

倾力倾情开展产销对接

全心全意助力精准扶贫

顾正斌

近几年来，上海蔬菜集团始终坚持以习近平总书记关于扶贫工作和乡村振兴的一系列重要论述为指导，坚决贯彻落实党中央脱贫攻坚战略部署和上海市委、市政府的对口帮扶安排，在市合作交流办、市商务委、市国资委等部门的有力指导下，充分发挥“大市场、大流通、大平台”的功能优势，积极探索形成了“签约建基地，对接渠道产业扶贫”“万家帮万户，设立项目销售扶贫”“百县树百品，打造品牌公益扶贫”“做强总枢纽，搭建平台消费扶贫”等精准扶贫上蔬模式，助力更多建档立卡贫困户增产增收，成为上海市扶贫工作中体现“当地所需、上海所能”的一支重要力量。年累计销售对口帮扶地区农产品约 12.71 万吨，销售金额 8.35 亿元。

一、签约建基地，以产业帮扶带动乡村农业振兴

乡村振兴，产业兴旺是根本。2017 年以来，在市商务委、市合作交流办的指导下，上海蔬菜集团多次组织工作小组深入云南、贵州山区乡村，结合当地农业产业实际情况和需求，创新性地确立了以“产销对接、产业帮扶”为思路，通过“签约基地、搭建平台、打造品牌、拓展渠道”的方法，先后与云南德宏、曲靖、楚雄、迪庆、红河、丽江、大理、文山等地区 14 家农产品生产基地和贵州遵义的 11 家蔬菜生产基地进行了签约，全力组织当地特色农产品出山入沪，兴旺产业。通过开辟绿色通道、设立扶贫专位、减免相关费用、走访建档立卡贫困户等措施，直接打通了贫困地区农产品销往上海的渠道。云南砚山县地处海拔 1500 多米高原，昼夜温差大，为优质蔬菜的生长提供了得天独厚的环境。但由于缺少市场经验和技術支撑，蔬菜产业一直停滞不前。得知这一情况后，自 2017 年起，我们先后几十次跨越 2500 公里来到云南砚山，带队走进砚山县重点扶持蔬菜种植企业——中康蔬菜生产基地，手把手教，面对面帮。当年 10 月，砚山蔬菜就打入上海市场，当年就实现蔬菜销售 100 多吨，带动了当地 2453 户建档立卡贫困户实现脱贫。如今这些贫困户的年收入已经达到 3 万元以上，是过去的 10 倍。

2016 年初，集团领导考察云南楚雄彝族自治州牟定县，在深入山区的几天几夜里，详细调查了解了当地的土壤、气候和水利条件后，专门为牟定找到了产业振兴的突破口——小蚕豆大有可为。同年 6 月，江桥市场就与云南牟定县签订帮扶对接框架协议。过去四年，江桥市场业务骨干和专业人员多次深入牟定山区，带技术、带种子、带经营户上门，手把手帮助当地蚕豆种植专业户、乡镇干部、农户传授种植技术和要领，免费为当地培训营销人员、检测人员。蚕豆上市季，集团还邀请当地种植户到上海察看适销对路情况，更精准地帮助牟定种好豆、卖好豆。如今，蚕豆种植已成为牟定的支柱产业，种植面积达 15000 亩，产量 1.2 万吨，产值 7200 万元。现在云南的蚕豆已经占到江桥市场 70% 的份额，原来上海市民在开春的 2、3 月份才能吃上蚕豆，现在从 12 月开始就可以吃到来年的 5 月份，实现了多赢的好态势。“授人以鱼不如授之以渔”，为进一步传播产业帮扶理念，蔬菜集团还组织开设了云南、遵义产业（扶贫）基地农产品上海产销精准对接工作培训班，先后在沪为云南、贵州的 540 多名农产品经销人员、农村致富带头人举办了 9 批次专题培训，接待贫困地区专项考察 100 多批，安排 4 批次贫困地区业务骨干挂职培训，把对接模式、扶贫理念送往云贵。除此以外，集团还多次牵头组织电商、批发市场等经营户飞赴云南现场对接，直接帮助砚山生态蔬菜、剑川花心土豆、建水红薯、元阳红米、迪庆松茸、红河石榴、泸西酥梨、元阳梯田鸭、建水紫陶、施甸香菇、怒江草果、澜沧马铃薯、曲靖蓝莓等农产品打入上海市场，依托集团所属的 10 多家各类批发、零售市场，引进签约扶贫基地 2 万多吨蔬菜入沪销售，销售额超 1 亿元。

