

浅谈“以桑筑梦”红色扶贫计划实施内容

李笑楠 郑应康 王启帆 刘枚林

(黑龙江中医药大学 黑龙江 哈尔滨 150040)

摘要: 目前, 我国脱贫攻坚战已取得全面胜利, 9899 万农村贫困人口彻底摆脱绝对贫困[1]。而进一步开展贫困人口自主经济创造能力, 已成为下一步发展的主要方向和任务。而桑树作为我国农村常见的一种落叶乔木, 经过对其具有药用价值的枝条进行加工、创新后, 将产品销售运营在本团队深入基层开展的“筑梦”市场模式下进行, 让贫困振兴得到新的生机活力。

关键词: 扶贫; 桑枝; 中医药; 养生

一、关于产品

1. 桑枝简介

明代《本草纲目》[2]记载:“徐锴《说文解字》云: 葭, 音若, 东方自然神木之名, 其字象形。桑乃蚕所食, 异于东方自然之神木, 故加木于葭下而别之。”“葭”为象形字, 3 个“又”字的组合如树叶重叠的形状, 为古代神话中神树的名字, 而作为蚕食物来源的桑树, 与神树不同, 所以于“葭”字下面加一“木”字与神树相区别。“桑”之名由此得来。

桑枝味微苦, 性平, 归肝经, 可祛风湿, 利关节, 临床用于风湿痹病, 肩臂、关节酸痛麻木等疾病的治疗, 在《古代经典名方目录(第一批)》中, 包含桑枝药材的名方有 1 首, 即出自《医学心悟》的蠲痹汤。

2. 市场需求

在社会经济快速发展的当下, “养生”一词作为人们关注点已逐渐进入大众视野。而在中医药文化几千年的发展历程中, “治未病”一直作为一种重要的保健预防治疗思想, 中医药有效的实践和丰富的知识中蕴含着深厚的科学内涵, 是中华民族优秀文化的重要组成部分, 为中华民族的繁衍昌盛和人类健康做出了不可磨灭的贡献。且随着中国的国际地位显著提高, 中医疗法越来越被国人乃至世界所接受。

而结合“桑枝”这一特色药材, 因其取材便利, 具有祛风湿, 利关节, 专治肩臂、关节酸痛麻木等当下热门疾病的疗效特点, 则被本团队选为开发和开展扶贫工作的主要材料。团队在哈尔滨市延寿县; 齐齐哈尔市拜泉县、甘南县、泰来县; 大庆市林甸县; 佳木斯市桦南县、桦川县、抚远县等地开展“以桑筑梦”红色扶贫计划, 令当地农民收集桑枝、加工成开窍醒脑梳, 益智提神盒, 祛湿除臭垫及五行桑枝棒四个产品, 进而通过线上网店、直播带货和线下体验式销售相结合的方式, 实现规模性的产品销售及普及, 使得扶贫工作实现可持续性、可自身发展性、可交叉领域性。

二、营销策略

1. 原料供应

桑枝系列产品从桑枝的采摘到后期的制作都是由相对贫困县有经验的采收专人纯手工制作。原料来自于黑龙江相对经济落后贫困县的野生桑枝, 其他原料均有固定供应商供应, 成本较低, 从而保证利润。所以这不仅是一个服务大众的创新产品, 这更是一个助农扶贫的项目。

2. 销售渠道

因涉及群体包括学生、中年人及老年人, 故销售渠道本产品采用线上线下相结合的方式, 对待不同人群采取不同的营销方法。

A. 线上销售

自“科技革命”爆发以来, 电子网络的飞速发展让人们进入到一个信息大爆炸时代, “互联网+”作为当下经济社会发展的新形态已在各行各业间深度融合。根据国家扶贫政策, 针对较为年轻的消费者, 线上销售成为我们的主战场, 在征得相关部门的支持后, 定期开展助农直播, 通过邀请校内不同的老师进行专业知识的讲解和销售部门负责人对产品的介绍, 将

