

# 深入践行企业精准扶贫

## 蜜芽“田蜜中国”扶贫助农计划成效亮眼

国家脱贫攻坚战役已经进入了关键时刻的重要节点,尤其是在贫困地区的农民,更需要有人带领他们打开市场,实现他们农产品的价值。由中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办、工业和信息化部联合印发的《2018年网络扶贫工作要点》也明确要求,要深入实施《网络扶贫行动计划》,进一步发挥互联网在脱贫攻坚中的作用。其中,电商行业成为了帮助贫困农民脱贫攻坚的主力军,它们在农产品的产销对接中担任着不可或缺的重要角色,在扶贫进程中的作用不容小觑。

蜜芽作为中国领先的品质生活电商平台在践行电商扶贫工作中表现亮眼,2018年率先启动了社交+电商+助农扶贫项目,并于2019年全面提升扶贫助农战略推出“田蜜中国”计划,通过创新打破壁垒,聚合更大的力量来推动脱贫攻坚和乡村振兴。

### 契合消费趋势,夯实品质凸显特色

这一年的扶贫助农工作中,蜜芽平台上线的每一个农产品都是从商品的源头把控质量,与当地政府接洽、亲自采集并通过拍摄、直播等方式参与到商品的流通过程之中。在蜜芽看来,助农不只是解决单纯销路的问题,核心在于如何和地方政府一起培养农牧户产品上行能力以及品牌打造能力,从而有效整合各方优势资源,打造当地的特色农产品品牌。

蜜芽在生鲜品类施行的“原产地溯源”计划是最好的例证,进一步减少信息不对称的损耗,增加农产



品的附加值,农产品成为当地的一张名片。目前,该计划已与地方政府一起孵化了皖北鸡蛋、赣南红薯、伦晚脐橙等多个农业品牌。

一年来,蜜芽已经连接5省20市区超过100乡镇,投入超过1000万研发资源,建立食品生鲜仓库,农产品销售系统,农产品线上服务与营销中心,精准带动农村农牧民脱贫并能持续创造收入。

### 充分释放流量价值 聚力助农精准扶贫

今年7月,蜜芽助农战略再升级推出“田蜜中国”计划,借助社交电商平台的优势,释放流量价值撬动农作物产能,实现双向辐射,带动全产业链的升级。不仅为产品搭建销售渠道,更能快速打造地方特色农产品品牌。

7月30日-31日,蜜芽“田蜜中国”项目组走进四川蒲江县和甘孜州同两地政府达成农产品战略助农

合作,建立电商助农特色产品基地。活动中,蜜芽带领平台社群消费达人联合地方农户现场体验、制作产品素材、全网直播。未来,蜜芽还将与当地政府、企业一起,组织农民培养包装、发货能力,并提供科技溯源体系。

短短一个月的时间里,“田蜜中国”项目组打造多款爆品,先后帮助山西新绛油桃创造一天销售90吨、安徽临泉鸡蛋2小时销售突破28万、河南内黄蜜桃10分钟破万单的多项纪录,一举解决了超过1000位农户的农产品销售问题。

移动互联网时代电商在消费中扮演着日益重要的角色,电商扶贫作为一种新型的扶贫模式,不再只是为贫困地区、贫困人群捐财捐物,而是通过为当前农产品提供稳定、可靠、优质的销售出口,甚至将成熟的扶贫理念和致富思路留在当地,完成从输血到造血的本质性变化,从而达到增收、脱贫甚至致富的愿景。



# 渤海银行北京通州支行以智能科技驱动转型发展

近日,渤海银行第一家智能网点在开业三年后再次升级。渤海银行北京通州支行以新的面孔展现在客户面前,门口互动屏幕上灵动跳跃的海豚,厅堂内的体感交互式设备,以智能科技创新为驱动,在高质量转型发展的征途中呈现出一派勃勃生机。

据悉,下一步,渤海银行北京通州支行将布设智能机器人,它将能够很好地完成常规理财产品的销售,甚至个人贷款产品的推荐,超级柜员机则更进一步替代柜台现金交易。而在支行行长王婷的眼中,智能银行的意义不仅在节流,更在开源。

王婷介绍:“让人从简单重复劳动中解脱出来,去做更高级的事情。”智能科技的深入应用精简了人员工作,提升了工作效能,使支行能够解放人力关注客户需求,提供多元化金融解决方案。通过机制创新,更多的人员可以走出厅堂,深耕商圈,走进企业、社区,在更广阔的天地施展更大的作为。

“用金融科技解放生产力,让人从简单重复劳动中摆脱出来,去做更高级的事情。”通州支行客户交易活跃,却很少谋面,很多业务都是在线完成。金融科技的分流作用日益凸显。对一名熟练的业务人员来说,即使能记住再多的客户,也不可能熟知所有客户都有什么产品,什么时候到期。但这对



智能机器人而言毫无压力。智能机器人实时读取后台数据,获取这位客户的基本情况、交易往来历史、所享服务级别等丰富信息,效率远非人力可比。

渤海银行北京通州支行进一步打造超级低柜,打破“防弹玻璃”,营运人员走出来,推动零售人员走出去进行平台化、渠道化、全产品营销。部分营运人员走进厅堂,在理财、保险销售中长袖善舞;站上大堂经理的岗位,缩短服务链条,大大提升了服务效率。营运

人员变身“服务经理”之后,零售人员成长为“渠道型全产品客户经理”,走出厅堂,以渠道化、平台化的方式开拓市场,融入周边商圈,建设线下生态。他们认为,只有全产品营销,才能当好客户的“现代财资管家”。全产品营销模式下,一名客户经理可以同时承担理财经理、个贷经理、保险经理等多重角色,客户更能体验到“现代财资管家”的精益服务。创新带来生产力的井喷,开业三年,人均创利和人均经济增



加值在渤海银行北京分行排名第一,客户增速位居前列。

目前,通州支行进一步加快了网点升级改造的步伐。将使厅堂布局更加合理,并在此基础上拓展“客户休闲区”。“人们进来也许只是利用等电影开场的时间看一本书、听几段钢琴曲,完全没有业务需求。但是,拒之门外也就放弃了获取客户的机会。走出去营销与请客户进来相结合,才能发挥网点作为根据地 and 战斗堡垒的作用。”