

▶▶▶ [上接 P1]

整合各方资源 积极推进首都终端消费扶贫



南、湖北、吉林等有关省市已经将其列为终端消费扶贫项目。大力发展油莎豆是利国利民利企的重要举措，还需要国务院给予大力支持，在国家批准的“五园一区”、田园综合体等项目中，将油莎豆列入其中，给予更多的扶持政策。

三、开展系列活动,进一步精准推动贫困县消费扶贫,使贫困群众拿着销售合同安心奔小康

一是筹备召开全国消费扶贫大会,表彰先进企业与代表,推广龙头企业消费扶贫经验。建议由国家发改委、国资委、农业部农村部和商务部指导,中国农业化龙头企业协会、中国食品保障分会和中国小康建设研究会大健康工作委员会与北京市相关机构主办,北京市新发地公司承办,初步计划在今年五一国际劳动节或扶贫日前召开会议,总结央企和北京消费扶贫工作经验,对有突出贡献的企事业单位和个人给予表彰和奖励,推动消费扶贫上规模。二是开展调查研究。建议国务院扶贫办、农业农村部、商务部、交通运输部、国资委和北京市有关单位,委托相关社会组织和企业,迅速组建调研小组,分赴“三州三区”和受援地,了解消费扶贫产品种类、特性,研究堵点、难点的原因,提出具体实施方案。三是宣传活动。广播电视建立消费扶贫专栏,宣传消费扶贫。利用春晚等重要文艺活动,宣传奶健康价值、油莎豆种植与系列食品、土壤改良绿色食品、金花葵等健康食品,引导大众消费。

(一)着手建立全国消费扶贫商品的数据库。分别针对全国852个贫困县的特色产品,按照商品属地、品牌、类目、属性、销售渠道、销售价格等信息建立数据库,便于各扶贫县了解自身产品竞争力,利于推动农产品标准化体系建设。

(二)根据扶贫商品的属性,探索有效的消费扶贫模式。针对扶贫商品的属性(急需销售、阶段性积压、常态化),探索有效的消费扶贫模式:一是政府部门推动的消费扶贫模式,二是业务主管部门推进的消费扶贫模式,三是行业协会组织的消费扶贫模式,四是企事业单位自发的消费扶贫模式,五是社区消费扶贫模式,六是市场化的消费扶贫模式等,七是中国科学技术协会积极扩大贫困县科普教育基地的健康扶贫模式,针对有机食品和优质矿泉水(巴马活泉)开展健康科普教育活动。

(三)结合企业发展需求,探索新型消费扶贫模式。一是联合国资委,针对有关企业食堂集采需求,定期推荐优质、优惠扶贫产品,实现便捷采购;二是联合全国总工会,结合各单位工会节日慰问品采购需求,推荐采购消费扶贫卡/券、扶贫产品包,通过在线平台,实现便捷发放;三是联合银行金融机构,将企业拓展信用卡和储蓄卡用户的业务经费,用于奖励并引导消费者选购商品;四是针对大型企业会员服务需求,推进积分兑换扶贫产品;五是联合社会组织和媒体,举办系列宣传活动。

(四)持续举办“中国农民丰收节”活动,通过线上和线下展销活动打造扶贫产品品牌。联合京东、淘宝贫困县商品馆,北京消费扶贫双创中心,发挥贫困县绿色商品的功效与作

用,建立以驴肉奶、油莎豆、核桃油、芒果苷、巴马活泉、黄莲花茶等有机产品和酵素肉类与果蔬产品为系列的“食药同源”品牌,开展线上和线下展销体验等活动,让农民早日受益。

(五)建议北京市探索毛驴产业拉动农副产品终端消费扶贫模式,为全国示范。首先是示范目标。在市扶贫办和商务局立项毛驴肉奶消费扶贫专项,解决河北和内蒙四个县毛驴养殖进京销售出口,动员和引导市民终端消费,创新产业扶贫与消费扶贫模式,探索养驴专业户每头驴年收入1000元左右。第二是主要任务与要求。一是选择毛驴消费扶贫龙头企

