

产区引入市场机制,销售融入公益力量 打通贫困地区产销渠道

农产品遭遇“卖难” 倒逼产业结构调整

甘肃省陇南市徽县“陇上庄园”淘宝网店负责人梁倩娟,土特产生意做得风生水起。“村里的黄豆、皮蛋,山里的天麻、灰灰菜,无论谁家有好东西都送到我家来,通过网店、微店卖出去,整个村子都挣上了钱。”她说,现在网店年收入可以达到160万元左右,还带动了300多农户,其中有128户都是贫困户。

不过,很多贫困地区的农产品并没有这样的好销路。

云南省武定县中沟核桃种植专业合作社理事长鲁绍荣告诉记者,他们的纸皮核桃销售主要依靠当地批发商,收购价一般是每公斤22—25元,“要是自己卖,能卖30元一公斤,但是靠我们自己销售,消化不了那么多。”

为啥不挂到电商平台去卖呢?鲁绍荣说:“也不是没试过。只是有的平台要求产品有大批量,我们合作社种植的核桃产量达不到平台门槛;有的平台压账特别严重,客户买了核桃,钱先到平台,要三个月以后才能到我们手里。”但是,导致他网上销售最困难的原因,还是销量上不去。“大平台上类似的产品太多了,挂在网上根本没什么人买。”去年,鲁绍荣在某电商平台上“烧”了6万元广告费,把店铺顶到了首页推荐商铺,结果收入8万多元,扣掉成本,还是赔了。

今年3月份,鲁绍荣又想了一招。他花4万元请专业公司帮他建了个微商城,上面图文介绍一应俱全,货款一天到账,还设有分销系统,以便让客户雪球越滚越大。一开始主要依靠熟人朋友购买,现在,这个微商城大概可解决1/3的核桃销路。

郑平是贵州一家茶叶公司在北京办事处销售负责人,她说:“茶叶质量好,但是产品推介更重要,得让大家知道有

这么一款茶。”为了打开销路,只要哪里有相关的推介活动,她就会带着产品赶去现场,每月全国各地跑,争取能多签几个订单。和鲁绍荣一样,郑平也对大型电商平台不寄希望。她说,目前公司的线下门店正在装修,未来准备开发一款属于自己的APP。

不论是上述的核桃还是茶叶,它们均来自贫困山区,虽然销售情况有所不同,但是打开市场的过程无疑都是极其艰难的。仅仅依靠自主推介、熟人营销、本地地批发等途径,销售量有限;而大型电商平台上铺货多,贫困地区农产品又难有跻身之地,基本无法实现优质优价。

事实上,“运不出、卖不掉、价不高”是许多贫困地区农产品在销售环节上的共同烦恼。中国农产品市场协会会长张玉香说,贫困地区的自然生态大多良好,出产的农产品大都是绿色天然的优良产品。但受基础设施落后、流通成本偏高、市场信息不畅、品牌建设滞后等因素制约,许多优良产品“藏在深山人未识”。这需要产销区共同努力,让优质农产品走出来,带动贫困地区产业结构调整,引领消费升级。

形成有效产业链,使农民 消费者和流通企业都受益

今年6月,“2018全国贫困地区农产品产销对接行动”启动仪式在北京举行,共有来自集中连片贫困地区453个贫困县的1800多名供货商参加,1370多名采购商现场订货,“小而优”“小而美”“小而特”的农产品备受追捧。与此同时,“标准化、规模化、品牌化”成为众多大型采购商口中的热词。这是他们对贫困地区农产品产业发展的共同期待。

北京新发地农产品批发市场董事长张玉玺说,贫困地区普遍存在“重生产、轻销售”的现象,必须引导他们了解市场

经济运行的规律。他认为,提升品牌价值是实现产销对接、精准扶贫的第一法则。

在首场产销对接会上,西藏自治区亚东县副县长米玛次仁说,以前亚东县藏民家家户户都养牦牛,但一直没有形成产业化、品牌化,很难进入大流通、大市场的体系。

同样是养牛,广西上林的贫困户在当地龙头企业的引导下,正逐渐构建起产品的品牌 and 标准。前来参展的供货商广西山水牛公司客户经理韦良毅告诉记者,公司打出牌子,对出售肉的品质有严格的要求。比如外观上脂肪蛋白比值为1:6.8,口感上要鲜嫩多汁等。“以往一些散户养殖的山水牛始终无法达到我们的标准,没法纳入收购。现在公司给养殖户提供核心精料,并定期开展技术指导,确保牛肉合乎标准,且品质均一。”

