

# 累计销售 4.6 亿元农副产品 上海援疆创新消费扶贫实践，助力喀什地区脱贫攻坚

9月26日,1万份来自泽普县的消费扶贫礼包,经过五天时间最终运抵上海。这是由上海援疆泽普分指挥部牵头,泽普县商工局以及泽普县国有企业为上海消费者特别赶制的一份“心意”。礼包中所包含的产品原料,由于均从泽普县建档立卡贫困户手中基于托底价收购而来,不但品质有保证,而且价格有优惠。再加上前期的宣传推广,闵行区政府部门大力支持,消费扶贫礼包的预定异常火爆,远超预期,有望在今年国庆期间追加礼包的定制。

这是今年3月上海市第十批援疆干部人才进疆以来,创新消费扶贫实践的一个缩影。2020年是决战决胜脱贫攻坚的收官之年,也是全面建成小康社会目标的实现之年,消费扶贫在助力打赢脱贫攻坚战发挥着重要作用。尽管遭遇新冠肺炎疫情冲击,但上海援疆前方指挥部采取得力措施,真抓实干,在消费扶贫中仍然取得超预期的成绩。据统计,2020年至今,累计直接销售、帮助销售喀什地区农副产品4.6亿元。在对口支援喀什地区四省市中名列前茅。上海援疆消费扶贫工作得到了上海市总工会、市合作交流办、市商务委、市教委、市卫健委、市经济信息化委等部门大力支持,农展集团、蔬菜集团、闽龙达、丝露果香、消费扶贫联盟等重点企业、单位积极参与其中。

上海市对口支援的泽普县、巴楚县已率先脱贫。而人口最多的莎车、幅员最广的叶城,作为国家级深度贫困县也将于今年完成脱贫攻坚任务。作为脱贫攻坚的重要抓手,上海援疆的消费扶贫实践也在不断创新,除了亲自上阵直播带货带动消费扶贫以外,第十批援疆干部人才还通过邀请东方卫视“极限挑战”“我们在行动”栏目组来喀什拍摄节目或直播美食美景,在打响地区农产品品牌的同时提振消费扶贫。



上图:5月27日,上海援疆前方指挥部在莎车县扶贫产业园举办“助力喀什地区决战决胜脱贫攻坚消费扶贫签约仪式暨发车仪式”。签约仪式现场签署喀什地区农产品采购协议,此外现场发车第一批上海援疆消费扶贫大礼包,实现2000万元销售额。

“以前不知道直播,现在做主播后,我也想当网红了。”甫一出口,开地古丽·牙生嘴角翘起,笑得阳光灿烂。维吾尔族姑娘开地古丽是一名“95后”,尽管之前刷过直播软件,但真正从事直播带货工作是2019年10月,至今正式满一年。目前,开地古丽担任泽普智慧呼叫产业园直播负责人。

2019年5月,开地古丽回到家乡泽普县,靠着一口流利的维汉双语,应聘到泽普智慧呼叫信息科技有限公司上班。该公司以呼叫产业为主营业务起家,2019年7月开始顺势做起了直播,在营销泽普农产品之余,还面向当地粉丝,为一些进口产品带货。受网红经济的影响,同年10月,开地古丽忍不住向领导申请转到直播组,“我觉得自己很会说话,适合这个职业。”经过一个月试用,当超额完成业绩指标后,她得偿所愿。

2018年8月,在喀什地委行署、上海援疆前方指挥部、沪疆两地经信委的支持与推动下,具备上海国资背景的新疆智慧呼叫信息科技有限公司(简称“新疆智慧呼叫”)在喀什地区喀什经济开发区注册成立。该公司拥有南疆首个全国性信息服务平台项目“物流汇”全国呼叫中心,由于业务发展迅猛,短时间内员工就由最初不足100人,发展壮大到400人。

## 全力打响“上海品牌”

而后,公司开始寻求“综合性呼叫”业务的转变。

为拓展呼叫业务,同时也为发挥上海援疆项目作为解决喀什当地就业难题的引擎作用,该公司决定再在上海对口支援四县中选择一个县开设一家全资控股子公司。“最初,公司高层都没有考虑过在泽普投资。后来经过一番考察,考虑到一方面泽普地理位置优势明显,能够辐射莎车、叶城两县的市场以及带动就业;另一方面泽普县委县政府、上海援疆泽普分指挥部,对项目引进高度重视,给予大力支持,才让董事长最终拍板决定。”泽普智慧呼叫信息科技有限公司(简称“泽普智慧呼叫”)总经理阿曼古力·阿甫力米提表示。

