

序 言

为什么要“扎根”

写这本书的念头，源于一个朴素的问题：供销社，这个中国最深入乡村的组织，在数字化时代应该扮演什么角色？

有人说是“卖货的”。有人说是“收粮的”。有人说是“历史的遗存”。这些说法都没错，但远远不够。

在中国最基层的乡村，在那些地图上都不容易找到的村落里，供销社是老百姓最熟悉、最信任的存在之一。这种信任不是一天建立起来的，是几十年、几代人积累下来的。在当今这个信任稀缺、忠实于表层利益的环境中，这种“被信任”本身就是最稀缺的资源。

问题是：我们如何用好这份信任？我们能为老百姓做什么？我们能给这个时代留下什么？

这就是这本书要回答的问题。

这本书不是一本纯理论著作，而是一本实践指南。它源于一个真实的项目——“供销安选”社区民生健康综合服务平台（SCCMHP）。这个项目从最初的一个超市健康角构想，经过反复讨论、不断扩展，最终发展成为一个覆盖民生服务、商业生态、文化传承、应急安全四大领域、包含五十六个功能模块的综合性平台。

这个过程本身就是一个“扎根”的过程。我们不是在办公室里凭空想象农村需要什么，而是一次次地回到问题本身：老百姓最需要什么？政府最关心什么？供销社能做什么？

答案是：能赚钱，能看病，能养老。种地能赚钱，看病不出村，养老有人管。

这十五个字，就是我们全部工作的出发点和落脚点。

本书按照“四部八篇六十四章”的结构展开。第一部“根基篇”讲平台的技术底座与架构设计，回答“怎么建”的问题。第二部“民生篇”讲公共服务与民生保障，回答“为谁建”的问题。第

三部“兴业篇”讲商业生态与产业振兴，回答“怎么持续”的问题。第四部“铸魂篇”讲文化遗产与乡村治理，回答“留什么”的问题。

每一章对应一个具体的功能模块，从需求分析到架构设计，从核心功能到运营策略，从技术实现到商业变现，力求给读者一个完整的、可操作的参考方案。我们希望通过这本书，为全国各地的供销社提供一个“照着做就能建”的实践指南。

四

这本书的读者是谁？

首先是供销社人。你们是最了解农村的人，也是最有情怀的人。这本书是写给你们的，希望能为你们的工作提供一些参考和启发。

其次是政府工作者。乡村振兴不是一句口号，需要具体的抓手和平台。这本书展示了供销社如何成为政府服务农村的“最后一公里”基础设施。

再次是乡村振兴的研究者和参与者。无论你是技术开发者、运营管理者，还是社会投资人，希望这本书能让你看到一个不一样的乡村——一个充满机遇、值得扎根的地方。

五

最后，我想谈谈“魂”。

在讨论这个项目的过程中，我们反复追问：这个平台和别的平台有什么区别？为什么老百姓要用我们的平台？

答案最终落在了两个字上：扎根。

别人做平台，是来赚钱的。我们做平台，是来扎根的。扎根了，魂就留住了；魂留住了，人就留住了；人留住了，什么都好做了。

什么是“魂”？魂不是一个技术术语，不是一个商业模式，而是一个朴素的承诺——让农村人活得有尊严、有保障、有盼头。有尊严，老人不再为吃一顿饭发愁，残疾人能自食其力，平凡人能靠劳动获得认可。有保障，生病了能在家门口检测、连线专家，被骗了有公安警示，有困难有民政兜底。有盼头，种的菜能卖好价钱，农闲时有零工可做，家族的历史有人续、后辈能找到根。

“扎根乡土，把魂留住”——这是供销安选的承诺，也是这本书的核心思想。

当老百姓觉得这个平台是“为我好”而不是“赚我钱”时，魂就留住了。当老百姓觉得这个平台是“咱村自己的”而不是“外来赚钱机器”时，魂就塑造好了。

感谢所有参与这个项目讨论、设计、建设的人。感谢每一位愿意扎根乡村、服务乡村的人。

这本书献给你们。

编 者

二〇二六年七月