



读者至上

星期二

2019年1月22日
农历戊戌年十二月十七
今日8版
国内统一刊号CN51-0072
邮发代号61-41
发行热线:028-86754267

西南商报

总编辑 李晨赵 值班编委 石文龙

四川西南商报报业传媒有限公司出版

新闻热线 028-86786115

总第 4126 期

星期二、三、五出版

E-mail: xnsbshe@126.com

值班编辑: 马良



消费扶贫纳入国家脱贫攻坚政策体系 城里来消费 乡村得实惠

不少贫困地区长期面临这样一个问题:农产品缺乏品牌知名度,又因地处偏远,物流成本高,一些高品质、无公害的农产品不好卖甚至卖不出去,难以带动地方脱贫。特色农产品销售体现不了优质优价,有什么好办法?

日前,国办出台《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战指导意见》(以下简称《意见》),在贫困地区引起强烈反响,也让城里人对绿色餐桌、乡村旅行有了新期盼。

政府采购向贫困地区倾斜 有了制度性安排

“新政策非常及时。”看到新闻,河北省承德市滦平县平坊满族乡于营村第一书记吕晓勋这样说。

于营村2017年人均实际收入约4200元,县里至今仍未宣布脱贫摘帽。吕晓勋算了笔账,村里的主要农作物是玉米,长期缺乏稳定的收购商,收购价格也时高时低。去年因为遭遇“掐脖子旱”,玉米收成一般,一斤收购价仅8毛7,种地远不如外出打工。

“新政策如能实施,村里玉米的销售渠道就能拓宽,市场有保证,不仅可以有效解决优质农产品无人问津的老问题,更能激发贫困地区群众的内生动力,让他们的生活越来越有奔头。”吕晓勋说。

消费扶贫,是社会各界通过消费来自贫困地区和贫困人口的产品与服务,帮助贫困人口增收脱贫的一种扶贫方式,是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。

国家发展改革委地区经济司巡视员邹勇介绍,近年来,各地、各部门都在出台支持消费扶贫的政策,不少贫困地区的农产品通过机关和企事业单位采购“进城入户”,但这些实践大多局限在某一地域或某一环节。现在,消费扶贫被纳入了国家脱贫攻坚政策体系,丰富了国家现有扶贫政策体系内容,提升了相关政策的可操作性。

消费扶贫谁来引领?《意见》提出,各级机关、国有企事业单位、金融机构、大专院校、城市医疗及养老服务机构等要带头参与消费扶贫,在同等条件下优先采购贫困

地区产品,优先聘用贫困地区工勤人员,引导干部职工自发购买贫困地区产品和到贫困地区旅游,并要求东部发达地区组织辖区内各类资源与贫困地区建立长期稳定的农产品供销关系,建立劳务精准对接机制。

《意见》让政府采购向贫困地区倾斜等方面,有了制度性安排。”中国人民大学农业与农村发展学院教授曾寅初介绍,《意见》强化激励保障,不仅提出对在贫困地区从事消费扶贫的相关市场主体给予金融、土地等政策倾斜,还明确把消费扶贫台账相关数据作为政策支持、评先评优的重要依据。

确保政策红利 精准滴灌到贫困人口

国家级贫困县汪清县,1995年被国家命名为木耳之乡。当地是延边贡米的主产区之一,更盛产人参等中药材,养殖的延边黄牛肉口感媲美日本和牛。然而,这些特产“养在深闺人未识”,2015年底汪清县贫困发生率高达23.2%,经过几年对口扶贫,去年才下降到3.29%。

“农产品销售体现不了优质优价。我们一斤地栽木耳的成本要20多元,收购价不到30元,可在电商平台上能卖到80元至90元。”吉林省延边朝鲜族自治州汪清县副县长王胜民分析,当地优质木耳被贱卖,一是市场没有培育和推广好,也缺乏龙头企业带动,导致知名度不够高;二是地处偏远,物流成本高。

没有品牌,几乎是贫困地区都在头痛的事。贫困地区不乏高品质、无公害的特色

农产品,可是去哪卖、卖给谁,大家没主意,有时只能心疼地让好东西烂在地里。与此同时,消费者想买绿色、天然的特色农产品,也面临价格虚高、以次充好等消费陷阱。

如何在贫困地区与消费者间,搭起消费直通车?《意见》明确,要支持大中城市和贫困地区引导扶持一批消费扶贫示范企业,以打通供应链条为主要目标,形成农产品“从田间到餐桌”的全链条联动;通过线上大力发展农村电商,线下开展形式多样的农产品产销对接等途径,拓宽农产品销售渠道,减少农产品销售中间环节,实现生产、流通、消费多方共赢。

让王胜民头疼的还有大量“李鬼”扰乱市场。“我们的木耳品质好,一些外地商人来我们这收购黑木耳,却与其他木耳掺着卖,损害了消费者利益,也影响了我们增收,搞乱了市场。”

