

让“四川扶贫”集体商标产品叫好又叫座

四川省供销社依托全系统优势助推扶贫产品走向全球

□本报记者 李国华

“我是到这里来转的时候看到了‘四川扶贫’这些产品，真的是好东西，也算是为四川扶贫事业贡献自己的一份力量。”在四川省供销社打造的四川扶贫产品展销中心，前来选购四川各地扶贫产品的市民络绎不绝，而展台上来自各地贴有“四川扶贫”集体商标品牌的产品更是受到了大家的青睐。

“这些产品都是‘资格货’，好多就是因为以前的知名度不高，所以销售情况不理想。我们想通过这种集中展示的形式，让这些养在深闺的好产品能够更好地走向市场，并通过我们的销售网络走向全球。”展厅负责人表示。

自从四川贫困地区集体商标注册申报后，立即引发了企业对这枚集体商标的期待。不少企业纷纷表示，产品基本上都是从贫困户家里收上来的，贴上集体商标后，不仅有助于提升产品知名度，也可以获得更多的资金补贴等，助推脱贫攻坚。

四川省供销社有着长期扎根农村、贴近农民、服务城乡的优良传统和优势，在加快推进农业农村现代化中肩负着服务“三农”的重要使命。重组打造的“5+2”产业集团之一的四川省农产品经营集团有限公司也是直接从事农产品流通，参与实施农业社会化服务的省级社有农业产业化龙头企业。在全省贫困地区优质扶贫产品供应链体系打造中，从四川扶贫品牌推广、平台建设、渠道拓展和经营服务等方面开展了系列卓有成效的工作，让更多的优质农产品进入流通市场，让更多的农民得到实惠、获得好处，也为助推乡村振兴做出了积极的贡献。

小小的扶贫商标，系四川省在全国首创。它不仅是扶贫产品的“身份证”，更是拓宽销路的“通行证”。“四川扶贫”集体商标让不少特色农产品借助品牌效应“点石成金”，农民增收致富笑开颜。



四川扶贫产品展销中心一角 东方 摄

线上线下为贫困地区申报提供便利

“我们点开网上申报系统，可以直接就在上面申报‘四川扶贫’集体商标，很方便快捷。”四川省巴中市通江县天宝银耳合作社的相关负责人表示，刚申请下来的“四川扶贫”集体商标标识让大家的意识更强了，以后大家购买贴有集体商标

识的产品，也就是为四川扶贫事业做贡献。他口中所说的网上申报系统则是四川省农产品经营集团下属的四川云背篓农业科技有限公司开发推出的“四川扶贫”集体商标使用网络申报平台，在该平台推出后，各地申报集体商标的积

极性得到了很大的提高，而且依托线上线下相结合的形式，也为种养大户和农产品初深加工企业申报提供了极大的便利。

根据《“四川扶贫”集体商标使用管理办法（试行）》，申报主体将申报材料递交同级供销社

或履行供销社职能的部门，在初审后，由同级供销社或履行供销社职能的部门上报四川省农产品经营集团复核审批，并提交四川省扶贫移民局项目中心依法申请注册，集体商标所有权属项目中心，四川省农产品经营集团负责集体商标日常运营和管理。

不忘为农服务初心，助力全省脱贫攻坚。在大力推广“四川扶贫”商标战略中，四川省供销社系统特别是四川省农产品经营集团认真履行省脱贫办赋予的“四川扶贫”集体商标日常运营及管理职能，及时依托子公司四川供销电子商务有限公司分别成立了四川扶贫集体商标管理中心和四川扶贫集体商标运营中心，全力推进“四川扶贫”集体商标的日常管理和运营维护工作开展。

一方面制定了《“四川扶贫”集体商标申报及审核办法实施细则》，明确了“四川扶贫”集体商标的申报、审核、报备、督查流程等事宜，另一方面则组织四川云背篓农业科技有限公司自主研发了“四川扶贫”集体商标使用网络申报平台，实行线上线下申报相结合，解决了偏远贫困地区种养大户和农产品初深加工企业申报使用“四川扶贫”集体商标的困难。同时，与四川省扶贫和移民局项目中心联合，积极面向全省供销社系统“四川扶贫”集体商标管理人员，开展商标审核操作培训。目前，已于8月24日，面向甘孜、阿坝、凉山等市州和45个深度贫困县的扶贫移民局和供销社系统百余名操作人员开展了第一期培训，效果明显，反响热烈。

