

2019年,四川省迎来脱贫攻坚关键一仗 一场会议释放出什么新信号?

从进度看

2019年是打赢脱贫攻坚三年行动的第二年,具有承上启下的意义

从任务看

除凉山7县外,四川省余下贫困县都要在2019年摘帽,可谓任务艰巨

冲锋

2019年,四川省迎来脱贫攻坚关键一仗。
从进度看,今年是打赢脱贫攻坚三年行动的第二年,具有承上启下的意义;从任务看,除凉山7县外,四川省余下贫困县都要在今年摘帽,可谓任务艰巨。“距离明年最后‘交卷’只有不到两年时间,今年对于打好2020年脱贫攻坚至关重要。”四川省脱贫攻坚办负责人说。
关键一仗如何打?重点攻坚方向是哪些?近日在成都举行的全省扶贫开发工作会上,释放出4个攻坚信号。

定大局 持续聚焦深度贫困地区

“彝区藏区深度贫困县始终是全球脱贫攻坚任务最重也是最难的区域,打赢这一仗,则全省脱贫大局可定。”会议对深度贫困问题如此定性。

要想打赢这场硬仗,并非易事。

四川省藏区共有32个深度贫困县,根据计划,今年要实现剩下16个贫困县摘帽,305个贫困村全部退出,4.3万贫困人口脱贫。这意味着今年藏区退出的贫困县数量,与前3年总和一样多。“任务非常艰巨。”阿坝州委书记刘坪坦言。

藏区之外,凉山彝区仍然是四川省脱贫攻坚最大短板——基础设施建设和公共服务配套滞后,内生动力和个人能力不足,贫困发生率超过20%以上的贫困村还有653个,面临继续攻坚和防止返贫双重任务。

如何啃下深度贫困“硬骨头”?四川省扶贫开发局相关负责人介绍,目前全省已经出台了10个支持深度贫困地区脱贫攻坚的政策,下一步的关键就是落

实好。

具体而言,藏区所有项目都要形成明细清单,明确任务、人员、时限,对产业、教育、医疗等扶贫工作逐一对标检查,集中力量补齐短板;凉山各地要对接落实34条支持政策和16条工作措施,对标“两不愁、三保障”,把所有政策用好活用。

建机制 确保已脱贫老乡不返贫

截至去年底,四川省已累计实现550多万贫困老乡脱贫,全省贫困人口减贫幅度达到88%。这意味着四川省需要在继续攻坚啃“硬骨头”的同时,建立稳定脱贫长效机制,确保这些“甩”掉穷帽的老乡不返贫。

做好产业扶贫仍是关键。四川省要求,今年3月底前,以县为单位完成全省贫困村贫困户产业扶贫“精准到村、对接到户、县建台账”工作,摸清扶贫产业现状。“真正能带动贫困群众的,才是扶贫产业。”四川省扶贫开发局负责人表示,检验的标准就是“种养有好产品、产品有

好销路、群众有好收入”。

有好产业,还要有好渠道。去年,四川省在全国首创“四川扶贫”公益商标。“今年将大力宣传和运用好商标。”上述负责人介绍,四川省还将着力实施电子商务营销、帮扶单位促销、商业流通企业承销、定向直供直销等扶贫产品推介行动。

就业扶贫方面,今年四川省将继续拓宽就业渠道,鼓励开发多种形式的公益岗位,优先聘用建档立卡贫困户劳动力。

各地已有行动。1月28日,广元6县区举行“春风行动”专场招聘活动,现场求职登记并达成就业意向2819人,其中建档立卡贫困劳动力1155人;立足生态优势,甘孜州今年大力开发生态保护员、地灾预警员等公益岗位,确保有劳动力的贫困户至少有一人实现就业增收。

强技术 用大数据给贫困人口“画像”

“颜色越深表示贫困人口越多。”全省扶贫开发工作会上,四川省扶贫开发局信息统计处负责人指着屏幕上的全省贫困人口热力图解释。

热力图来自四川省最新升级完善的脱贫攻坚大数据平台,该平台的出现,让扶贫从“苦力活”变为“技术活”。

平台增加了数据统计和分析功能,方便扶贫和其他行业部门随时查询。比如人社部门要对贫困群众开展技能培训,可以通过筛选“健康”“有劳动力”“小学以上文化”等条件,精准识别出符合培训条件的群体,从而科学制定培训政策。

平台还增加了对已脱贫人口的预警功能。例如某贫困群众的家里没有广播电视信号,平台里他的信息后面就会亮起红灯。“亮红灯的,都是我们‘回头看’‘回头帮’的重点对象。”前述负责人说。