《意见》无论是制度设计,还是政策安排,都瞄准来自贫困地区和贫困人口的产品和服务,确保政策红利精准滴灌到贫困地区和贫困人口。”邹勇说,《意见》明确要求有关部门指导贫困地区以省、地级市或集中连片特殊困难地区为单元,统一制定区域性扶贫产品标识,合力打造区域性特色农产品品牌,给来自贫困地区和贫困人口生产的特色农产品上“身份证”。同时,要求各级市场监管部门和信用监管部门,严肃查处那些企图假借消费扶贫“浑水摸鱼”搞商业欺诈的市场主体。

消费扶贫不是强买强卖

不过,消费扶贫绝不是强买强卖。“这一系列措施,坚持自愿原则,不压任务、不下指标,旨在引导社会各方力量发挥主动性,积极参与到消费扶贫中,壮大参与消费扶贫的‘朋友圈’。”邹勇说。

消费扶贫既是公益行为,也是经济行为。在以往的消费扶贫中,也出现过采购的产品“有品不优”“有产无量”等问题,大大

降低了消费体验,影响了消费扶贫的可持续性。针对这些问题,《意见》提出开辟贫困地区绿色食品、有机食品、地理标志农产品认证或登记绿色通道,还将打造贫困地区农产品质量安全追溯体系。

“消费扶贫不是单纯的慈善,政府要做的不仅是搭桥,更要维护良好的市场环境。”在曾寅初看来,此次《意见》的另一大亮点就是坚持市场运作。“消费扶贫不是搞一锤子买卖,关键是借机增强贫困人口和贫困地区产业适应市场的能力,从而建立稳定脱贫的长效机制。”

吕晓勋说,《意见》中提到的加快标准化体系建设、提升规模化供给水平等,都切中了解决问题的关键。“从生产、到流通,再到消费,政府部门和社会帮扶单位一起努力,把各环节的症结都打通了,隐患都解决了,才可能实现农民增收、消费者满意的双赢。”

消费扶贫既是消费,也涉及投资。受制于基础设施滞后、服务水平偏低、品牌营销不够等问题,大多数贫困地区农产品运不出,旅游消费也引不来。一旦基础设施瓶颈打通,溢出效应马上显现。例如去年底济青高铁开通,山东省贫困县临朐县到高铁站的距离仅40分钟,今年春节全县游客量有望同比增长20%;西成高铁开通一年来,让深居秦岭大山的国家级贫困县陕西佛坪县结束了不通火车的历史,游客人数和旅游收入同比分别增加了43.85%和26.22%。为了提升硬件支撑,《意见》从加大基础设施建设力度、提升服务能力等方面明确了一系列举措。

尽管临近春节,王胜民还在忙活黑木耳质量标准化建设,希望尽快打造一个县里的品牌。“农民合作社只能种植木耳,加工销售还需要有龙头企业。现在乡村空心化依然厉害,还得琢磨让能人回乡创业。”王胜民说,政策是普惠的,要顺势而上,还得靠贫困县自己努力。“要让老百姓从这种做法中赚到更多的钱,好政策才能有说服力。”

据人民日报



微信公众号:XNSB86786115



西部经济网 www.swbd.cn

微新闻

【国务院办公厅印发《国家组织药品集中采购和使用试点方案》】

国务院办公厅日前印发《国家组织药品集中采购和使用试点方案》(以下简称《方案》),对国家组织药品集中采购和使用试点工作作出部署,选择北京、天津、上海、重庆和沈阳、大连、厦门、广州、深圳、成都、西安11个城市开展试点工作。《方案》明确,从通过质量和疗效一致性评价的仿制药对应的通用名药品中遴选试点品种。经国家药品监督管理局批准,在中国大陆地区上市的集中采购范围内药品的生产企业,均可参加试点。

【今年物价温和上涨可以预期】

据报道,国家统计局局长宁吉喆在日前举行的国新发布会上表示,一些媒体担心的“通货紧缩”,从近10年来看,我国全局的通货紧缩没有发生过,但个别年份有结构性的紧缩因素。从今年看,这个词可以说很不得当。今年物价温和上涨还是可以预期的。

【生态环境部:聚焦当前环境空气质量超标最严重的PM2.5】

生态环境部大气环境司司长刘炳江21日在生态环境部例行新闻发布会上表示,今年生态环境部将从更加重视系统谋划、更加重视精准治污、更加突出重点、更加突出依法治污四个方面协同推动经济发展和环境保护。

【统计局:2018年全年规模以上工业增加值同比增长6.2%】

国家统计局1月21日发布消息,2018年12月份,规模以上工业增加值同比增长5.7%,增速比11月份加快0.3个百分点;环比增长0.54%。2018年全年,规模以上工业增加值同比增长6.2%,增速较1-11月份回落0.1个百分点。

【1361万人!我国城镇新增就业连续6年超过1300万人】

国家统计局局长宁吉喆21日介绍,2018年,我国城镇新增就业1361万人,比上年多增10万人,完成全年目标的123.7%,连续6年保持在1300万人以上。

【消费金融十万亿空间可期 机构“排兵布阵”跑马圈地】

《2018中国消费信贷市场研究》指出,截至2018年10月,我国消费金融规模已达8.45万亿元。多方预测显示,2020年我国消费信贷余额将达到10万亿级的规模。市场的巨大潜力正吸引各大机构加速进入,但规模迅速扩张的同时,过度杠杆、多头共债等负面因素困扰着行业发展。

