神财富。

履行好这四方面的功能,供销合作社就能成为党委政府抓得住用得上、农民群众信得过的综合性合作经济组织,成为乡村振兴不可或缺的生力军。履行不好,就有边缘化的危险。这种功能作用就是供销合作社文化孕育成长的土壤与依托。

从发展历程来看,供销合作社的历史虽然只有七十

年,但其前身可以追溯到共产党成立之初。早在20世纪20年代,江西安源、广东海陆丰等地就有了党领导的消费合作社。1928年,江苏泰兴也有了醒农合作社。20世纪30年代,苏区中央政府颁布了《合作社组织条例》,推动成立了形式多样的合作社。苏区中央政府主席毛泽东多次深入闽西指导合作社建设,并在《才溪乡调查》一文中详细分析了劳动合作社、消费合作社、粮食合作社、犁牛合作社的现状,肯定了合作社的特殊作用。抗日战争时期,陕西延安涌现了南区合作社等,并在大生产运动中发挥了独特作用。解放战争时期,各解放区相继推行“耕者有其田”的政策,陆续成立了合作社。这些合作社虽然组织形式不同,存续时间不一,但都发挥了服务农民生产生活,支援革命战争的特殊作用。新中国成立伊始,中央又成立了合作事业局,并在此基础上成立了中华全国供销合作总社。七十多年来,供销合作社在社会主义革命与建设时期、在改革开放时期、在中国特色社会主义建设新时代都发挥了不可或缺的重要作用,成为推动农村经济社会发展的不可替代的重要力量,并在此历史进程中孕育了独特文化。

从内外环境来看,供销合作社的内部运行机制既有合作制的轨迹特征,又有鲜明的中国特色;既有机关事业单位等体制内色彩,又有市场主体的文化成分;既有行政属性,又有企业特点。其几十年风雨历程又横跨新民主主义革命、社会主义革命与建设、改革开放新时期、中国特色社会主义建设新时代等不同历史阶段,既有呼风唤雨的辉煌,又有风雨飘摇的坎坷,还有风生水起的再度崛起。不同的历史阶段又对供销合作社文化建设提出了新要求。

从形势任务来看,党的十九大提出了乡村振兴战略。党的二十大吹响了中国式现代化的号角。中国式现代化又是建立在乡村振兴的基础之上的,无论是坚持与完善统分结合的农村基本经营制度,还是加快建设农业强国;无论推进城乡融合与产业融合,还是带领小农户发展现代农业,都需要供销合作社这个为农服务的“国家队”,都离不

开合作经济组织的巨大能量。

经过七十年发展演进,在内外因素的共同作用下,供销合作社逐渐形成了复合型包容型文化,多种元素激荡融合,集合作制与中国特色于一身,熔历史积淀与时代要求于一体。

服务大局的意识。供销合作社历来是服务大局的重要力量。供销合作社融入大局彰显自身价值,大局因供销合作社的赋能,推进起来更为顺畅。在新民主主义革命时期,供销合作社为农民生产生活服务、为武装夺取政权服务;在社会主义革命和建设时期,为推进对农业的社会主义改造,建立社会主义制度服务;并肩负发展经济、保障供给的重任,行使统购统销职能,为建立与维护计划经济体制服务,并在此基础上更好地服务国家工业化战略;改革开放以来,供销合作社发挥独特优势,为新农村建设与乡村振兴战略服务。当前又发挥网络资源优势,为推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案服务,为稳增长贡献力量。

心系“三农”的情怀。想农民之所想,急农民之所急。“扁担精神”“背篓精神”的核心要义就是宁可自己苦点累点,肩挑背扛、跋山涉水,也要满足农民的生产生活需要,让农民有更多的获得感与依靠。

苦干实干精神。供销合作社是在一穷二白的基础上,依靠社员微薄的股金、国家的帮助发展起来的。供销合作社所服务的农业又是弱质产业,农民又是弱势群体,农村又是落后地区,不允许大手大脚,苦干实干、勤俭办社,就成普通精神。

改革创新的精神。从计划经济到市场经济,经历了“去行政化”“去垄断化”改革,供销合作社主动求变,顺应形势任务的新变化,以改造自我、服务“三农”为己任,在综合改革中加快改革创新步伐,推进组织创新、经营创新、服务创新、商业模式创新,发挥政府与市场的双重作用,打好经营与服务的组合拳,由流通服务向全程农业社会化服务

