

东西部协作谱新篇③

消费帮扶铺就好物出山新通道

山货如何走出深山、对接广阔市场？作为连通山野与市场的重要纽带，消费协作能有效激活乡土资源，推动帮扶从短期展销走向长效共富。依托粤港澳大湾区消费优势，广东将消费帮扶作为粤桂、粤黔协作重要抓手，搭建全链条产销体系，并向精深加工、品牌运营等环节延伸，让大山深

处好未来相遇。

来自广东

广西

贵州的调查

王新佳

好产品怎样找到合适买家？8月21日至23日，第2届广州消费帮扶展览会暨2026全国农商互联活动(粤港澳大湾区)举办，来自全国的819家企业、2000余名专业采购商齐聚现场。京东、淘宝、抖音、快手等平台围绕电商助农政策、农产品上行标准、流量扶持等内容深入交流，帮助桂黔产地企业精准把握市场需求。同时，“万品入湾·山海共兴”协作

“消费协作就是要把市场需求传导至生产端，推动供需双方深度对接。”广东省农业农村厅区域协作促进处处长唐咸武表示，政府部门要重点做好资源统筹、平台搭建与公共服务，帮助生产企业对接采购渠道，让合作建立在稳定产品质量、持续供货能力和真实市场需求之上。

深圳把市场对接与品质提升结合起来。深圳市乡村振兴和协作交流局东西部协作处处长陶宇介绍，围绕供深基地和区域品牌建设，深圳将标准指导、渠道资源与协作项目紧密衔接，帮助广西产地企业提升产品品质。2025年，深圳投入粤桂协作专项资金1277.57万元，用于支持消费帮扶。

“深圳有关专家、机构走进广西河池市凤山县，为产地产品标准化建设提供指导，帮助企业完善质量追溯体系。”深圳市乡村振兴促进会执行会长、深圳与对口地区产业协作促进中心主任孙新华表示，这些服务把采购标准落实到种植、加工、包装各环节，消费者能够清晰了解产品来源，采购方也有筛选供应商的依据，进一步深化深桂两地产业协作，合力培育农业新质生产力，畅通产销渠道。

“深圳推动华润万家、盒马等购销主体与广西百色市对接采购需求，还通过社区、企事业单位等渠道拓展合作。”陶宇表示，标准服务与采购网络高效联动，产品品质、标准升级之后，就有稳定销路作为支撑。

在广西河池市凤山县，市场对接带来的变化延伸至生产端。粤桂协作工作队凤山工作组邀请深圳专家指导建立质量追溯体系，并依托广东财政帮扶资金支持企业改造升级生产线。2024年7月，凤山县同富健康产业有限公司的“仙果油高山山茶油”“富鑫山老树山茶油”有了专属质量标识，扫码即可溯源。该公司董事长梁粤冠告诉记者，在凤山工作组帮助下，他们对标质量标准、规范生产流程，产品在粤港澳大湾区市场销量持续增长。

“有了统一标准，我们的墨米、乌鸡、毛木耳不愁销路了。”河池市东兰县供销社农产品公司经理韦端说。

“十四五”以来，广东省佛山市与贵州省黔东南州将粤港澳大湾区市场要求融入生产基地建设和质量检测环节，两地已累计认证124个粤港澳大湾区“菜篮子”生产基地，推动黔东南州建立贵州唯一的大湾区“菜篮子”产品质量安全承检机构。

“我们改进生产流程适应规模化采购需求，建设日产60万枚的自动化智能蛋品分拣中心，生产的鸡蛋70%销往粤港澳大湾区；在大湾区设立分仓，周边机构能直接到分仓对接采购。”贵州凤和祥农业发展有限公司总经理王龙说。

“对分散经营的农户和小企业而言，知道标准与达

到标准之间，还隔着技术、设备、组织能力多重门槛。”孙新华表示，只有把指导服务真正下沉到田间管理、加工和检测一线，才能将采购要求转化为经营主体可落地的实际操作。

以仓配打通销路

阶段性的展销促销毕竟存在时间限制，桂黔产地企业仍需在广东常设市场窗口。为给桂黔协作地区产品提供展示、体验和销售服务，广东向对口支援和合作地区提供2万多平方米固定展馆，用于帮扶产品展销；筹集9000万元资金，建设广东区域协作消费帮扶产品交易中心，同步开展实体展示与线上销售。

依托这一平台，桂黔等地企业参与选品、集采、品牌推介等系列活动。自2025年4月营业以来，该交易中心已建成41个帮扶实体馆、70个线上商城，汇聚8000余种特色农副产品；举办近百场产销对接、展示展销、宣传推广活动，帮扶产品销售额近2亿元。“交易中心是我们面向粤港澳大湾区的主要展销窗口，覆盖全品类特色农产品。”该交易中心贵州馆运营负责人、贵州蔬菜集团大湾区负责人刘金磊告诉记者。

