

城事

走向我们的小康生活 | 战胜决胜
脱贫攻坚

利用自身优势解决农村电商推广难、物流成本高、融资渠道窄等普遍难题

“电商+寄递+金融” 潮州邮政走出消费助农新模式

“疫情初期，驻村工作队帮助村合作社建了微信网店，但网店的宣传推广渠道比较简单，只能靠熟人宣传。寄快递还要去到镇里，而且一件要快递费十块钱，在市场竞争中失去了价格优势。跟潮州邮政合作后，情况就完全变了。”潮州市饶平县樟溪镇英粉村驻村党建指导员刘建鸿告诉新快报记者，短短一个月，潮州邮政帮助村合作社售出蜂蜜3000斤，村里的土蜂蜜几近脱销。

扶贫产品推广难、物流成本高、融资渠道窄，这是大多数贫困村发展农村电商都面临的难题。这几年，潮州邮政探索出“电商+寄递+金融”的扶贫模式，通过在贫困村设立扶贫站点，大大方便了扶贫产品的销售和推广，促进了扶贫产品的生产，推动了消费扶贫的发展。

■采写：新快报记者 曾贵真

■图片：采访对象提供



■红花村，打包富硒番薯准备发货。

农村电商的普遍难题：推广难、物流成本高

“我们村的蜂蜜从年初的滞销，一下子变得畅销，到现在接近脱销，网上销售的效果真是太棒了！”英粉村的贫困户余少华高兴地说。

英粉村是潮州市45个省定贫困村之一，三面环水，生态良好。近年来，村组织13户有劳力贫困户成立合作社，组织农户利用英粉村的生态环境优势生产蜂蜜。

但由于附近一些村庄也生产蜂蜜，一直以来，土蜂蜜的市场并不广阔。疫情发生后，英粉村的土蜂蜜更一度滞销。

年初，驻村扶贫工作队想方设法帮村里的合作社搭建电商平台，希望通过电商将特色农产品销售出去，但进展并不顺利。“我们遇到了平台推广难、物流成本高、融资渠道窄等问题。”刘建鸿说，当时，驻村工作队帮助合作社在微信上建了网店，但只能在朋友圈和在自己的单位推广，没能形成规模。

快递也是一大瓶颈。村里没有快递点，寄货要到镇里去，而且快递费很贵，一件10元，除非是批量寄件，否则就是费时费力费钱，性价比非常低。

邮政扶贫工作站进了村，蜂蜜成了抢手货

“推动消费扶贫是打赢脱贫攻坚战的重要动力，邮政公司有寄递渠道，有电商平台，更有金融资助，而且邮政是‘国字号’，有助力脱贫攻坚的决心和担当。我们有共同的思想认识和目标，这是邮政公司给予我们全面帮扶的基础。”英粉村驻村第一书记陈晓彬说。

其实，潮州邮政去年就已经关注到英粉村。他们多次到英粉村实地调研后，与驻村工作队深入探讨，因地制宜制定了“建设电商服务站助开网店+邮乐网/极速鲜平台助拓农产品销路+邮储扶贫贷款助拓产业规模+农村电商培训助培创业带头人”的扶贫方案。去年底，潮州邮政“电商+寄

递+金融”扶贫工作站在英粉村挂牌成立，同时，帮扶村里建起了邮乐购站点，助推农产品出村进城、为村民提供便民服务。

两三个月前，正是春蜜的生产旺季，潮州邮政的帮扶真正发挥了作用。

“我们不到一个月就销出了约3000瓶土蜂蜜，这在以前他们是想都不敢想的。”潮州邮政副总经理余汶滨告诉新快报记者，之所以有这样的销售成绩，跟企业专业的策划与运作离不开。

