

2023年9—11月,累计直接采购、帮销脱贫地区特色农产品和旅游服务648亿元

去年“消费帮扶金秋行动”成果丰硕

记者从国家发展改革委获悉,国家发展改革委牵头组织2023年“消费帮扶金秋行动”以来,2023年9—11月累计直接采购、帮销脱贫地区特色农产品和旅游服务约648亿元,其中,直接采购130亿元,帮助销售518亿元。行动以“三区三州”特色农产品和特色旅游产品为帮扶重点,遴选推介特色农产品819个、特色旅游线路129条,累计实现对“三区三州”特色农产品和旅游服务帮销助销150亿元。

不断扩大消费帮扶规模

粮食和物资储备系统举办全国脱贫地区优质特色粮油展销会,推介22个省份388个脱贫地区特色粮油产品,签订采购销售和项目合作意向金额约40.8亿元。农业农村系统实施“互联网+”农产品出村进城工程,举办中国农民丰收节金秋消费季活动,加大脱贫地区农产品帮销力度,行动期间累计帮销261.1亿元。文化和旅游系统举办“山河秋韵”全国旅游宣传推介活动暨“长城之约”金秋旅游季,深入挖掘培育乡村旅游资源,遴

选推广旅游精品路线,引导脱贫群众从事旅游等服务业实现就业增收,行动期间累计帮销脱贫地区旅游等服务金额达230亿元。金融系统组织中央金融单位加大消费帮扶力度,行动期间共采购帮销“三区三州”产品2.39亿元,其他脱贫地区产品14.94亿元,帮销脱贫地区旅游等服务7302万元。广电系统利用线上电视大屏、广电电商平台、微信公众号等多种渠道,帮助销售脱贫地区产品,行动期间共帮销“三区三州”产品2544万元,其他脱贫地区产品2.32亿元,帮助脱贫地区销售旅游等服务1.17亿元。民政部、自然资源部、住房城乡建设部、国家卫生健康委、全国总工会、共青团中央、国家邮政局采取定向采购等方式,引导干部职工积极参与行动。

全面发挥消费帮扶促进乡村全面振兴、加快实现共同富裕的政策功能

交通运输部大力支持“四好农村路”建设,全面提升脱贫地区农村产业路基础条件,为特色农产品“出山进城”打通“最先一公里”。中央网信办、商务部等

部门通过壮大农村电商促进消费帮扶,推动脱贫群众转变为“新农人”,欠发达地区网络设施条件和脱贫群众互联网意识显著提升。国务院国资委组织开展“央企消费帮扶兴农周”活动,直接采购1.96亿元,认购4.66亿元,累计带动1.35万户脱贫地区群众增收,促进产业链上下游超10万家中小企业融通发展。广州市今年以来已销售帮扶产品超190亿元,仅帮销贵州鸡蛋一项,年销售额超10亿元,带动贵州当地10万农户就近就业和增收致富。浙江省杭州市举办“消费帮扶金秋行动主题市集”系列活动,为对口帮扶地区的产品打开销路、拓宽市场。国铁集团开展消费帮扶活动15场,行动期间累计采购帮销农副产品4.85亿元、帮销脱贫地区旅游服务6.82亿元。

更加注重通过末端消费促进前端供给提质增效

国家外汇管理局支持定点帮扶的脱贫地区打造“巨鹿”品牌,推出巨鹿金银花等新版包装和形象方案,带动产品销量大幅增长。上海市推动实施

对口支援地区百架旅游包车活动,目前已组织42架次赴西藏、青海、新疆等地旅游包车,输送旅客2750人次。广西壮族自治区推动荔枝产业规模化、标准化、品牌化,积极推广高接换种,实现早、中、晚熟品种种植面积比例调整优化,避免了大规模集中上市的销售压力,有效防范“果贱伤农”。广东省深圳市举办消费帮扶百强好产品评选活动,重点推介喀什沙棘汁、察隅羊肚菌等13款“三区三州”特色产品。中信集团安排到脱贫地区开展工会活动,组织40名模范先进赴脱贫地区休养,支持当地文化和旅游消费。中国农业银行面向总行机关、直属机构和子公司发放农产品消费“兴农券”7630张,引导职工购买“三区三州”特色农产品。中国民生银行结合河南滑县枣村乡堤上村老林场建筑群,帮助开发白马林谷民宿,大力发展乡村旅游,带动当地文旅产品消费。

