

面临价高质不优、物流不健全、平台需完善等瓶颈问题

消费帮扶 如何把丰“产”变丰“收”



电商是助力消费帮扶的重要力量。图为南川区电商人员正在收购优质农产品。通讯员 任蔚 摄/视觉重庆

□本报记者 颜安

国庆黄金周，农产品迎来一波销售热潮。

眼瞅着鸡蛋收购价从每个1.2元涨到了1.5元，垫江县普顺镇长柏村六社的贫困户贺成云有些高兴。消费帮扶，让他“不愁鸡苗，不愁鸡蛋”，家里的生活逐渐走上了正轨。

金九银十，既是丰收的时节，也是消费的旺季。如何把农民的丰“产”变为丰“收”，一头连着农户，一头连着市场的消费帮扶，无疑能起到助推器的作用。

国家发改委、中央农办、国家乡村振兴局等30个部门日前联合印发《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的指导意见》，随后重庆市政府也出台相关文件，对“十四五”继续大力实施消费帮扶、巩固拓展脱贫攻坚成果作出安排部署。

这项备受期待的重点工作，还有哪些难题待解？连日来，重庆日报记者进行了走访调研。



▲大足区石马镇太平社区的腾达牧业黑山羊养殖场。通讯员 黄舒 摄/视觉重庆

产品价格需实惠

贺成云喂养的土鸡，来自于普顺生态农业专业合作社。

半年多前，六社长周代凡找上门来：“老贺，你家产业还不够牢靠，所以想弄点土鸡给你喂。你只管喂，鸡苗由合作社提供，鸡蛋和土鸡的销售也由他们负责。”

这种“两头不愁”的好事，贺成云自然满口答应。3月30日，他从合作社领到了70多只鸡苗，并按照合作社的要求，只喂粮食、蔬菜，不喂饲料。半个多月前，贺成云的鸡开始下蛋，土鸡也可以卖了。

尽管与合作社有口头回购协议，但贺成云还是动了点小心思，试着把土鸡运到农贸市场上去卖。但结果并不尽如人意，每斤价格只有十七八元，还要自己贴补车费，而合作社回购，一只2斤多的土鸡能卖到80元，折合每斤有30元左右。

为什么通过合作社能卖到更好价格？67岁的贺成云搞不明白。

普顺镇党委副书记高川认为原因有二：“一方面是市场上鱼龙混杂，土鸡等优质产品难以体现其价值，另一方面部分帮扶产品因贴上了助农、扶贫等标签，价格定得较高。”

对此，重庆红曼农业开发有限公司负责人魏先曼颇有感触。红曼农业是南川规模最大的农产品电商企业，商品覆盖了南川大部分农产品，但魏先曼发现，店里卖得最好的南川米、板栗和方竹笋，均为初级农产品，价格实惠。而一些经过了中间商加工和包装后的商品，价格层层加码，卖得并不好。

在中国社会扶贫网上，一些产品价格的确有些偏高。一箱12瓶的某品牌矿泉水价格达到35元，比超市的同类产品贵20元以上；30枚土鸡蛋售价86元，也比超市同类产品贵50%左右。

市乡村振兴局相关人士坦言：“个别企业觉得消费帮扶是政府行为，因此即便提高一些价格，也会有人埋单。”

他建议，应按市场价格规律办事，实行议价销售模式，同时强化质量监督和检验检测，加大市场监管力度，严厉打击借消费帮扶之名以假乱真、以次充好、扰乱市场、牟取暴利的行为。

物流成本需降低

价格较高，或许有物流的因素。消费帮扶产品大多来自偏远山区，物流成本较高。

回收贺成云鸡蛋的老板名叫何成祥，是普顺生态农业专业合作社的理事长。今年上半年，他投资上百万元在长柏村发展土鸡产业，目前已发放鸡苗约3万余只，注册了“普顺长柏土鸡蛋”商标，每天回收鸡蛋七八千枚。

物流，是何成祥遇到的最大麻烦。

普顺镇距离县城距离并不算远，但物流依然不完善，从农户手里回收的鸡蛋无法按时发出，是何成祥最烦心的事。没法子，老本行是做超市的他，只好通过朋友关系引进了一个物流网点，并与对方签订协议，每

单，下单地点就在离南川不远的万盛经开区，最划算的邮政速递也需要约200元运费，魏先曼一合计，干脆自己找了个车送过去，来回不过100元。

物流企业也有苦衷。邮政速递是重庆覆盖最全的物流企业之一，在全市所有区县都实现了行政村的邮路全覆盖，按理说物流是挣钱的业务，但企业方却不这么认为。中邮重庆南川分公司副总经理王伟向记者倒苦水：“这段时间收方竹笋，不超重的话（一般是10斤内）每单才10块钱，我们要从离城区几十公里外的头渡镇帮村民打包、装车、运送，如果算上人工费用，你觉得能挣到钱吗？”

