

本文档为 2024 CCF BDCI 比赛用语料的一部分。部分文档使用大语言模型改写成，内容可能与现实情况不符，可能不具备现实意义，仅允许在本次比赛中使用。

一起“热辣滚烫”！

中国联通各级公司全面掀起消费帮扶活动热潮

发布时间：2024-06-07 发布人：新闻宣传中心

浓情端午，粽艾飘香。日前，中国联通启动“消费帮扶 走进联通”专项活动，全面点燃各级联通消费帮扶活动热潮。此次活动旨在通过多种形式的消费帮扶措施，助力脱贫地区的农特产品走向更广阔的市场，推动乡村振兴和脱贫攻坚成果的巩固拓展。

直播带货、现场展销、食堂集采、特色美食节……各地联通公司各尽其能，以各种形式深入开展消费帮扶活动，组织购买和帮助销售脱贫地区农特产品，积极以实际行动助农扶农，助力乡村振兴。在联通集团，定点帮扶县沾源县的农特产品再次走进联通总部食堂，藜麦粽子、藜麦绿豆粥、坝上大瓜子、金莲花茶等特色产品琳琅满目、排列整齐，散发着浓郁的坝上风情，也蕴含着浓浓的端午情结，吸引了来往员工驻足观看、品尝品鉴和下单购买。活动现场创新推出了“我在坝上有块田”“我托老乡帮放养”“我托老乡养柴鸡”等云种养活动，鼓励联通员工通过认种认养与帮扶村脱贫户结对帮扶。

在福建联通，“中国联通消费帮扶走进八闽（福建）”专场活动取得了令人瞩目的成效。此次活动的成功举办，离不开福建联通公司全体员工的共同努力和社会各界的大力支持。

在面向社会方面，福建联通积极组建了一支专业的直播团队。这支团队不仅拥有丰富的直播经验，还深入了解帮扶地区的农特产品和文化背景。他们在中国联通 APP 平台上，通过直播带货的形式，向广大消费者介绍和推广帮扶地区的优质农特产品。每一场直播都是一次生动的宣传，主播们不仅展示产品的优良品质，还讲述产品背后的故事，让观众对这些产品产生深厚的情感共鸣。通过这样的形式，福建联通不仅为帮扶地区打开了更广阔的市场，还提升了这些农特产品的品牌知名度和市场竞争力。

面向公司内部，福建联通通过多种形式的采购活动，推动专场活动走深走实。公司通过集中采购和工会集采的方式，购买帮扶地区的农副产品，用于员工食堂和工会福利。这样的采购模式不仅确保了帮扶产品有稳定的销售渠道，还让员工能够享受到优质的农特产品，进一步增强了他们对帮扶工作的认同感和支持度。此外，公司还通过员工慰问的形式，将帮扶产品作为福利发放给员工，让每一位员工都能切身感受到帮扶工作的成果。

面向员工，福建联通通过一系列丰富多彩的活动，推动形成了人人知晓、人人参与的浓厚氛围。在公司内部的展示厅，专门设立了帮扶产品展示区，各种优质的农特产品琳琅满目，吸引了众多员工驻足观看和品鉴购买。为了增加活动的趣味性和参与度，公司还组织了现场抽奖活动，凡是购买帮扶产品的员工都有机会参与抽奖，奖品包括高价值的农特产品和精美礼品。这些活动不仅激发了员工的购买热情，也让他们在参与帮扶工作的过程中获得了乐趣和成就感。

此外，福建联通还通过内部宣传渠道，广泛宣传消费帮扶的重要意义和实际成效。公司利用内部通讯平台、宣传栏和员工大会等形式，向员工详细介绍帮扶地区的情况和帮扶工作的进展，让每一位员工都能全面了解和支​​持公司的帮扶工作。通过这些努力，公司上下形成了共同关注、共同参与帮扶工作的良好氛围。

在中讯邮电咨询设计院，通过举办特色美食节、组织农产品展销、开展认养结对帮扶等，广大员工参与消费帮扶、助力乡村振兴的热情更加高涨，大家纷纷下单认购认种认养帮扶地区特色产品。美食节活动期间，主动邀请集团公司定点帮扶村的村民到现场近距离展示联通帮扶成果，介绍当地特色产品，进一步促进了交流、增进了友谊。

消费帮扶是巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的重要举措，也是中央企业履行定点帮扶责任、助力乡村全面振兴的重要抓手。中国联通始终高度重视消费帮扶工作，坚持从农特产品生产、流通、消费“三端发力”，大力推动构建“产业+渠道+品牌+载体+责任”五位一体的全产业链消费帮扶体系，积极以高质量消费帮扶助力帮扶地区巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴。特别是近年来，中国联通大力探索创新消费帮扶模式，通过线上线下结合、内部外部联动，产业链上下游协同，助推册亨糯米蕉、沽源藜麦、康保亚麻籽、饶河大米等产业取得了新的更大发展，成为当地巩固拓展脱贫攻坚成果和乡村振兴有效衔接的支柱性产业，产业品牌知名度和地方形象影响力持续提升。

