

# 农产品直播带货脚本 直播带货工作总结(模板8篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 农产品直播带货脚本篇一

近日，走进坐落在松柏镇的五莲县党支部领办合作社孵化中心，电商主播们正在镜头前推介当地各类特色农产品，刚上架的农产品分分钟就被抢购一空。党建引领电商直播，让农产品插上电商的“翅膀”飞往全国各地。

今年以来，松柏镇坚持党建引领，不断探索发展“党支部领办合作社+电商直播”新乡村振兴发展模式，依托五莲县党支部领办合作社孵化中心引进优秀电商直播企业，打造全县电商直播产业教学基地。据了解，自8月份电商企业入驻以来，该镇共通过直播间带货樱桃汁、桑椹汁、酸枣汁等共13541箱，杂粮煎饼50公斤，进一步扩大了农产品销量，拓宽了销售渠道，有效带动乡村经济“活”起来。

同时，该镇依托党支部领办合作社孵化中心，组织全镇党支部领办合作社负责人、创业能人、青年等开办系列电商直播培训班，通过“理论知识+直播带货实操技巧”相结合的方式，对农产品网销现状、短视频制作基础教学、直播账号定位、直播基本技能、直播账号打造运营等内容进行深入学习，使学员们熟练掌握电商实用技能，进一步开拓创新电商营销新思路，孵化更多的农村直播新农人，共享直播红利，为乡村振兴注入新动力。截至目前，该镇共开展培训8期，培训人数达1000余人。

“通过授课老师面对面、手把手地讲解，让我们对直播带货农产品有了更加直观和深刻的认识，对合作社开拓电商市场的信心也更足了！”松柏镇潘家庄村党支部书记贺培英作为学员之一，在谈到培训感受及本村合作社发展时，信心满满地说。

“党支部领办合作社+电商发展”的新路子，通过党建示范引领，不仅激励了一批乡村带头人，拓宽了全镇党支部领办合作社的发展思路，而且挖掘推介出一批潘家庄杂粮煎饼、松柏国光苹果等本土优质特色农产品品牌，进一步推动乡村振兴发展。目前，全镇电商站点8家，网商微商从业人员600余人。全镇共发展党支部领办合作社30家、联合社4家，覆盖行政村总数的100%，其中有10家实现盈余超过5万元。

## 农产品直播带货脚本篇二

直播带货作为一种新兴的销售方式，具有其独特的魅力。我选择尝试直播带货的原因主要有两点：一是能够抓住当前社交媒体的热潮，吸引更多的潜在客户；二是借助直播平台的互动功能，实时与观众进行交流，增加销售转化率。

在准备直播带货前，我先做了一些功课。首先是确定目标群体，了解他们的需求和喜好，以便有针对性地进行产品选择。其次，我进行了充分的产品准备，包括确保库存充足和提前设置好各种促销活动。最后，我还对直播平台进行了熟悉和操作训练，以确保直播过程的流畅和稳定。

### 第二段：直播过程中的挑战和解决办法

在初次直播带货的过程中，我遇到了一些挑战。首先是话术表达和与观众进行互动的能力。因为直播是实时进行的，需要即兴发挥和快速应变，而这正是我之前所不擅长的。为了克服这个问题，我事先准备了一些话术模板，并通过反复练习和模拟场景来提高自己的应变能力。

其次是直播过程中可能发生的网络问题和技术故障。这对于独自操作直播的我来说是个巨大的压力。为了应对这些问题，我提前做好了备份计划，包括备用网络和备用设备。同时，在直播过程中，我也随时关注直播平台的技术支持，以便及时解决任何技术问题。

### 第三段：直播带货的效果和反馈

尽管初次直播带货存在一定的挑战，但最终的结果超出了我最初的预期。首先是销售额的增长。通过直播带货，我能够将产品的特点和优势直观地展示给观众，提高了产品的可见度和购买欲望，因此销售额有了显著的增长。其次是粉丝数量和品牌影响力的提升。通过直播，我积累了一批忠实的粉丝，他们不仅会购买我的产品，还会在社交媒体上分享他们的购买体验，进一步扩大了品牌的影响力。