建立健全常态化消费帮扶的组织动员体系

北京印发《2023“京彩西品”消费帮

扶金秋集中行动方案》,将消费帮扶金秋集中行动与保障首都“菜篮子”“米袋子”“果盘子”供给有机集合,累计帮销助销53.4亿元。武汉市发挥驻村第一书记、驻村工作队作用,用好直播带货等渠道,积极帮助驻点村农副产品上行外销。中国供销集团围绕节假日消费需求,组织所属流通企业利用线上平台和线下消费帮扶专区专柜,开展各类营销活动,拓宽脱贫地区农副产品销售渠道。中国石油天然气集团31家省级销售公司线下联动,开展“百城万站”宣传营销,通过在全国11736个加油站设立帮扶专区等方式动员社会力量参与。中国光大集团部署系统内企业推进脱贫地区产品进食堂、超市、所属经营性场所,助力解决消费帮扶“最后一公里”难题。中国联通集团用好中国联通APP、沃钱包APP等自有平台,组织各省级(子)公司、总部各部门和广大员工全面参与,累计直接采购4262.2万元,帮助销售907.8万元。

(综合)

一百六十余种重庆农特产品进京展销

近日,2023消费帮扶产品进京系列活动——助力乡村振兴渝货进京发车仪式在重庆市渝北区圣名城市广场举行,共有160余种重庆特色农产品将进京展销。

本次活动由中国农业银行机关服务管理局、重庆市乡村振兴局、重庆市人民政府驻北京办事处共同指导,重庆市乡村发展协会主办。

活动当日,随着几声鸣笛响起,4辆满载着重庆农特产品的货车从广场出发,驶向北京。“2023年11月,‘渝货进京’暨消费帮扶展销对接活动在北京举行,取得了很好的反响。活动期间我们与中国农业银行等8家央企达成消费帮扶合作意向,目前中国农业银行已正式同意确定重庆市乡村振兴协会作为其食域的食材供应机构。”重庆市乡村发展协会执行会长杨子江介绍,本次消费帮扶产品进京系列活动,协会组织了38个区县百余家企业参与,遴选160多种农产品送往中国农业银行总部举行展销活动。

据了解,160余种农产品中,有城口老腊肉、荣昌猪肉、酉阳茶油、奉节脐橙、江津米花糖、垫江石磨豆花等耳熟能详的重庆名特产品。

“消费帮扶一头连着脱贫地区的产业及脱贫群众的‘钱袋子’,一头连着广阔的消费市场及千家万户的‘菜篮子’‘果盘子’。”重庆市乡村发展协会帮扶专委会副主任王子郡介绍,本次活动既为重庆农特产品拓宽销售渠道,促进产业发展,也能进一步提升巴渝“土特产”的知名度和影响力。

据悉,接下来重庆市乡村发展协会将与中石化、三峡集团、中信银行等央企对接,扩大“渝货进京”的销售渠道,带动更多重庆农特产品销售。(重庆日报)

消费帮扶助力乡村振兴的‘湖南经验’

服务约197.3亿元,其中15个重点帮扶县产品销售超50亿元。

发动青年群体参与品牌赛事有妙招

“又有人下单了,再跑一圈!”2023年11月,湖南理工大学的操场上,一群学生穿着动物服饰,展开了一场颇为新颖的“动物联播带货”。这些大学生正在参加湖南省2023年消费帮扶营销大赛,为脱贫地区的农产品进行直播带货,助力增收。

“动物联播带货”团队的3位学生自称“驴驴驴”“雕雕雕”和“青蛙王子”。在他们的抖音直播间里,粉丝每购买一单农产品,团员就围绕操场跑一圈。团队的创意和卖力,成功激发了粉丝的下单热情。不一会儿工夫,三人就跑了20圈,为特色农产品增加了20单销售。

2023年9月以来,全国近百所高校的400余个大学生团队参加湖南省2023年消费帮扶营销大赛,联手为湖南省优质产品带货。

据介绍,近3年来,在组委会的发动下,全省130所高校、1016家企事业单位及电商企业参加了消费帮扶活动,其中大学生参赛超65万人次,在全国掀起了一场消费帮扶的青春热潮。

2023年,组委会还举办了系列品牌赛事,助力大批“湘”字号土特产“出圈”。2023年3月,消费帮扶营销大赛巅峰之战在吉首举行,下单“赛况”激烈。

“农博会”开到家门口 消费帮扶有真招

如何打通销售难点、堵点,为脱贫地区产业赋能?