贫困地区的农产品生产要看市场。北京一亩田网络科技有限公司创始人兼CEO郑德宏说,公司后台经常能看到全国采购商在集中寻找一些农产品,而这些产品的市场供应却很少。因此,借助数据分析,能够帮助企业明确核心品种,并通过订单和项目引进,形成组织化和规模化,最后打造成区域公用品牌。

“产销对接,精准扶贫应引入市场基因,实现可持续发展。”北京物美商业集团子公司首席运营官许少川表示,公司将在产销合作中努力推动贫困地区种养适销对路的特色农产品,不断提高农产品的标准、规模和集中度,通过组织化生产,推动规模化销售,形成有效产业链,使农民、消费者和流通企业都受益。

多维合力 推动构建长效产销对接机制

实施产销对接,产品生产是基础,市场流通是枢纽。张玉香说,要在构建长期稳定的产销对接机制上下功夫。在政府主导、市场主体、社会广泛参与的新形势

下,合力推动农民从“小生产”走向“大市场”。

“只有畅通的市场渠道才能让品牌带动产业,实现稳定脱贫。”张玉玺说。可喜的是,目前这样的公益平台已经开始运营。在本次产销对接活动启动仪式现场,由农业农村部倡导创建的“初级农产品产销对接公益服务平台”首次发布。

“产销对接的需求,其实主要源于双方信息的不对称。”提供技术支持的中海赛迪集团有限公司农业产业事业部副总经理、工程师周聪介绍,贫困地区生产的产品大多为初级农产品,由于流通体系不完善而走不出大山。如今这一平台的建立,刨除了产销对接的成本,能够使农民获得实实在在的收益。

在这一平台上,供方以合作社、大型农场为主,需方则由批发市场、学校食堂、超市等具有大宗采购需求的主体构成。供需双方通过手机注册并实名认证后,在平台上建档立卡,确保信息的真实性。当某合作社在平台上有销售需求时,可在平台农产品数据库中选择所属的农产品品类,并注明特色,如“红皮豆”;同样,某学校食堂有采购需求,也可以发布需求信息,如“净菜”等。利用平台的推荐或检索功能,高效实现农企对接、农超对接、农校对接。

现场已有大量采购商和供应商开始使用这一平台,从大屏幕显示产销对接调度监控系统可以看到,初级农产品意向签约量已近60万吨,一旦正式签约,能够为贫困地区农产品实现47亿元产值,涉及产品包括蔬菜、香辛料、家禽肉类等。

为进一步推动建立贫困地区农产品产销对接长效机制,近期,农业农村部制定《贫困地区农产品产销对接实施方案》,聚焦集中连片贫困地区尤其是深度贫困地区,聚焦优质特色农产品,通过采取建设标准化生产基地和仓储冷链设施,培育新型经营主体等一系列举措,促进贫困地区优质农产品产销两旺。

据人民日报

视觉新闻

党员志愿者成 脱贫攻坚先锋模范

7月16日,四川省广安市广安区柏家局驻村工作组和苏溪乡党员志愿者在干埡村贫困户李才英家剥玉米粒。

近年来,广安区坚持以党建为引领,组织为保障,干部为支撑,整合驻村工作组、乡村干部及党员群众力量,成立党员志愿服务队,深入到贫困群众家中,开展劳务攻坚、政策宣传、产业发展、新风引导等工作,让党员在决战决胜脱贫攻坚的岗位上展现先锋模范和战斗堡垒作用。

刘智立 特约记者 张国盛 摄



帮群众剥玉米粒

法治活水精准滴灌四川贫困乡村—— “我们脱贫更有信心了”

