

牢记殷殷嘱托
在推进中国式现代化建设中走在前列 乡村全面振兴

从“引航定向”到“驱动自发”，激活三个市场

■广福镇鹰嘴桃。

广州地铁开创长效消费帮扶新局面

近年来,广州地铁集团公司(以下简称“广州地铁”)在结对帮扶广东省梅州市蕉岭县和贵州省毕节市纳雍县的实践中,充分发挥“1+1+N”制度体系、“853”平台优势、“双领头羊”效应、集合式资源整合手段,多措并举打通了帮扶地区农产品与市场之间的壁垒,激活了互动型消费帮扶“定向市场”、互构型消费帮扶“过渡市场”、互通型消费帮扶“自发市场”,开创了长效消费帮扶新局面。

■采写:新快报记者 曾贵真
通讯员 胡兮 金文善 孔德昊
蒋凌霜 薛迪晞



▲广州地铁在城际番禺站、地铁磨碟沙站等12个枢纽站点开设线下“流动百千万 地铁优鲜购”店铺。



▲“振兴筑梦 教育同行”2021级“广州地铁班”开班活动。

探索“消费+” 驱动互通型消费帮扶 自发市场

在广州地铁集约化的引领下,消费帮扶从以往的“一对一帮扶”,转变为现今多资源、多维度的“多对一协同”的组团式结对消费帮扶,使得“资源整合式集思广益”和“协作互补式多面开花”的帮扶模式成为主要抓手,不断引领与探索帮扶地由趋于稳定的定向市场向过渡市场再向自发市场跨越式的转型,盘活与优化了蕉岭县与纳雍县的产业资源互通,实现资源与运营协同发展良性互享的地铁效率。

广州地铁依托专设的8台“消费帮扶号”品牌列车,推介特色产品,助力土特产品牌打造,提升产品的综合实力。

广州地铁还创新开展“流动百千万地铁优鲜购”系列活动,建立线上线下复合渠道,打造“站内随手购、车内扫码购、线上便利购”消费新场景,与广州地铁日均近千万人流的全面互动,推介蕉岭县、纳雍县土特产品质,打响品牌,有效引流。同时,通过运用“人流—引流—现金流”的集中化引流模式,不断推动将客流与现金流互通。

广州地铁的消费帮扶理念和实践极大地激发了帮扶地产业发展的“造血”能力,带动当地产业由定向市场向自发市场的变身。

此外,广州地铁还对帮扶地实施“实用型人才培养”和“治理型人才培养”双项计划,并推动广州市科协、广州大学与蕉岭县签署《广州科普大篷车进蕉岭县中小学合作协议》《乡村振兴人才培养协议》,惠及县、镇群众、师生、干部达1000多人次,推动人才反哺产业发展,带动自发性消费市场逐步形成。



■广福镇黑木耳种植基地。

“853”引航 用活互动型消费帮扶定向市场

在帮扶实践中,广州地铁通过构建“853”(“八销”“五专”“三宣”)平台积极打造互动型消费帮扶定向市场。

省市平台助销、集团平台营销、食堂对接承销、展会展示展销、红联共建扩销、结对合作带销、工会以购代销、员工主动购销——广州地铁通过打造“八销”多元消费渠道,构建了“链路串联”的常态化消费帮扶机制,打开了推介与采购双向强互动的崭新局面。

广州地铁整合地铁客户、合作伙伴、内部员工等帮扶合力拓展销售渠道,不断升级消费帮扶模式,助力蕉岭县富硒黑木耳、鹰嘴桃、黄金百香果等特色农产品打入湾区市场,累计消费帮扶突破1000余万元,带动上百名当地农户就业,各村的集体收入均超10万元。