举办活动、直播带货之外,组委会动员湖南省各级各单位工会,拿出一定比例经费用于消费帮扶活动,同等条件下,优先在“湖南省消费帮扶活动服务平台”采购脱贫地区产品,引导干部职工积极消费脱贫地区产品和文旅服务。

湖南省机场管理集团、长沙公交集团等企业积极响应,邵阳、怀化、郴州等市总工会结合当地产业特色,为工会会员提供福利保障的同时,也助推了当地产业升级。

“通过‘湖南省消费帮扶活动服务平台’发放工会节假日福利,增加了工会会员的满意度与幸福指数,刺激了消费活力,提振了消费信心,更重要的是带动了脱贫产品销售,增加了脱贫群众收入。”

日前,“乐享消费 惠购三湘”促销活动正陆续在湖南省14个市州开展,将在湖南省1000多个社区举办集市展销活动,把“农博会”开到家门口,推动农产品出村进城。(湖南日报)

自2021年启动至2023年11月底,“湖南省消费帮扶活动服务平台”采购、销售脱贫地区产品和服务近200亿元;近百所高校大学生为脱贫地区优质产品带货;在湖南省1000多个社区举办集市展销活动……

3年来,湖南省商务厅牵头,联合湖南省教育厅、湖南省国资委、湖南省总工会等多部门共同指导湖南省市场营销协会开展形式多样的消费帮扶活动,并成立活动组委会负责具体组织实施。《以商兴农 以赛促贸 消费帮扶助力乡村振兴》入选国家发改委2022年全国消费帮扶助力乡村振兴优秀典型案例,形成了消费帮扶助力乡村振兴的“湖南经验”。

对接产业搭平台 防止返贫有实招

“我们收入主要靠制作手工红薯粉,最希望的是销售渠道和价格有保障。”隆回县建华村一户村民说,通过“湖南省消费帮扶活动服务平台”,红薯粉不愁销,2022年家里年收入比2021年增加2.3万元。

如何帮已脱贫村民的优质产品找到稳定销售渠道?2021年,组委会对接已脱贫地区产业,搭建“湖南省消费帮扶活动服务平台”。平台设立14个市州分馆,汇集全省122个县市区773家扶贫企业的近4000款重点帮扶产品。

打开该平台可以看到,平江香干、隆回山界红糖、麻阳冰糖橙等大批特色产品已成为热销商品,实现了从田间到餐桌的华丽变身,为脱贫地区农户带来实实在在的收益。

据统计,自2021年平台启动以来,截至2023年11月底,累计直接采购、销售脱贫地区产品和

2023年“天府乡村”公益品牌产品年货大集 累计销售额近3800万元



图为“天府乡村”公益品牌产品年货大集线下展销活动现场。

2023年12月24日,为期4天的“天府乡村”公益品牌产品年货大集线下展销活动落下帷幕,活动累计销售额高达3791万元,其中现场销售191万元,产销对接签约额3600万元。

据了解,本次活动共125家企业参展,超1000种四川优质农产品亮相,展销期间超过8成参展商多次补货依旧供不应求。在“天府乡村”公益品牌助力下,来自四川乡村的优质产品得以链接到更广阔的市场,为农民提供销售渠道,让广大消费者获得“有品质保障”的产品,令消费潜力转变为推动乡村振兴的不竭动力。此外,“天府乡村”公益品牌是助推脱贫成果巩固、乡村全面振兴的重要载体,四川省“天府乡村”公益品牌用标主体超过3600家,用标产品超过1.3万个,2021年以来带动四川省脱贫地区农产品销售规模超583亿元,为广大农民特别是脱贫群众拓宽了增收致富路子。

广州增城驻英德市波罗镇工作队:

念好“帮字经” 打好“组合拳”

