

文章编号: 1007-5399 (2017) 04-0023-02

关于邮政定点扶贫“产业+”模式的思考

张盈安¹, 李旭光², 梁军³, 耿奎²

- (1. 商洛市商州区委, 陕西 商洛 726000;
2. 商洛市商州区人民政府, 陕西 商洛 726000;
3. 中国邮政集团公司陕西省分公司, 陕西 西安 710075)

摘要: 文章阐述了定点扶贫对中国邮政的重要意义, 分析了邮政在定点扶贫过程中面临的突出问题, 总结了邮政“产业+”模式促扶贫的创新举措, 并就定点扶贫的未来工作提出了指导意见。

关键词: “产业+”; 定点扶贫; 供给侧改革; 精准扶贫

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

定点扶贫是中国邮政响应国家特色扶贫开发事业, 履行国有企业帮扶义务, 拓展自身发展新路径的有效途径。陕西省商洛市商州区是国家级贫困县, 是中国邮政集团公司承担扶贫任务的定点扶贫单位。自1999年起, 中国邮政集团公司就把商州区的定点扶贫工作当作一项重大政治任务来抓实抓好, 经过持续不断地倾心帮扶和实践, 探索出“产业+”扶贫模式, 做到真扶贫、扶真贫。

1 邮政定点扶贫面临的突出问题

商州区地处深山腹地, 基础条件差, 工业及旅游资源匮乏, 主导产业不明晰, 在长期的发展中, 形成贫困村以外出务工、农耕作坊式种养殖为主的混合型产业体系。伴随着形势的变化和经济下行压力的影响, 不仅特色产业发展尚未破题, 区域经济升级受限, 而且暴露出扶贫工作面临的突出问题: 一方面, 产业结构调整和发展方式转变困难重重、压力巨大; 另一方面, 贫困发生率高。商州区有124个贫困村, 贫困人口达11.4万人, 占商洛市贫困人口的近四分之一, 2016年底贫困发生率超过10%, 而同期全国贫困发生率为4.5%, 脱贫攻坚压力大、任务重。

2 邮政定点扶贫的创新尝试

2.1 产业+电子商务, 市场驱动, 助力供给侧改革

扶贫不再是简单的送钱送物, 而是聚焦精准脱贫, 必须采用超常思维, 发展壮大薄弱的村集体经济。产业扶贫、产业脱贫是最强的抓手, 是打赢脱贫攻坚、脱贫不返贫的必由之路。中国邮政集团公司及时调整对商州区定点扶贫的资金投入结构, 加大产业扶贫和电商扶贫力度, 2017年产业扶贫和电商扶贫资金占当年扶贫总投入的比重达60%, 比上年提高30个百分点。通过把扶贫资金重点投入到商州区主导产业中, 带动贫困户增收。

经过反复市场调研分析, 最终确定养驴和香菇酱深加工扶贫产业, 并派遣竹园村第一书记、村支书, 驻村工作队成

员一行, 赴榆林市吴堡县南王家山村、山东梁山、嘉祥等地考察肉驴养殖和销售情况, 启动对标模式, 建立合作机制, 互相取经, 优势互补, 提升产业扶贫质量。集团公司投入30万元建立牧护关镇竹园村养驴场, 投入60万元建立北宽坪镇韩子坪村香菇酱加工厂, 成立养驴、香菇酱加工农民专业合作社, 采取“邮政+合作社+贫困户”入股产业模式, 投入扶持资金, 实行盈余分红。这两个项目得到镇政府和当地贫困户的认可, 被当地百姓誉为“驴肉蘸酱, 吃嘛嘛香”, 分别填补了商洛市和商州区扶贫产业空白。目前两个项目已经实施运行, 其中, 养驴扶贫产业吸收10户以上贫困户入股, 预计带动当年实现脱贫。香菇酱扶贫产业吸收贫困户40户务工, 可实现人均年收入达到2万元以上。按照盈余分配制度, 年终分红后村级集体就有了经济收入, 可逐年积累壮大, 带来较为明显的经济效益和社会效益。

