

助力乡村振兴新思路

阿里乡村特派员用互联网为“红枣之乡”正名

通过互联网让清涧红枣走出大山，是阿里乡村特派员梁玉和当地老乡们正在努力的事。

陕西省清涧县位于黄河与无定河的交汇处，当地土质疏松，盛产红枣，是有名的“红枣之乡”，红枣还是中国国家地理标志产品。作为传统支柱产业，90万亩红枣林承载着23万清涧群众的致富梦。但多年来，受气候影响、市场疲软、产业链条短、科技含量低等因素制约，当地红枣连年歉收，枣林弃管撂荒现象越发严重，红枣产业进入发展“瓶颈期”。

梁玉是阿里公益派去清涧县的乡村振兴特派员，他在当地发掘出一款红枣制成品“紫晶枣”，并和老乡们通过互联网方式改造产品风味、包装和运营模式，让清涧红枣在最近一场活动中一抢而空，单月突破20万单。令梁玉更为欣慰的是，当地自营店铺目前还保持着日销300单的成绩，让清涧红枣源源不断走出大山。

枣农的困境

2021年，阿里巴巴发布面向乡村振兴的“热土计划”，梁玉作为阿里公益的乡村振兴特派员派驻到清涧。由于他之前通过区块链计步“云养”的黑猪在市场大受欢迎，“黑猪网管”的名号让他在当地一炮而红，很多产业都希望他帮忙进行数字化的升级改造。

清涧以“红枣之乡”闻名于世，但红枣一直是当地村民的心头病。红枣喜光，对气候变化敏感。过去十年，由于当地缺乏

精细化的管理，每到大枣由青转红的9月和10月，暴雨总让枣农们陷入丰产歉收的困境，积极性非常低。

同时，在梁玉看来，品牌知名度低也是清涧红枣面临的一道困境。他发现，在各大电商平台上，新疆大枣占据了红枣市场的大半壁江山，而皮厚、“煮不烂”的清涧枣并不为消费者所认知，只能当作煮火锅、八宝粥的原材料。

通过调研，梁玉偶然发现一些老乡桌上摆放着袋装的“紫晶枣”。这种经过水煮、两轮烘烤、脱水后的枣透亮，宛若紫色水晶，但由于当地人缺乏互联网营销意识，很难走出大山。这让梁玉看到了商机，一个将当地自产“紫晶枣”打造成网红零食的想法在梁玉脑中浮现出来。

打造网红零食

梁玉找到紫晶枣创始人——年过八旬的白如祥，请教他制枣工艺。得到紫晶枣创

▶ 阿里乡村特派员梁玉(中)和老乡一起收枣

始人的支持后，要想将当地传统食品推到互联网平台，产品的系统化改造非常关键。从分类上，紫晶枣属零食类，客群多属年轻化的互联网群体，梁玉特地请了阿里公益设计师们设计包装。橙白相间的公仔、“清涧紫晶枣”五个硕大的字扎实地印在包装上，一改清涧枣传统包装的土气，更符合现在年轻人的审美。

此外，由于紫晶枣的含水量是影响口感的重要因素，为了找到最具口感的紫晶枣，梁玉和老乡们又做了大量的线下测试，找各地区的试吃员品尝，



分析淘宝、天猫平台的销售数据……他们最终决定，将每100克紫晶枣的水分控制在20克以内，最佳口感。

于是，清涧紫晶枣迎来了它的高光时刻。

在梁玉和芭芭农场团队的协调合作下，一颗颗紫色透亮的小枣登陆芭芭农场游戏互动平台，通过“种枣树、领水果”的互动方式很多网友第一次接触到紫晶枣。此后数月，紫晶枣连续创造了单月20万单的销售业绩，不仅清空了清涧的红枣存量，还带动了周边地区的红枣销售，大大提高了枣农们的积极性。

更让梁玉欣慰的是当地线

上销售渠道具有了自运营的能力。由于薪资和发展的的问题，村往往出现“人不够、留不住、招不来”的窘境，因此要唤回当地流失的年轻人，还需要一整套的产业振兴措施。梁玉决定，通过红枣产业培育当地的电商人才。

如今，即便没有活动，清涧的淘宝、天猫店仍有日销300单的自运营能力。清涧电商运营者惠岗对此深有感触：“在推广清涧紫晶枣的几个个月，我觉得乡村特派员给我们传递着一个理念，电商其实不仅仅是卖货，而是一个成熟的体系，它需要供应链、物流、管理体系的完善以及各种渠道的配合。”

(皮磊)