与驻村干部的微信网店相比，邮政在促进消费方面非常有优势。据介绍，“邮乐购”是全国性电商平台，关

注的人多，流量非常大。快递方面，邮政几乎在当地每个乡镇都有收货点，解决了农产品上行的最初一公里难题。

6月30日，潮州邮政承办了“抗疫战贫·爱心助农”广东扶贫济困日潮州直播带货活动，开辟了邮乐直播专场，把互联网思维带进英粉村。边玩边吃的直播方式吸引了大批观众下单，也打开了英粉村旅游宣传与产业发展的新路径。

余汶滨告诉新快报记者，邮政积极向自己的优质客户资源推荐这些扶贫产品，各企事业单位纷纷通过“认购”+“推广”助力土蜂蜜等农产品的销售，迅速掀起一波销售热浪。

已建七个扶贫站点，推动农产品出村进城

英粉村只是潮州邮政“电商+寄递+金融”扶贫模式运作的一个典型。

据介绍，潮州邮政积极响应潮州市委、市政府的号召，深入落实国家精准扶贫战略，在脱贫攻坚的实践中已探索出金融扶贫、电商扶贫、产业扶贫相融合的新模式。

余汶滨表示，2018年至2019年期间，潮州邮政已在潮州地区合作建起了七个扶贫站点。根据各贫困村的农产品特点、产量以及季节性等，每村挑选一两个特色农产品，帮他们策划产品“走出去”的方案。

潮州市饶平县大埕镇红花村是

潮州邮政最先建起“电商+寄递+金融”扶贫工作站的贫困村。“红花村的富硒红薯是我们最先试水的农产品。”余汶滨介绍，红花村2018年建成扶贫站点后，潮州邮政迅速帮他们策划了富硒红薯的推广销售方案，先后推出了五斤装、十斤装规格产品，通过上线邮乐网和极速鲜平台，开启了农产品出村进城的序幕。

余汶滨说，刚开始，每一个流程都需要试水，包括产品组织、网销、物流等，逐步理顺农户—合作社—邮政网点协同运作流程。在实践中不断总结经验，项目运作越来越成熟。

据悉，2018年9月，红花村番薯在邮政的邮乐网、极速鲜两大全国性电商平台上线并开展预售，不到5天，预售超过460件共2300斤。

今年端午期间，潮州邮政还在湘桥区举行了“互联网+邮政(金融、寄递)助农”暨特色产品推介活动，推出了邮政生鲜冷链限时递服务，通过“电商+寄递”优惠助农。“寄我们的牛肉丸，省内今天寄明天到，运费还省了一半。”来自官塘兄弟牛肉的陈锐坚说。



■英粉土蜂蜜。

搞直播做品牌 多管齐下探索 消费助农长效机制

为帮助解决融资难问题，潮州邮储银行也积极为贫困村提供金融服务。通过构建“银行+政府+企业”的金融扶贫工作格局，与饶平县扶贫办签订合作协议，为建档立卡贫困户发放扶贫小额贷款，做到“应贷尽贷”。据介绍，扶贫工作站在英粉村就发放了扶贫小额贷款3笔，共13万元。

除了邮政合作之外，刘建鸿还向记者介绍，扶贫工作队多管齐下，探索消费助农长效机制的策略。“我们通过‘电台宣传+单位推广+直播带货+旅游体验’等一系列举措来拉动消费，今年来村合作社售出土蜂蜜超5000斤，在优先帮贫困户的基础上，其他农户也都受益。”

“上次的直播节，网红来到我们村做直播，不但促进了农产品销售，还吸引了很多人过来旅游、消费。”刘建鸿说，最近英粉村举办了一场观光采摘节，周末2天时间吸引了约2000名游客到村观光，现场采摘售出葡萄、荔枝、黄皮等水果6万元，并带动了村民其他农产品的销售。

扶贫工作队还积极为英粉村打造当地的农产品品牌，让“头回客”变“回头客”。他说，以土蜂蜜为例，严把质量关，精心包装，舍弃塑料瓶改用玻璃罐，设计礼盒装，印上网店二维码。让农户通过品牌效应，促进生产和销售，真正达到长久助农的目的。