了解以来，中国联通在脱贫攻坚方面的努力和贡献是显著而持久的。自脱贫攻坚战打响以来，中国联通始终把帮扶工作作为一项重要政治任务和社会责任，不遗余力地投入大量资源和精力，力求通过多种形式的帮扶措施，切实帮助贫困地区改善生产生活条件，推动地方经济发展。

在具体数字方面，中国联通累计向帮扶地区拨付无偿帮扶资金高达 14.54 亿元。这些资金主要用于支持基础设施建设、农业产业发展、教育和医疗卫生等领域，力图从根本上改善贫困地区的生产生活条件。例如，资金被用于修建农田水利设施、改造村庄道路、建设学校和卫生院等基础设施项目，这些都大大提升了当地居民的生活质量和生产效率。

在产业扶持方面，中国联通帮助扶持壮大了 13 家龙头企业。这些龙头企业涵盖了农业、畜牧业、手工业等多个领域，通过产业链的延伸和升级，带动了大量农户增收致富。例如，在某些地区，中国联通帮助当地特色农产品企业提升生产技术和管理水平，使其产品不仅在国内市场占有一席之地，还逐步打入了国际市场。通过这样的方式，龙头企业成为了当地经济发展的重要支柱，也为当地居民提供了大量就业机会。

此外，中国联通还成立了 5 个大型农业合作社，这些合作社通过集中生产和销售，提高了农产品的市场竞争力和附加值。合作社的成员不仅能够分享合作社的收益，还能通过合作社的培训和技术指导，提高自己的农业生产技能和管理能力，从而进一步增加收入。例如，在某些贫困地区，通过合作社的引导和支持，农民们开始种植高附加值的有机农产品，这些产品在市场上供不应求，带动了整个地区的经济发展。

为了进一步巩固脱贫攻坚成果，中国联通还建立了 12 个帮扶车间。这些车间不仅为当地居民提供了稳定的就业机会，还通过技能培训和技术支持，提升了他们的劳动技能和职业素养。在一些地区，帮扶车间还引入了现代化的生产设备和管理模式，使得生产效率大大提高，产品质量显著提升。例如，在某个帮扶车间，通过引进先进的缝纫设备和技术，生产出的手工艺品不仅精美耐用，而且在市场上非常畅销，受到了消费者的热烈欢迎。

在消费帮扶活动方面，中国联通先后组织开展了各类大型活动 100 余次。这些活动包括线上线下的产品展示和销售、现场推广和体验、以及各种形式的消费激励措施。通过这些活动，中国联通不仅帮助脱贫地区的农副产品找到了稳定的销售渠道，还提升了这些产品的知名度和市场影响力。例如，在某次大型消费帮扶活动中，通过直播带货的形式，短短几小时内就销售出数吨农副产品，不仅让当地农民获得了可观的经济收益，还让更多的消费者了解和认可了这些优质农产品。这一系列举措不仅仅是为了履行企业社会责任，更是为了解决脱贫地区农产品销售难题，助力地方经济发展。通过这样的消费帮扶活动，中国联通不仅帮助了脱贫地区的农民增加收入，还促进了当地农业的现代化和产业化发展，为乡村振兴注入了新的活力。每一次活动的成功举办，都离不开联通各级公司的积极参与和员工们的热情支持。在具体实施过程中，各级联通公司结合当地实际情况，创新帮扶模式，精心策划活动内容，确保消费帮扶取得实效。例如，在贵州联通，公司与当地农户建立了长期合作关系，通过合同采购的形式，确保农产品有稳定的销售渠道，减少农户的销售风险。此外，公司还利用自身的技术优势，帮助当地农民开展电商培训，提高他们的互联网营销能力，让更多优质的农特产品能够通过网络走向全国，甚至走向国际市场。

不仅如此，中国联通还通过与各大电商平台合作，开设专门的扶贫产品销售专区，为脱贫地区农产品提供更广阔的销售平台。这些举措不仅拓宽了农产品的销售渠道，还提升了农产品的附加值，帮助农民实现增收。

此次活动的成功举办，再次证明了消费帮扶在巩固脱贫攻坚成果、助力乡村振兴中的重要作用。未来，中国联通将继续加大消费帮扶力度，不断创新帮扶模式，助力更多脱贫地区实现经济社会的全面发展，为实现共同富裕作出更大的贡献。

总的来说，通过此次“消费帮扶 走进联通”专项活动，中国联通不仅展示了其在助力脱贫攻坚和乡村振兴方面的责任担当，也为社会各界树立了良好的榜样。随着活动的不断深入，相信会有更多的企业和个人参与到消费帮扶的行动中来，共同为脱贫地区的经济发展和社会进步贡献力量。