她说:“虽然泽普县在上海对口支援四县中的人口最少,但这里的营商环境很好,且县委县政府高度重视,公司高层来考察之初,县领导就现场办公,安排职能部门负责人落实办公场所、人员招聘等问题,这让人很感动。”

第十批上海援疆干部人才进疆以来,一直心系这一重大民生工程。阿曼古力

说:“刚进疆,在隔离期间,咱们上海援疆干部就给我打电话。解除隔离后,就直接到公司现场调研,帮助我们解决实际问题,还说‘有什么困难就直接找我们,我们就是给你们解决问题,给你们办事的人’,虽然话很普通,但让人暖心。”

以泽普智慧呼叫为依托主体,泽普县打造了智慧呼叫产业园区。目前,该园区已经建成全国最大的现代服务业援疆项目和新疆本地规模最大、就业人数最多的呼叫中心产业基地。

叶城县电商服务中心也是上海援疆全力打响“上海品牌”的一个项目。叶城昆仑电子商务有限公司总经理封庚生表示,电商服务中心成立于2016年2月,当时在整个新疆还没有大范围推广。基于

前瞻性考虑,叶城县委将电商产业作为全县“一号工程”来推广。在推动成立叶城县电商服务中心的同时,成立叶城县昆仑电子商务有限公司。

电商服务中心成立以来,得到了上海援疆叶城分指挥部的大力支持,先后投入援疆资金500余万元,帮助完成全县电商体系的布局,在助力“农产品上行、工业品下行”的同时,解决当地就业难题。2017年,在叶城分指挥部的指导下,电商服务中心于成功申报国家级电子商务进农村综合示范项目。2020年,叶城县也成功入选商务部公布的2020年电子商务进农村综合示范县名单(第一批)。

同时,为全力带动农产品销售,叶城电商服务中心还紧跟时代潮流顺势而为,从2017年开始做线上第三方平台销售,到2018年铺设加盟店,再到2019年网红直播出现风口的时候,快速对接第三方机构等网红直播体系。

## 用实后方资源促进消费扶贫

今年以来,上海援疆四县分指挥部也聚焦消费扶贫,精准制定出消费扶贫方案,通过市场化运行原则,最大限度用实后方资源,提升社会各界对上海援疆对口支援四县产品的消费能力。

在莎车县,莎车分指挥部推进农产品销售,依托闽龙达、怡乐易购等企业,全年力争完成扶贫大礼包销售额1000万元,完成农产品销售1.5亿元,带动约1500户农户增收。今年先后与太保集团产险公司等单位和拼多多、腾讯、浦东融媒体中心等平台合作,协调推动企业开展直播带货活动。如“新疆莎车爱心购”“电商助农乡村振兴”等直播活动,销售贫困户农产品近640万元,吸引网友近200万人次。

在叶城县,今年4月,叶城分指挥部根据前方指挥部所制定方案的要求,结合叶城扶贫协作和对口支援工作实际,制定《2020年上海援疆叶城分指挥部消费扶贫工作实施方案》。该方案提到,强化宝叶两地联动,通过线上、线下联合,切实解决叶城县农产品销路窄、增产不增收等难题,促进叶城农产品、畜产品、旅游产品与市场需求有效对接。通过消费扶贫启动仪式、扶贫大礼包、“双线九进”等工作,促进叶城优势农产品打开市场,提高质量,树立品牌,助力贫困人口稳定脱贫和产业持续发展,着力推动叶城县产品和服务融入上海大市场。

从5月起,叶城分指就开展特色农产品定制销售工作,精选全县生产加工的优质农产品,定制四个优质农产品大礼包,供上海市宝山区机关事业单位或国有企业集中选购。6月,宝山区副区长陈云彬带队到叶城专门对接消费扶贫事宜,完成采购额达500万元。

与此同时,叶城分指还将促进叶城农产品产销对接作为长期战略和重点任务,积极赴地招商引资,引导大型农产品企业集团、采购商与叶城电商中心建立长期稳定的供销关系。日前,叶城县落实了与河南万邦集团签订的战略合作协议,在河南郑州农副产品批发市场建立展厅销售分仓,并签定2.4万吨核桃购销合同。

在泽普县,泽普分指挥部根据当地农产品特色,结合上海后方消费需求,经过多方调研论证,多次协调沟通,全方位动员,仅用一周时间就赶制出1万份泽普特色农产品礼包,并及时发回上海。同时,主动对接上海后方合作交流办等单位,积极协调闵行区政府机关、乡镇、企事业单位带头参与选购。

