“善融商务”助力脱贫攻坚

——建设银行“善融商务”电商扶贫纪实

2017年是脱贫攻坚的关键之年。对建设银行网络金融条线“善融扶贫”工作者来说，这一年是砥砺前行的一年，也是硕果累累的一年。面临扶贫路上的道道坎关，建设银行“善融商务”人不忘初心，敢于担当，勇于创新，攻坚克难，实现了“善融扶贫”业务的跨越式发展，让建设银行“善融扶贫”一跃成为国内电商扶贫的“引领者”。

金融精准扶贫，电商扶贫先行。2017年，建设银行积极承担社会责任，充分运用“互联网+”理念，依托“善融商务”电商平台，因地制宜创新电商扶贫模式，切实帮助832个国定贫困县、411个省定贫困县和1000余个建设银行定点扶贫点等贫困地区“树品牌、增销量、育人才、强造血”，取得了良好的扶贫成效和广泛的社会认可。截至2017年末，“善融商务”已累计拥有1940个扶贫商户，覆盖545个贫困县，当年实现扶贫交易额51亿元。2017年11月，在新浪财经举办金融扶贫评奖活动中，“善融商务”作为建设银行金融扶贫的主要创新点，荣获“金融企业扶贫创新大奖”。近期，“善融商务”更是以突出的扶贫成效获得商务部认可，正式加入商务部“电商扶贫”频道。

**安康三柳村原生态大米诞生记**

2017年11月22日傍晚，一篇题为“许博士与三柳村的原生态大米”的微信迅速在朋友圈中刷屏。100单、200单、500单……微信发布后，订单持续快速攀升！

这究竟是一种什么样的大米？背后又发生着怎样的故事？这还得从陕西省安康市秦巴山区一个叫“三柳村”的贫困小村庄说起。

三柳村隶属于陕西省安康市汉阴县双河口镇，地处山区，是秦巴连片贫困山区的国家级贫困村，也是建设银行总行的定点扶贫点。2016年，建设银行从各部门中选调驻村干部对三柳村进行帮扶。战略规划部的许淑红博士有幸作为驻村干部被派驻至三柳村。之后，帮扶当地贫困户增收脱贫就成为许博士的主要工作。

三柳村两山夹一河，青山绿水，空气清新，自然环境优美，野生朱鹮栖息，是安康地区“一江清水送京津”的上游水源涵养地，没有任何工业企业和工业污染，又地处“中国硒谷”之称的安康富硒地带，尤其适合发展绿色生态农业。2017年，在深入调研之后，三柳村三委班子及驻村工作队集体决定采用“党支部+合作社+企业+贫困户”模式，以三柳村传统优势产业水稻产业为抓手，进行产业优化升级，大力推进绿色生态水稻的种植，带动贫困户增收脱贫。该项目根据自愿原则，由党员干部带头，20多户建档立卡贫困户参与，选取50亩优质集中水源上游地块，统一种植川优6203优良水稻，并施用有机肥，还专门聘请农业部门专家提供技术支持，由村民合作社委托当地企业加工并通过“善融商务”独家经销，从农户直达餐桌。

安康当地有“九月半，吃新米”的古谚。2017年11月，历经选地、插秧、施肥、浇灌、收割、晾晒、收购、车净和加工等多重工序的三柳村原生态大米终于“破茧而出”。然而，大米由谁来卖、是否具有合法的资质、如何保障售后服务、怎么才能达到预期的销量等一系列新的困难随即就摆在了“善融商务”团队的面前。

好在“办法总比困难多”，经过精心策划和不懈努力，各大难关最终被一一攻破。历经“九九八十一难”的三柳村原生态大米终于在2017年11月22日得以在“善融商务”上架销售。

这才有了故事开头的那一幕！

三柳村原生态大米以每斤稻谷高于市场1元左右的价格向贫困户收购稻谷，同时收购、装卸、包装等直接由贫困户参与，增加他们的务工收入，能够直接帮扶三柳村20余户贫困户增收。大米在“善融商务”平台上销售后，引起强烈反响，社会各界争先抢购，不到三周时间即销售一空，20余户建档立卡贫困户户均实现增收3500元。

一“米”一世界！小小三柳村大米，体现了善融人和派驻干部们“不忘初心”的一份情怀以及“真脱贫，脱真贫”的坚定决心，也彰显了建设银行的大行担当！

**一条留言引发的爱心传递**

11月9日下午4点，按惯例“建行江苏省分行”官方微信更新信息，头条发布“善融扶贫 江苏助力”文案。晚上7点左右，一条留言赫然出现在评论栏里：

“我们丰县大沙河苹果都丰收烂在地里，有谁来扶贫？辛辛苦苦一年，到头来却为了收获的东西发愁。如果建行想真扶贫，就帮老百姓来卖卖苹果……”留言者在评论里还留下了自己的联系方式。