集团注册了“川字号”农产品公用商标和“云背篓”农产品电商商标，建成了相应的商标使用标准、商标授权标准、商标营销标准等，形成了较为完善的商标质量控制标准体系，致力于将“川字号”“云背篓”打造为农产品省级区域公用品牌。今年以来，集团中合金诺认证中心已与四川省内的木里、叙永、马边、峨边、稻城、通江等20多个县签订了有机认证项目34个，并成功参与了德阳市中江县、攀枝花市米易县“国家有机产品认证示范区项目”建设。

相关负责人表示，凡申请“四川扶贫”集体商标的产品必须经过质监、农业等相关部门检测，合格才有申报资格。同时，四川省农产品经营集团积极与上市公司华测检测集团（四川有限公司）联合共建四川扶贫产品质量检测中心，加强对使用“四川扶贫”集体商标的农产品进行抽检，确保“吃的人健康，种的人小赚”。

八大类优质农产品入驻供销社平台

在位于成都市云龙湖酒店的供销社总部平台内，来自各个贫困地区的优质农产品琳琅满目，而贴在商品上的“四川扶贫”集体商标格外醒目。

创造扶贫公益标识的这个思路与方式在全国尚属首创，这个方式最直接的目的是完善扶贫产品直通渠道，畅通扶贫产品上行“最初一公里”，想办法解决深度贫困地区农产品难以“走出来”的问题。扶贫产品覆盖了四川的88个贫困县，涉及产品重点围绕全省贫困地区优质粮油、优质果蔬、生态畜禽、特色中药材等优质农产品及加工品、特色手工艺品、特色乡村旅游、服务等十二大类。

“凡是来自贫困地区的扶贫产品，都可以使用‘四川扶贫’公益标识；凡是有公益标识的扶贫产品，销售主体都要推广和销售；凡是推

广销售公益标识扶贫产品的企业，都会得到政府政策大力支持；凡是有公益标识的扶贫产品，号召全社会优先购买。”这是对“四川扶贫”这一标识的诠释。

四川省农产品经营集团在四川省财政和四川省供销社的支持下，对位于成都原点的云龙湖大厦1—5楼进行升级改造，构建成为集六个中心于一体的四川扶贫优质农产品供销总部平台。位于一楼的四川扶贫产品展销中心按照“新零售+互联互通”模式，打造了21个地州市农特产品展示展销服务中心和农特产品购物中心。二楼为农产品品牌孵化中心。通过品牌化服务手段，孵化全省21个地州市的区域品牌，助力全省农产品走出四川，走向全国甚至走向世界。四楼为大宗农产品交易中心。主要开展大宗农产品线上交易、线上拍卖活动。三楼和五楼为四川扶贫产品电商创客

及运营中心、四川扶贫产品质量检测中心、四川扶贫产品有机认证中心。另外，还组建了“四川供销社电商联盟”，完善和提升了“新零售+区域农村电商”“云背篓”服务体系，建立了农产品溯源大数据，进一步关注农产品有机认证与标准化检测。

通过展示展销商城和云龙湖外LED显示屏等载体，集团大力加强对贫困地区优质农产品宣传推介力度。截止8月底，供销社总部平台已汇集了全省21个地州市、88个贫困县的优质农产品共计8大类、近2000个单品，并且已全部进入“供销e家”“云背篓平台”进行线上线下销售。集团云背篓公司充分利用成都原点的旅游资源，通过引进旅游团队、线下日销售额可达5万元以上。

同时，四川扶贫产品展销中心还定期召开全省优质农产品发布会、推荐会、品鉴会等各种活动，截止8月底，已成功举办了米易番茄、汉源櫻

桃、九寨沟脆红李推介会，市场反响热烈。

近一年来，四川省农产品经营集团中标米易县、九寨沟县电子商务进农村示范县项目，并结合中华全国供销合作总社“新网工程”项目资金4000余万元，分别参股或控股了市州、县供销社的电商公司，如达州供销网优电子商务有限公司、广元“供天下”电子商务有限公司、南充百宝创意电子商务有限公司、广安供销电子商务有限公司、南充供销电子商务有限公司等9家企业，有力地撬动了、盘活了市州县供销社及社会资金近1.2亿元，壮大了为农服务、脱贫攻坚力量。同时，集团与凉山、阿坝等市州县供销社及其电商公司的企业组建正在有序推进，“上下贯通”模式正在向全省21个地州市推广，全省供销社系统扶贫优质农产品经营一张网已初具雏形，四川扶贫优质农产品供销总部平台的形象正在彰显。



特色农产品花椒 陈顺兰 摄

广大消费者在更多场合与扶贫产品见面

“我们通过线上的‘供销e家’和涵盖四川扶贫产品直采直销平台、扶贫背篓等在内的‘云背篓平台’，以及线下的四川扶贫优质农产品供销总部平台、老邻居超市在全川的1100余个销售网点和‘扶贫产品’进机关、进酒店、进社区、进加油站等系列活动，致力于将扶贫产品销售网络实现全川范围的深度覆盖，截止目前服务网点已建成452家。”四川省农产品经营集团负责人表示。

