

引进并运用了当时国际上较先进的食品冻干技术，既解决了大量鲜果来不及卖、储存难的问题，又丰富了市场的消费需求，更填补了当地鲜果精深加工空白。

任长艳告诉记者，新疆水果资源得天独厚，桑葚、冬枣、坚果都闻名遐迩。但因为远离内陆核心消费市场，面临销售困难。闽龙达深耕上海市场多年，了解上海消费者的喜好，公司根据健康、养生的理念，设计开发了一系列新品，这是迎合市场消费趋势主动进行的产品迭代。“我们还通过李佳琦、薇娅等明星主播带货的方式对产品进行推广，效果不错。”

喀什农产品种类丰富，但如何将喀什的资源优势转变为市场优势？小唐的购买行为背后，就体现了上海援疆干部们的帮扶思路。

喀什地区商务局副局长、上海援疆前指干部钱文杰告诉《新民周刊》记者，消费帮扶必须要两条腿走路，“一方面我们要通过市场化引导让企业能够独立自主进行运营；另一方面我们也要发挥看得见的手的功能，通过政府的引导，比如组织工会

购买礼包，让上海市民尝到第一口，一旦尝到了第一口，消费者会自发去购物平台找到这些产品，这样我们就实现了让市场化渠道再让他尝第二口的目标”。

“难，就难在第一口。”为此，上海援疆前指积极对接上海市总工会，牵头将喀什地区近百种农副产品列入消费扶贫产品名录，明确了上海市各级工会系统今后在工会慰问品采购、会员普惠的经费使用上要向这些产品倾斜。2020年7月，新疆喀什地区农副产品进驻上海市总工会微信公众号-申工社扶贫商城平台，个人直购、单位订购全部实现线上办理。仅“申工社”一家平台全年完成5000万元消费扶贫产品销售额，列上海对口支援各省市首位。

第二届上海“五五购物节”上，来自新疆喀什巴楚、叶城、泽普、莎车等上海对口帮扶四县的11家品牌被授予“沪喀优品消费帮扶专区专柜入选品牌”，通过线上线下渠道全覆盖，助推喀什农产品热销申城。“这些品牌全部是由上海商户们根据品牌的综合实力，好中选优选出来的，我们相信，这也是这些

新疆莎车县百万亩巴旦木花开。