微信运营人员第一时间联系江苏分行善融团队。随后，善融团队马不停蹄赶赴大沙河，现场查看大沙河苹果果园及新品种试验基地，了解帮扶贫困果农情况。看到丰收的苹果因为滞销烂在地里，建设银行工作人员感慨万千：“站在苹果树下，看着丰收的景象，想着贫困果农丝毫没有丰收喜悦的窘境，产生强烈的真扶贫、扶真贫的责任感，这个扶贫项目值得做，必须立马去做。”

在多方联系后，一场助力大沙河滞销苹果的攻坚战正式拉开帷幕……

随即，火速组建大沙河“善融商务”团队，倒排时间节点、落实责任要求，项目申报、审批、上线、销售等全流程一路绿灯，仅用4个工作日就顺利完成原来需要6个工作日才能完成的工作。大沙河集团负责电子商务的负责人王旭经理幽默地说：“大沙河以往跟其他电商合作，都是我们在催进度，这次跟建行合作，我的工作节奏都被带快了，建行的速度，牛！”

11月27日，大沙河集团顺利入驻“善融商务”平台，成功入围建行总行龙支付扶贫促销专项活动，并于11月28日下午2点正式启动促销活动，上线仅仅22小时，10斤装大沙河苹果销量已突破1000件，上线44个小时，销量突破10000斤。

11月30日，“建行江苏省分行”官方微信在头条醒目位置推出《向时间讨一味初色的美》推广文案，图文并茂倡导大家伸出爱之手，浙江、湖北、上海、苏州等分行相继转发，一时间，大沙河苹果扶贫龙支付订单支付截图刷爆全行各个微信群。

12月7日，建行官微全行转发，演绎爱心接力。截至12月20日晚，大沙河苹果在善融平台的销量已突破10万斤，牢牢占据“善融商城”苹果类销售排行榜首。大沙河集团负责人张弛感动地说：“没想到建行力量这么大，没想到苹果可以这样卖，比得上我们顶风冒雪到好几个城市为苹果站台的效果。在善融商城的支持和宣传下，集团订单近期明显攀升，很多大型超市也主动找到我们，今年预计可增加收购苹果6000吨，能惠及果农2500户。”

**不做扶贫路上的旁观者**

浙江经济发达，浙江省分行在建设银行的金融扶贫中并没有扶贫任务，但没有任务并不意味着无法作为。2017年11月，浙江省分行就依托“善融商务”，采用“分行联合商户、商户对接贫困户”的方式，用切实的行动奏响了一段跨省扶贫的美妙篇章。

广丰为江西省省级贫困地区，广丰马家柚属地方优质特色水果，近年来马家柚种植面积不断扩大，指数级增长的产量面对的却是销售难的窘境，贫困户面对滞销的柚子，一筹莫展。浙江省分行派员实地考察走访后发现，仅广丰区鹏升农林专业合作社，就有贫困农户266户，急需社会各界伸出爱心之手。为解决当地贫困户马家柚滞销的问题，浙江省分行成立了专门的扶贫项目小组，依托“善融商务”平台，制定了详细的扶贫方案。

方案决定在“善融商务”个人商城开展满69元减40元，最多减200元的广丰马家柚扶贫助农优惠购活动。商品由浙江省分行重点商户上架销售运营，所有的满减补贴费用及商品销售货款全部清算给广丰的贫困农户。活动开展后得到了各界持续关注，商品销售异常火爆，不到一周的时间近3000人参与并奉献了自己的爱心，直接帮助农户售出了2万斤马家柚，给农户带来了15万元的销售款。此次活动建设银行不仅帮助柚农解决销售问题，还通过重点商户全流程指导农户参与了电子商务的建设、运营、物流、售后等工作，真正做到了 “授人以渔”。

浙江省分行跳出了本省没有贫困县的地域局限，主动对接兄弟省分行开展联动合作，发挥浙江地区电子商务运营优势，走出了一条“银行+电商”金融扶贫新路，为扶贫攻坚贡献了浙江力量。

小康路上不让一个人掉队，不做扶贫路上的旁观者！如果每一个人都能为精准扶贫、精准脱贫贡献爱心，就能汇聚打赢脱贫攻坚的滂沱力量！

**我有一棵树 足以来扶贫**

“张姐您好，今天需要办点什么业务？”

“你好你好！之前通过你们手机银行购买的土鸡蛋，炒出来又黄又香，一个才1毛多，即实惠又好吃。昨天听邻居说你们又有苹果卖了,还是天水的果子，现在可以提前认购，等果子成熟后按需配送到指定地点？这活动怎么参加？我能多买几份不？直接寄给外地的哥嫂。”

这样的对话发生在兰州的建行网点，是不是有些让人摸不着头脑？其实，这是甘肃省分行在推进电商精准扶贫工作中进行的又一项新尝试：以“善融商务”为平台，依托物理网点，通过电子银行渠道，帮助建档立卡农户销售农产品，最终实现种、产、销一条龙的扶贫创新服务。

作为建设银行的电商扶贫试点，近年来甘肃省分行大胆创新，相继在定西、天水、陇南等地区创新推出了“善融商务+龙头企业+合作社+农户”、“善融商务+电商公司+合作社+农户”和“第三方平台搭建乡村旅游”的扶贫模式。