不少贫困地区的农产品尽管产品优质，但是价格却一直卖不上去，如果运到外地销售，除了运费高以外，贫困地区生

产的扶贫产品，还吃“信息不对称”的亏。巴中市扶贫移民局规划项目科科长王柄乔表示，贫困山区的不少农产品若卖到市外、省外甚至国外，价格都很高。但由于信息不畅，不少农产品往往只能在县里低价销售。

缺少销售渠道，也是扶贫产品面临的一大难题。贫困地区特别是深度贫困地区，普遍存在生产经营分散、集中度较低、物流成本高、生产与消费市场信息不畅等问题。这就需要创新营销模式，打通销售渠道，健全物流体系，提升产品质量追溯体系，把营销网络延伸到田间地头。

全省供销社系统在“一体两翼三化”改革总体构想和“双轮驱动”发展战略中，紧抓中华全国供销合作总社“新网工程”项目和商务部电商进农村项目机遇，积极整合省、市、县供销社优势资源，着力构建全省贫困地区优质农产品经营服务上下贯通、高效运转、共建共享的新体制机制，构建起上下贯通的经营新格局。

四川省农产品经营集团也着力拓展销售网络，积极与上海川食汇、上海海商实业、深圳川渝汇、华润置地等公司签订合作意向，共同推进“云背篓”扶贫产品特色展销馆在全国范围的建设落地；与陕西延长石油（集团）达成战略合作，将在延长石油公司旗下所属加油站建设“四川扶贫”产品销售专区专柜；与香港四洲集团有限公司合作，准备在香港开设“四川扶贫”优质农产品展示展销窗口。同时，集团积极引导、组织“四川扶贫”优质农产品参加商务厅组织的川货全国行活动，加大与一带一路沿线国家合作，致力于将四川扶贫优质农产品覆盖全国、走向世界。

同时，根据传统节日内容选择特色扶贫产品打造成为节日爱心礼包；将各地扶贫产品打造成为高、中、低“川字号”综合礼包，通过不断创新产品营销模式，方便消费者选购四川扶贫产品，提升用户体验。并且积极开展扶贫产品进机关、进酒店、进景区、进加油站、进小区活动，积极实施走出去战略，已在成都保利物业、华润物业、万科物业、蓝光嘉宝物业的100个小区推广展销了贫困地区优质农产品；与四川天府大农业在文殊院共同打造“川字号”文殊院分店；开展了四川扶贫优质农产品进省机关事务管理局、科技厅、交通厅、供销社社食堂或办公区等活动，助力扶贫产品

走近百姓生活。

集体商标包含“大熊猫”这一独特的四川元素。凡是扶贫产品都可以使用公益标识；凡是扶贫产品商家都要积极营销；凡是销售贴有扶贫标识产品的商家，政府都会在财政、税收、金融、交通运输、人才培训等方面给予支持；凡是扶贫产品，都呼吁全社会在优质优价的情况下优先购买。

据记者了解，在8月16日至18日举行的第三届四川省贫困地区农特产品展销活动上，大到荔枝、羌绣等手工艺品，小到葡萄等水果，贴有“四川扶贫”集体标识的扶贫产品首度集中亮相就受到了社会关注。全省来自高原藏区、大小凉山、秦巴山片区和绵阳等片区外共计378家企业参展，参展产品全部使用“四川扶贫”集体商标。同时，在今年第十七届西博会期间，四川省除将开设全省脱贫攻坚成果展外，还将专门设立88个贫困县扶贫产品展区。

“四川扶贫”商标不是制造一个新产品，而是对贫困地区农产品进行遴选，“四川扶贫”商标，是对销售体系的创新，而不是产品的创新。

四川省供销社相关负责人在接受记者采访时表示，扶贫产品如何卖得更好？事关贫困地区群众的“钱袋子”。充满爱心和四川元素的“四川扶贫”公益标识必将催生更多的优质产品，助力四川打赢脱贫攻坚战，帮助贫困群众早日实现脱贫致富的梦想。全省供销社系统将持续以为农服务为宗旨，积极依托遍布全省的网络优势，在贫困地区特别是深度贫困地区“小农业生产”服务中大显身手，全力助推脱贫攻坚，着力打造成为一支为农服务的“国家队”。



特色农产品 陈刚 摄



米易县电子商务公共服务中心 东方 摄



参加第五届农博会 东方 摄