此外，观众们对我的直播带货也给予了积极的反馈。他们表扬了我的产品选择、推介和服务，希望有更多的直播活动。这些反馈不仅让我获得了信心和动力，还提供了改进的方向。

### 第四段：直播带货的启示和经验总结

通过初次直播带货的经历，我得出了一些宝贵的启示和经验。首先是直播带货需要有足够的准备。除了产品的准备外，还需要进行话术准备和技术训练，以应对各种情况的发生。其次是要注重互动和沟通。直播带货的核心在于与观众建立联系，因此要善于与观众互动、回答问题，并及时了解他们的需求和反馈。最后是要不断学习和改进。直播带货是一个动态的过程，需要及时调整和改进策略，以适应市场和观众的需求变化。

### 第五段：未来的规划和展望

基于初次直播带货的成功经验，我对未来充满了信心和期待。

首先，我打算继续深耕已经建立的粉丝群体，提供更多高质量的直播内容。其次，我将通过分析数据和观察市场趋势，不断扩大产品线，满足不同观众的需求。最后，我计划与其他品牌和直播达人进行合作，进一步扩大影响力和市场份额。希望通过持续努力和学习，能够取得更大的成就，成为行业内的领先者。

## 农产品直播带货脚本篇三

近年来，随着技术发展和网络的普及，直播带货成为了一种新的消费方式。而在乡村地区，直播带货不仅可以帮助农民增加收入，还可以把闲置的物品变现。在这篇文章中，我将分享我在乡村直播带货中的心得体会和总结。

### 第一段：认识到乡村直播带货的意义

乡村直播带货是一种可以促进农民增加收入和带动乡村经济发展的方式。通过直播平台，农民可以把自己的农产品或者手工艺品展现给更多的人群，将自己的产品变现；同时也可以为城市市民提供优质的乡村产品，让城市人感受田园之美。因此，乡村直播带货意义重大。

### 第二段：准备阶段

在进行乡村直播带货前，我们必须充分准备。首先，我们要有足够的商品，这样才能吸引更多客户。其次，我们要了解客户的需求，以便为他们提供更加优质的服务。最后，我们要对直播技术有一定的了解，这样才能更好地利用直播进行销售。

### 第三段：直播带货中应注意的问题

在进行直播带货时，我们要注意以下问题：一是保证商品的品质，只有品质优良的商品才能受到客户的认可；二是要注

意语言的流畅度和表达能力，这样才能让客户听懂我们的介绍；三是选好直播的时间，要选择适合目标客户的时间段，这样才能更好地吸引客户。

#### 第四段：乡村直播带货的优点和局限性

乡村直播带货的优点在于可以扩大销售范围，增加销售量，降低销售成本，提高产品知名度等。但是，它也存在一些局限性，如需要良好的网络环境和技术支持，直播环境要求高，较为依赖主播的个人魅力等。

#### 第五段：展望

在未来，乡村直播带货将会越来越受到农民和消费者的关注。同时，随着科技的不断发展和落地，乡村直播带货的应用场景也会不断拓展，比如城乡融合、旅游体验等。因此，我们在进行乡村直播带货的过程中，要不断学习新技术和了解市场需求，以使我们的业务能够发挥出更大的潜力。

总之，乡村直播带货是一种新的消费方式，让农村发展更具活力和新动力，也是一种重要的促进城乡一体化发展的手段。通过良好的准备和运营，乡村直播带货可以为农民带来更多的收益和发展机会，同时也可以为消费者提供更优质的产品和服务。

## 农产品直播带货脚本篇四

随着互联网的快速发展和人们对便利消费的需求不断增长，电商直播带货逐渐成为一种新的购物方式。在进行电商直播带货实训的过程中，我深感其巨大的潜力和巨大的挑战。本文将总结我在实训中的体验和收获。

#### 第一段：了解电商直播带货的特点

电商直播带货是近年来兴起的一股新势力，它结合了电子商务和直播两种方式，使消费者可以通过手机或电脑上的直播平台实时观看商品展示和购买过程。这种方式的优势在于直播主可以通过真实展示商品、实时回答观众的提问等方式提高购买决策的置信度。在实训中，我们通过学习相关理论知识，观看成功案例，并进行实际操作来更好地理解 and 掌握电商直播带货的特点。