在巴楚县,2017年,该县申报成为国家级电子商务示范县。巴楚分指挥部根据全县企业及农村电商综合情况,推出六项措施深入开展消费扶贫工作。比如在加快电商平台建设方面,除了拓展头部电商平台、借力网红直播外,巴楚分指还利用巴楚电商县域公共品牌“蜜洲农场”,加大品牌营销宣传和推介力度,让消费者看到并体验到产品,逐步建立对品牌和产品的“粘度”,拓展巴楚农产品疆外市场,帮助农户把农产品卖出去、卖出好价钱。

## 新事物带来的变化

在南疆,呼叫产业对当地老百姓来说,可谓是新事物。由于大学期间在呼叫园区有过实习,又考虑到离家近这一因素,维吾尔族姑娘穆叶斯·吾甫尔毕业后,就接受了这份工作,担任客服专员。她说:“园区的业务多,发展前景也很好,对一般人来说,这个工作机会非常难得。”

此外,在泽普分指挥部的统一部署下,呼叫园区还参与滞销农产品的消费扶贫,签约采购农产品1000万元,并联合一线电商组织多场直播带货活动,扩大扶贫范围,增加农户收入。开地古丽就是在这样的背景下,转型成为一名直播带货的主播。

对于呼叫产业园、直播这些新事物所带来的影响,泽普县委副书记、上海援疆泽普分指挥部指挥长钟华认为,除了公司利用少数民族语言优势,为其提供就业岗位,同时为周边国家用户提供语言服务外,园区也成为了人才孵化园。“直播跟呼叫是相通的,园区的呼叫优势,为员工增强了与人打交道的能力,将客户的产品介绍给用户,有助于园区后续发展直播带货等特色业务。”

由于尝到电商销售、直播带货的甜头,叶城县对互联网时代的新事物也格外关注。2019年底,叶城县就开

始对接内地一些孵化网红的MCN机构,制定了网红打造计划。封庚生称,希望通过短时间高质量的专业培训,最终打造拥有10万粉丝的十大网红,让这些网红成为叶城县的代言人、叶城产品的代言人。到2021年前,至少打造30个这样的网红,覆盖所有叶城产品乡镇加盟店,让每个乡都有自己的网红,代言本土的特产品和风土人情。

在直播带货方面,叶城县领导也开了一个好头,与少数民族干部组合出镜带货。对于电商销售、直播带货这些新事物在南疆尚未脱胎换骨的叶城县落地生根,叶城县委书记、上海援疆叶城分指挥部指挥长潘振飞表示,从产业结构角度来看,客观上会有相当一批人因此而直接受益,带动就业,同时通过市场的力量,解决当地产业所暴露出来的短板问题。比如原先本地企业担心的是产品卖不出去,可是一旦后方真正有需求的时候,供应链却跟不上,产品设计、包装无法满足消费者需求等。从群众思想认识来看,影响或许更为深远。面对这些新事物,他们会更多地接受新理念,开阔视野,认识外部世界,加入到电商产业中来脱贫致富,这样有利于社会稳定和长治久安新疆工作总目标的实现。(文/郑海鹏)

## 创新消费扶贫模式的一次新尝试

当一个综艺超级IP遇见“消费扶贫”会产生什么效果?东方卫视《极限挑战宝藏行·三区三州公益季》播放巴楚篇,叶城篇所带来的优质农产品飙升成为“网红”,以及由此带来的销量大涨就是答案。

今年7月,东方卫视品牌综艺节目“极限挑战”剧组来喀什地区取景拍摄,在展现巴楚、叶城知名景点的同时,积极打响地区农产品品牌,特别是节目嘉宾担任“好物推荐官”,专门拍摄专题宣传片,为观看节目的观众们宣传推介两县,大大提升其在全国的知名度。

以巴楚县为例,8月节目播出后,直接带动与巴楚相关的全网热搜,白沙山、红山景区等景点迅速抢登“旅游目的地”搜索榜。节目播出后的一周时间内,当地特产在电商平台的销量也激增。比如罗布麻茶,根据生产、销售罗布麻茶的巴楚县大漠绿洲公司统计,公司生产的罗布麻茶系列产品近期总销量增长近三倍。再比如留香瓜,在国内大型电商平台销售的订单量相比前一周期提升超过三倍。与此同时,在节目中出镜、售价达1万元1公斤的冻干巴楚蘑菇,也一跃成为新晋“网红”,不仅科普了冻干新工艺,而且带动了晒干巴楚蘑菇的销售。综艺节目对巴楚县的旅游线路开发、农产品销售所带来的网红经济效应初步显现。