业,与北京某区、河北与内蒙四个县签约,共同在京建立驴肉餐饮连锁店,今年先布局四个店,确定毛驴消费扶贫数量与收益。二是河北与内蒙四县和北京四区联合立项,争取北京市商务局专项支持,用于扶植驴肉餐饮连锁店三年左右的时间,待形成持续运营能力,再完全推向市场。三是龙头企业与北京工商联和北京国资委签约,建立企业消费驴肉供销关系,稳定消费扶贫态势,支持驴肉认购与餐饮连锁店稳定经营。四是通过毛驴产业拉动贫困县农产品规模消费。加大驴肉连锁经营力度,扩大消费规模,带动贫困县小杂粮、油莎豆、金花葵和

果蔬进入餐饮消费,使种植户持续获得收益。五是北京电视台开展系列宣传活动,号召市民积极踊跃消费驴肉,支持毛驴产业扶贫。第三是重要举措。一是建立首都消费扶贫协调机制,专门研究推进毛驴产业消费扶贫工作。二是选择试点区县,先行建立驴肉餐饮连锁店,驴肉一条街,百佳贫困县特色小吃城,为全国示范。三是选择屠宰企业,落实毛驴屠宰资质与食品安全。

(六)支持发展特色产业油莎豆终端消费扶贫项目。根据检测,油莎豆相关指标优于其它植物油。目前,科技部非常重视油莎豆,河

附件:

北京终端消费扶贫模式调研报告

最近,北京市委市政府高度重视终端消费扶贫工作,市委书记蔡奇同志发扬务实的扶贫作风,深入贫困地区,了解情况,解决问题。北京市扶贫办组织有关单位,积极开展终端消费扶贫工作,全市掀起了消费扶贫的热潮。2018年,北京市通过在大型农副产品批发市场开设销售专区,累计销售蔬菜、水果等价值90亿元;用活互联网+精准扶贫,推动电商设立扶贫产品馆或扶贫频道,累计网上销售贫困地区农副产品11.5亿元;在大中型商场、超市设立贫困地区农产品销售专区、专柜866个,累计销售29亿元;推进机关、医院、学校等食堂优先采购结对帮扶旗县农副产品,累计采购5.5亿元,取得了初步的成效。

一、积极落实党中央扶贫攻坚举措,掀起消费扶贫热潮

海淀和丰台区落实国有企业精准扶贫责任,通过发展产业、对接市场方式帮助贫困户脱贫。深入推进“万企帮万村”精准扶贫行动,引导民营企业积极开展产业扶贫、就业扶贫、公益扶贫等方式,投入脱贫攻坚战。

(一)海淀创新消费扶贫态势

一是与各受援地职能部门联动合作,搭建精准扶贫产销平台,强化市场宣传,实现年扶贫销售上亿。海淀区积极引导商贸流通企业、电子商务企业与帮扶的7个结对地区开展合作,设立精准扶贫专柜,积极搭建产销平台;引导超市发、幸福超市、锦绣大地、车客家园等与受援地签订产品销售协议,设立扶贫专柜,建立特色优势产品和农副产品进京销售渠道,通过重点陈列、宣传促销等营销方式,积极推进扶贫商品销售;发挥区属国有企业带头作用,针对对口地区拓宽特色商品进京渠道。每年帮助受援地销售水果蔬菜、杂粮、牛羊肉等特色产品约1亿元。

二是结对地区提供信息、技术、品控与营销服务,帮扶受援企业以市场为导向,实现持续发展。海淀区在开展扶贫工作中发现,同一个区域内产品单一化、同质化势必导致后续产品供给过剩、价格下跌、滞销、亏本,且产品质量急需提升。针对上述问题,海淀区为结对地区提供信息、技术与营销服务,让结对地区产业以市场为导向,按需生产。通过全程指导企业工作流程、品质把控、包装标注等方面,提高管理和经营水平。

