



融通循环深耕厚植比较优势 多维赋能做强成都消费品牌

□王喜梅

加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，是一项重大战略部署。这既是重塑我国国际合作和竞争新优势的战略抉择，更是各地未来发展必须坚定贯彻的战略总纲和路径遵循。对成都而言，应紧扣中央“构建新发展格局、催生新发展动能、激发新发展活力”等重大要求，自觉在识变应变中找准城市发展国家战略的结合点，加强前瞻性思考、全局性谋划、战略性布局、整体性推进，系统厚植自身比较优势，加快提升城市能级。

超大规模消费市场是促进双循环的“压舱石”和“助推器”，要深挖国内需求潜力，多用改革办法扩大消费，这就要求我们深化新格局下对消费的再认识。一是立足数字经济时代的消费新趋势，促进消费与生产的一体化循环，有利于进一步提升供需适配效率。内循环的深层逻辑是以产业升级为先导，辅之以大规模创造新消费场景的投资，进而带来消费升级的质变，使得供需两端的循环相互强化。目前以需定供、柔性生产、消费者关系型经营为特点的新消费已成为增长的主要动能，消费数字化带动了产业数字化、设计数字化，以“新消费+新制造”提高供给侧对消费升级的响应效率，促进供给与需求同步迭代、联动提升。二是立足城市空间重构的消费新场景，促进消费与投资的互促式发展，有利于进一步优化城市营建模式。随着我国迈向高质量发展阶段，城市发展的重心转向提升功能品质、经营城市资产、服务人的全面发展。通过新一轮城市有机更新带动投资，依据行人优先的空间和发展策略，将消费与规划、产业、环境等一体谋划，从城市肌理、柔性界面等方面进行综合设计，提供高品质的服务

和消费机会，促进消费活力提升，增强城市发展可持续性。三是立足后工业时代的消费新动力，促进消费与文化的融合化共生，有助于进一步赋能城市转型。人力资本是创新驱动背景下推动城市转型的关键，应从消费、生产和人力资本三者来理解城市变迁动力，借助构建具有城市独特气质与生活方式的文化场景形成卓越的消费体验，吸引创新创意人才等城市竞争的关键资源，构筑以文化感召力、事业成长性、生活宜居度为核心的城市竞争优势。

为此，成都应遵循消费与生产流通一体循环、与城市开发互促共进、与城市文化深度融合的新趋势，把城市作为一个完整的消费系统，进一步激活“成都消费”“成都休闲”“成都服务”“成都创造”城市品牌的牵引作用，在融通循环中进一步厚植比较优势。

依托协同整合的产业链提升产业支撑力，打造消费产品供给中心。在消费迅速变化的当下，本地产业链的快速反应能力、区域的产业组织能力、全球资源的动态链接能力决定了城市的产业高度。成都应以产业生态圈理念构建先进制造业与现代服务业协同综合体，重构“生产—消费”链条，创造更高质量、更广范围、更加精准的消费供给；利用广阔市场腹地优势，加快推动营销变革、渠道变迁、模式再造，提高产业链的植根性、控制力和话语权，促进形成以消费引领产业升级的良性循环发展机制；加大工业互联网专项支持，发展集成电路、智能装备、车联网等行业新制造平台，以智能手机、家电、新型终端等为重点，发展“产品+内容+生态”全链式智能生态服务；加大创新研发和ERP柔性定制生产投入，以