“按照今年竹笋的行情,每家贫困户可按比例分红收入3250元!”在四川省旺苍县高武镇寨梁村农业专业合作社,村里的法律顾问向学文给65户贫困户讲解持股分红交底。

贫困户马红梅高兴地说:“以前总怀疑村干部‘暗箱操作’,现在村里有法律顾问把关,我们脱贫更有信心了。”目前,旺苍县为全县97个建卡贫困户都免费配备了法律顾问。

实施精准扶贫以来,四川先后出台《四川省农村扶贫开发条例》《关于进一步加强法治保障服务脱贫攻坚工作的意见》《贯彻〈关于创新机制扎实推进农村扶贫开发工作的意见〉实施方案》等,通过法治“活水渗透”,助推20个贫困县摘帽,6206个贫困村退出,454万贫困人口脱贫。

精准滴灌—— 培育法律意识

走进广元市利州区工农镇大塘村,百年老树下原本杂草丛生的校园,变成了法治文化宣传阵地,“讲授内容是村民集体选定的。”大塘村法律顾问秦碧娟说。

“贫困村法律意识不强是个普遍现象。”广元市利州区委书记刘冀渝告诉记者,他们在贫困村开展“春雨滴灌”法治宣传教育行动,实施贫困地区“法治星火”培养计划,落实“六个一”:一村一法律顾问,培养一批法律明白人,建立一个法律援助点,完善一部村民公约,帮助群众掌握一套维权方法,化解一批矛盾纠纷。同时,在贫困村推行移动法庭,坝坝

审案,背篋法官等巡回审判服务。今年以来,全区接受法律援助的贫困群众达3500余人次。

目前,四川各地分门别类推进规范化、制度化、法治化建设,各县市研究制定贫困村法律顾问制度,培养贫困村法律明白人等10多项具体措施,“精准滴灌”培育贫困地区群众的法律意识。甘孜藏族自治州色达县利用“农牧民夜校”“马背宣讲”等平台,主动上门开展政策支持、法治保障;凉山彝族自治州以贫困地区为重点,采取送法下乡、双语宣传等多种形式,开展脱贫攻坚政策法规普法宣传活动2225场(次)。

贫困村要脱贫,带头人很重要。“村里有了法律顾问,我们回来创业也放心。”6月10日晚,巴中市通江县瓦室镇鹿鸣村,刚听完法律大讲坛的村民张凤说,前年他回乡创业时,流转土地遭遇纠纷,村法律顾问张鲜组织双方进行调解,如今成功流转土地290余亩,种上木本等经济作物和黄精、海菜等中药材。

四川仍以“五个百分百”为重点,破解贫困群众司法救济难题,努力实现百分之百的贫困群众打得起官司,百分之百的贫困群众法律服务费用零支付,百分之百的贫困群众手机普法上通,百分之百的贫困群众法律顾问全覆盖、百分之百的贫困村法治视频村村通。

契约监管—— 让脱贫多一重保障

色达县年龙乡俄热村,新注册成立“牦牛养殖专业合作社”正举行母畜

发放仪式。村民按照约定提供奶制品,合作社则依约履行收购和销售义务。村民泽仁说:“有了合同,我们不等不靠,放心抓生产就行了。”

前不久,参加遂宁市大英县法治产联式合作的先锋农牧有限公司法人代表潘小飞,将50万元花圈收购款送到了大英县高山村、登莱村村民的手中。“签合同时就说要给我们60%的利润。”村民张荣高兴地领到半年的收入4220元,今年肯定能脱贫。

张荣所说的“合同”,是在村法律顾问唐勇的全程陪同下,村两委同先锋农牧有限公司谈判了整整两天签订的。唐勇介绍,“合同不光细化了”企业供货技术、保收购,农户供产品、保质量”等权责,还明确了农户、企业、村集体6:3:1的分红比例,企业和农户成了共赢搭档。”

“过去要是市场不景气,瓜菜销不出去,一年辛苦就白费了。现在合作社以每百400元的价格给我们兜底,以契约作保证,再也不担心自然灾害和价格波动了。”望着眼前长势喜人的瓜菜,大英县金竹村参社贫困户陈志勇笑了。2016年以来,大英县开展法治产联式联营试点,受益农户11347人,人均增收1840元。

掰竹笋、挖野菜、品尝山腊肉……“五一”假期,绵阳市安州区晓坝镇齐心村蝴蝶谷游人爆满,乡村旅游合作社负责人贾益介绍,合作社发展过程中,法治社区服务站工作人员全程介入,规范投资协议,审定入股合同,依“契”而行,保障了村里44户126名贫困户的利益。