## 第二段：培养销售技巧和沟通能力

电商直播带货的核心是销售，而要做好销售需要一定的销售技巧和沟通能力。在实训过程中，我们经过模拟销售演练和角色扮演，逐渐培养了自己的销售技巧。比如，我们学会了如何准确把握观众需求并提供解决方案，如何以简明扼要的语言介绍产品优势等。在沟通能力方面，我们学会了如何与观众建立良好的互动关系，适时回应观众提问并留下良好的购物体验。这些技能和能力对于我们将来的职业生涯和个人发展非常重要。

## 第三段：了解电商直播带货的挑战

虽然电商直播带货具有巨大的潜力，但面临的挑战也不容忽视。首先是技术挑战，要求直播主在直播过程中能够熟练操作直播平台、调整画面和声音等，确保直播的流畅和效果。其次是市场竞争的挑战，随着越来越多的商家、直播主加入该行业，市场竞争越来越激烈，需要不断提升自己的实力和差异化竞争能力。最后是用户体验的挑战，用户对产品质量、服务态度等方面的要求越来越高，要能够在激烈的市场竞争中赢得用户的认可和信任。

## 第四段：提高个人能力的重要性

通过电商直播带货实训，我深刻认识到个人能力的重要性。首先，需要提高自己的专业知识和技能，了解行业动态、理

解产品特点，以便更好地展示和推销商品。其次，要提升自己的销售技巧和沟通能力，培养自己的人际关系和合作能力，以更好地与团队合作和与观众互动。最重要的是，提高自己的学习能力和适应能力，随时跟进行业发展和技术创新，不断提高自己的竞争力。

## 第五段：展望电商直播带货的未来

电商直播带货的兴起和发展不仅给我们带来了创业机会，也给整个商业模式带来了巨大的变革。未来，我相信电商直播带货将变得更加普及和成熟，更多的商家和直播主将加入其中。同时，随着技术的进步和用户需求的变化，电商直播带货也会不断创新和发展。我们作为电商从业者需要不断学习和进步，适应这种变化并抓住机遇。

总结起来，电商直播带货实训给我带来了很多的思考和收获。通过实际操作和角色扮演，我更深入地了解了电商直播带货的特点和挑战，培养了自己的销售技巧和沟通能力，并认识到个人能力的重要性。对于未来，我对电商直播带货充满信心，相信它会成为一种常见的购物方式，并且带领我们进入更加便利、智能的消费时代。

## 农产品直播带货脚本篇五

法定代表人： \_\_\_\_\_

住所： \_\_\_\_\_

乙方： \_\_\_\_\_

住址： \_\_\_\_\_

丙方： \_\_\_\_\_

住址：\_\_\_\_\_

甲乙丙三方根据《中华人民共和国合同法》及相关法律法规，本着平等互利，协商一致的原则，就甲乙丙三方在项目合作运营过程中的权利、义务事宜达成如下协议，以资共同遵守：

甲乙丙三方共同声明并保证、尽善履行本协议约定之义务，依法享有本协议项下约定之权利。

1、甲方授权乙丙双方对其依法享有所有权的产品进行分销、零售等。

2、乙丙双方凭借自身的技术实力和在电子商务方面的运营经验和能力，负责经甲方授权许可销售产品的运营、销售、整合等服务。

3、乙丙双方共同出资人民币\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_元整)，作为该项目合作资金本，于本协议签订之日由乙丙双方以现金方式支付给甲方。

本合作协议期限为\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。

1、甲乙丙三方经协商一致同意，在本协议期限届满时，在扣除相关运营支出费用后，对于盈利部分甲、乙、丙三方按照\_\_\_\_\_%、\_\_\_\_\_%、\_\_\_\_\_%的比例进行盈利分配。

2、项目合作期间，乙丙因本项目须购置办公用品等运营支出费用均由甲方先行垫付。本协议期限届满时，该垫付的费用除项目盈利能予以扣除外(即只在项目盈利时，才由甲乙丙三方共同承担)，由甲方自行承担。