动员一批电商平台参与消费扶贫发挥辐射带动作用,也是第十批上海援疆干部人才创新消费扶贫模式的一次新尝试。5月27日,上海援疆前方指挥部在莎车县扶贫产业园举办“助力喀什地区决战决胜脱贫攻坚消费扶贫签约仪式暨发车仪式”。在签约仪式现场,上海援疆前指与6家重点电商平台企业进行战略合作协议签约、沪喀两地重点消费扶贫企业、签署喀什地区农产品采购协议。同时,现场还进行了上海消费扶贫农产品发车仪式,第一批上海援疆消费扶贫大礼包发车实现2000万元销售额。

喀什地委副书记、上海援疆前方指挥部总指挥侯继军表示,上海援疆前方指挥部从2018年起探索新型消费扶贫模式,开展“双线九进”活动,这次活动是进一步的深化、拓展和创新。前方指挥部首次尝试将一批电商平台企业整合到消费扶贫资源池中,力求成倍放大辐射带动效应,加速推动喀什地区特别是对口四县特色商品进入上海和长三角市场主渠道,切实回馈喀什人民的深情厚谊,促进沪喀两地共同繁荣发展。

近年来,“直播+电商”等网购新方式风生水起,越来越多消费者通过观看网络直播下单购物。在不断创新消费扶贫的基

础上,上海援疆干部与时俱进,走进直播间直播带货。据统计,上海援疆前方指挥部一共参与五次直播带货,其中泽普分指挥部长钟华参与的直播带货人气爆棚,销量共计126万元,位列带货量首位。最近一次是9月25日,上海援疆干部亮相新民晚报旗下“新民亲选”直播间,用自己在喀什当地的所见所闻,介绍当地农产品的特点和上海援疆成果。新民晚报旗下电商也在淘宝、微信、新浪微博三大平台同步直播,优选对口四县消费扶贫产品。直播进行时,大多数产品都一一清空库存,现场几度补货。直到直播结束后,还有一些市民在视频回放中留言希望加购。据统计,不到2个小时的直播吸引超过15万的直播围观人数,超过130万人次直播点赞,商品总销量超过万份,单场销售额达70万元。

此外,为了在消费扶贫工作中提供强有力的组织保障,今年,上海援疆前方指挥部、市驻疆办专门成立消费扶贫专班,以“援疆前指、驻疆办+四个分指+一批重点企业”的“1+4+1”模式推进喀什地区消费扶贫工作。喀什地区商务局副局长、上海援疆干部钱文杰担任该专班消费扶贫组组长。他表示,为助力喀什地区脱贫攻坚,消费扶贫专班多次往返沪喀两地,沟通协调前后方需求。

在消费扶贫专班的协调推动下,上海市工会系统将喀什地区近百种农副产品列入消费扶贫产品名录,明确上海市各级工会系统今后在工会慰问品采购、会员普惠的经费使用上要向这些产品倾斜。7月15日,喀什地区农副产品进驻市总工会微信公众号—申工社新“扶贫商城”,个人直购、单位订购全部实现线上办理。9月16日,上海援疆消费扶贫专班、四县分指会同上海市消费扶贫联盟及相关企业拜访上海市总工会。9月17日,上海市医务工会率先组织上海卫生健康系统49家直属基层工会负责同志在上海市对口帮扶地区农特产品展示展销中心召开深化消费扶贫行动现场交流会。目前,“申工社”平台已完成喀什地区近3000万元消费扶贫产品销售额,在扶贫商城各对口支援省市中销量居首。

此外,消费扶贫专班还克服疫情影响助力地区滞销农产品销售,仅8月单月就完成8000余万元销售额。同时,帮助企业协调解决疫情期间运输、生产、劳动力等方面问题,保证企业及时复工复产。

根据喀什地区地委、行署在援疆省市以“喀什夜市”为载体大力推进发展夜间经济工作要求,上海援疆前方指挥部还组织“喀什夜市”活动,在上海耶里夏丽的6家门店正式启动。



扶贫助农我们一直在行动 更是为宣传非物质文化做出贡献 一定记得买它 罗布麻茶



上图:今年7月,东方卫视品牌综艺节目“极限挑战”剧组到喀什地区取景拍摄,节目嘉宾担任“好物推荐官”,罗布麻茶系列产品近期总销量增长近三倍。

左图:泽普智慧呼叫产业园区一位少数民族小伙子正在工作。



右图:泽普消费扶贫礼包中所包含的产品原料,由于均从泽普县建档立卡贫困户手中基于托底价收购而来,不但品质有保证,而且价格有优惠。



上图:在上海援疆泽普分指挥部的统一部署下,呼叫产业园区参与泽普当地农产品消费扶贫

右图:5月27日,工人们正在有条不紊的装运准备发车的第一批上海援疆消费扶贫大礼包