微型制造、共享生产空间等模式推动线上线下联动，扩大自主品牌、定制品牌规模，提供多样化个性化的解决方案和全渠道全场景的体验，不断提升在消费产业链的地位。

依托双向稳定的供应链提升辐射引领力，打造消费资源流通中心。高效的供应链是产业链的护城河，敏捷的供应链组织能力对于优化畅通流通体系、提升产业价值形成能力有重要作用。成都应发挥欧亚门户区位优势，进一步增强消费品中转集疏能力和国际游客汇聚通达能力，以拓展“袋鼠航线”中转服务地消费功能为重点，加快推动机场免税店、城市免税综合体建设，推进从运量大港向价值量强港转变。依托西部陆海新通道四向铁路优势、双机场优势和市场腹地优势，加快打造通道组织的核心枢纽、流量汇聚的重要来源、通道开放的关键门户，提升对北部湾城市群、东盟等区域的消费影响力。进一步增强供应链整合能力，运用好中欧班列多式联运“一单制”跨境区块链平台，构建国际贸易、产业升级与金融服务多元价值链，以供应链一体化综合服务提升布局市场网络的渗透力。

依托融合共享的空间链提升核心竞争力，打造创新创意中心。工业互联网时代，产品会被场景替代，行业将被生态覆盖，场景和生态成为创新的关键。如果把一座城市作为消费场景，城市的文化氛围、生活气息、创新意识等作为消费生态来审视，成都正在加快建设的产业功能区、科创空间具有“三生融合”的属性，既是孕育未来经济形态和模式的产业载体，又是植入丰富生活元素的消费场景。应结合老城区城市更新，打造一批集生产功能与生活功能于一体的复合型空间，促进城市街区与产业功能区的



空间融合，实现工作生活的即时切换，将产业功能区打造成为最美花园办公区、都市产业会客厅和新消费验证地，将科创空间建设成为集创新、文化功能于一体的新型消费载体和舒适有温度的创新活力区，实现在消费应用的现实场景中推动消费业态、技术、模式创新。

依托高端引领的价值链提升行业主导力，打造特色消费服务中心。面对全球价值链重构和消费市场规模重塑的机遇，要加快自身比较优势向设计、品牌运营等高附加值环节拓展。有滋有味的烟火气是成都有别于众多城市的独特魅力，应围绕做强天府文化品牌影响力，加快完善以国际创意

思维、创意资产、先锋设计为核心因子的创意消费功能，将创新、优雅、时尚等文化元素转化为现实体验和时尚表达。依托公园城市品牌和医疗资源优势，突出发展公园+康养、医疗、体育等业态，塑造“来成都·享健康”特色服务品牌。注重以大型文商旅体事件和旗舰项目为触媒带动消费，从“小尺度、慢节奏、微环境”着手，串联大街小巷激发消费活力和潜力，将“三城三都”品牌活化于新奇潮流有趣的体验性主题空间，让市民和游客获得沉浸式体验和情感共鸣，推动成都生活美学走向世界。

（作者系四川省成都市委研究室副主任）

山东省莒南县是传统的农业大县，有着发展农业合作的优良传统和基础。近年来，莒南县认真贯彻落实乡村振兴战略部署要求，大力传承弘扬王家坊前办社精神，积极探索推行村党支部领办合作社发展集体经济模式，将党支部的政治引领、合作社的抱团发展、群众的能动作用等要素有效融合，建立起集体和群众利益共享、风险共担的经济利益共同体，探索出了“支部有作为、集体有收益、群众得实惠”的农村新型合作化道路，激活了乡村振兴“一池春水”。

坚持问题导向，在传承发展中找准突破路径

问题是时代的声音，是创新的起点，抓住问题就能抓住经济社会发展的“牛鼻子”。莒南县王家坊前办社的经验做法是奔着破解没有启动资金难题而来的，并且寻找出了解决问题的办法措施。自家庭承包制实行以来，莒南县个体分散经营及其专业大户等主体得以发育成长，但随之凸显出来的是基层党组织统一经营服务功能变弱，在发展集体经济上缺思路、少办法、没平台，在群众中威信不高的问题比较突出；村集体经济大多依赖资源发包等途径，增收渠道单一、发展后劲不足；农村人口外流严重，务农人员老龄化，导致土地粗放经营和撂荒现象；农民组织化程度低，难以形成规模化，致使产生经营收益较低等一系列问题。发展中的问题要靠不断发展来解决，改革中的问题要靠深化改革来破解。顺应农业产业化、规模化发展大势，围绕更大程度地发挥基层党组织政治引领功能和战斗堡垒作用，进一步发展和解放农村生产力，莒南县创新实施村党支部领办合作社，通过运用股份合作等市场化手段，以领办土地股份合作社为重点，将分散的农户组织起来，将分散的小块土地集中起来，引导农民以土地经营权入股，实行农业适度规模经营，实现了村级基层党组织的政治优势、组织优势和合作社的经济优势有效叠