与此同时, 借势农业供给侧改革, 破解农产品返城难题。2016年11月, 中国邮政集团公司商洛市分公司(以下简称“商洛分公司”)与商州区政府签署农村电子商务发展战略合作协议, 建立农村电子商务镇级、村级服务站14个, 推出“邮老哥”电商扶贫品牌, 借力“互联网+”, 实现农村电子商务业务发展与定点扶贫工作共赢。打造“年货节”土特产大礼包, 开展精准扶贫O2O模式农特产品推广活动, 依托邮掌柜系统和邮乐网商洛特产专区, 助推农产品返城, 带动贫困户增收脱贫。

2.2 产业+一线, 走村访户, 夯实群众基础

为使产业扶贫项目和政策措施落地, 中国邮政集团公司陕西省分公司(以下简称“陕西省分公司”)领导及扶贫干部坚持一线工作法, 把扶贫关口前移到贫困户家门口, 每出台一项扶贫方案和措施, 就要走村访户, 摸实情况, 掌握第一手资料。2017年以来, 省邮政公司扶贫办领导平均每周到商州走村访户至少一次, 最多时达到一周四次。扶贫干部按照区委区政府要求, 责任包抓竹园村的脱贫攻坚工作, 每个月至少三次到包扶点。驻竹园村第一书记常年驻村不离村,

当好村情民意的调研员、联络员、助理员。

2.3 产业+管理,严格机制,做好脱贫保障

中国邮政集团公司要求下派商州的挂职扶贫干部摒弃“过客”思想,树立良好干部形象,建立了“四个一”工作机制:每季度向集团公司总部报送一篇高质量的调研报告,每周组织一次扶贫工作安排会,每季度向商洛市分公司汇报一次思想体会,每周驻村入户不少于一日。商州区扶贫干部遵照中国邮政集团公司要求,迅速转变角色,融入地方政府扶贫工作。集团总部明晰扶贫工作路径,制定了“十三五”定点扶贫项目实施管理办法、年度扶贫工作方案以及具体实施措施,有规划、有方案、有举措。陕西省分公司建立省、市两级扶贫机构,成立扶贫办,各配备两名人员,保证工作落实。省、市两级邮政与邮政储蓄银行建立定期联系沟通机制和监督机制,定期跟踪扶贫项目落实情况并进行总结通报,确保工作落实效果。建立扶贫工作动态、微信公众平台和手机信息推送三大交流服务平台,实时反映扶贫工作开展情况,全程提供相关信息服务。

2.4 产业+合力,整合资源,打造美丽乡村

围绕特色农业发展和生态美丽乡村建设,统筹规划、整合资源,综合打造竹园村。实施贫困户危房改造综合整治和道路基础建设,村内道路已全部硬化,连户路初具规模;依托地膜洋芋合作社、特种动物飞鼠养殖合作社、养鸡养羊专业合作社等,带动贫困户增收;邮政储蓄银行在竹园村设立了“双基联动易农贷”及“三农”金融服务工作站,支持农民发展优势产业、特色产业,有效缓解了村民的融资难题。狠抓光伏产业项目,使所有贫困户入股分红,资源变资产、资金变股金、农民变股东。扶贫工作注重培育农民新理念,邀请专家为村民举办种养殖技术培训,使贫困户至少掌握一门实用技术;连续两年为村民赠阅《陕西科技报》,赠订书籍2000本。开展道德讲堂走进竹园村活动,教育村民移风易俗。邀请农技专家对该村300亩核桃进行标准化建园,地膜洋芋种植面积扩大到300亩以上。这一系列脱贫措施,使得村容村貌焕然一新。竹园村全村农民人均纯收入从2011年的4367元提升至2016年的6800元,年均增长12%,其中建档立卡贫困户人均纯收入达3015元以上。

