

决胜全面小康,苏果扛起国企担当

新年元旦,苏皖地区每一家苏果超市里都挤满“买买买”的人群,货架被搬空的画面刷屏朋友圈。一场“跨年大促狂欢”,吸引3000万消费者涌入门店,实现销售21亿元,同比增长20%,再创历史新高。

一把促销“火”点燃了市场人气,另一团“火”在广袤的乡村田野上已成燎原之势。近年来,苏果超市发挥大型连锁商超的渠道平台优势,在“农产品进城,好商品下乡”的创新探索中蹚出一条乡村振兴“苏果之路”。

纵观“苏果之路”:一方面,搭建农超对接大平台,畅通农产品进城通道,让更多田间地头优质农产品多快好省地“端”上广大市民的餐桌,以产业扶贫促全面小康;与此同时,发挥自身渠道优势,高品质商品下乡带动消费升级,助推城乡融合、消弭二元鸿沟,力促乡村振兴——这一创新做法,得到省政府有关领导的高度肯定。

“2020年是决胜高水平全面建成小康社会的‘收官之年’。苏果将奋力扛起国企担当,发挥关键作用,把企业高质量发展书写在希望的田野上。”苏果超市党委书记、总经理陈兵说。



苏果“跨年大促狂欢”现场



苏果“农超对接”让盱眙县沿河村的菜农不愁销路



手机扫码便知生鲜商品来源 苏果供图

苏果实践

农超大对援助圆“百年梦想”

“放心,5吨冬桃基本卖完了。”去年11月4日,接到苏果生鲜部门负责人打来的电话,宿迁市泗洪县天岗湖乡党委副书记韦亚东兴奋得直拍办公桌,“没想到大难题这么快就解决了!”

泗洪县天岗湖乡所在的西南岗片区,是江苏贫困人口最集中、脱贫难度最大的典型区域,也是江苏省冲刺全面小康必须啃下的一块“硬骨头”。此前,当地合作社冬桃滞销,眼看就要烂在地里时,苏果快速启动消费扶贫商品响应机制——物流优先验收、优先入库、财务快速结算,省去中间环节,几乎以成本价销售。双方还由此达成长期合作,给果农吃下“定心丸”。

市民得实惠,农民尝甜头。苏果“农超对接”创新模式结出

了“双赢”的累累硕果。早在10年前,苏果就在淮安市盱眙县沿河村建立蔬菜对接基地,通过资金扶持、技术指导、保底价收购等方式,通过“造血式”扶贫助力乡村振兴。去年,苏果将果蔬采购规模增加一倍,规模将近1000万元。如今,沿河村120多名建档立卡贫困户致富,全村人均收入达2万元,比5年前翻了一番。

“现在地种下去,就知道今年能收入多少钱!”沿河村党支部书记、泗洲蔬菜种植专业合作社理事长满令凤说,传统农业的最大“痛点”在于,千家万户小生产如何有效对接全国大市场。现在的农村土地有了、政策有了、科技也下乡了,最大“短板”就在市场销售环节。苏果农超对接解决了最困扰农民的“卖难”,让“多收了三五斗”

的尴尬成为历史。

何止盱眙又何止江苏!放眼大江南北,苏果已在苏、皖、浙等多个省份建成87个农超对接基地,包括南京六合、淮安盱眙等地建设的10个精准扶贫基地。翻开帮扶台账:帮助推销内蒙古滞销土豆,短短6天就卖出100吨;山东白菜滞销,苏果一订就是50多吨;安徽凤阳10万斤大白桃滞销,苏果设置爱心销售专区,3天售出1.5万斤……近一年,苏果农超对接累计帮扶滞销农产品2000余吨。

“小康不小康,关键看老乡。”中国社会科学院工业经济研究所一份调研报告中写道:苏果“农超对接”模式用市场化手段,解了农业难题,富了一方农民、盘活了乡村经济,打通了农民圆梦奔小康的“最后一米”。

苏果使命

国家战略中发挥“关键作用”

党的十九大报告提出乡村振兴战略,20字方针中第一条就是“产业兴旺”。

在盱眙县沿河村,记者看到了“产业兴旺”的现实图景。最初,村民就是想把家里滞销的大白菜卖出去。接着,品质规格不达标、物流供应不稳定等诸多问题接踵出现。后来,苏果提议成立农民专业合作社,在种植、品质管控、采收、配送等环节层层把关。如今,当地白菜品种不断调整,光黄芯大白菜就延伸出几十个品种,价格比普通菜高30%左右,远销迪拜、东南亚等国家和地区。

从计划经济到市场经济,从精准扶贫到乡村振兴,从消费升级到新零售、从健康中国到供给侧结构性改革,从“互联

网+”到“一带一路”……回望“苏果之路”,每一步发展都与时代大潮同频,与国家战略共振,与群众需求合拍。

历经国内连锁商超、洋超市、电商大战、新零售等轮番冲击洗礼,苏果始终屹立潮头,门店越开越多,“金字招牌”越擦越亮——响应“一带一路”倡议,苏果采购团队强势出击首届中国国际进口博览会。目前,苏果进口商品来自全球50多个国家和地区,共计7000多个品种,去年进口商品整体增速达到30%以上;布局智慧冷链物流系统,苏果以南京、淮安为中心,组建专业化物流中心,率先将储运单元识别技术、喷码技术应用于自动分拣机,建成高效便捷的生鲜配送体系;“互联网+”上升国家发

