



“你看这大白菜多新鲜，萝卜比市场的大一倍，才一块五一斤，这些菜经放，我得多囤点！”在华润万家寺右马路超市的扶贫农产品销售专区，一位阿姨对新快报记者说，她手上的购物篮装满了从贵州毕节直采而来的各式农产品。价格实惠又能扶贫，吸引很多市民前来扫货，仅一周，广州地区华润万家就卖出了贵州产的水果蔬菜50多吨、鸡蛋60多吨。

这只是广州市民参与消费扶贫的其中一个缩影。

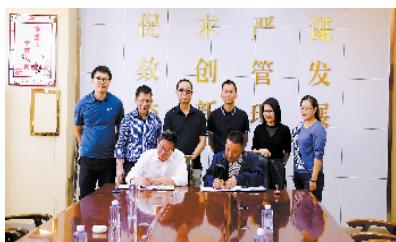
今年以来，广州市商务局充分发挥广州市拥有庞大高水平消费市场的优势，先后与广东清远、梅州、贵州毕节、黔南、新疆疏附、西藏波密、黑龙江齐齐哈尔、甘肃陇南、陕西延安等地签订了消费扶贫协议，通过搭建产销对接桥梁，推动助力脱贫攻坚。

据不完全统计，仅2019年以来广州市商务局即累计发动企业90多家次，到对口帮扶和对口合作地区开展产销对接活动20余次，促进农产品销售超过18亿元。

■采写：新快报记者 陆妍思

通讯员 穗商宣

■图片：通讯员提供



■广州市商务局与各地商务部门签订消费扶贫合作框架协议。



■来自广州市的采购团在第三届毕节试验区·乌蒙山农特产品交易会上积极采购扶贫产品。



■广州市民积极参与贵州黔南州农产品的展销活动。

“牵线搭桥”助力消费扶贫 18亿扶贫农产品登上餐桌

仅2019年以来，广州商务局促进农产品销售超过18亿元



■华润万家超市推动贵州扶贫产品上市，受到市民热捧。

产销对接，拓宽农特产品销售渠道

在广州商务局的“牵线搭桥”下，多家知名商贸流通企业纷纷开展产销对接，通过龙头企业带销、宣传推广展销、商场超市直销、电子商务营销等模式，拓宽贫困地区农产品销售渠道，今年以来，仅在贵州毕节、黔南地区，就帮助销售产值超12亿元，带动当地11万名建档立卡贫困户增收。

华润万家超市今年5月在贵州毕节建立流通服务网点，发展订单农业，先后成立鸡蛋基地、蔬菜基地、苹果基地、大球盖菇基地等4个消费扶贫直采基地，在其485间连锁门店设立了509个扶贫销售专区，帮助毕节销售“三白”（白菜、莲花白、白萝卜）蔬菜、苹果等绿色优质农产品1500多万元。

广州市掌鲜电子商务有限责任公司以贵州织金县鸡蛋作为主打产品，培育品牌，在广州各社区开拓140多家销售网点，累计售出贵州鸡蛋2100万枚，销售货值超1260万元。

西亚兴安社区连锁超市今年以来在贵州毕节、黔南、新疆疏附、甘肃陇南、广东梅州、清远等对口帮扶地区建立采购基地，签订长期供销协议，在旗下80多间连锁门店设立了扶贫农产品销售专区，迄今销售扶贫产品近1000万元。

胜佳连锁超市多次深入考察贵州农副产品生产基地，发展订单式农业，先后在广州建立了11个消费扶贫直供基地，在旗下70多间门店设立了贵州产品专营区，共同培育了邬礞雾原鸡蛋、罗甸红肉火龙果等50多个特色农产品品牌，2019年以来累计销售贵州农产品的金额达到1972万元。

搭建平台，强化上下游展销对接

2019海丝博览会暨第27届广州博览会、中国广州国际投资年会、粤港澳大湾区“菜篮子”联盟企业招商推介会、广州国际美食节……广州市商务局利用广州的展会优势，让各类扶贫专题产销对接及招商推介会搭上大展“顺风车”，重点在特色农产品、旅游资源、招商引资环境和特色美食等行业促进上下游企业的战略合作和产销合作。