3、甲方须每月向乙丙每人支付月工资人民币\_\_\_\_\_元；同时乙丙为了营运项目之需要，雇佣相关人员的费用也由



甲方负责支出。

## 1、甲方权利义务：

1.1甲方保证其提供产品的合法性，并对其所提供产品承担责任，包括并不限于知识产权、产品质量等。同时，对其提供的产品依法享有所有权、转让权等权限。

1.2项目合作期间，乙丙因本项目须购置办公用品等运营支出费用均由甲方先行垫付。

## 2、乙、丙权利义务：

2.1乙丙双方保证其尽责服务客户，尽职履行电子商务等运营职责，但对项目不承担盈利的保证责任，同时因甲方产品瑕疵导致的第三方之请求权，乙丙双方不承担责任。

2.2乙丙双方共同声明并保证不得为甲方以外的公司提供该合作项目项下相同服务领域的服务或者从事相同服务领域的相關盈利活动。

甲乙丙三方任何一方违反本协议约定的权利义务，守约方有权解除本协议，并有权要求违约方按照法律规定承担损害赔偿等违约责任。

1、本合同未尽事宜由甲乙双方另行协商，并签订补充协议。补充协议与本合同不一致的以补充协议为准。

2、本合同画横线部分填写的文字与印刷文字具有同等效力。

3、如双方发生争议，应协商解决。协商不成的，任何一方均可向甲方所在地人民法院提起诉讼。

4、本合同一式三份，三方各执一份，具有同等法律效力。

5、本合同自三方签字盖章后生效。

甲方：\_\_\_\_\_

签约日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

乙方：\_\_\_\_\_

签约日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

丙方：\_\_\_\_\_

签约日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

## 农产品直播带货脚本篇六

根据省、市、县各级政府工作要求，结合县电商扶贫相关工作实际，县商务局主动作为，积极开展各项工作，推动电商企业有序复工复产，全县农村电商发展呈现出良好局面。现将工作开展情况总结如下：

1、充分发挥电商网点作用，推动农产品销售。通过电商网点统计农产品供销信息，发动电商企业帮助农户销售农产品。邻距离、园玲家庭农场等电商企业纷纷实行“线上下单，同城配送”，将农户的农产品从田间直接送到小区，为居家市民提供生鲜土猪肉、各类蔬菜、鱼类等，助力疫情防控工作。各电商企业通过电商平台销往全国各地，带动周边群众增收致富。南港镇建立镇级电商扶贫旗舰店，统筹全镇特色农产品通过电商销售，成效明显。

2、积极推广模式，推动产销对接。积极推动电商与农业产业化融合发展，大力推广“电商企业+基地+专业合作社+农户”模式，加强农村电商企业产销对接。总结电商融合发展经验，健全有效的利益联结机制。志菊农民专业合作社、味之源农

民专业合作社等电商企业通过“电商企业+合作社+贫困户”模式，收购当地贫困户土蜂蜜、干菜、咸泡菜、手工粉丝等，通过电商平台销往全国各地，实现脱贫增收。

3、直播带货助力脱贫攻坚。为决战决胜脱贫攻坚，帮助解决因疫情影响农产品滞销问题，县人民政府联合直播平台，开展直播带货活动成效显著。各电商经营者纷纷开启直播带货模式，帮助销售本地特色农产品。同时邻距离电子商务有限公司设置专门的直播间，培养和招募网红主播，通过直播途径拓宽网销渠道，带动本地农产品销售，提升本地品牌知名度，将特色产品推向全国各地。

4、示范创建引领电商发展。积极开展农村电商示范创建工作，培育一批示范镇、示范村、示范网点和示范企业，为我县电商发展奠定良好的物质基础，推动农村电商提质增效。

一是疫情期间电商企业深受影响，无法开展正常的生产经营活动，网络销售额同比下降较多。二是上行农产品销售困难，增幅缓慢。三是电商人才的培训力度还需加强，培训效果不显著。