展战略,苏果以新零售为突破口,完成了对便利店、生活超市、社区店和大卖场四大业态的全线升级。实现线上线下双线融合,一键下单、送货到家。手机扫码、自助收银的无人超市,强力刷新“苏果印象”。

聚力乡村振兴,一个个农超对接基地聚点成群、连线成片;发力现代物流,一条条绿色冷链直通田头与餐桌,链接美好生活;着力消费升级,一张张新零售网延伸覆盖苏皖1800家门店……

“苏果不仅是一个超市,它是国家战略‘大棋盘’上一枚具有强大市场活力的攻坚‘棋子’。”陈兵说。身为国有大型流通企业,苏果要在践行国家战略中主动站C位,在承担时代使命中发挥关键作用。

苏果之路

高质量发展写在“希望的田野”上

1月11日一大早,盱眙县沿河村里鞭炮齐鸣,锣鼓喧天,人山人海,新一年的华润苏果惠民“年货节”开幕。“商品品类做加法,商品价格做减法!”苏果年货节相关负责人介绍,一套冬季内衣仅售15.9元、一斤五香牛肉比市场价便宜18.2元……春节前后,苏果将在南京、淮安、徐州、合肥等11个地区举办近700场年货节活动,为农村消费者带来物美价廉的年货商品。

“接地气”的苏果,源自企业与生俱来的“基因”。1996年,苏果开出首家60平方米小店,发展早期即参与商务部“万村千乡”工程,开拓农村市场,在推进实现“三个60%”(60%网点在农村、60%销售来自农村、60%产品来自农产品及加工产品)方面成绩突出,引来全国供销社系统学习“苏果经验”。2018年,苏果超市实现销售额275亿元,40%来自县乡网点。

一路走来,苏果超市始终坚持扎根基层,服务群众,把高质量发展书写在“希望的田野”上。

“国企姓‘国’,国企是‘企’。”陈兵认为,身为国企,天然要扛起党委政府赋予的职责使命,而不是一味以利润为导向。尤其在市场经济环境下,更应凸显国有企业的责任与担当。例如,“菜篮子”安全关切民生、关系物价、更关乎稳定,苏果投巨资打造了马群物流、淮安物流、麒麟门小业态物流,日均吞吐量达到100万箱。无论刮风下雨、暴雪冰冻,源源不断地把全国各地生鲜商品输送到老百姓菜篮子和餐桌上。苏果食品安全检测中心通过国家科技部项目验收并投用,是全国唯一以零售终端为依托的重大食品安全项目。新建成的肉类溯源信息平台更是让消费者生鲜产品“从源头到终端”的安全把控一目了然。抗击“非典”、抗击雪灾……苏果都是稳定物价、保障供应、平抑市场的“先锋队”。

国企同时是“企”。作为一家现

代企业,苏果高质量发展必须符合产业发展规律,追求质量效益,建立现代企业制度,实现国有资产保值增值。2019年,苏果在强劲释放市场供应“压舱石”、菜农增收“稳定器”和乡村振兴“点金石”等多重效应的同时,以“提质增效”为核心,推动企业各方面工作高质量开展。二代大卖场运营经验加速推广,三代社区店持续升级,四代便利店发展更趋成熟,网点建设速度和质量齐头并进。供应链全面升级,引领消费升级新需求,推进线上线下融合,构建数字化零售新矩阵,实现销售规模稳中有进,整体盈利水平创历史新高,企业发展基础进一步夯实。

找准“两个效益”的“结合点”,发力“党建引领”的“关键处”。苏果以“大党建”为核心,创新打造“党建示范店”和“苏果先锋队”两个特色党建品牌,将基层党建和企业发展“两张皮”拧成“一股绳”。牢记初心使命,坚持企业发展到哪里,党的建设就跟到哪里,党支部的战斗堡垒作用就体现在哪里,成为苏果“做强做优做大国有企业”的鲜活实践。

用“百姓口碑”换得“发展奖杯”。时至今日,经历初创、成长、扩张、整合、转型等重大阶段节点,苏果实现了从小超市到大连锁、从传统零售到现代零售的跨越式发展。“苏果模式”为行业普遍认同并起到积极示范作用,被多所院校深入研究编入MBA商业案例,成为民族商业创新发展的典范。

“苏果像大树一样,根扎得有多深,就有多么枝繁叶茂,就能结出高质量发展的累累硕果,真正成为历久弥新的‘百年老店’。”中国社科院研究员陈晓东如是评价:上接国家战略,城乡融合舞台大有可为;往下扎根田野,广袤农村市场大有可为——两个“大有可为”,正是高质量发展可资借鉴的“苏果之路”!

据《新华日报》