3. 盈利方式

A. 零售销售: 公司提供产品, 通过面对面付货或者物流的方式将产品送到消费者手上。

B. 渠道销售: 与其他企业合作, 将产品卖给经销商, 让其替我们推销, 这种方式虽然单品盈利会比零售的方式少, 但是销售数量会提高很多。

4. 市场预测

我国是世界中药资源最丰富的国家, 国际市场中 70% 的天然药

用植物来源于中国。而在“养生”大趋势发展的今天, 以扶贫助农为发展途径, 让实现共同富裕之路更加清晰和广阔。结合党中央为核心的诸多利民政策支持下, 未来在“以桑筑梦”的线上线下双渠道销售途径中, 广泛社会年龄群体将同时收益, 也更有利于“中国梦”即中华民族伟大复兴的实现。

三、风险分析

1. 资金风险及规避方案

收入不确定导致资金短缺; 公司融资不足、融资结构不合理对投资者不利; 风险资本生产; 特别是各级资金分配不均的问题。

规避计划: 在运营初期保持一定的稳定性, 适当延长贷款期限; 企业筹集的资金应与企业的资本要求成比例, 筹集资金的时间、时间和方式应成比例。拓宽融资渠道, 优化融资方式。

2. 技术风险及规避方案

包括相关技术的丢失、被盗和盗窃、内部来源的信息泄露以及传统生产过程缺乏连续性等技术性问题。

规避方案: 根据公司的实际需求和市场环境采取适当行动, 确保尊重和滥用权利。积极保护相应专利和知识产权的实际工作。努力加强专利和知识产权的公共关系, 严格实施制造技术, 多方面造福人民。

四、发展前景

1. 市场开拓

对接扶贫项目, 拓宽原料供给渠道, 增加贫困户收入, 鼓励精准扶贫对口农户创收。明确产品受众群体, 加大宣传推广力度, 拓宽产品销售渠道。以客户使用效果为焦点, 从客户需求角度出发, 统筹组织资源和运作, 依靠古法技术和工艺, 借助顾客满意度测量分析与评价工具, 不断改进和创新, 提高顾客满意度, 增强竞争能力, 提高产品的市场占有率。另外, 须积极发展新客户, 做好产品售后工作, 建立售后服务标准, 规范售后服务, 提高售后服务质量, 及时各种处理售后问题, 认真听取用户意见, 落实监督投诉问题, 遇有争议, 按合同有关条款由专人负责协调。

2. 技术人才引进

招聘对象主要面向有一定劳动能力的农村贫困人口, 并提供相关生产技术培训。员工内部调动、借用和离职交接须提供书面材料, 并交由管理层人员审核。各部门人事信息情况、人事信息变动表(入职、离职、调动等)、人事信息汇总表每月随考勤汇总一并报送。另外, 适当聘请相关高级技术人员对产品研发加以指导。同时, 加强对同类或相关产品发展的了解, 与时俱进, 提高产品研发水准。

3. 平台建设

做好信息化平台建设, 企业内部加强在微信、QQ、钉钉等平台的交流, 还要加强在抖音、快手、淘宝、拼多多等平台的宣传力度, 建立良好的销售和财务管理体制, 树立良好的企业影响, 提高客户使用满意度和知名度。建立售后服务标准, 规范售后服务, 提高售后服务质量, 及时各种处理售后问题, 对于用户来人、来函、来电和用户走访反映的产品质量、服务质量、包装质量、使用质量等问题, 售后服务部门要逐一记录并及时向有关部门反馈。接到投诉后, 第一时间与客户取得联系, 了解投诉问题及原因。确认投诉后, 在公司内严格执行流程, 迅速处理, 尽快解决, 在第一时间答复客户, 并将收集到的用户信息加以整理分析写出报告。

参考文献:

[1] 申喜连, 王玲. 医养结合何以助力健康扶贫?——基于青海省 H 州 G 县的实践[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2022(01): 76-88

[2] 李时珍. 本草纲目[M]. 北京: 人民卫生出版社, 1982: 2063.