第六届中国青年志愿服务公益创业赛参赛项目简介

项目名称	“电力红马甲 山路带货人”乡村助农及其延伸服务项目
申报方式	省级赛会单位推报
项目类别	乡村振兴
项目实施时间	2011-10至2023-08，共计142个月
项目简介（500字以内）	该项目服务对象面向蓟州区乡镇中以农产品为唯一经济来源的困难家庭，通过“主动入户对接、上下班捎带送货、熟人（直播）带货销售”解决困难户滞销难题，按需开展农产品带货活动900余次，形成可推广的助农带货模式，以帮助农民增收助力乡村振兴。 1.自发推广带货（2011年-2019年）。志愿者用电话、朋友圈方式联系职工及家属，为困难户农品找到销路；利用上下班时间捎带货物，解决农品运输问题。 2.田间地头直播带货（2020年疫情期间）。利用“抖音、微信群、学习强国群”等媒介直播带货，面向全公司职工及家属销售农产品，精准解决滞销问题。 3.送技术长效帮扶（2020年后疫情时期至今）。帮助困难户建立销售微信群和线上微店，邀请农技员指导培训，推动农产品进驻民宿农家院，将现代销售理念和技术手段手把手传授给困难户。 4.直播带货衍生关爱服务。开展“一元筑梦贫困学子”活动，联合扶贫产业园等企业，拿出直播带货每份订单中的一元利润，帮助困难学子实现梦想，同时将关爱儿童服务扩展至甘肃、西藏等地，服务形式由传统的物资捐赠升级为建设爱心书屋、爱心教室等阵地。
社会成效和社会价值（300字以内）	1.常态帮助困难家庭销售农产品累计8.4万余斤。2020年以来，累计开展直播带货活动30余次，销售农产品1万余斤，共计10万余元。针对困难家庭存在“黑庭院”“黑厕所”等问题，累计安装太阳能灯、节能灯900余个。2.2019年，为甘肃贫困学子捐款5万余元；2020年，发起为藏区贫困学子送温暖活动，；启动“一元筑梦贫困学子”活动，。2022年，在东二村建设暖心书屋，；2023年在东二村与东三村建设电力爱心教室。3.项目得到了媒体关注。服务队的先进事迹在各大媒体报道100余篇。4.项目得到政府、社会的广泛认可。。近5年，服务队先后荣获国家级、省部荣誉15项。
运营保障（500字以内）	一、总结形成“七步工作法”，高效解决了困难户滞销难题 1.需求把握：村电工了解困难户需求，充分掌握农产品的成熟时间及产量。 2.“24节气”计划：根据农品成熟时间，排定直播带货的时间、地点，划定分工。 3.直播准备：宣传组参照网络生鲜平台价格制定有吸引力的营销方案，在公司内外网预告直播时间、农品类型及价格。技术组做好电源、网络、直播设备安装等各项准备工作。外联组联系顺丰快递争取优惠运输价格。 4.直播销售：直播组利用多平台开展直播，专人负责管理购物车下单、微信群订单接龙。 5.技术支持：帮助困难户建立线上微店，同时邀请农技员现场指导培训困难户。 6.运输售后：外联组协助快递装货及售后问题。 7.评估改进：服务分队收集辖区困难户及志愿者的意见反馈，及时改进提升。 二、强化资金保障，确保项目稳定运行 该项目得到公司党委大力支持，充分利用公司党团组织工作经费，全力保障志愿服务活动各项开支。 三、多方资源整合，推动项目长效运行 1.蓟州供电公司的村电工在蓟州区26个乡镇900余个村庄实现了全覆盖。 2.发挥专业优势，改善了困难家庭户内照明问题。开展点亮活动，实现电力延伸服务零距离。

组织治理（500字以内）	一、“三级联动”组织保障 1.服务总队全链条管控：服务总队负责人财物全链条管理。 2.服务分队统筹计划：分队负责队员招募、注册和服务时长认证，统筹安排服务队员组建服务小组开展活动。 3.服务小组精准实施：活动前组建志愿服务小组，对志愿者进行“宣传、技术、直播”等人员划分，负责“直播准备、直播销售、技术支持、运输售后”。 二、志愿者管理 1.招募遴选:选拔分队内部有号召力、组织能力强的志愿者担任分队长；每次活动时，由分队长通过微信群、电话等方式面向分队内招募参加活动的志愿者。 2.组织培训:一是每次活动前，分队长对服务礼仪等进行培训，村电工对服务对象基本情况进行培训，带领队员深入了解农品特色，研究直播话术，提升每次活动的质效。二是在服务过程中，实施“老带新”的服务模式，开展“宣传、技术、直播”等培训课程培训。 3.注册登记:通过“天津志愿服务网”平台完成实名认证。 4.服务管理:为志愿者提供统一服装、志愿服务标识、服务规范、车辆使用等。 5.记录认证:服务结束后，由分队长对志愿者服务时长和服务情况进行认证。 6.表彰激励:根据服务时长及服务情况，择优推荐优秀志愿者参与上级评选。
公益创业模式（500字以内）	1.精准助农为困难家庭畅通了常态长效增收渠道。聚焦困难家庭农产品销售困难，累计开展农产品线上线下带货活动900余次。新冠疫情以来，开展“直播带货”活动30余次，精准高效的为帮扶产业园、困难家庭解决农品滞销问题；邀请专业农技员入户为帮扶村困难家庭开展种植、养殖等技术培训5次，切实提高困难家庭种植养殖技术；开设线上微店30个，为困难家庭建立了长期销售渠道。 2.实现了带货方式、运输方式、销售流程三方面的转变。从挨家挨户传统带货 到运用互联网、新媒体开启天津市首家央企直播带货，扩大了消费群体；从一车一箩筐的人搬车运到联合顺丰快递入户发货，保证了农品的新鲜度，提升了产品竞争力；从零散、不定期销售到依托各种党员阵地、农品带货日，实现固定销售，确保农品销售的及时性。 3.将企业员工转化为庞大而稳定的消费群体。国网天津市电力公司近两万名电力职工以及他们背后的十万多个家庭是我们带货的主要消费群体，形成了全员随手志愿的服务意识。
存在困难及下一步打算（500字以内）	1.联合政府、企业持续开展带货活动。现阶段农产品的销售对象主要针对国网公司职工，我们要充分发挥政企联动优势，让政府、其他企业加入我们带货行动中. 2.提升农产品附加值，要紧抓未来健康发展趋势这一重要契机，挖掘具有养生、药用效果的农产品的附加值，促进传统农产品向功能性农产品的转型升级。 3.打响地区品牌。以绿色食品等为宣传卖点，依靠村集体、政府，进行宣传，提升农产品市场价值。