此外,贫困户还可以在平台上查询本户信息,包括可享受的扶贫政策等,也

可以提出自己的诉求。

扶贫资金项目管理,也将插上信息化的“翅膀”。四川省要求,加强扶贫项目论证,项目录入和动态调整,要对入库项目按照带贫减贫的要求进行评估,符合条件方可入库;同时开展与脱贫攻坚大数据平台对接融合,建好用足脱贫攻坚项目库。

谋未来 做好脱贫攻坚与乡村振兴衔接

除夕当天,凉山州昭觉县三河村村民吉好也求一家在新房里吃了一顿团圆饭。除一座座新房外,该村易地扶贫搬迁聚居点还建有会议中心、乡村酒店等公共设施。会议中心是未来发展乡村旅游的重要载体,小小的三河村,在谋划眼下脱贫的同时,也在悄然搭建乡村振兴的舞台。

不仅是三河村。全省扶贫开发工作会提出,打赢脱贫攻坚战是实施乡村振兴战略的优先任务,必须做好二者的衔接工作。

如何衔接?四川省扶贫开发局相关负责人介绍,尚未摘帽的贫困县,可以在脱贫攻坚项目规划、政策制定、机制设计等方面着眼长远、统筹考虑,为实施乡村振兴战略留足空间、打下基础;已摘帽贫困县,要通过实施乡村振兴战略来巩固脱贫成果,在资金投入、项目安排、政策举措上优先支持退出村和脱贫人口。

在四川省社科院研究员郭晓鸣看来,贫困地区实施乡村振兴面临几大难题,首先是产业基础薄弱;其次是贫困户自身发展能力和村集体经济都处于较低水平;第三是贫困地区大多面临较大生态保护压力,开发限制较多。

他建议贫困地区可以考虑发展特色优势农业,为小农户发展提供社会化服务;注重村集体经济的发展壮大,支持跨村合作;深化农村土地制度改革,充分利用贫困地区相对丰富的生态资源等。

侯冲

视觉新闻

扩建蜜梨基地 助农增收

近日,四川华蓥市禄市镇月亮坡村村民们全身心投入到广安蜜梨产业新扩建工程之中,按时按质按量完成梨园土地整理和梨树栽植任务,为农民扩展了增收渠道。

近年来,华蓥市引导农业园区全力实现“产区变景区、田园变公园、产品变商品”的美丽嬗变,探索农业改革之路,致力乡村振兴,在禄市镇、华龙街道办事处沿山一带原有1万亩蜜梨基地的基础上,连片新建广安蜜梨产业基地1万亩。

江显兵 特约记者 杨天军 摄



村民栽植梨树

农产品搭上电商“快车” 消费扶贫让老乡得实惠

土蜂蜜出川

去年腊月,四川广元青川县三锅镇的养蜂人杨鸣比以往轻松得多:每天开着车,不紧不慢地到镇上罐子河南岸的一处山坡上,查看一下放在此处“冬眠”的100多个蜂箱。

“往年腊月可没这么悠闲。”杨鸣说,养蜂不容易,卖蜂蜜更难。虽然青川县蜂蜜质量好,但“酒香也怕巷子深”,并不好卖。有时到了来年的3、4月份,新蜜都要上市了,还有七八百斤的陈蜜没卖出去。腊月里四处找买家,是杨鸣的常态。

老杨为何能清闲?这要从土蜂蜜搭上电商“快车”出川说起。

搭快车 滞销蜂蜜成了抢手货

青川蜜源,在业内小有名气。青川县地处四川盆地北部边缘,拥有唐家河自然保护区、西阳沟自然保护区、毛寨山自然保护区。县域内的森林里有3000多种高山野生植物,包括三七、板蓝根、金银花、党参、天麻、杜仲和椴树等珍贵药材植被,出产的蜂蜜色泽佳、口感好。

杨鸣已在青川养蜂16年。每年5月,杨鸣进山放蜂采蜜。没有手机信号、没有通电通水,在这样艰苦的环境下,杨鸣要陪着蜜蜂度过半年时间。有时,为了收集到最纯正的土蜂蜜,杨鸣甚至还要爬上悬崖。

市面上难得一见的蜂蜜,销路却一度不太乐观。随着蜜蜂养殖数量增多和蜂蜜产量的增加,如何把蜂蜜卖出出去了杨鸣的难题。由于缺少固定的渠道,也没有品牌,他只能四处联系卖家,或者到市场上散卖自己的土蜂蜜。