一是持续开展农村电商提质增效工程。积极开展农村电商示范创建工作，通过示范创建引领我县农村电商向规模化、集聚化方向发展。二是深入开展电商直播带货活动。引导各电商经营者积极开展电商直播带货活动，扩展电商销售渠道，推动电商扶贫走深走实。三是强化政策支持。积极争取上级政策支持，对符合条件的电商经营主体开展适当的奖补。四是积极推广电商扶贫模式，推动农产品上行。积极推广“龙头+基地+专业合作社+农户”模式，推动当地特色农副产品、旅游产品销售。五是加强电商业务能力培训，提高培训内容的精准度和培训效果的转化率。开展电商技能和专业实操知识培训，对有愿参与的农户特别是贫困人员进行培训，提升电商创业就业能力。

## 农产品直播带货脚本篇七

随着电子商务的飞速发展，直播带货成为一种新的营销模式，吸引了越来越多的商家和消费者。初次进行直播带货，对于我来说是一次全新的尝试和挑战。通过这次经历，我深刻领悟到了直播带货的艺术和技巧，也积累了一些宝贵的心得体会和总结。以下是我对初次直播带货的一些心得体会。

首先，在进行直播带货之前，充分准备是非常重要的。良好的准备工作包括：策划好整个直播过程的脚本和内容，对产品有深入的了解，将产品的特点和优势转化为能够吸引观众的言语和表达方式，并提前联系好产品供应商，确保产品的供应和库存充足。通过充分准备，可以为直播带货的顺利进行奠定良好的基础。

其次，直播带货过程中，注重情感沟通与观众的互动能力也至关重要。在直播带货中，观众不仅仅关注产品本身，还包括主播个人的亲和力和影响力。因此，主播需要在直播过程中积极与观众进行情感上的沟通和互动，通过与观众建立起良好的关系，增加观众的信任感和购买欲望。可以通过回答观众的问题、提供专业的咨询和建议，以及分享一些个人的购物心得等方式来达到与观众的互动和情感沟通。

另外，直播带货中，抓住观众的注意力和创造购买冲动是至关重要的。在直播过程中，主播要时刻注意保持观众的关注度，通过精心设计的口才和互动环节，引起观众的兴趣和购买欲望。可以利用一些刺激性的言语和表情来吸引观众的注意力，同时还可以采用一些促销手段，如限时抢购、特价优惠等方式来创造购买冲动。

此外，直播带货过程中，主动倾听和及时回应观众的反馈也非常重要。观众的反馈是评判直播带货效果的重要指标，也是改善直播带货的关键。主播可以通过观众的弹幕和评论来了解他们的意见和建议，及时回应观众的问题和困惑，提供

更好的购物体验。同时，从观众的反馈中汲取经验和教训，不断优化和改进直播带货的方式和方法。

最后，成功进行直播带货离不开坚持和不断学习的态度。直播带货并非一蹴而就的事情，需要主播不断地磨炼自己的口才和表达能力，不断吸收和借鉴他人的经验和技巧，不断改进和完善自己的直播带货方式。在初次直播带货后，我深刻认识到自己的不足之处，也明白了要想取得更好的效果和成绩，需要不断努力和学习。

总之，初次进行直播带货是一次宝贵的经历。通过充分准备、注重情感沟通和互动、抓住观众的注意力、倾听观众的反馈以及坚持不懈的努力和学习，可以帮助主播在直播带货中取得更好的效果和成绩。我相信，随着不断的实践和尝试，我会越来越熟悉和擅长直播带货，为消费者提供更好的购物体验，为自己带来更多的商业机会。

## 农产品直播带货脚本篇八

根据《区2020年电商扶贫工作意见》，上半年以来，我区围绕电商服务网点规范化建设和运营、促进农产品上行、建立利益联结机制、加大农村电商培训、助推消费扶贫五个方面取得较好的成效，现将上半年工作总结如下：

### 1、电商服务网点规范化建设和运营情况

在去年电商扶贫整改的基础上，今年，我区继续对贫困村电商网点进行提质增效。截止6月底，已对我区67个贫困村电商网点开展了“回头看”工作，受疫情影响，今年第一季度67个贫困村电商网点“6有2能”职能发挥不理想，经过新一轮实地查看及提质增效，4月中旬开始已恢复正常运营。

### 2、农产品上行情况

1-6月，全区网上零售额11.09亿元，同比增长26.67%，其中农村产品网销额6.8亿元，同比增长34.88%。受疫情影响，今年1-4月份网络销售额增幅较缓，5月份开始有所回暖。

