

工作简报

第七期

四川农业大学重庆校友会

2026年4月22日

凝聚校友力量 构建生态闭环 ——全力推进“川农渝友·百甘云市集”落地实施

当前，川农重庆校友会已构建起线上近3000名精准校友+线下5万余名各区县各行业骨干校友的庞大资源体系，覆盖种植、养殖、农产品加工、非遗文创、现代服务、供应链、实体店等全领域，但普遍存在产品缺渠道、销售缺抓手、资源缺整合、运营缺系统的问题，资源分散、变现不畅、价值未充分释放，已成为制约校友发展的关键瓶颈。

抢抓母校120周年校庆重大机遇，我们必须快速行动、立即落地、高效推进，以“川农渝友·百甘云市集”为核心载体，构建一套从产品到渠道、从线上到线下、从运营到系统、从内部到外部、从销售到共赢的完整闭环，真正把资源变资产、把信任变销量、把人脉变渠道。

这项工作的重要性，体现在四个关键维度：

一是破解校友销售痛点，是当前最紧迫、最务实的民生工程。通过每周直播推介、腾讯会议路演、社群精准触达，直接为校友产品打开销路，解决“好产品卖不出、好项目推不动”的现实难题，用实实在在的销售成效，凝聚校友、温暖校友、成就校友。

二是整合全链资源，构建川农重庆校友专属产业生态。我们将全面集聚各区县种植大户、养殖基地、加工企业、非遗产品、服务机构、供应链资源，建立产品库、供应商库、人才库、渠道库，实现信息对称、供需匹配、产业链协同，形成“校友帮校友、资源通资源、产业连产业”的良性

循环。

三是打造线上线下一体化体系，形成可持续运营能力。线上搭建专属小程序商城+会员一卡通系统，实现产品展示、在线选购、储值充值、积分裂变、分销返利、消费股东分润、跨店核销、数据管理等全功能；线下以连锁门店、各区县校友办公点为服务驿站与提货点，解决体验、自提、配送、售后“最后一公里”，构建完整商业闭环。

四是放大平台价值，为校庆献礼、为长远发展奠基。依托校友会金字招牌与5万+庞大校友基数，以内部校友消费为基础，逐步向外拓展，对接机关、企业、单位福利、节日礼品、员工团购等B端市场，把校友产品打造成“川农渝友甄选”特色品牌，既为母校百廿华诞献上重庆校友的实干成果，也为校友会打造长期运营、持续造血、多方共赢的核心项目。

销售就是最大的生产力，销售型股东比投资型股东更重要。我们将迅速组建专项运营团队，联动各区县骨干校友，联动特研联盟、“头雁”联盟等核心力量，统一思路、统一行动、统一品牌，快速筛选产品、搭建系统、布局驿站、启动直播，把想法变成行动、把方案变成现实。

这项工作，关系到每一位校友的切身利益，关系到校友会的凝聚力与影响力，更关系到川农重庆校友品牌的长远发展。时间紧、任务重、意义大、价值远，必须高度重视、全力推进、快速落地、务求实效，以最强决心、最快速度、最实举措，把“川农渝友·百廿云市集”打造成重庆校友最有温度、最有分量、最有生命力的标志性工程！

报送：四川农业大学校友总会、管理学院校友分会、继续教育学院、乡村振兴学院；

分发：四川农业大学重庆校友会全体校友（含“头雁”会员）。