为打通消费帮扶的“毛细血管”，广东利用高速公路服务区这一庞大流量入口，将交通区位优势转化为产业帮扶引擎，构建桂黔优质农特产品走进千家万户的销售网络。

今年1月，广东推动农特产品、手工艺品入驻全省高速公路服务区“助农驿站”，设置直营专柜、专馆，提供“服务区自提”“产地直邮”等服务，消费者后续还可通过线上渠道购买。截至目前，广东已设立消费帮扶优质农产品驿站71个、上架特色产品超5000款，累计销售农特产品、手工艺品超1.5亿元。驿站还与省、市级消费帮扶平台企业对接合作，触达更多消费者。

除了固定的展示窗口，稳定的仓储配送同样不可或缺。具体到消费端订单，需要产地端高效组织货源。贵州铜仁市梵农产销服务有限公司运营的“黔货云仓·铜仁枢纽仓”，连通省中心仓、县级节点仓、其他市州枢纽仓，共享产品、库存信息，按照订单调度储配；集聚电商企业、整合快递运力，与多家快递公司签订合作协议；同步配套产品拍摄、品牌打造等服务，帮助分散的经营主体提升市场对接能力。

产销对接，也需要产地政府牵线搭桥。河池市凤山县工业信息化和商务局党组成员、县工业园区服务中心主任韦荣忠告诉记者，当地依托粤桂协作机制，线上引导园区农产品加工企业入驻“832平台”；线下依托粤桂协作产销对接资源，组织企业赴广东各地开展产品推介、展销展示。

在贵州黔东南州，冷链建设与运输专线同步推进，已建成140个农产品产地冷库。榕江县开通黔东南至大湾区物流专线，实现“早上采摘、下午发运、次日一早抵粤”，果蔬经8小时至10小时就能运达广州、深圳等地。麻江县依托冷链专线，新鲜果蔬16小时内直达广州江南市场。“以前自家养的鸡只能在本地零售，现在依托粤桂协作，能稳定供应深圳各大商超。”大化七百弄鸡养殖户韦汉业说。

如今，产地冷库、长途冷链、前置仓库、线下展馆、商超终端顺畅衔接，大大缩短了桂黔农产品从田间到货架的时间，为持续打通销路创造条件。

以消费牵引产业

市场有需求，产地能否接得住？“以前本地产业零散不成规模，很多特色资源只能低价售卖。”河池市农业农村局副局长覃同难表示，特色物产想要获得稳定销路，需要把市场对接与生产加工能力建设结合起来。

如今，粤桂、粤黔协作正从单纯市场对接延伸至科研共建、精深加工环节。广东江门市与广西崇左市携手，推动新会陈皮与宁明星油藤产业融合，推进科研平台、生产车间、市场体系和仓储资源共享。双方联动开展品牌宣传、新品发布和产销对接活动，推动陈皮星油藤产品进入全国市场。

崇左市龙州县盘活

55万亩甘蔗尾叶资源，依托江门鹤山市养殖技术、销售渠道，以1300亩甘牛养殖总园为载体，构建“甘蔗种植—尾叶青贮—科学养殖—肉奶加工—餐饮销售—制肥还耕”的生态种养模式，打造从“一株蔗”到“一杯奶”的全产业链。

在贵州省遵义市湄潭县，新茶饮市场需求正在重塑原料茶的生产加工模式。新茶饮企业原料需求量大、品质要求稳定，为夏秋茶开辟全新加工销售渠道。“爆款茶饮出现后，原料需求迅速增加，对供应商的组货能力、资金周转能力都提出更高要求。”遵义市政府副秘书长、粤黔协作工作队遵义工作组组长陆尧说。

2023年底，在粤黔协作推动下，贵州春水堂茶业有限公司落户湄潭，生产的茉莉茗香、蜜桃乌龙等产品销往全国。2024年，珠海市与遵义市共同打造“全国新茶饮供应链中心”，成立珠遵新茶饮研究院，发布《贵州新茶饮原料茶 精制绿茶》团体标准。今年4月，贵州新茶饮大宗原料茶交易平台上线运营，探索“茶园直连工厂”线上集采模式。珠海市农业农村局副局长、挂任湄潭县委常委、副县长夏宇表示，茶原料订单让生产者看到了夏秋茶的市场价值，也引导加工环节更加贴近终端消费需求。

笋农林萍家住广西百色市田林县六隆镇上仁村，种有30亩竹林。过去管护粗放，产量、品相都不理想。随着技术推广，她逐步学会修枝疏密、清杂松土、排水护笋，“优质笋品靠的不是运气，而是全年精细化管护。”林萍说，如今自家竹笋既可鲜销，也可加工成笋干、酸笋，已有收购商长期合作。