云南上半年查处1563起 扶贫领域腐败和作风问题

今年以来,云南省各级纪检监察机关持续开展扶贫领域腐败和作风问题专项治理,上半年,全省共查处扶贫领域腐败和作风问题1563起,处理3233人。其中,党纪政务处分591人,组织处理2647人,移送司法处理65人。

今年以来,云南省各级纪检监察机关紧盯扶贫领域违纪问题,以强有力的监督执纪问责护航脱贫攻坚。全省各级纪检监察机关为群众诉求搭建“绿色通道”,建立健全信、访、网、电、微“五位一体”信访举报平台。依托省、州、县纪检监察机关信访举报工作机构和乡(镇、街道)、村(社区)群众诉求受理中心,畅通群众诉求渠道五级联动监督平台,及时受理扶贫领域问题线索。与此同时,建立领导督办督办工作机制,以反映扶贫领域涉嫌违纪问题信访举报为包案督办重点内容,对扶贫领域的腐败和作风问题线索实行领导督办、班子成员挂牌督办。建立线索排

查、线索移交、线索处置、问责追责、报告通报五项工作机制,深入排查扶贫领域问题线索,努力做到扶贫工作开展到哪里,项目资金流向哪里,监督检查就跟到哪里。

同时,以问题为导向,充分发挥巡察利剑作用,扎实开展扶贫领域专项巡察,瞄准扶贫领域重点人员、关键岗位、重要环节,采取专项检查、突击检查、“回马枪”式复查等监督检查方式,沿着“扶贫项目、资金流向、问题线索、审查疑点”等路径,对扶贫工作全过程发生的问题进行排查,确保不留死角。

典型问题通报曝光制度的建立,使通报曝光规范化、制度化、常态化。对典型违规违纪问题一律点名道姓通报曝光,确保利剑高悬,震慑常在,释放严格监督执纪问责的强烈信号。上半年,全省各级纪检监察机关先后公开曝光扶贫领域腐败和作风问题840批次4688人。

据昆明日报

贵州岑巩坚持科技兴农理念 助推脱贫攻坚

近年来,贵州省岑巩县坚持科技兴农理念,充分发挥现代农业示范园区的引领作用,着力推动全县农业产业结构调整、转型升级和提质增效,带动了农业产业快速、健康、有序发展,助推脱贫攻坚。

为打赢脱贫攻坚战,决胜全面建成小康社会。近年来,岑巩县大力实施农业现代化战略,加快现代山地特色高效农业示范基地建设,积极推进周坪杂稻种植农业示范园区、白岩坪现代烟草农业示范园区、龙江河思州柚农业示范园区、龙江河思州柚农业示范园区和腊恰畷生态休闲观光示范园区建设,围绕扶持和培育农业产业化重点龙头企业及新型农村经营主体,通过引进、培育和发展一批农业龙头企业、农民专业合作社、种养大户等园区经营主体,加大农业技能培训力度,推动土地流转,推广“公司+合作社+基地+农户”“党支部+合作社+基地+贫困户”“三变+”等经营模式,实行订单生产,完善利益联结机制,推行“抱团”发展,激发贫困户的内生动力,让贫困户实现稳定增收。

在园区建设上,今年以来,周坪杂稻种植农业示范园区完成投资5370万元,占年度计划投资10000万元的53.7%,建设周坪杂稻种植园区周坪一周家寨—王家寨—黎家坝—杨家坡一小堡沿线建设杂稻种植示范基地,已经完成杂交水稻种子研

发检测中心的主体建筑建设,完成杂交水稻种植基地16000亩,精品水果6000亩,秋冬种植优质油桐菜12000亩,蔬菜1000亩。白岩坪现代烟草农业示范园区完成投资5393万元,占年度计划投资10000万元的53.93%,已完成园区下湾水库基础设施建设,完善天马烟叶站、白岩坪育苗中心附属工程建设,完成烤烟生产基地8470亩,生态茶叶3160亩,粮油基地3200亩。龙江河思州柚农业示范园区完成投资5084万元,占年度计划投资10000万元的50.84%,思州柚基地12000亩,生态茶叶1350亩,粮油3000亩,蔬菜600亩,优质烤烟500亩。腊恰畷生态休闲观光示范园区完成投资4382万元,占年度计划投资8000万元的54.78%,已完成园区游客中心的主体建设,机耕道硬化3.5公里,建成精品水果3100余亩,蔬菜大棚7个,种植特色蔬菜1600余亩,华农菌草种植2500亩。

