



物业管理企业的许多一线员工本身就是来自被帮扶的乡村地区或者与这些地区类似的区域，**对乡村的点点滴滴有亲身经历和观察，充满了真挚情感。**



行业内很快形成共识：这件事不仅值得做，而且特别适合物业管理企业去做。

为什么这么说？朱云飞告诉《新民周刊》记者：物业管理企业的许多一线员工本身就是来自被帮扶的乡村地区或者与这些地区类似的区域，对乡村的点点滴滴有亲身经历和观察，充满了真挚情感。他们向居民传播消费扶贫以及乡村振兴的活动时，本身就有足够的共情；他们不说空洞的“漂亮话”，而是发自内心地推荐。加上平时与居民就彼此熟悉，获取对方的信任和理解也比其他渠道更为容易。

在中国物业管理协会名誉副会长庞元看来，物业管理企业的员工深入居民社区、办公场地，与千千万万的人近距离接触，他们能把消费扶贫和乡村振兴的实际行动高效地传播到城市的民众身边。无论是居民小区“乐农小店”的柜台里还是办公楼食堂里的展台前，“多带一斤回家”，触达消费者的渠道足够直接，消费者的公益购买行动也不费力气。

“物业管理企业的事情都是一步一步扎扎实实做出来的，在消费扶贫和乡村振兴的行动上同样如此。”庞元说。

上实服务管理的瑞南新苑小区对此是一个有力的证明。它是上实服务管理的小区里，最早支持“社区的力量”并投入行

动的一个。

瑞南新苑位于上海市黄浦区五里桥街道，建成于1999年。如今，地理位置优越、绿化茂密、物业服务规范，让入住这里成为拥有生活格调的象征。朱云飞说：营造这样的良好局面的秘诀，在于上实服务落实党建引领的“三位一体”物业管理模式，落实了党的全心全意为人民服务的宗旨，与居民形成了紧密的命运共同体。

居民小区里的事务纷繁复杂，许多时候都需要耐心听取各方面意见，反反复复开展各种协调。上实服务党委与瑞南新苑党总支通力合作，让物业管理公司与居委会、业委会三方代表做充分的沟通。“扛着党旗进社区，戴着党徽上家门”。小区的党员带头维护大局，并与其他居民做细致的沟通；有了示范的好榜样，把话说开说透，问题的解决也就有了可能。

如此一来，居民对物业的工作充分了解，进而全力支持。小区里有不少离退休老同志，他们和业委会一起，自发组织了春节前慰问物业员工的活动，至2021年，这个联欢会已经连续举办了16年。“无论工作有多忙，哪怕刚从飞机下来我也要直奔会场，每年的这个联欢会我都一定要去现场参加。”朱云飞感叹，在小区活动室举办的联欢会上，白发苍苍的居民握着物业员工的手久久不愿松开，这种相互之间的认可和情感，是物业人尽心服务居民的不竭动力。

有这样的紧密连接，当物业管理企业把消费扶贫的活动带进瑞南新苑小区时，得到热烈的支持就在情理之中了。许多小区业主不仅自己踊跃下单采购贫困地区产品，还自发在社交软件的群中发起购买接龙、在朋友圈转发宣传。

瑞南新苑的成功实践，是“社区的力量”消费扶贫行动在全国的物业管理行业扎实落地的缩影。中国物业管理协会的倡议下发后，各地方的物业管理协会积极响应，各家物业管理企业纷纷落实。“每家企业和每个区域的消费扶贫数据都可以在网络上实时展现，这让大家你追我赶，形成了公益扶贫的良性竞争。”朱云飞说。

社区居民参与“一斤市集”消费扶贫活动。