“竹鞭健壮、土壤疏松、水肥均衡，才能孕育优质笋芽。”田林县林业局高级工程师钟辉介绍，当地依托深圳市光明区对口帮扶资源、粤桂协作财政资金及社会帮扶资源，建成3座标准化八渡笋加工生产车间与八渡笋特色农产品交易中心，引进深加工企业，完善笋制品加工链条。

三百颗(贵州)农业科技有限公司是粤黔协作重点企业，深耕荔枝产业10余年。该公司总经理吴宇辉告诉记者：“公司以良种育苗为核心，构建山地荔枝一二三产融合的全产业链，培育‘黔州红’特色品牌、搭建分拣冷链体系，鲜果直供粤港澳大湾区、北京等地的高端商超。”

广东以消费需求牵引产业升级，不断向产地传递清晰的市场信号：客户需要什么规格、接受什么价位、要求怎样的供货节奏。渠道服务、技术支持、加工赋能协同发力，助力桂黔产地把市场机遇转化为可持续的生产能力。

以运营推动长效

消费协作想要形成持续的市场联结，公共服务与专业经营缺一不可。政府部门做好资源协调、平台搭建，企业围绕产品、渠道和客户开展经营，才能把一次性对接转化为长期合作。在第二届广州消费帮扶展览会上，多场重点城市与重点产区消费帮扶协作框架协议签订仪式同步举行，展会服务内容也从单纯产品展示延伸至品牌培育、产销对接。

广西三江侗族自治县依托粤桂协作机制，创新推出三江油茶专属IP形象“油果”“油宝”，助推三江油茶实现从资源到产品、从产品到品牌、从深山走向湾区的“三连跳”。

桂黔产地持续优化对接市场的方式。百色市田阳区依托专项协作资金支持“壮山农鲜”品牌打造、产品展销等工作，邀请40多家大湾区采购商走进基地、车间考察。河池市巴马瑶族自治县引进深圳市供应链企业怡亚通，协

调查手记

用品质赢得回头客

韩培涛

消费协作，不是一次简单的展销推介，而是遵循市场逻辑的长期产销共建。展销活动可以为产销双方创造相识机会，帮扶采购可以为产品打开销路，但长久的合作终究要回归市场本身。从粤桂、粤黔消费协作实践来看，稳定的品质才是长期合作的基础。

贵州茶企调整工艺适配新茶饮市场、广西山茶油企业完善质量追溯体系，都是典型例子。产品适配什么上架规格、口味如何贴合消费偏好、补货周期怎么安排，这些都应当成为组织生产的前置依据。不能等产品生产完成再去寻找买家，更不能把一场展销的短期热度，当作盲目扩产的信号。

对于分散经营的农户和小企业而言，知晓标准与达到标准之间，还隔着技术、设备、组织能力多重挑战。对此，深圳的做法颇具参考价值：将标准指导与采购渠道衔接，清晰提出品质要求，并帮助产地寻找改进办法。这些服务

同运营“长寿巴马”区域公用品牌，拓展商超、线上平台及定向采购等渠道。

此外，广东推动组建粤桂、粤黔协作采购商、带货主播“两支队伍”。采购商队伍对接批发、商超、团体采购等业务，主播队伍通过直播等向消费者推介产品。“两支队伍运转的前提，是生产主体能够稳定供货、及时履约；我们通过公益展播、助农直播专场等形式，拓宽协作产品展示和推广渠道。”唐咸武说，广东将持续健全跨省常态化产销对接机制，深化多省份产业共建、资源互通、市场共享，方便产地与采购方在开放平台上持续合作。

贵州省务川仡佬族苗族自治县蕉坝镇，依托“村抖”探索线上经营新路径，引入企业市场化运营，将传统聚集与直播带货相结合。珠海市与遵义市通过“镇街”结对帮扶，扶持运营企业做好选品、供应链搭建与主播孵化，还开设“农民主播训练营”，让农户学习开店、直播。

百色市田阳区探索“媒体+AI”融合路径，建成“壮山农鲜”田阳芒果AI数字人体系，打通直播交互、商品讲解、交易引导、订单转化全链路。唐咸武表示，“媒体+”是粤桂、粤黔协作进入常态化帮扶的新探索，在“硬投入”基础上增加“软投入”，实现“有形价值”与“无形价值”双丰收。

货物出山，需求进山。粤桂、粤黔消费协作紧密串联产销两端，把广东的市场、渠道、技术服务优势与桂黔的特色资源更好结合，以采购需求带动生产加工、产业增值，实实在在惠及广大农户。如今，山海之间的优质产品双向流通，不仅形成长期稳定的产业合作，也为乡村全面振兴注入持续动力。

粤桂、粤黔协作

● 粤桂协作 始于1996年

● 粤黔协作

1996年

广东省深圳市对口帮扶
贵州省毕节市、黔南州，
粤黔协作由此起步

● 今年上半年

广东跨区域消费帮扶总金额达
236.6亿元

位于广西百色市田林县的八渡笋生产基地。

赵文朝摄