加，赋予了农村统分结合的双层经营体制新的内涵，找准了有效破解问题的路径方法。

坚持党的领导，在统筹推进中把牢正确方向

实践证明，党的领导是推进各项事业的根本保证。村党支部领办合作社是由村党支部代表村集体注册成立的农民专业合作社，与个人合作社有着本质的不同，最大的特点在于党建元素。莒南县充分发挥党的政治领导力，始终以村党支部为主体，坚持统筹谋划、上下联动、精准施策，确保了各项工作方向不偏、步调不乱、政策不走样。

组织推动。莒南县委“顶层设计”，研究出台《关于在全县开展重温毛主席光辉批示精神加快推动党组织领办合作社建设工作方案》，并充分利用电视、报纸、网络等媒体深入宣传，让农民群众明白“惠在何处”“惠从何来”。镇街党（工）委因地制宜制定具体工作方案，一村一策部署落实，逐步推进。村级党组织作为主要实施主体，将领办合作社作为长期工作精心研究、精密部署、精细落实，切实尊重民意、保障民利，维护农民群众各个环节权利。

引领带动。积极探索村党支部书记兼任理事长，“两委”班子成员与理事会、监事会成员交叉任职，兼任的村党支部书记向上级党委、全体党员及村民代表、合作社社员等述职，充分发挥书记引领作用。坚持党员带头

入社，要求村党组织成员入社率不低于50%、入股不低于1%，党员入社率原则上要高于群众入社率，充分发挥党员引领功能。坚持典型引领，在全县筛选一批战斗力强、基础条件好的村，作为探索村党支部领办合作社的“排头兵”，带动面上推广。目前，全县已形成各具特色的示范村28个，辐射带动建成村党支部领办合作社189家，社员总数16万余人。

政策驱动。整合财政、农业、供销等部门力量全方位支持，对工作成效明显的村，县财政列支600万元作为奖补资金，用于提高村集体股份占比。同时，成立村党支部领办合作社孵化指导中心，从农业、供销、科技等部门抽调31名专业人才组成“顾问团”，帮助提供全方位服务，安排包村部门、第一书记、县镇领导包帮联系合作社，形成了齐抓共管的良好格局。

坚持因地制宜，在探索实践中创新经营模式

莒南县坚持因地制宜、实事求是，立足各地各村地理位置、自然禀赋、产业基础等实际，创新合作社组织经营模式，持续发展壮大村集体经济。

直接经营模式。村党支部围绕自身资源、产业等优势，牵头成立股份合作社，由合作社直接作为经营主体，统一规划、统一管理、科学经营合作社及其社员土地、房屋等资产资源，通过土地规模化流转、项目化开发以及发展农产品加工业等，促进产

业链延伸、价值链提升、增收链拓宽，带动农民增收、农村发展、农业升级。道口镇赫马岭村党支部领办代彬土地股份合作社，村集体以农机机械入股，将全村1100亩耕地种成“一块田”，合作社年纯收入22万元，村集体获得分红156万元。

托管服务模式。以省供销社直属企业鲁供丰禾公司为龙头，与村党支部领办合作社签订托管协议，实施土地托管“一托三+N”服务模式，即对碎片化土地进行整合托管，提供“碎片化土地整理、股份合作、产供销对接”三大服务和“增益共享、特色保险、经营权抵押或担保贷款等N个单项扶持服务。土地托管后，土地连片整合增益土地入股合作社，其股份收入归村集体所有，既节约了土地，又增加了村集体收入。目前，已有55个村签订了土地托管服务协议，每村可年增收5万元。

