

建行云南省分行 消费扶贫 助力乡村振兴



善融商务精准助力“云品出演”

包括怒江、香格里拉“三区三州”深度贫困地区在内，云南“滇西大环线”风景秀美、物产丰富、民族文化气息浓厚，但受制于地理环境、交通等限制，也是云南脱贫攻坚的重点区域。为此，建行云南省分行联动“一部手机云品荟”，举办“滇西大环线，云南好物产”善融扶贫商品交易会，撮合全国各地采购商与供货商精准对接、采买扶贫目录商品，助力脱贫攻坚圆满收官。

线上搭建消费扶贫专区，线下商品展销撮合，在省扶贫办、省商务厅等政府部门的大力支持下，建行云南省分行汇聚社会各方扶贫力量，内外联动，以“善融商务”为媒，千方百计为云南贫困地区特色优质农副产品销售引流，将“流量”切切实实转化为消费扶贫成交量。

联合央企扶贫，提升扶贫成效。在善融商务平台60余家央企扶贫馆中，该行已承接搭建完成中国移动、南方电网、有色、冶金、中国东方航空、电建、宝武等7家“央企扶贫馆”，先后开展8场“央企扶贫馆”优惠购活动，今年以来销售总额达1300余万元。

开展助农直播，乡村“农产品”变“爆品”。该行在建行系统内首家探索善融直播带货新模式，以遇“建”云南味道为主题，精心筛选扶贫商品和云南地方特色农副产品，举办多场善融扶贫爱心购直播活动，其中，以云南优选商品为主的“品‘建’七彩月，



天涯共此时”直播观看人数达11万人，销售金额51万元。秘境菌香专场电商扶贫爱心购活动，短短两个小时直播，超过5万人次点击、松茸销售20.8万元。行领导化身助农产品“推荐官”，极大提升了“善融直播”平台影响力。

值得一提的是，在今年9月“全国消费扶贫月”活动中，该行快速搭建善融商务云南消费扶贫专区，精选全国扶贫产品目录商户60户，对应上架扶贫商品564款，并组织开展“约惠龙支付 购享原产地”“携手央企 聚力前行”“扶贫爱心卡 喜迎丰收节”“善心融爱 共助安

康”“三区三州 攻坚克难”“助乡村振兴 享美好生活”“国家扶贫月 善融在行动”等多场消费扶贫专题活动，在“劳动者港湾”“CCB建融家园”打造线下消费扶贫产品展销平台，通过加强与各级政府机关、军队武警、学校、医院和各大企业消费扶贫合作，以工会提货扶贫、单位采购扶贫和线下扫码购扶贫等多种方式，线上线下、内外联动开展消费扶贫。活动当月消费扶贫交易额1155万元，计划完成率达246%，提前18天完成消费扶贫月任务目标，充分发挥消费扶贫对乡村产业的支持和带动作用。

善融商务创新精准扶贫模式

经营松茸等怒江土特农产品的怒江农夫农业开发有限公司，为参加此次交易会是有备而来。曾经苦于好产品飞不出大山，企业发展缓慢。去年，该公司参加了善融平台在怒江傈僳族自治州举办的产销对接会，把怒江的农产品卖到了全国各地。一年来，善融平台直接销售额达到70万元，间接促成销售400多万元，公司营业额较去年翻了5倍，带动怒江当地农户420户，户均增收1000元。“搭上了善融平台，我们才知道外面的市场有多大，这一年我们积极和经销商学习电商运营，随着业务量的不断扩大，目前正在准备到昆明设立分支机构，业务范围也从怒江的农产品扩大到全省的农产品。”农夫农业开发有限公司总经理和桥康说：“2021年，我们要在全国新开拓8个省的代理。”

善融商务是建行推出的以专业化金融服务为依托的电子商务金融服务平台，融资金流、信息流和物流于一体，为客户提供信息发布、在线交易、支付结算、分期付款、融资贷款、资金托管等全方位的专业服务。

在建行“跨越2020”金融精准扶贫行动方案中，善融商务是“平台+扶贫”的重要内容之一。建行云南省分行深入践行普惠金融战略，以“云品出演”为突破口，依托善融商务，积极对接贫困地区特色农业发展需要，尤其加大对“三区三州”深度扶贫地区的帮扶力度，通过“四免一补”服务（网店专修、商品上架、店铺运营、交易结算全免费，持续补贴扶贫商品销售），将扶贫商户电商成本降至最低，探索出了一条“善融商务+地方扶贫龙头企业+贫困户”的电商扶贫模式，打通了产业扶贫销售流通“最后一公里”，带动建档立卡贫困户持续增收稳收，脱贫致富。

近3年来，省内百余家农业龙头企业、102户扶贫商户入驻商城，积极帮助贫困地区农产品“上行”，扶助范围覆盖76个国定贫困县，惠及建档立卡贫困户超2200户，实现扶贫交易额达2.5亿元。

助力云南打造“绿色食品牌”

脱贫出列不是终点，而是新生活、新奋斗的起点。

怒江泸水福兴咖啡种植专业合作社守着中国种植条件最好的咖啡地，却依然收入微薄。建行怒江分行了解情况后，主动上门与合作社对接，组建服务团队助力合作社“阿客哆咪”咖啡入驻善融商务平台，帮助合作社特色咖啡产品销往北京、上海等一线城市，并受到咖啡迷们的热捧。一年来，合作社通过善融平台让更多人品尝到怒江出产的特色精品咖啡，销售额达到100多万元，102户合作社成员户均增收1.1万元。

“建行在腾冲举办以‘滇西大环线，云南好物产’为主题的善融扶贫商品线下交易会，覆盖滇西8州市，就是要进一步巩固云南脱贫攻坚工作成效。”建总行网络金融部副总经理杨泽新介绍，他们将充分发挥“善融商务”平台作用，全力推动“云品出演”。

当前，建行云南省分行正深入推进“三大战略”，下沉服务重心，



以新金融聚焦“三农”领域痛点和内循环堵点，积极探索全面巩固脱贫攻坚成果，有机连接乡村振兴的新路径。该行将继续发挥善融商务平台优势，进一步实现资源整合、互联

互通、共建共享，促进城乡对接、双向赋能，畅通城乡之间内循环，助力云南持续提升“绿色食品牌”的影响力，持续推动云南高原特色农业发展。 本报记者 刘文波