如8月份举办的粤港澳大湾区“菜篮子”联盟企业招商推介会，促成28个农业产业项目成功合作，总投资金额37.75亿元，项目涵盖了蔬菜、中药材、生态畜牧、经济果林、花卉、食品加工、冷链物流等7个领域，帮助贫困地区的农特产品融入粤港澳大湾区“菜篮子”。

10月21日，广州市商务局和毕节市商务局联合主办了第三届毕节试验区·乌蒙山农特产品交易会，市商务局组织了近77家企业103位采购商参加交易会，现场达成食用菌、肉制品、莽制品、辣椒制品、酒类商品采购协议1200万余元。

产业帮扶，带动上下游产业链条

要数广州产业扶贫的典型案例，不得不提贵州刺梨。广药集团帮助贵州将刺梨产业发展成为百亿级的时尚生态产业，一个帮扶项目带动了当地产业上下游发展，一个小小的“山果果”，带动了当地的扶贫大业。

针对贵州刺梨口感表涩、地域性强、维C代谢快、生产标准化程度低的情况，广药集团定制《贵州刺梨时尚生态产

业“136”发展方案》，从资源、资金、产品、品牌、政策和运营六方面入手，依托其强大的科技和专业能力，研发了以刺梨为原料的王老吉刺柠吉，并帮助当地建立起原材料深加工生产基地，迄今销量额超过1亿元，产业带动当地超过30万农民增收，实现户均增收1.5万元以上。

目前，以刺梨为原料的产业链不断延长，润喉糖、龟苓膏等新产品已陆续研发面世。刺梨产业帮助贵州恒力源天然生物科技有限公司、贵州潮映大健康饮料有限公司发展成为当地的龙头农产品深加工企业，实现了利用产业优势带动贵州发展，促进企业和农户互利共赢，共享发展成果的良性互动局面。

电商带动，打造消费扶贫新模式

广州市电子商务企业通过标准输出、技术指导、产品订制的方式，提高贫困地区产品的规模化组织化水平，增强产品持续供给能力，打造出消费扶贫新模式。

唯品会开设“唯爱助农·广州帮扶馆”网上商城，该项目对入驻商户给予相关政策，并为当地电商发展提供技术支持和人才培训等服务，为贫困地区特色农产品升级转型注入新发展活力。其在贵州毕节成立的“唯爱·妈妈制造织金苗绣和蜡染合作社”，以订制化生产满足消费需求，引入设计师资源进行产品美学重构，推动当地形成67家绣娘合作社，直接与当地签订了价值1000万元的蜡染酬劳订单，通过技术培训、产品研发、多渠道市场开拓等方式，打造唯爱工坊“电商+非遗+扶贫”的新经济模式。

阿里巴巴旗下的广州盒马鲜生组成采购小分队深入贫困地区挖掘优质农产品货源，帮助当地农民提高生产标准和产品质量，通过规模化采购降低物流成本，今年以来线上线下相结合销售贵州黔南、广东清远梅州等贫困地区的鸡蛋、蔬菜、肉鸽等农特产品超过1700万元。

消费引导，推进消费扶贫进机关

今年，广州市各机关单位积极响应消费扶贫号召，帮助新疆疏附县售出滞销的西瓜超过1000吨，帮助800户贫困户户均增收约2000元。市委、市府办公厅食堂带头采购来自贵州毕节、黔南的蔬菜、鸡蛋等农产品。市商务局干部职工主动帮助新疆疏附农户销售滞销家产品，先后购买了新疆疏附西瓜3990斤、红薯5160斤。

“黔货要出山，渠道很关键。”贵州省毕节市茂源家禽养殖有限公司广州经营部张侠说，在广州商务局的牵线搭桥下，茂源鸡蛋打通了各大渠道，保障了销量，还提升了品牌，现在“邬礞雾原”品牌已在广州打开市场，每天仅在胜佳的销售量就达3吨。

“授人以鱼不如授人以渔”，农产品出山是打赢脱贫攻坚战的重要抓手，但若闭门造车埋头生产，农产品出山就是一句空话。广州市商务局强有力的“产销对接”，将这些山货送到广州百姓的菜篮里餐桌上，让贫困户有了长久稳定的收入，走出一条脱贫攻坚的新路径。