去年以来，为进一步巩固东西部协作和推动乡村农业产业发展，集团由班子领导带队，深入云南、贵州遵义多个扶贫基地开

展考察对接，落实相关基地建设发展帮扶政策，倾力推动结对帮扶工作，深化产销精准对接模式，努力帮助对口帮扶地区的优质农产品“出山入沪”。根据集团基地建设的计划安排和建设标准，去年在贵州省遵义湄潭县新建了香葱食品安全示范基地，在云南省昭通市昭阳区建立了集团保障性基地。为提升对口帮扶的效果，集团还按照光明集团关于百企帮百村帮扶工作的要求，出资支持剑川县金华镇庆华村道路硬化建设。2021年，集团荣获“云南省脱贫攻坚先进集体”的光荣称号。

二、万家帮万户，以销售帮扶带动乡村产品振兴

如何促进乡村产品振兴，让云南、遵义等贫困地区高原农特产品从田头直抵申城市民餐桌，让市民奉献爱心的同时收获来自天边菜园的自然馈赠，是蔬菜集团长期以来关注和思考的帮扶课题。2018年初，在上海市对口支援与合作交流工作领导小组办公室的倡导下，上海蔬菜集团积极携手阿基米德、安信农保等专业力量，面向全市开展“云品进社区，万家帮万户”大型销售扶贫行动，号召广大社区居民购买爱心扶贫年度大礼包，帮助帮扶地区贫困户的农特产品实现从田头到餐桌的有效流通。爱心扶贫年度大礼包以年为单位，包含12份特色礼包，订购后每个月送达1份，包含了贫困地区时令、健康、有机的特色农产品。依据上海地区的消费水平和消费需求，爱心扶贫年度大礼包定价为3000元——国家2017年贫困线约等于3000元，寓意每卖出一份定价3000元的“爱心扶贫年度大礼包”，就能帮助一名建档立卡贫困人员脱贫。市民在实现公益爱心奉献的同时，还体验到云南等对口帮扶地区的优质原生态食材。印象最深的是2018年8月，集团在云南红河州走访时，听闻最南段的金平苗族瑶族傣族自治县有位少数民族妇女为了帮助当地贫困妇女家庭脱贫，只身一人带领336名农村妇女，创办诺玛养殖合作社专门在山上养鸡，感动了很多，东方卫视也要去采访她。因为金平县是一个集边疆、山区于一体的多民族贫困县，离越南很近，离红河很远，而且全是山路，去了当天就回不来。然且当地农牧局领导还说，那边山区经常山体滑坡，进县城的道路就一条，有进去后就出不来的风险。但我们依然决定要去金平县去看看，去现场了解一下诺玛合作社相关情况。经过几小时的车程，到达金平县已接近傍晚。然而正当庆幸到了县城，马上就能到达诺玛合作社时，前方突然山体滑坡，堵住了唯一的一条路。但我们没有折回，当晚就住在金平县。让我们感动的是，第二天一大早县里就为我们打通了道路，我们见到了传说的诺玛黄文英和她在山顶上的养鸡场，后来东方卫视大型扶贫节目“我们在行动”专门走进金平，我们集团当场认购了300万元的“金平诺玛飞鸡”产品。如今，越来越多的像黄文英这样的云南普通百姓成了我们的好朋友，我们不光给他们推销产品，还帮助他们孵化产品。集团原云品中心孵化云南地区产品SKU数达4332个，覆盖13个州（市）43个县，服务当地企业、基地597家。诺邓火腿、元山红米、诺玛飞鸡，每个产品背后都折射出我们对云南人民的一片真情。通过爱心大礼包定制、高端社区公益推广、线上订货和线下配送相结合等形式，爱心大礼包实现了16个区全覆盖，销售额累计超过3500万元，精准关联云南省10个州市46个贫困县12800多名建档立卡贫困户，得到了上海市政府及社会各界的充分肯定。“云品进社区、万家帮万户”销售扶贫活动入选2018上海市精准扶贫十大典型案例。

