

湖南省供销合作总社

湖南省供销合作总社 关于印发《全省供销合作社系统“供销大集” 产销对接活动工作方案》的通知

各市州供销合作社，省社直属各事业单位，省供销集团及其出资企业：

现将《全省供销合作社系统“供销大集”产销对接活动工作方案》印发给你们，请结合实际，认真抓好贯彻落实。



全省供销合作社系统 “供销大集”产销对接活动方案

为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，按照省委省政府“全力以赴提振消费”工作要求，充分发挥全省供销合作社系统优势，服务扩内需、促消费战略，帮助解决农民“三盼”问题，带动乡村特色产业发展，制定本方案。

一、总体目标

立足全省供销系统沟通城乡、联结产销的职能定位，聚焦主责主业，坚持便民助农、多方联动、务求实效，通过开展“供销大集”产销对接活动，搭建优质特色农产品流通平台，在服务城乡居民消费升级、推进乡村全面振兴中彰显供销担当、贡献供销力量。

二、主要任务

（一）统筹开展产销对接活动

各地供销合作社要整合系统内流通企业、电商企业、农民合作社等资源，采用“线上+线下”结合模式，举办“供销大集”专场产销对接活动，集中展示销售优质特色农产品。

（二）抢抓消费旺季节点

各地供销合作社要指导系统流通企业，充分利用中秋、国庆、元旦、春节等节假日和“农民丰收节”、“湘超”等特色活动载体，

推动“供销大集”“流动供销”系列活动进商圈、进社区、进场馆，助力乡村土特产打开市场，满足城乡居民就近消费、便利消费需求，进一步释放消费潜力。

（三）发挥省社直属单位带头作用

省供销集团要统筹“巧供网”“乡村振兴馆”等平台，组织成员企业参与“供销大集”，形成工作合力。省社相关主管社团要结合茶叶、果品、食用菌等优势产业，开设“供销大集”专场活动，精准搭建产销对接桥梁。

（四）打造“供销大集”品牌

各地供销合作社要结合农产品流通业务，筛选销路广、品质优、标准化程度高的土特产，加大自有品牌培育推广力度。重点打造一批地域特色突出、产品特性鲜明的区域公用品牌、企业品牌和产品品牌，通过“供销大集”平台集中展示展销，提升本地农产品市场竞争力，打造“供销大集”农产品产销对接品牌。

三、工作要求

为确保活动规范统一、高效落地，突出协同性与品牌辨识度，执行“五统一”标准。

（一）统一时间安排

全省系统集中时段开展活动，形成声势与热度叠加效应。2025年9月至2026年春节期間重点安排三场集中活动：一是结合“中国农民丰收节”、消费帮扶“金秋行动”及国庆节，覆盖

中秋消费需求开展活动，9月29日至10月6日为全省系统集中展销期。**二是**聚焦迎元旦和冬季食材储备开展活动，暂定2025年12月31日至2026年1月3日为全省系统集中展销期。**三是**2026年2月上旬，围绕春节、元宵节采购需求开展活动，暂定2026年2月7日至2026年2月10日为全省系统集中展销期。

各地供销合作社须按时间节点推进工作，提前制定计划、细化方案，完成参展商对接、场地布置、设备调试等筹备任务，确保活动如期开展。

（二）统一产品标准

以产品质量与标识为核心，筑牢安全可信防线。**一是质量标准。**参展农产品需符合国家及地方食品安全法规，蔬菜、水果需通过农残检测（符合GB2763-2024《食品安全国家标准食品中农药最大残留限量》），畜禽产品需提供动物检疫合格证明，干货类产品水分含量符合行业一级标准，预制菜需具备SC认证；**二是标识标准。**产品包装需清晰标注名称、产地、生产者、生产日期、保质期、食用方法。**三是抽检标准：**活动前联合市场监管部门开展产品抽样检测，不合格产品一律禁止入场。

（三）统一服务要求

明确主体资质与服务要求，保障活动合规优质。**一是主体资质要求，**农产品生产者需提供营业执照（或农民专业合作社登记证）、生产记录台账，流通企业需提供食品经营许可证，参展商

需签订《质量承诺书》；室内举办活动需具备场地安全许可、消防验收证明。**二是活动流程要求**，入场前对产品资质、标识进行二次核验，活动期间设置“产品溯源查询点”，公示检测报告并提供追溯码查询服务。**三是服务管理要求**，建立“投诉响应机制”，每场活动设维权服务点，对消费者投诉需在24小时内反馈处理结果。各地供销合作社要加强活动服务质量监督，及时处理投诉建议，提升参与满意度。

（四）统一品牌标识

规范“供销大集”与“中国供销合作社”标识使用，强化视觉统一性。**一是宣传资料**，活动海报、手册、邀请函等需将“供销大集”标识置于左上角，下方标注“中国供销合作社”标识；**二是现场设施**，舞台背景板以“供销大集”为核心元素，展位楣板、指示牌同步标注“供销大集”与“中国供销合作社”标识；**三是产品包装**，鼓励参展商在农产品外包装正面醒目位置印制“供销大集”标识，散装产品需在陈列区悬挂统一标识牌。

（五）统一宣传推广

构建“集中时段+三级矩阵”宣传模式，扩大活动影响力。**一是统一宣传时段**。围绕三场集中活动设置“3个宣传周期”，活动前5天发布预告及参展产品清单；活动期间每日推送现场亮点、直播链接；活动后5天公布成交数据、推介典型案例。**二是发挥宣传矩阵作用**。省社统筹“省市县”三级宣传矩阵，省社微

信公众号首发核心内容，市州社同步转发并补充本地细节，县市区社联合当地电视台、乡镇广播站开展本地化宣传；联动湖南日报、湖南卫视等省级主流媒体进行专题报道，形成“上下联动、政企协同”的宣传合力。

四、保障措施

（一）强化组织领导

各地供销合作社、省供销集团要明确专班专人，结合本方案制定具体落地方案，细化落实措施，确保活动安全有序推进。

（二）争取政策支持

各级供销合作社要加强与政府相关部门沟通协调，推动“供销大集”融入当地提振消费行动，积极争取场地、资金、宣传等方面支持。

（三）做好信息报送

各市级供销合作社、省供销集团要建立信息报送机制，及时将活动进展、成效、典型案例等情况报送至省社经贸发展处。