在红联共建扩销方面,通过党建指导和党群共联形式,广州地铁以广州市轨道交通产业联盟的200多家企业为红联主要成员,以国企责任担当带动民企

进行联合消费帮扶。

值得一提的是,广州地铁发动300多个工会组织,撬动近3万名员工及其家属不断扩销和壮大购买力,单年采购量超1000万元。此外,策划举办一年两次的展会、展示、展销活动,以工会为代表的职工内销和以网络平台为代表的社群外销,结合线上和线下的多销售渠道,筑稳消费定向市场,实际解决两地农产品、蜡染文创产品滞销与推广难等难题。

产品运输专列、产品服务专站、产品售卖专柜、产品展示专柜和产品销售专区——广州地铁通过“五专”平台优势,全面打通了系统性高效和便捷的消费帮扶路径,助力提升帮扶地区产业振兴活力。如毕节杜鹃花花期时推出的“花海毕节”号主题专列,就助力景区创下10年来最大游客量。

广州地铁将“五专”平台流量转化为消费产业的内在驱动力,构筑了面向全市、辐射全省和全国的推介网络,让

山区“土货”快速走向“城市餐桌”、走进千家万户。万胜围地铁站布设消费帮扶专区,宣传百香果、刺梨、木耳、鸡蛋、蜡染等23个产业故事和7项工作举措,收到了良好的社会效果。结合“商业运作+帮扶公益”的农产品推广模式,广州地铁参与多个“亿元扶贫产业”培育,以“打call带货”和品牌赋能为主导,助力帮扶地农产品迅速打开了广州市场。

广州地铁多条线路、众多车站日均客流近千万人次,利用这一宣传资源优势,积极发挥地铁灯箱宣传、地铁视频宣传、地铁官媒宣传的“三宣”平台优势,努力培育、激活大众消费,积极为帮扶产品拓宽销路引流。

同时,广州地铁通过深入分析帮扶地的产品销售需求,充分利用3500余个宣传广告位和25000多个视频终端进行消费宣传帮扶,实现了由“陌生—了解—刺激”带动的消费心理和激活购买欲望宣传路径。

组建联盟 撬动互构型消费帮扶过渡市场

近年来,广州地铁组织牵头,联合白云电气集团有限公司、佳都科技集团股份有限公司等国企民企共同发起了“广州市轨道交通产业联盟”,撬动各方优势资源,形成多元化消费帮扶的互构体系。作为产业联盟的领头羊和发起者,广州地铁通过连接上下游产业单元,带动多源下乡考察等模式,不断加强对蕉岭县和广福镇帮扶工作。目前已促成如中建四局物流发展有限公司与蕉岭县龙腾旋窑水泥有限公司签订合作,助力5万吨以上的水泥采购,市场价值达到2000万元。

广州地铁一方面作为上下链产业

联盟“盟主”与倡导者,另一方面,携手广州市科技局、广州市科协、广州大学等多家不同领域单位,扮演着驻镇帮扶村组团式帮扶团“团长”,“双领”谋划消费帮扶的市场转型。“广铁智慧”与各领域单位的集思广益,促进帮扶地全产业链条的可持续发展。

通过“双领”智慧,多区位推动,各方合力实施了一系列如科技支撑、教育帮扶、产业发力的消费帮扶模式,如班主任能力提升研修班、名师大讲堂蕉岭专场、广福镇文体广场及周边改造提升项目、科普大篷车下乡、大学生支教、送医送药等帮扶措施等,在提升和助力科

教发展的同时,还互构了双方消费市场“双向反哺”。由以往“政府主导+市场引导+社会参与”的模式,逐步转向“政府引导+市场主导+社会衔接”的消费帮扶形态。

广州地铁运用智慧型的“科技+培育+互构”的组团式消费帮扶模式,撬动多元化以及综合性的平台资源,逐步培养帮扶地多方位产业发展与营销助推能力。同时,通过构建种、养、非遗等“五位一体”的产业帮扶体系,不断扩充帮扶地农产品的种类和市场,有力促进消费帮扶由“定向市场”向互构型消费帮扶过渡市场转型。