三、百县树百品，以公益帮扶带动乡村品牌振兴

为充分利用上海购物品牌的优势，2019年集团将关于扶贫工作的创新性思考扩展到如何通过公益扩大帮扶的影响力，将贫困地区优质农产品集成打造成为人们耳熟能详的专属品牌，推动乡村振兴工作走高质量发展的道路。在市合作交流办的指导下，上蔬团队积极主导对口帮扶地区“百县百品”项目。该项目按照改造生产链、畅通流通链、提升价值链的总体思路，从提升供给质量和水平入手，通过三轮选品活动最终遴选出首批94个贫困县的97种特色鲜明、品质稳定、竞争力强、辨识度高的区域品牌农产品，树立了对口帮扶地区区域农产品在上海市场的优质品牌形象。为进一步扩大“百县百品”产品的知名度和影响力，我们在组织好选品展示的同时，结合“10.17”扶贫日等主题活动组织“百县百品”产品进党政机关、进企事业单位、进社会组织开展宣传推广，开展了“百县百品进社区、千家万户助扶贫”上海对口帮扶地区优质农特产品走进社区等系列活动，逐步在各区设立“百县百品”专柜，促使更多社区、更多市民了解消费扶贫、参与消费扶贫。在线下展销活动如火如荼的同时，集团还积极探索线上营销方式，率先创建了“百县百品”线上微商城平台，由此成为了上海市对口帮扶的重要窗口和抓手。为了不断提升上海对口帮扶地区优质农特产品出山入沪品质和数量，我们还定期组织专家对“百县百品”入选产品进行更新扩充，目前已经形成第二批105个贫困县的8个大类280个符合“上海标准”的区域品牌农产品。自“百县百品”项目开展以来，实现帮扶建档立卡贫困户49万余人，被评为2019年度上海市精准扶贫十大典型案例。

四、畅通总枢纽，以消费帮扶带动乡村渠道振兴

助力乡村振兴，最核心的是要带动当地农户创收。为实现产销扶贫利润最大化，我们坚持在畅通销售渠道、搭建销售枢纽中办好事、理急事、做实事。一是减免费用，把好事办好。我们坚持做扶贫零收益，采取“产销对接、精准到户”模式，通过开辟扶贫绿色通道、设立扶贫专用档口、车位、减免交易手续等手段，努力将云南、贵州的“菜园子”与“上海菜篮子”紧密对接，不间断帮扶对口地区贫困户增收。在集团市场设立5个免费帮扶专用档口，设立指定帮扶销售车位，每年减免交易手续费百余万元。二是启动预案，把急事办快。新冠疫情发生后，云南和贵州地区出现了农产品滞销现象。我们得知后，第一时间组织西郊国际、江桥、江杨等市场商户开展对口帮扶产销对接，前年1至9月蔬菜集团江桥市场帮助云贵地区销售农产品8.39万吨，交易额3.87亿元；西郊国际和江杨市场帮扶云贵地区销售水果3215吨，2759万元，猪肉130吨，546万元，帮助当地农户解决了燃眉之急。近三年来，我们时刻关注对口地区冷暖，先后4次组织市场对积压的云南剑川花心土豆、大理洋芋、洱源大蒜等进行应急销售，不仅没让当地农户遭受损失，还实现了一定幅度的增收。三是建好平台，把实事办实。在做大做深产业帮扶的同时，我们还积极开展消费扶贫创新，探索建立精准扶贫长效机制。前年6月，在市合作交流办的指导下，带领员工高标准建设运营“上海市消费扶贫工作平台”。围绕上海市2020年“一达到、两超过”扶贫目标，创新建立产品认定平台、推广销售平台、数据整合平台“三台共建”思路，建立健全消费扶贫市场前端、营销后端、消费终端“三端联动”机制，通过链接消费渠道、开展组织化销售、搭建数据平台等工作的扎实推进，仅2020年消费扶贫平台就已实现832个贫困县产品集成销售额近145亿元，其中云贵地区近58亿元。10月17日国家扶贫日当天，上海市委书记李强、市长龚正在调研消费扶贫平台时给予充分肯定。