【各地齐刷刷锚定高质量发展 淡化GDP指标】

记者获悉,淡化GDP指标、锚定“高质量”成地方经济发展主线,一些地方正谋划新区域规划,一批高质量发展示范区、高质量发展带和“新”动能体系将加速成型。与此同时,作为稳增长的重要抓手,短板领域投资也将再挑大梁,一大批重大基建项目正开足马力“火速”赶来。

据经济参考报微博

广告

□本报记者 胡斌 文/图



市民选购特产

俗话说年货早准备,过年没烦恼,置办年货蕴含着中国人辞旧迎新的心愿,饱含着期盼新年的喜庆。1月18日,第23届四川新春年货购物节在成都世纪城新国际会展中心开幕。据悉,本届购物节以“购世界货,过中国年”为主题,布展面积八万余平方米,设七大主题馆,分别是国境外商品馆、科技生活馆、名酒糖果馆、成都商品馆、市州特产馆、特色农产品馆、品牌服装馆。

本届购物节利用春节期间消费旺季,开展大规模、多形式的四川扶贫产品及名

优特新商品营销推广活动,成都市、资阳市、凉山州等20多个市州组团参加本届购物节,带来了上万种地方名优特色农产品。这些农特产品在购物节上大放异彩,为市民提供了更多优质年货选择。

记者了解到,本届购物节年货产品范围广、品种多、类别全,基本涵盖了所有过年的生活消费品。从香肠腊肉、名酒好茶、甜品糖果、海鲜野味等各类传统年货,到机器人、平衡车等新潮时尚年货;从品牌服饰和各类女性用品,到电视冰箱等智能家电;

从小汽车到名贵玉器,各种年货商品琳琅满目。在市州特产馆,广元红心猕猴桃、泸州手工面、自贡冷吃兔、蒲江猕猴桃、乐山龙须笋、凉山苦荞、阿坝牦牛肉、甘孜牦牛肉、茂县花椒、金川雪梨、北川特产腊肉制品等四川品牌食品在这里悉数登场。

记者在现场看到,由于逢周末,展会人气十分旺盛,挤满了大批前来置办年货的市民,参加展会的商家向市民介绍着自家商品,并热情地拿出特色产品让游客品尝,整个会场热闹非凡,充满了浓浓的年味。在北川特产腊肉展区,成都市民刘倩一家正在精心挑选着腊肉和香肠。“过年怎么能少了香肠腊肉呢?自己做香肠腊肉又很麻烦,今年家里没有做,所以趁着周末来这里买一些现成的回去。”刘倩对记者说道。

“我们不管是腌制制品还是其它的产品,从生产、养殖、包装到产品出厂,都是可追溯每一个产品的源头的,比如我们的香猪,

都是纯天然养殖的,这样可以确保肉质新鲜,保质保量,到消费者手上都是放心的好肉,大家可以放心购买。”北川特产腊肉展区的商家蒲女士介绍说。

除了四川本地的特色产品外,本届购物节还云集了不少的外地特产。“梭子蟹、青柳蛤、鱿鱼、龙虾这些,都是我们大连比较有特色的海鲜,欢迎大家来选购品尝。”来自大连亮仔海鲜的工作人员热情地介绍着自家商品。“今天来这里买了很多年货,除了本地特产之外,还买了很多外地的特色产品,今年的年夜饭看来更加丰富了。”市民陈先生笑着向记者展示自己购买的年货。

购物节期间还将专门举办四川扶贫产品及名优特新商品专场推介会,通过这些推介、宣传活动,引导消费者、社会力量购买川货,尤其是四川扶贫产品及名优特新商品,为四川扶贫事业尽一点力量。据了解,此次购物节将持续到2月1日。



春运大幕开启 温暖回家路

2019年1月21日,春运大幕正式开启,持续至3月1日止,共40天,节前15天,节后25天,全国铁路预计发送旅客29.9亿人次,中国人又将开始一次壮观的迁徙。

改革开放以来,随着对人员流动限制的放宽,越来越多的人选择离乡外出务工、求学。许多人集中在春节期间返乡,形成了堪称“全球罕见的人口流动”的春运。

从1980年至今,春运已经走过了39个年头。春运,已经成为每个在外游子的年终关键词,那句“有钱没钱,回家过年”,也喊出了每个游子归家团圆的心声。从几十个小时的绿皮车到几分钟的高铁,从瓜于泡面矿泉水到各式各样的车厢套餐,出行条件一直在变,回家的心情却从未改变。

春运来了,温暖回家路!在这近四十年的时间里,春运的旅客从以前的“回家路漫漫”,到如今的“舒适回家”,这样的变化也折射了中国社会的巨大变迁。

(相关报道详见5版)



国内发行:四川省报刊发行局

行风监督热线:028-86754267

本报常年法律顾问:

四川元绪律师事务所

许国兵律师

联系电话:13808043313