“我有一棵树 足以来扶贫”正是2016年天水分行以“善融商务+电商公司+合作社+农户”模式开展的“善融商务”电商扶贫创新活动。2017年同期，甘肃省分行联合秦安县扶贫龙头企业推出了第二期“我有一棵树·足以来扶贫”爱心善融购活动。此次活动创新采用众筹形式，即通过扶贫龙头企业收购建档贫困户苹果进行统一质检、包装并依托“善融商务”平台向爱心人士开展认购销售，从而帮助解决贫困地区果品滞销问题，助力贫困户增收脱贫。

活动期间，爱心人士通过建行“善融商务”电商平台认购果树提交订单后，扶贫商户第一时间通过电话、微信等形式与爱心人士取得联系，对果树名称、认购人、发货信息等进行确认，同时对接建档立卡贫困果农选树挂牌。随后的2-3个月内，扶贫企业以图片或视频的形式定期向爱心人士反馈果树和苹果的生长情况。待苹果成熟后，扶贫商户按照订单约定的发货批次和收货地址，连同爱心扶贫荣誉证书一并送达爱心人士的手中。

“我有一棵树 足以来扶贫”让“养在深闺人未识”的秦安苹果迅速走向全国。短短不到一个月的时间，就认购和帮助贫困果农完成1540笔订单，共计113848万元。2017年4季度，秦安苹果再次入围善融商务“携手善融 爱心扶贫”系列大型扶贫营销活动，销售额突破200万元，让秦安苹果再次名扬四海。

**给善融扶贫插上科技的翅膀**

“秦书记，咱们村那个爱心大米卖了多少了？”下惠村的黄承汉老人近来每次在村里遇到广东省分行驻村扶贫工作队队长秦莉都要问一句。

“黄大伯，已经卖了超过200万元了!”说完，秦莉在手机上点开新一代“善融商务”平台“下惠村扶贫区域”给黄承汉看。

“有这么多啦！好啊！真好……”黄承汉口中不断默念着。

广东省南雄市油山镇下惠村是省级核定的相对贫困村，由广东省分行对口定点帮扶。全村总户数670户，共有贫困户56户161人，残疾人数家庭占比高，达到50%，是南雄市208个相对贫困村中脱贫任务最艰巨的村庄之一。黄承汉则是全村最苦的贫困户，家庭人口有5人，儿子、儿媳、孙子均是残疾人，已经73岁高龄的他不得不成为家庭的主要劳动力。

秦莉刚来到下惠村就率领工作队对全村进行了全面调研，发现下惠村日照充足、水源丰富且无污染、土壤富含多种人体需要的微量元素，自然条件十分适宜发展有机农业。工作队结合有机绿色食品日益增长的市场需求，立足建行的客户资源优势与渠道优势，提出引入广东省农业龙头企业“广东金友米业股份有限公司”参与下惠村的扶贫工作，依托建行新一代 “善融商务”平台的销售渠道，打造爱心大米产业链的思路。

工作组和村委兴奋地挨家挨户走访，告诉村民们这个脱贫的好路子。然而以黄承汉为代表的少数村民却冷冷地拒绝了。“他们不参加就算了，总不能因为这几个钉子户就拖累全村吧。”有工作人员说道。秦莉想到黄承汉是村里最苦的，扶贫要是把他落下了还算是真扶贫吗？她转身就往黄承汉家里赶去。

“你们说把我种的谷子拿到手机上卖？手机怎么能帮我卖谷子，我看电视新闻里都说电脑和手机上的东西都是骗人的。我不答应！你们也别被骗了！”黄承汉口气坚决地回绝道。

“黄大伯，你的担心有道理。我想问你相信我吗？你相信建行吗？”秦莉语气亲和地问。

“我肯定相信你秦书记和建行了，我这房子都快倒了，还是你们建行帮我修好的。”

“那就好，你的大米不是在手机上卖，是通过我们建行平台在帮您卖，只是别人都可以用手机买，钱都是建行在帮你收。你放心！”秦莉拿出手机耐心地向黄承汉解释“善融商务”、网购这些词。

为了解决黄承汉这样的贫困户的困扰，广东省分行立即将情况上报，由总行牵头提出新一代“善融阳光扶贫”创新功能，在广东省分行的积极配合下，一个月内快速建立了“善融商务贫困村公示频道”，贫困村及贫困户可直接查询扶贫款项的到账，让扶贫资金在阳光下运行；同时设立“善融商务机构及个人爱心值”，体现扶贫单位的示范作用，快速引导机构带动个人进行帮扶。广东省分行作为首家“善融阳光扶贫”的试点分行进行推广。

“看到了！看到了！上面红色就是我们村收入啦！”黄承汉指着“善融商务”平台兴奋地说。全村反对最坚决的黄承汉被说服之后，剩余的几户村民很快都加入到“善融爱心大米”扶贫计划。2017年11月底，新一代“善融商务”平台将下惠村爱心大米列入扶贫商品系列，面向全国销售。