菜鸟应急物流公益物资追踪系统启用

协助壹基金精准送达3.6万份温暖包

日前，安徽省亳州利辛县城关镇皖北文武学校的学生们收到了志愿者送来的壹基金温暖包。温暖包里有帽子、棉衣、袜子、鞋子等御寒的衣物，也有书包、画笔等文具。

随着寒潮来临，我国大部分地区出现剧烈降温，开启“速冻”模式。截至11月30日，壹基金赶在此轮寒潮来临之前，发出首批3.6万个温暖包，总计超6万个温暖包预计将在12月底全部发出。

据悉，今年壹基金在温暖包发放过程中，首次使用菜鸟应急物流公益物资追踪系统，这也是国内首个全链路追踪公益物流流向的数字管理系统。

“壹基金温暖包计划”是针对欠发达地区和受灾影响地区儿童的生活和心理关怀需求而设立的公益计划。今年是壹基金连续第12年启动温暖包计划，项目已惠及26个省(自治区、直辖市)超过87万人次儿童。

从今年11月初开始，6万

个温暖包陆续向各省运送，各省壹基金合作的社会组织伙伴接收温暖包后，启动分装，再送至本省各县市公益伙伴、志愿者搜集到的需要帮助的孩子们的手中。

和一般物资发放不同的是，壹基金温暖包的发放需要借助成百上千个社会组织、志愿者的合力，涉及多层流转，逐级下发，执行过程链路长，流转较为复杂。统计显示，温暖包项目启动以来，共有超过2000家爱心团队和16万人次志愿者一起行动。

为了提高多组织多人员协作联动的效率、加速物资的转运分发，今年壹基金联合菜鸟，由菜鸟提供物资的揽收、仓储、分拣，从全国多个中央仓库到各省市区区域伙伴的配送服务，仅用1个月就完成多点的物资揽收、仓内的分拣，以及涉23个省市自治区的转运和配送，相较往年速度有了很大提升。

同时，项目执行中也启用了菜鸟应急物流公益物资追踪

系统，实现多组织多人员的高效协作，并依托菜鸟电子面单系统让每一个温暖包有了身份证，全程记录流转以及签收信息，实现了智能比对签收信息。

“对于公益机构来说，项目执行过程复杂，项目执行后的归档复杂，执行手册需要五六十页，附件表格需要十几个，项目执行后签收名册都有厚厚一摞。”壹基金相关负责人介绍，借助菜鸟仓配一体服务以及数字化系统，项目参与者通过拍照以及批量上传文件等方式完成工作，把信息的比对、归类等繁琐工作交由数字系统，让项目参与者操作容易、归档容易，让项目管理者可视化管理项目，流程更便捷，管理更简易、可控。

菜鸟应急物流相关负责人介绍，目前菜鸟应急物流仓配一体能力以及公益物资追踪系统正逐步向应急机构、公益机构开放，通过系统的快速部署，让应急、公益物资实现数字化追踪以及智能化管理。(皮磊)

一起做好事

广州市慈善会联合腾讯推出“善暖羊城爱心保”

近日，广州市慈善会联合腾讯基金会、广东省乡村发展基金会、微信支付、香江社会救助基金会、金域医学、腾讯微保等共同宣布，将此前推出的“穗岁康爱心保公益计划”升级为“善暖羊城爱心保计划”，为困境群众的生活提供额外保障。

借助“善暖羊城爱心保计划”，广州市的低保、低边(低收入)、分散供养的特困人员在通过身份核验后，只需花费1元钱，即可购买价值180元的2023年补充医疗保险“穗岁康”，保障最高可达245万元。本次公益计划由腾讯微保提供全流程投保支持。

今年1月，在广州市民政局指导下，广州率先推出“穗岁康爱心保”项目，共资助2.5万名困难群众参保“穗岁康”，资助金

额超451万元。截至2022年10月31日，一站式理赔赔付总额487万元。项目为减轻困境群众的疾病医疗费用负担、让社会各界分享经济发展成果提供了有益探索和实践。

据介绍，升级后的“善暖羊城爱心保计划”在继续保障各项福利权益的同时，还大幅丰富了投保方式，方便群众操作，同时上线腾讯乐捐平台，开放捐助通道，汇聚爱心，呼吁大家一起做好事，共同关注特困人员的的生活和工作。

微信支付方面表示，“善暖羊城爱心保计划”将作为团队关注困境群众系列公益活动的起点，后续将在各级主管部门的指导下，联合更多社会力量，把项目推广至更多地区，帮助更多有需要的群体。(张明敏)