延伸,向城乡社区服务拓展,向一二三产业融合渗透。

联合合作理念。坚持合作创造价值的理念,顺应城乡融合与产业融合的趋势,供销合作社开展不同层级的合作,打造系统优势与规模优势,构建上下贯通的为农服务体系。在此基础上,开展跨行业跨地区多种合作,加强与村级集体经济组织、农民专业合作社、涉农市场主体、小农户的合作,打造融合发展新优势。

诚信守法经营。坚持诚信守法经营,抵得住金钱与利益的诱惑,既不短斤缺两,又不坑害消费者;既不以次充好,也不售卖假冒伪劣商品。

这六个方面共同构成了鲜明的中国供销合作社文化,打造了文化软实力,锻造了灵魂,为七十年的发展提供了精神支撑。毋庸讳言,虽然经过综合改革,供销合作社的内生活力、经济实力、为服务能力有了明显提升,但对照中央文件的要求,对照为农服务“国家队”的定位,对照广大农民的期盼,供销合作社仍存在这样那样的问题与短板,面临着其他市场竞争主体的严峻挑战。有的功能单一,有的活力不强,有的实力不够,有的缺乏竞争力,有的企业亏损严重等等。这些问题产生的原因是多方面的,既有内部原因,如体制不顺、机制不活、人员老化、供需脱节等因素;又有外部因素,如外部赋能不够、发展环境不优、多元市场主体竞争加剧内卷严重等因素。在内部因素中,既有硬实力不硬的原因,又有软实力缺失、文化传承与创新不够的因素。因此,要在内外兼修中传承与创新文化,为供销合作社高质量发展注入强劲动力。

一是找准新定位。瞄准党领导下的综合性合作经济组织这一目标定位,传承与创新文化。党的领导是政治优势,综合性是功能优势,合作经济组织是本质属性。这种定位就把供销合作社与农业行政机关、一般市场主体、社会团体区别开来,成为供销合作社的特有标识。只有这样,才能更好地把握供销合作社的本质特征,发挥政府与市场的双重作用,打好经营与服务的组合拳,构建乡村振兴

的强引擎,凝聚供销合作社文化。

二是打造硬实力。硬实力是软实力的载体,与软实力互为表里。面对主体多元、形式多样、竞争充分的农业社会化服务新常态,供销合作社要发挥自身优势,既要巩固农资、棉花、农产品、工业品销售、再生资源回收等传统领域的话语权与控制力,又要拓展新领域,完善服务功能,在现代流通、冷链物流、农村金融等新领域发力,构建覆盖全程、综合配套、便捷高效的为农服务体系,打造系统优势与规模优势,真正使之成为为农服务“国家队”,为文化的传承与创新提供源头活水。

三是凝聚软实力。既要整合,又要扬弃,更要创新。以习近平文化思想为指导,结合供销合作社服务乡村的崭新实践,学习借鉴机关、事业单位、市场经济主体、农村集体经济组织、农村农民的优秀文化,传承、创新供销合作社特色的文化。既要传承供销合作社70年形成的优秀文化,如服务大局的意识、诚信经营的理念、心系“三农”的情怀等,又要与时俱进,抛弃不合时宜的文化,如计划经济时期的官商作风、衙门习气和无所作为的观念等。还要不断挖掘新时代文化元素,总结提炼新文化,构建与时代发展同步、与“国家队”地位相适应、与党和政府的要求与农民期盼相一致的文化元素,如责任担当精神、竞争意识、想干事会干事干成事不出事的人生情怀等。

四是树立新典型。经过综合改革,各地涌现了不少先进典型,如河北省邢台供销合作社就是杰出代表,他们努力把供销合作社打造成服务农民生产生活的综合平台、党和政府密切联系农民群众的桥梁纽带,挑起新时代“供销新扁担”。全系统要认真发掘总结一大批先进典型的经验,挖掘其文化内涵,凝聚行业文化特色,形成鲜明的供销合作社文化。要在全系统大力学习这些先进典型的经验,激发干事创业的热情,为供销合作社高质量发展注入动力增添活力。🔥

(作者系江苏商贸职业学院合作社学院院长)