3 邮政定点扶贫的延伸思考

邮政实施精准扶贫,取得了较好效果,得到了地方政府和群众的认可。从2016年底到现在,先后收到杨峪河镇建华村、牧护关镇中心校、夜村镇甘河村、黑山镇二峪河村等送来的多面锦旗和感谢信。中国邮政集团公司被商洛市委市政府评为2016年度扶贫工作先进单位。竹园村作为中国邮政集团公司长期重点帮扶的贫困村,在商州区41个脱贫摘帽贫困村中,考核位列第四名,受到区委区政府的表彰和奖励。

3.1 坚持发展,以特色的产业强脱贫

实施产业扶贫是落实精准扶贫和实现贫困群众增收脱贫的关键措施,要由务工脱贫转型到产业脱贫,而这个产业很

大程度上需要农民自己来创。扶贫开发目标能否实现的根本标志,是贫困地区和扶贫对象是否具备内生发展动力,只有内生动力和“造血”功能不断增强,其发展才具有可持续性。

3.2 坚持合作,以专业的组织促脱贫

成立农民专业合作社,引领产业发展,变农户家庭小分工为社会化大分工,向合作要效益,带动农民发展优势产业。推广“政府+龙头企业(合作社)+贫困户+扶贫资金折股量化”扶贫合作模式,对中省项目资金和财政补助资金形成的经营性固定资产,探索以贫困户优先股的形式,精准折股量化到贫困户。目前,合作社多停留在种植、养殖上,层次不高,在标准化生产、产品深加工、市场开拓等方面较少涉足,抵御市场风险能力和竞争力较弱。再者,外出农民工返乡创业大多数是家族式,规模小,且多为劳动密集型和手工操作的小型加工厂,产品科技含量低、市场竞争能力低、企业管理水平低,名优特产品少、深加工产品少、产品定单少。需要引导农民专业合作社发展订单农业,优化合作社品质层次。

3.3 坚持精准,以精细的功夫助脱贫

聚焦精准抓落实,突出精准识别、精准帮扶、精准退出机制,做到扶真贫。首先,强化思想认识。中央各部门共出台3100多个政策文件或实施方案,各省市县乡各部门都根据当地情况制定了配套方案。中央对扶贫工作的重视程度如此之高,管理态势趋严、趋紧,扶贫只能加强,不会削弱。要增强紧迫感和责任感,以绣花功夫做实各项工作。其次,强化政策宣传。把宣传作为脱贫攻坚行动的重要抓手,充分利用广播、电视、报刊、网络等媒体,多层次、多形式广泛宣传精准扶贫政策,积极宣传扶贫开发典型,营造良好的舆论氛围。再次,强化政策落地。密切联系群众,使扶贫政策落地,尽最大努力帮助贫困群众脱贫。

3.4 坚持引领,以坚强的党建固脱贫

在贫困村成立脱贫攻坚党支部,推行“党建+合作社+产业+脱贫”模式,引导村党支部和党员干部当好脱贫攻坚战的坚强堡垒。建立基地机制,党组织建在扶贫产业链上,党员聚在扶贫产业上,党的活动融入在精准扶贫中,发挥好党建基地的作用,帮助解决贫困群众生产生活困难。

3.5 坚持合力,以组合的拳法赢脱贫

中国邮政集团公司的扶贫开发是综合性的,包括产业、金融、保险、电子商务、教育、科技、基础扶贫等。特别是针对当前重点发展壮大农村集体经济、解决异地搬迁后产业发展问题,邮政金融扶贫需要加大力度,融入地方脱贫攻坚重点工作中,解决融资难、融资贵问题,引导扶贫产业,增强放大效应。

收稿日期:2017-05-31

作者简介:张盈安(1968~),男,陕西铜川人,主要从事区域发展与管理研究;李旭光(1967~),男,陕西洛南人,主要从事区域发展与管理研究;梁军(1962~),男,陕西西安人,主要从事邮政管理与扶贫研究;耿奎(1969~),男,安徽亳州人,主要从事社会扶贫研究。