### 3、益联结机制建设情况

2019年，我区建立“镇村、村、村电商网点/镇食品有限公司/有机食品有限公司/镇电商网点+合作社/基地+贫困户”等利益联结机制6个，带动贫困户67人，户均增收1300元。

2020年，我区新培育4个利益联结机制，带动贫困户63人，户均增收1500元左右。分别是：村电商服务网点(拼多多)+皖裕民合作社+贫困户（带动贫困户2户，户均增收0.8万元/年），生物科技有限公司+村电商服务网点(淘宝)+合作社+贫困户（带动贫困户20人，户均增收1.1万元/年），乡黄墩村电商网点（淘宝）+柳抱丝合作社+贫困户（带动贫困户27人，户均增收1.5万元/年），镇莲花村电商网点+基地+贫困户（带动贫困户14户，年均增收100-60000元不等）。

### 4、培训情况

今年，我区计划对电商服务网点经营者、驻村扶贫工作队、大学生村官、村“两委”、产业发展指导员、农村创业致富带头人等开展电商培训工作。截止目前，已开展有条件、有意愿参与电商经营的贫困群众42人，网点经营者55人，驻村扶贫工作队等367人，培训工作正在有序推进。

### 5、消费扶贫情况

在电商消费扶贫方面，我区与西商、绿篮子等大型商超深度合作，累计促进农产品进商超40万元左右，通过网络直播等线上平台，累计销售500万元左右。如东河口镇天地精华有限公司开展2次网络直播带货活动，累计销售12万桶+196万瓶矿泉水，累计销售金额400余万元。乡开展五一电商直播带货活

动，销售跑山鸡、茶叶、蜂蜜、大米等农产品0.7吨销售额达4万余元，直接受益贫困户5户。孙岗镇村网络直播销售脆桃，线上线下累计销售8000余件，累计金额40余万元。先生店乡陈大庄村徐郁通过快手直播销售脆桃5000斤，累计金额5万元左右。另外，我区与市邮政公司联合倡议加强农产品线上销售工作，已帮助销售贫困户农产品5万余元。区电商公共服务中心运营商与马头镇、椿树镇、镇等乡镇积极对接，收购并帮销部分滞销农产品3万余元。目前，在市邮政公司协作下，全力配合淠东乡做好毛豆销售工作，预计网销10万元。

一是起步晚。我区农村电商从2017年真正开始发展，起步时间较晚。二是农产品标准化程度低。我区特色农产品主要是“四桃两莓”、龙虾等，季节性强，销售时间短，缺乏商品化，不适宜长途物流运输及网络销售。三是电商企业集聚化程度低。我区农村电商交易额基数大，但电商企业分散，不成规模，缺少龙头电商企业。四是缺少政策资金支持。受区不是国家级贫困县限制，导致不能申报国家级示范创建项目，缺少政策资金支持。

1、力争全区网络销售额达到年度预期。上半年，受疫情影响，大部分企业网销额增速放慢，婚纱企业影响较大。下半年，一是把经省厅统计，经营地在，注册地在外地的电商企业纳入区，引导其将注册地变更到。二是对生产基地在，电商网店在外省的电商企业，充分用好省、市相关政策，引导电商企业注册地迁回。三是下半年是电商企业的机遇期，鼓励电商企业进一步做大做强，力争全年网络销售额达到年度预期。

2、继续培育示范典型。继续培育一批农村电商示范镇、示范村，争创一批网络销售额超1000万元的农村电商企业，网络销售额超100万元的农村电商品牌。宣传淠东乡、镇黄大塘村电商网点、中店乡张庵村电商网点、乡黄墩村电商网点等一批先进典型，推广其成功经验做法。

3、巩固电商扶贫促进消费扶贫。加大“电商企业+基地（合

作社)+贫困户”利益联结机制培育力度，加快农产品商业化、品牌化建设，推进农产品上行冷链物流建设，促进电商与一、二、三产业融合发展，延伸电商发展产业链，带动村集体经济发展，帮助贫困群众增收。引导电商网点、贫困户与电商企业、电商平台、大型商超（如西商集团、绿篮子）等签订长期购销协议，助推消费扶贫。