好产品卖不到好价格,让老杨很犯愁。这种情况直到去年才迎来转机。

国内蜂蜜品牌“等蜂来”找上门,让老杨成为合约养蜂人。老杨的蜂蜜生产出来以后,只要符合产品质量标准,“等蜂来”一次性全部收购,并且现结货款。

“我现在不用为销售分心了,真的是专职养蜂,用心生产上好的蜂蜜。”杨鸣说。

为了让青川蜂蜜卖得好,“等蜂来”也很用心,通过深度挖掘杨鸣养蜂背后的故事,推出“老巢蜜蜜”品牌。与此同时,还携手京东,将该品牌的产品推上京东众筹。通过此举,“老巢蜜蜜”共获得近千名支持者,募集了10万多元。这次活动之后,“老巢蜜蜜”的口碑效应逐渐显现,在京东同类产品的销售中备受关注,成了抢手货。

青川是国家扶贫开发重点县。对于“老巢蜜蜜”的销售,京东积极给予流量等支持。“老巢蜜蜜”被京东集团选为精准扶贫推荐商品和“京晚8点”短视频推介栏目第二期推荐扶贫产品,让更多消费者了解到了优质特色农产品。

“京东对‘老巢蜜蜜’的支持,是电商扶贫的一次新鲜尝试。”京东集团党委书记、副总裁龙宝正说,作为一家以技术为成长驱动的公司,京东在实现自身技术发展的同时,将更好参与消费扶贫,助力打赢脱贫攻坚战,帮助更多贫困地区农产品拓宽销售渠道。

标准化 土蜂蜜也要严格生产

在“等蜂来”首席执行官张小伟看来,土蜂蜜能走红、成品牌,除了得益于“触网”,也少不了标准化生产,让产品品质更稳定。

养蜂是个存在了千年的行业,特别是土蜜蜂的养殖,由于传统生产模式缺乏标准化,即便是在青川这样的优质蜜源地,产出的蜂蜜质量也不够稳定,从而缺少品牌化的基础。

为了让蜂蜜产业标准化,“等蜂来”与青川养蜂人深度合作,从蜂蜜源头开始全程参与供应链管控,并和合约养蜂人一起按照采蜜标准采集高品质蜂蜜,按照国家食品安全最新标准进行检测。

“之前养蜂十几年,从没听说过的一些检测指标,现在也都熟悉了。”与“等蜂来”、京东合作后,养了十几年土蜜蜂的杨鸣介绍蜂蜜时,开始使用“波美度”等衡量蜂蜜品质的专业化概念。

“互联网可以助力农业标准化生产,进而为品牌化奠定基础。”张小伟说,通过和养蜂人的合作,把标准化的生产模式带到养蜂人身边,增加他们对于蜂蜜科学衡量标准的了解。只有这样,才能让蜂蜜分级变为现实,才能让更有品质的产品卖出更好的价格。



标准化生产给养蜂人带来实实在在的好处。经过几轮合作后,养蜂人开始掌握生产优质蜂蜜的方法,产出的蜂蜜品质大幅度提升,收购价格也明显高于以前散卖的价格。“以前蜂蜜好坏凭感觉,现在都有了具体的指标,心里更踏实。”杨鸣说。

包装也是标准化生产的一个环节。当前,人们对于蜂蜜产品的消费更加多元化、个性化,有人喜欢在超市买大瓶装蜂蜜,也有人喜欢在便利店买小包装蜂蜜。养蜂人自行销售时,难以对产品包装进行细分。如今,“等蜂来”不仅有正常包装蜂蜜,还有便携式的消费产品适合各种商超、便利店体系,打通“消费品”类产品渠道。

标准化生产的下一步,是拓展品牌销售渠道。在线上,京东商城自营、京

众筹、京东到家等,都是“等蜂来”产品首发的重要渠道。在线下,“等蜂来”与京东体系内的商超线下体系已展开合作,形成了全方位的品牌销售矩阵。

做平台 让消费扶贫落到实处

日前,国办出台的《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》指出,大力实施消费扶贫。《意见》提出,鼓励大型电商企业为贫困地区设立扶贫专卖店、电商扶贫馆和扶贫频道,并给予流量等支持。

据介绍,自2016年1月与国务院扶贫办签署战略合作协议以来,京东集团发挥电商优势,积极践行电商精准扶贫战略,从产业扶贫、用工扶贫、创业扶贫和金融扶贫四大领域入手,打造了“跑步鸡”“游水鸭”“飞翔鸡”等一系列扶贫项目,全力帮扶贫困县脱贫增收。截至目前,京东在全国832个贫困县上线商品超300万种,实现销售额超500亿元,直接带动70万户建档立卡贫困户增收。