五、继续帮扶，把工作做实做细做好

一是注重资源整合，推动消费帮扶再强化

2020年在全市热门商圈建立11家“百县百品”直营店的基础上，坚持“政府推动引导、社会市场协同发力”的原则，通过组织协调、沟通衔接、督促考核，依托线上微官网平台及线下各直营店及“121”生活馆、专卖店的力量，增强帮扶产品的品牌知名度和关注度，集中力量打造网红、爆款商品。2022年，按照本市消费扶贫行动部署，我们要进一步推动“新型城市化区”直营店建设工作实质性落地。目前已新开设百县百品嘉定直营店，后续奉贤、闵行、松江、崇明等新城区已积极做好开店准备，进一步扩大消费帮扶线下阵地，让百姓打开家门就能看到、买到、吃到优质的对口帮扶地区产品。

同时，消费帮扶平台将继续发挥自身优势，在市合作交流办的指导下，联合拼多多等电商平台，通过活动造势，选优推介，对消费帮扶产品进行线下销售价格补贴或线上直播带货等活动，打造优势产品，进一步拓宽消费帮扶产品的销售渠道，让更多的产品走进上海市民家中。同时，平台将在各方政策五年不变的前提下，争取在市总工会、国资系统和光明食品集团内部，持续推进消费帮扶产品进机关、进企业、进社区活动，扩大帮扶产品流通渠道，提升消费力。

二是注重培育孵化，推动产品竞争再提升

按照“百县百品”产品认证工作流程和要求，严格审核对口帮扶地区企业资质，根据前期市场反应、销售情况以及消费者口碑等指标，开启新一轮“百县百品”产品遴选，迭代产品创新力，通过对口地区产品的培育孵化再升级，遴选一批、淘汰一批，做到动态调整百县百品产品品牌，巩固产品核心竞争力。与云南昭通、怒江开展资源对接，通过套餐化、定制式、全配送的运营模式，精准对接田头和餐桌，将更多云南地区的优质产品推广到上海市场。根据“做优文旅帮扶”的要求，首次设立“百县百品”第九类——“非遗文创产品”，优中选优，为上海市场持续不断推送受欢迎的系列产品。

三是注重整合归集，推动数据分析再创新

将重点推进消费帮扶工作平台数据采集分析系统建设运营开展系列工作。一是在域名及公安备案完成的基础上，与各区消

费帮扶渠道、蔬菜集团市场平台、国资委系统对接，分步完成数据管理操作培训工作。二是与全市各直营店、生活馆、专卖店专柜和线上线下销售渠道建立数据对接，实现全市消费协作资源渠道的一体联动。三是对各渠道上报数据开展定期定量的统计分析，力求做到数据真实有效、品类齐全、产地精准。四是根据对口帮扶地区的调整，及时更新数据库，完善五大渠道的数据对接，区分 832 帮扶产品和上海对口帮扶地区产品对接的数据。五是通过定期对各区进行回访，及时了解用户使用情况，完善系统流程，以简单实效的模式，实现对全市各区消费帮扶数据的统一归集管理，争取做到消费帮扶一盘棋、一张网和一个评价标尺。

四是注重宣传推广，推动活动影响再扩大

今后，平台将充分发挥好市级层面指挥棒功能，突出聚合效应，联合多种渠道组织开展商品营销活动，进一步将消费帮扶元素嵌入“五五购物节”“1017 国家扶贫日”“中秋国庆”“双十一”“元旦春节”等节日热点中，定制不同的活动主题，开展好“迎新春”“踏青春游季”“618 大促”“清凉果夏”“浓情中秋，礼献国庆”等一系列全市直营店联动促销活动，在各渠道内推动形成“周周有活动、月月有主题、季季有热潮”的局面。通过加大宣传推广力度和提升活动影响力，切实解决贫困地区产品销路窄、组织化程度低等问题，通过线上引流带动实体消费，促进消费力和潜力释放，达到拉新、引流成效。形成持续稳定、互利共赢的消费帮扶长效机制。此外，我们还将进一步加强人才智力支持，建立健全管理团队，致力打造一个专业化、市场化的帮扶团队，继续围绕上海市消费扶贫工作平台建设狠下功夫，一手牵菜园子为农民送小康，一手牵菜篮子为市民送健康，努力为上海城市供应和全国乡村振兴真正搭建起一座山海桥梁。