消费帮扶工作存在的短板,希望得到广州科德投资有限公司广清消费帮扶馆的支持,搭建消费帮扶载体,拓宽农特产品销售渠道,有效解决“销售难”的问题。

对此,该帮扶馆负责人建议整合相关资源,助力山区优质农特产品“出山入海”。通过“聚焦做优产品,着眼做大平台,加强服务保障”的“组合拳”,实现了农产品变商品、收成变收益,助力乡村振兴事业再上新台阶。

为建成“一站式”服务农户农企的“小阵地”,组团单位支持建立“波罗农特产品消费帮扶馆”,以此为基地,整合全镇现有农特产品资源,通过“订单式”消

费帮扶,帮助农户增收。

同时,波罗镇立足产业发展需要,投入300多万元建成了波罗麻竹笋深加工厂,将产业发展和消费帮扶紧密结合起来,丰富本地消费供给、释放消费新潜力、持续放大消费动能。驻镇工作队还充分发挥科技特派员作用,邀请华南农业大学种植专家何业华教授到田间地头开展种植培训指导。

在培训现场,何业华深入浅出地语言向种植户详细讲解了三华李种植管理、修剪技术、病虫害绿色防控等方面的科学知识;同时进行现场示范剪枝培训,对三华李种植户在实际管理中遇到的各种难题进行现场答疑解惑。

获四项年度权威大奖

爱玛标准化服务成行业标杆

说到服务,爱玛是行业的开拓者,也是行业的引领者,甚至某种程度上,爱玛的服务发展史,就是行业服务的发展史。

行业发展初期,在业内几乎没有成规模的维修和售后服务体系的情况下,爱玛以身作则,率先为行业探索建立了良好的服务意识和模式,并且,爱玛并未止步于此,而是继续坚守初心,坚持“让用户满意,成为一种信仰;让服务体验,成为一种时尚”的服务价值理念,不断丰富服务形式、提升服务品质、迭代服务产品。

以当下爱玛正在进行的、已坚持十一年之久的“暖冬行动”为例,任意电动车用户不限品牌进入全国爱玛终端门店,既能享受25项免费检修保养服务,同时又能参与99元抢4块大电池,以旧换新至高抵1000元,线上抖音京东大额金券、购车送豪华时尚礼包、限时抽现金大

红包等诸多福利活动。

同时,爱玛的温暖不局限在门店内,还在空间上下沉,深入社区、街道,打造服务零距离,传递给更多人。更重要的是,爱玛还拓展服务的人群,不仅服务车主,还主动为环卫工人、交通警察、外卖小哥等送去温暖,用更炽热的心践行“爱,就马上行动”的品牌理念。

可以肯定的是,时至今日,爱玛仍在探索打破行业的服务上限,引领行业服务形式、品质、产品不断升级。从已成为行业最知名的终端服务IP,仍不断焕新的“暖冬行动”,到2023年行业首创的第一届爱玛轮胎节、第一届爱玛“超级车主日”等,无不验证着这一点。

行业常说,“一流企业做标准,二流企业做品牌,三流企业做产品。”爱玛对行业服务的探索不仅仅局限在服务的产品上,更注重塑造服务品牌、制定服务标

准,从更高视角引领行业服务水平向上革新。

在品牌端,从爱玛修车到爱玛服务中心,从易玛车服到如今的易玛车服,终端服务品牌的每一次升级和迭代,都意味着爱玛的售后服务体系得到了进一步完善,也意味着爱玛将为行业 and 用户带来更专业化、更标准化、更品牌化、更平台化的服务体验,一步步引领行业向“服务为王”的高品质时代迈进。

而在服务标准建立上,爱玛更率行业之先。从行业首创的1394服务项目工程,到爱玛携手中国标准化研究院等权威机构制定的《电动自行车售后服务时效规范》,确立了“1330服务标准”(1分钟接单、3分钟响应、3公里内30分钟到达),爱玛不断定义着行业服务的新标杆,更成为行业标准化服务生态构建的核心变量。

时至今日,爱玛已连续8年通过国家认监委批准设立《商品售后服务评价体系》标准(GB/T27922-2011)的复审工作,并连续10年获得由全国商品售后服务评价达标认证评审委员会签发的《售后服务五星级证书》。(杨子)