“如何发挥电商平台优势助力脱贫攻坚,京东一直在探索中创新。”龙宝正说,京东扶贫经历了“1.0到2.0再到3.0”的过程,就是要以品牌化为核心,以品牌提升产品溢价,让扶贫产业变身高附加值产业,进一步增强产品和产业的抗风险能力,帮助扶贫产业真正地走向市场,将贫困地区从扶贫之路引入致富之路。

在“扶贫跑步鸡”项目中,在扶贫品牌培育方面,项目从养殖、营销推广、技术追溯等各个环节介入,打造绿色农特产品规模化、标准化的品牌,并在更多地区推广复制。“扶贫跑步鸡”项目既吸引了贫困户积极参与,又为消费者提供了绿色无公害的优质产品,实现了贫困户、消费者和项目企业多方共赢。

张炜

“四川扶贫”公益性集体商标 获准注册

□本报记者 李国华

日前,国家知识产权局商标局公布了12件“四川扶贫”集体商标的“注册公示”,标志着“四川扶贫”集体商标正式被核准注册,商标专用权受法律保护。“四川扶贫”集体商标是我国第一件创新扶贫产品销售体系建设的公益性集体商标,为推动四川省贫困地区产品销售打下坚实基础。

2018年,按照四川省委、省政府创新扶贫产品销售体系促进精准脱贫的意见要求,四川省市场监管局(原四川省工商局)积极推进“四川扶贫”商标注册工作。通过整合全省各地区域性优势特色产品资源,引导社会力量帮助贫困地区销售扶贫产品,构建便捷、高效、稳定的产品销售渠道,推动形成产业扶贫、行业扶贫、社会扶贫的大扶贫格局。

据记者了解,“四川扶贫”集体商标集体成员由88个贫困县及所辖行政区域、72个有脱贫攻坚任务



县(市、区)的贫困村和建档贫困户、飞地园区中涉及产业扶贫的事业单位、协会及其会员,以及农业产业化龙头企业、专业合作社、家庭农场等新型经营主体和社会团体与其他经营组织组成。成为集体成员后可以无偿使用“四川扶贫”集体商标,实现扶贫产品与市场精准对接,助力全省脱贫攻坚。

据介绍,截至2018年12月28日,四川全省已有751家企业通过了“四川扶贫”集体商标的使用审核。

四川飞地园区助推 藏区彝区脱贫攻坚取得新成效

本报讯(记者 赵蝶)记者从四川省发展和改革委员会民族地区经济处获悉,四川省进一步强化基础支撑、任务落地、政策发力,大力推进藏区飞地产业园区实现绿色发展、创新发展。同时,借鉴藏区飞地产业园区建设发展的有效做法和经验,指导彝区飞地产业园区做实前期工作,积极助推深度贫困地区加快脱贫攻坚进程取得新成效,呈现出园区实现提档升级、基础设施加快建设、产业发展态势良好、要素保障持续强化、市场融资成效明显、招商引资力度加大、反哺藏区能力增强等七大特点。2018年,全省藏区飞地产业园区发展规模不断壮大,发展速度进一步加快,落户企业较2017年增加122户,达到258户,其中规模以上企业达到123户。园区内就业人口增加6479人,达到1.36万人。

据悉,2018年,四川省成功推动成阿、甘眉、德阿3家飞地园区纳入《中国开发区审核公告目录(2018年版)》,设立为省级开发区,核准面积共计2062.47公顷,成甘园区纳入省级开发区后备梯队予以重点培育。通过加大省级资金支持力度,积极引导藏区飞地产业园区加快基础设施和公共平台建设,共计完成固定资产投资69.5亿元,其中基础设施

建设项目完成投资5.9亿元,成甘工业园基础设施等项目推进顺利。全年藏区飞地产业园区实现工业总产值268.5亿元,是2017年的3.2倍,其中高新技术企业实现产值53.5亿元;实现营业收入251.8亿元,是2017年的3.4倍,其中主导产业营业收入189.9亿元。2018年,藏区飞地产业园区共使用留存电量21.7亿千瓦时,为企业减少电费支出4.3亿元以上;将符合条件的飞地园区工业企业全部纳入直购电市场化交易实施范围,甘眉园区规模以上企业实现全覆盖。同时,藏区飞地产业园区通过资本市场实现融资8.4亿元,四川成阿发展实业有限公司申请发行6.7亿元企业债券,获国家发展改革委核准批复,成阿园区新增新三板挂牌企业1家。全年藏区飞地产业园区招商引资协议投资达383亿元,到位资金41.1亿元,并借助东西部扶贫协作和对口支援平台,推进德阿园区“温州园中园”加快发展,九寨沟与浙江嘉善飞地园区开展建设工作。此外,藏区飞地产业园区飞出地实现入库税金13710万元,是2017年的3.6倍。飞地园区内共解决藏区群众就业93人。将藏区干部选派到飞地园区培养锻炼,阿坝州已提拔使用7名。