区域联合模式。村党支部领办的合作社以产品和产业为纽带，采取“1+N”等方式，组建区域性、行业性联合社，统筹运营管理，实现抱团发展，增强合作社在市场上的知名度、影响力和竞争力，增强抵御市场风险的能力。洙口镇环河崖等11个村党支部领办的合作社，以茶叶为纽带，组建了茶叶合作社联合社，通过“一社一账”方式实行统一采购农资、统一技术指导、统一销售运作，覆盖贫困户200余人，村集体年均收益突破10万余元。

社企合作模式。党支部领办合作社与企业签订种植收购合同，按订单

种植作物，以保底价或高于市场价的价格卖给企业；或与企业合作，建设农产品储存、运输、加工企业，对农产品进行深加工，提高产品附加值，带动产业升级，最大限度降低市场风险。十字路街道富泉村草莓种植合作社与山东乔瑟食品公司开展订单式生产合作，村集体通过服务费等方式增收，年收入11万元。

农超对接模式。坚持标准化生产，面向社会征集确定全县支部领办合作社产品形象标识，统用一个注册商标。实施订单式生产，与大型超市建立长期合作关系，开设商超专柜专门销售支部领办合作社注册商标产品，既保证了利润最大化，又解决了产品销售问题。板泉镇东高榆村生姜种植合作社与上海两家超市签订收购合同，2019年村集体分红收入7万余元。

坚持抱团发展，在成果共享中实现多方共赢

村民变社员，五指攥成拳。在推进村党支部领办合作社工作中，莒南县坚持把群众组织起来、抱团发展，健全完善集体与群众风险共担、利益共享的联结机制，既做大“蛋糕”，又分好“蛋糕”，合理利益分配，实现了党支部、村集体、党员、群众的多方共赢。

增强了村党组织组织力。工作中，严格落实村党支部领办合作社标准条件，明确村集体及党组织成员个

人占股比例，对兼任合作社理事长的村党组织书记，实行双重述职，既向上级党委和全体党员及村民代表“双向”述职，又向合作社全体社员述职，与群众建立起利益联结纽带，党支部开展工作有了抓手、群众对村集体有了依赖，党支部的向心力、凝聚力、号召力明显增强。

拓宽了强村富民路径。党支部领办合作社实行“公积金积累、交易量返还和股金分红”的利益分配制度，合作社提取公积金用于自身发展壮大后，按照“保底收益+二次分红”的模式，将剩余收益全部按股返还村集体和群众，形成了村集体和个人的利益共同体，改变了村集体将资源简单发包租赁的低层次发展模式，打破了小农户单打独斗的分散经营状态，通过规模经营，大大推动了村集体资产保值增值，激活了各类生产要素，最大限度地提高了群众收入。目前，全县党支部领办合作社村已全部实现村集体收入3万元以上。

推动了乡村全面振兴。村党支部领办合作社模式，嵌入了乡村产业发展、社会治理、公共服务、共同富裕等多维功能，同时将增加的村集体经济收入，主要用于发展村内公益事业，提升改造村内水、电、路、教育、医疗等公共基础设施建设，有力地推动了农村经济、社会和文化各项事业的全面发展。比如，大店镇许家滩井村领办的初心果蔬专业合作社，每年10万余元的收入主要用于村内路渠疏浚、建设荷花湿地、硬化道路等民生工程，推动村容村貌焕然一新。

密切了党群干群关系。村党支部通过领办创办合作社，真正站在农村经济发展最前线，成为产业发展的领导者、推动者和服务员，并优先安置本村农户到合作社就业，建立起村集体和群众的发展共同体和利益共同体，赢得了群众的信任；广大农村党员在合作社运转中亮身份，在解决群众生产困难中作贡献，进一步拉近了党群干群关系，在群众中影响力和公信力显著提升。

（山东省莒南县委组织部 供稿）