三是协助推广结对地区旅游资源,为结对地区输送游客,带动消费。加大对河北易县和赤城县、内蒙古旗和科右前旗、和田市、丹江口市等结对地区旅游宣传促销力度,协助推广当地旅游资源,促成海洋国际、凯撒国旅、去哪儿网等旅游企业与结对地区签署旅游资源宣传推广项目协议,为结对地区输送游客累计16万人次,带动消费累计900余万元。

四是重点做好对口帮扶。区商委牵头有关单位,协调解决丹江水库鱼进京销售工作,承担了协助支持丹江口市十三五时期商业发展规划编制工作。

五是积极发挥锦绣大地和超市发市场的

扶贫带动作用,创新扶贫模式。锦绣大地作为北京西部最大的涉农电商及农副产品批发市场,不仅承接了科右前旗名特优产品展销会布置,还积极参与京蒙、京冀、京新等地的市场商户与参展企业对接工作,帮助海淀区结对地区对接仓配、品牌、设计、技术、包装等相关电商配置资源,并且在人才培养、宣传推广等方面,为结对地区相关企业提供资源和能力支持。2018年,锦绣大地扶贫地区产品合计销售金额将达到9712万元。

超市发发挥区属企业的主体作用,作为联采主力军,深入扶贫地区实地调查,帮助贫困地区农户提升经营技术和意识,改进商品品质,为扶贫商品设置绿色通道,并且制定销售任务和激励措施,促进连锁店推销扶贫商品的热情和力度。从2017年初至2018年7月初,一共对9省14个地区开展了扶贫对接工作,累计采购17个系列百余种商品,采购金额554.63万元。

(二)丰台创新消费扶贫态势

丰台区着力强化政府社会统筹功能,构建“政府主导、社会参与、市场运作、多元投资”机制,从农产品批发生产、加工、销售、消费等环节入手,广泛调动社会各界参与扶贫开发,实施全产业链帮扶,初步形成“1+4+N”的工作格局。通过精准扶贫,让林西县成为内蒙古自治区首个摘掉贫困帽子的贫困县,全县8937户、17103人实现脱贫,贫困发生率从2014年的10.9%降至1.64%。

一是组织商超对接,搭建展销平台。丰台区把拓展农副产品市场当作精准扶贫、精准脱贫的重要抓手,与受援地签订农副产品展销战略合作协议,梳理受援地农副产品,挑选符合条件的优质农副产品进行商超对接,在新发地设立受援地产品展销中心,助推扶贫协作地区农副产品打开销路。

组织餐饮企业设立受援地农副产品展销专区。丰台区餐饮协会的部分餐饮企业设立了受援地农副产品展销专区,使扶贫协作地区农副产品直接面向市民,推广到广大市民的餐桌上。

二是充分发挥新发地市场、岳各庄市场等大型农产品批发市场的资源优势。新发地采取多种方式开展精准扶贫。与各省对口省签署结对帮扶协议,开展交流互访,进行实地考察对接;在市场举办贫困地区推介会;利用市场微信公众号、市场报、新发地官网对贫困地区农产品进行宣传推介,联系电视台为贫困地区特色农产品进行专题报道;在新发地市场全国名特优展销中心开设特色农展馆,展销展示受援地农产品;带领市场内商户赴全国各贫困县洽谈,建立农产品种植基地,帮助当地农户规模化、标准化种植。目前,新发地市场已在受援地区建有300万亩基地,北京市及周边11个分市场、643个北京社区网点参与受援地特色产品进京销售。成功探索并建立了产业带动与供销衔接的长效扶贫机制;开展扶贫捐赠,自2015年起向湖北省十堰市黄龙镇双丰村每年捐助10万元。2018年向云南昭通市捐赠2万元;结合自身用工需求,向全国各地贫困地区发出招工人员要求

