

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	乡野状元——00后的社会企业助农模式新探索
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	2021-06至2023-08，共计26个月
项目简介（500字以内）	乡野状元项目旨在乡村振兴背景下，聚焦农村产业发展和农民增收问题，发挥青智、青力、青资优势，打造00后社企助农新模式。作为西南第一家注册助农社企，项目通过“3+X”模式（乡野状元助农团、研学营、合作社+电商+企业+高校），协助农民在农产品种植加工、经营销售等方面搭建发展平台，促进农产品提质，成立“乡野状元”芒果等系列品牌，打造助农产品届的“东方甄选”，通过开展电商直播带货，先后帮助攀西地区农户解决30余万斤芒果销售问题，助农增收40%，有效解决了攀西混撒拉村芒果滞销、卖不起价等问题。团队将利润的30%用于公益助农，创立攀枝花市仁和区大学生乡村振兴联盟，将志愿服务与助农相结合，与安慕希和京东直播合作拍摄的助农纪录片，在高校开展助农大赛，吸引全国30多所高校2000余学生参与，返回家乡用实际行动助力乡村振兴。团队助农事迹被新华网、中国青年报等主流媒体关注报道，相关视频浏览量破亿。
社会成效和社会价值（300字以内）	“乡野状元”助农品牌建成乡野状元助农小站4个，成立电商助农团，形成首批农业产业帮扶矩阵。项目联合农业院校专家教授等组成助农团智库，通过小站为农户提供农技培训和产业帮扶48次。联合四川农业大学科研平台提供技术支持，建立农产品分级体系，打造“乡野状元”农产品品牌，通过直播带货，帮助攀西农户解决30余万斤芒果销售问题，助农增收40%。创立大学生乡村振兴联盟，开展助农大赛，吸引全国30余所高校2000余学生参与，73名攀枝花籍返乡大学生加入团队。项目在互联网公益平台上也取得重要突破，与安慕希和京东直播合作拍摄助农纪录片，视频浏览量破亿，团队助农事迹两次登上微博热搜，被新华网等10余家主流媒体报道。
运营保障（500字以内）	项目打造“3+X”模式（乡野状元助农团、研学营、合作社+电商+企业+高校）的00后社企助农新模式，成立四川乡野状元科技有限公司，为品牌运营和执行管理等方面提供全方位、标准化的指导，同时公司申请成为社会企业，将利润的30%用于履行社会责任，为助农事业提供可持续发展保障。公司联合四川农业大学果蔬研究重点实验室开展农产品品质、加工、种植等研究，建立农产品分级体系，打造自主“乡野状元”农产品品牌，组建自己的自媒体直播团队，运用短视频直播帮助农户进行农产品销售，形成助农品牌。项目成立攀枝花市仁和区大学生乡村振兴联盟，不断完善人才体系；项目获得四川农业大学等相关农业院校支持，为项目提供了技术保障；项目还与伊利集团签订协议，拓宽了销售渠道，线上线下结合发展，极大增强了项目竞争力。
组织治理（500字以内）	项目组织分工明确，公司内部部分为行政人事、公益发展、电商运营、产品服务、财务5大部门，职责明确相互配合。其中行政人事部根据公司发展战略，设定招聘、培训、薪酬福利、员工发展等管理体系；公益发展负责助农小站、助农团智库的管理和公益发展等相关工作；电商运营部根据公司战略目标，制定公司电商战略规划，把握电商业务发展方向；根据业务目标，制定整体运营方案、具体策略及营销运营模式，并组织实施；产品服务部以公司战略目标为导向，组织完成相关市场调查、分析、改善及丰富相关品类。准备掌握市场及季节需求，制定商品规划方案，准确推出符合市场定位的品牌、SKU方案等；财务部负责公司全面的资产调配、成本核算、会计核算和分析工作；攀枝花仁和区大学生乡村振兴联盟提供人才储备；四川农业大学提供相关支持。
公益创业模式（500字以内）	项目秉持“公益助农，振兴乡村”的原则，针对特色农产品产地与市场价格差异大、销售难度高、农户不具有议价权等产业发展突出问题，项目通过乡野状元助农团、研学营、合作社+电商+企业+高校的模式，协助农民在农产品种植加工、经营销售等方面搭建发展平台，促进农产品提质，打造“助农品牌”、赋能农业产品，助农增收、助力乡村振兴。

	<p>以乡村农户为助力对象，通过联合四川农业大学果蔬重点实验室开展帮扶地农产品品质。加工、种植分析，建立农产品分级体系，助理发展产业链，打造自主“乡野状元”农产品品牌，建立公司、合作社与农户开展合作，通过与伊利、京东合作开展电商直播带货，为消费者带来价格合理、高品质的农产品，在解决农产品销售问题的同时，打造助农产品届的“东方甄选”。为能更好的帮助农户，公司注册成为了西南第一家社会企业，将利润的30%用于公益助农，创立攀枝花市仁和区大学生乡村振兴联盟，将志愿服务与助农相结合，在高校开展助农大赛，吸引全国高校青年学生参与，返回家乡用实际行动助力乡村振兴。</p>
<p>存在困难及下一步打算（500字以内）</p>	<p>存在困难：为打造树立良好的助农品牌，前期助农过程中，在保证农产品品质的同时，将利让给农户，项目运行资金压力较大。目前自媒体短视频直播存在资本运作，会将农产品价格下调，农户会出现增产不增收的现象，项目目前与资本操作的电商在价格上竞争较难，需要在内容品质上竞争。下一步规划：以“攀枝花芒果为主线内容，把攀枝花芒果在全国进行宣传”，并给当地的乡村进行宣传，从产品、文化、非遗、人文等挖掘当地特色，并且进行短视频创作，将攀枝花芒果和当地乡村特色让更多人看见。运用直播带货攀枝花芒果和当地特色农产品，做让人看得见的助农品牌。</p>