说到对未来的期望和建议，王伟提出了两点：一是希望政府继续加大基础设施建设力度，也希望企业能继续加强网点建设；二是想依托邮路全覆盖的优势，与其他快递企业合作，共同分享农村电商物流这个大蛋糕。

平台建设需优化

对脱贫地区的农产品进行消费帮扶，必须要有好的展示平台，尽管重庆按照国家要求建设了包括消费帮扶专柜、消费帮扶专柜、消费帮扶专区、消费帮扶线上平台等在内的“三专一平台”，但依然需要完善和优化。

中国东西部消费协作中心（重庆市消费帮扶馆）是“三专一平台”中的专柜，中心位于北滨一路，从去年10月31日开馆以来，已建设了45个消费帮扶特色馆，包括陕甘宁

蒙青新云贵川藏桂11个省、自治区省级馆、重庆市33个区县馆和渝渝消费协作中心山东馆，陈列展销优质扶贫产品1万余种。

运营近一年，中心暴露出交通配套设施不完善、政策扶持作用有限、社会知晓度不高等短板，运营压力较大。目前，该中心在物管、水电、人员工资等方面开销较大，每年约需要800万元，但年收入仅约160万元，处于入不敷出阶段。

一些经营者对此感受很深。中国东西部消费协作中心南川馆由魏先曼负责运营。“一个月收入才三四千元，还不够成本费用。”她说，而且据她了解，在中心内这个营业额竟然还能算中等。

专柜方面同样面临着类似情况。目前我市在商圈、企事业单位办公场所等布局了消费帮扶专柜，但有些专柜布局的点位不佳，人流量很少，因此销售情况并不理想。“有几个柜台一个月才卖几十块钱，连电费都不够。”负责此项目的重庆农投良品有限公司有关负责人有些无奈，“项目位置是一个原因，另外专柜里的消费帮扶产品仍然比较单一，有时候的确让人无从下手。”

记者多方获悉，消费帮扶专柜已签约1万台，但目前仅投放不到2000台，一个主要原因就是销售情况不甚理想，有关部门和运营方正在考虑如何优化和调整。

新消息传来，下一步我市将加快消费帮扶“三专一平台”建设，优化消费帮扶专柜“一中心多馆”布局，扩大消费帮扶专柜投放，拓宽消费帮扶专区覆盖范围，引导中国东西部消费协作中心、重庆市消费帮扶馆提档升级。



近日，南川区两位主播在推介家乡土货。

(受访者供图)

记者手记》》

政府要从帮扶向帮促转变

消费帮扶是一种市场行为，必须通过市场的手段来推进和调节。

应该看到，在消费扶贫时期，市场发挥了巨大的作用，但政府的介入力度也不小。相关部门负责人坦言，很难把握介入的度：“政府管得不够的话，就没人管；管得太多的话，又淡化了市场的作用。”

一个比较典型的案例是，在鲁渝扶贫协作中，尽管山东每年都超额完成计划任务，但事实上在这个农业科技大省眼里，重庆农产品“能打的并不多”，因而这种采购还是带有一些慈善和公益的性质。

帮扶产品要真正接受市场的认同，而不是昙花一现，产品本身就很关键，“公益”确实可以短期内抬高商品价格，但大多数消费者还是会根据“性价比”来选择产品，最终实现优胜劣汰。

消费帮扶是长久的，政府也应转变角色，减少行政色彩，合理控制直接帮扶比例，更多地对接市场、组织社会资源，实现从帮扶到帮促的角色转换。

首先是引导村干部、村民等树立正确的

市场意识，生产质优价廉的好产品。“以购代捐”“以买代帮”的消费帮扶，会给一部分村民造成一种假象：只要生产出来，就能卖出去。于是，有些地方盲目扩大生产，质量却没把控好，严重影响市场效益和产品口碑。因此，相关部门和农业龙头企业、农民专业合作社、农村电商等，一定要帮助农民树立正确的市场意识，推广标准化种植养殖，加强品质把控，生产出更多质优价廉的好产品。

其次，尽快打通物流瓶颈，让更多农产品走出去。在消费帮扶中，一个明显存在的问题就是物流不通，运输成本高。因此，相关部门和电商企业等应尽快补上仓储保鲜、冷链物流设施短板，让更多的鲜活农产品更好融入大市场。同时，加大互联网技术的应用，全面拓宽消费帮扶的渠道。

此外，政府应该加大产销对接力度，多组织农业企业、合作社参加农产品展会或博览会，打响知名度，在参展和宣传推广费用上可以进行补贴，调动他们的积极性，帮助他们树立品牌意识，实现农业提质增效，更好地更快地走出去。

区县动态

铜梁：农村四好路有了“身份证”