通过科技兴农,大力招商引资,目前园区入驻企业35家,规模以上企业12家,共有农民专业合作社43家,农家乐6家。岑巩县不断推进农业产业化、规模化和现代化建设,多元化的农业产业为农户带来较好的经济效益和社会效益,实现了产业辐射、带动效应,预计全县4个现代农业示范园区产值5亿元左右,辐射、带动近2万农户实现增产增收。

通讯员 张能秋

异地扶贫搬迁也是门大学问

易地扶贫搬迁是民心工程;搬迁只是手段,脱贫才是目的

在一些贫困地区调查,时常会看到这样的现象:易地扶贫搬迁安置房盖得漂漂亮亮,却因无法解决部分村民就业、生产等问题,大量空置。入住的部分群众为了维持生计,只能跋山涉水走山路回原来的村子种地。为应付考核,在上级部门来现场检查安置点入住情况之前,各村委会提前通知贫困户去安置房暂住几天。这样的易地扶贫搬迁,扶贫资金没有充分发挥应有的减贫作用,贫困群众“住老房怕塌,住新房怕慌”,民心工程并没有很好地赢得民心。

一个重要原因,就是安置点的选择出了问题。应当看到,选择易地扶贫搬迁安置点,除了要考虑较为便利的交通、配套设施等生活条件,更重要的是创造更多的就业增收机会。实践中,很多地方的安置点尽量靠近城镇、园区、景点等地方,就业机会多,这样,贫困群众的增收问题就会解决得比较好。但很多贫困地区特别是深度贫困地区,很难找到这样理想的安置点。这就需要多考虑在安置点附近提供可耕种的土地,或者安置点尽量就近,方便贫困群众在原有土地上务农。现实未必都能尽如人意。一些深度贫困地区,地无三尺平,要选择一块能集中盖房的平地都很难,要找到兼顾生活与生产的安置点更是难上加难。

安置点选址有问题,有的是受现实条件制约所致,也有的是因为缺乏科学论证,还有的是没有充分发扬民主、征得多数村民同意。这些问题都需要及时纠正,引以为戒。对

于确实存在选址难的地区,要更多进行创新探索,比如鼓励、补贴贫困户在城镇买房,通过流转土地、调整土地承包关系等解决搬迁户的耕地问题。

部分搬迁贫困户获得感不强的另一个重要原因,是有的地方把易地扶贫搬迁工程当成了形象工程、政绩工程。房子盖得鲜亮丽,但对搬迁后贫困户如何谋得生计、能致富,谋划不够,着力不多。

一些地方的易地扶贫搬迁工程存在政绩化倾向。有的贫困县领导干部认为,房子建起来了,就有了上报、显示政绩的“硬杠杠”。有的贫困县干部热衷于安排领导、媒体参观易地扶贫搬迁安置点,新楼新房,水电齐全,配套完备,成绩看得见摸得着。但细究搬迁群众的就业增收情况时,有的思路不清、办法不多,语焉不详;有的片面夸大某一方面的工作业绩作用,凡事都往好的、大的方向汇报。

从政绩考核的角度来讲,先解决房子不考虑就业,这样的易地扶贫搬迁工程很难为贫困地区领导加分。现在,贫困县党政主要领导主要考核扶贫开发工作实绩。实绩的要义在于实,以扎实的工作,实在的成效,增强贫困群众的获得感,提高他们的满意度。形象工程、政绩工程显然经不起时间检验,换不来群众满意。

易地扶贫搬迁是实打实的民心工程。搬迁只是手段,脱贫才是目的。实现住房安全自然能增强贫困群众的获得感,但更多的获得感源于贫困群众未来生计有着落,持续增收有门路。民之所望,施政所向,易地扶贫搬迁工作应该照此去做。

据人民日报