西藏阿里改则县物玛乡尼玛顿珠: 幸福就是跟着党奔小康

在2019年藏晚的演播大厅,记者见到了一位特殊的嘉宾,他就是阿里地区改则县物玛乡抢古村党支部书记尼玛顿珠,2018年11月他入选了100名改革开放杰出贡献对象,被党中央、国务院授予“改革先锋”称号。

“我把习近平总书记的嘱托带回了村里,与父老乡亲们分享了这份荣誉和喜悦!今后要在改革、致富的道路上不断前进,不辜负习近平总书记的谆谆教诲。”在藏晚演播大厅,当回忆起与习近平总书记见面握手时的情景时,尼玛顿珠脸上依旧洋溢着幸福,难掩内心的激动,他的话像冬日里的暖阳折射在藏晚的演播大厅。

说起村里的变化,53岁的尼玛顿珠打开了话匣子,脸上挂着自豪,牧业改革3年,群众收入翻番,全村整体脱贫,老百姓尝到了甜头,日子也有了奔头。

抢古村的牧业改革交出了一份满意的答卷:2016年抢古村组建了“抢古村牧业集体经济合作社”,2017年合作社收入近380万元,全村农牧民人均可支配收入1.4万余元,村所有建档立卡贫困户均实现脱贫。

2018年,抢古村的改革经验已复

制推广到全县、全阿里地区、全西藏的牧区。中国社科院专家组从北京直奔阿里地区改则县,考察改则县物玛乡抢古村牧业改革经验。

尼玛顿珠说:“抢古村牧业改革得到了认可。作为一名党员和村党支部书记,我会继续带领群众做好牧业改革,把产业做强,不断提高现代牧业的发展水平,让我们村每家都能过上幸福的生活。”

今天的抢古村,自然条件依然恶劣,但全村人的干劲和精气神已经今非昔比!群众的生产积极性提高了,生活越来越好了,大家树立了勤劳致富的理念,找到了“产业致富”的长久之道。

一个人的梦不是梦,大家共同致富才是梦。

“一个和和睦睦三口之家就是我最工作的动力。我的爱人、家人都特别支持我为村里和老百姓办事,一直鼓励我要珍惜这份荣誉,带动全村人脱贫致富,带大家互相团结亲如一家。”说起家人尼玛顿珠竟有些羞涩,“不仅自己家的小日子过得幸福美满,更要让这份幸福传递下去,让全村人都沐浴党的好政策,跟着共产党一同奔小康。”

孙文娟

民政兜底脱贫成效显著 贵州省近168万贫困对象纳入低保救助范围

记者从贵州省民政厅获悉,2018年,贵州省充分发挥民政工作在脱贫攻坚中的兜底脱贫、治理扶贫和社会扶贫作用,目前全省有近168万贫困对象被纳入低保救助范围,民政兜底脱贫取得显著成效。

兜底脱贫方面,贵州省进一步健全以收入核查为核心的低保对象精准准入和退出机制,加强农村低保制度和扶贫开发政策有效衔接,确保“应保尽保、应扶尽扶”。目前,全省共有农村低保对象226.9万人,农村特困人员7.99万人,纳入农村低保和农村特困人员救助供养保障的贫困人口达167.7万人,占保障对象的71.4%,较大幅度地高于全国平均水平。

治理扶贫方面,贵州省创建移民安置区和谐生活共同体,推动易地扶

贫搬迁安置区实现自治组织、自治机制、社区便民服务、兜底保障、能力提升“五个全覆盖”。在易地扶贫搬迁安置区新建街道办事处3个、居民委员会196个、村民委员会24个,建成社区服务中心(站)181个。

社会扶贫方面,去年举办“贵州省第五届慈善项目推介会”,现场募集善款2.07亿元助推脱贫攻坚。出台相关政策,引导社会组织投入5.4亿元助力扶贫攻坚。

2019年,贵州民政将以脱贫攻坚统揽全局,聚焦脱贫攻坚“两不愁三保障”,深入推进民政兜底脱贫“6+1”行动;进一步健全低保对象精准准入、精准退出机制。健全农村低保与扶贫开发“三共同”机制,深入开展“双清双人双退”。完善临时救助制度,健全急难救助长效机制……曾崇