近日，在铜梁区二坪镇狮子村公路的路口，树立的《铜梁区农村公路通畅公示牌》《重庆市农村公路养护公示牌》两块蓝色的方型标牌格外醒目。

这两块由区交通局监制的牌上既有路段的名称、里程、起止断落，也有建设单位、施工单位、管护单位、管护责任人的联系电话。

“这条全长2.6公里的四好农村路是2020年10月建成并通过验收的，验收后区公路中心及时安置了公示牌。”二坪镇镇长孔庆明说，公示牌就是一条道路的身份证，记载的内容一目了然，有利于接受群众监督。如果发现地质灾害造成影响交通的状况和人为破坏道路设施的行为，群众可以第一时间上报，相关单位能及时处置，保障乡村道路畅通。全镇落实了13名公路管护人员，要求做到公路管护有人、有责任、有资金，路边无杂物、路肩无种植物、路边无违法建筑。

铜梁区交通局负责人表示，设置公示牌，既增加交通政务公开的透明度，让人民群众有更多知情权和监督权，也进一步提升了农村公路安全保障水平，确保老百姓出行更安全。

铜梁融媒体中心 赵武强

南川：方竹笋搭上电商“快车”奔向全国

近日，重庆山水都市旅游开发有限公司金佛山分公司工作人员广英木来到南川区头渡镇采收毛壳方竹笋。

“今天有几百公斤的单子，收了后马上打包发货。”广英木介绍，为了保证方竹笋的新鲜度，他接到客户反馈的网络订单后，会到固定联系的几个笋棚采收、打包，客户很快就能收到。

笋农赵森除了摆摊设点销售鲜笋外，今年还依托朋友圈进行推广，通过“线上+线下”的销售模式，一个多月时间接单量超过了2000单。

近年来，南川区大力发展数字农业，借力电商平台，拓展线上销售渠道。据了解，自8月鲜笋上市以来，南川区方竹笋依托淘乡乡、千村集等电商平台，不断拓展销路，远销北京、上海、广州等城市，线上销售方竹笋鲜笋60吨，实现销售收入超120万元。

南川融媒体中心 李崎君

石柱：千亩烤烟地套种蔬菜

“要保护好地膜，将大白菜苗种植在烟株两侧，让菜苗充分吸收烟根周围的余肥，才能良好生长……”近日，在石柱县沙子镇卧龙村后槽组连片集中的近千亩烤烟地里，10多位村民在技术人员指导下移栽大白菜苗。

卧龙村及周边六塘乡的龙池、大塘村是烤烟种植大村，为充分利用好土地资源，提高土地利用效率，当地大力发展“烤烟+蔬菜”套种特色农业。在烟地免耕套种蔬菜，通过轮作种植，能够有效地改良土壤结构，提高土壤肥力，在确保降本增效、一地双收的同时，还将为来年种植烤烟减少病虫害风险打下良好基础。

卧龙村党支部书记彭毅介绍，以前一块地只有烤烟一份收益，利用烤烟地的余肥套种季节性蔬菜，不仅可减少生产成本投入，还可增加复种指数和亩产收益，更好地助力村民增收致富。

石柱融媒体中心 隆太良

直播带货

巴南木洞镇：5000只散养土鸡待售

近日，巴南区木洞镇海眼村，重庆海眼寺水稻种植专业合作社喂养的上万只红冠乌皮第三代土鸡，其中5000只已长至5斤左右，可以出售了。

“养殖场建在海拔580米以上，采取林下散养，主要喂玉米、豆粕、豆渣、麦麸、红苕等，土鸡肉质鲜嫩有营养。”合作社负责人介绍，养殖场远离农家，能避免生活垃圾和农药污染，能较好地确保土鸡品质。土鸡售价120元/只，既可上门购买，也可通过电话预定，再快递送到家。

联系人：连佐敏；电话：13594139996

巴南融媒体中心 张砾

万盛石鼓村：高山泉水麦芽鱼等你尝鲜

近日，在万盛经开区石林镇石鼓村的高山密林中，兆然堂有机森林农场的工人们正在打捞高山泉水麦芽鱼运往城区。

兆然堂有机森林农场用富锶山泉水、麦芽、养殖了雅鱼、花骨鱼、淡水银雪鱼、鲫鱼、草鱼等鱼类，富含鲜味氨基酸、不饱和脂肪酸及锶、硒、锌、钙等多种微量元素，营养价值高，口感嫩滑，成为市场上的新宠。

农场年生产高山泉水麦芽鱼3—5万斤，根据鱼类品种不同，售价在18—128元/斤，常年可垂钓。

联系人：易先生；电话：13062335308

万盛经开区融媒体中心 姜亚梅 刘倩

▼垫江县普顺镇，土鸡和土鸡蛋是消费帮扶的重点。(受访者供图)