函,为贫困地区年轻及中老年人员提供免费工作培训,安排岗位就业。目前在岗人员来自64个贫困县,190人。岳各庄农贸市场也将多年的农副产品市场运营经验优势应用于扶贫工作中,与林西县双赢农机专业合作社签署了农产品销售战略合作协议,开通农产品销售绿色通道,组织商户到合作社集中采购,长期帮助销售农副产品,提高贫困户的收入水平。

三是把发展产业作为突破口,从“输血”向“造血”倾斜,从帮扶向合作拓展。丰台区发改委鼓励企业到受援地投资兴业,承接非首都功能疏解转移,着力推动资金、人才、技术向受援地流动,实现合作发展,互利共赢。一大批北京的明星企业落户林西县:祥达瑞林养殖公司的近万头安格斯基础母牛进驻林西养殖基地,仅养殖环节,即可实现年产值2.2亿元,安置就业200人;年产1000吨脱水蔬菜加工扶贫车间建设项目落地林西县官地镇两棵柳树村,带动了周边180户贫困户、340人稳固持久脱贫致富。

二、跟着总书记脚步,创造终端消费扶贫的经验

今年1月22日,北京消费扶贫产业双创中心迎新春展示体验活动启动,建行善融商城扶贫馆也同步启动线上销售。这是北京市以首善标准,深入探索消费扶贫模式的重要举措,将为北京争创全国消费扶贫示范城市奠定基础。展示展销来自北京扶贫协作的7个省区89个县级地区的2000多种原生态优质特色产品,将打造一个365天“永不落幕”的扶贫产品展销会。

(一)探索扶贫衔接乡村振兴战略,延伸农产品产业链消费扶贫模式。

建立外阜扶贫种植基地。新发地市场已在受援地区建有300万亩基地,包括与河北沧州市盐山县合作共建果蔬种植基地,在涞源合作建立特色玉米种植示范基地。

联合受援地打造“三金”扶贫模式。涞源县属于山区,又赶上搬迁安置,丰台区协助涞源县打造了“就业不出小区、打工不离家园”的易地搬迁+产业支持的“三金”扶贫新模式。丰台支持涞源县白石山易地扶贫搬迁、迁建区配套产业园区建设,结合山区实际,提前科学谋划配套产业,按照“一个安置点配套一个产业园”的原则,同步配套产业园区。丰台区赴涞源县挂职干部团队坚持“帮建带富”和“按需帮扶”的扶贫思路,结合当地自然资源禀赋及农业产业规划,成功引导4家劳动密集型 and 适合贫困人口参与就业的企业入驻产业园区。在帮扶过程中,创新“入驻企业租房付租金、帮扶项目持续稳定分股金、农民不出远门打工挣薪金”的“三金”扶贫模式。

打造“订单式生产+产品深加工”联动扶贫模式。2017年,“订单式生产+产品深加工”联动的绿山谷扶贫模式在内蒙古乌兰察布市兴和县9个乡镇落地扎根,北京绿山谷芽菜有限责任公司与400多户贫困户2方合作,实施籽种订单式生产,帮助农户脱贫。2018年,

绿山谷又采取“科技创新化+农业工业化+产品精深化+带动精准化”扶贫模式,在涞源县实施总投资1218万元的芽苗菜深加工食品项目,预计可带动白石山镇菜村岗村和灵吉村314名贫困人口稳定增收,并通过家庭种植回收模式为贫困人口迁建小区的500户家庭提供间接就业机会。

(二)探索销售新模式,快速提高贫困群众获得感,认购商品消费扶贫模式

各区着力帮助对口帮扶地区的企业和群众提升自我发展能力,实现由被动输血到主动造血,从单向帮扶向双向合作的转变。加强政策引导,鼓励商业企业与当地贫困村镇建立长期稳定的购销关系,使当地群众不再为销路发愁,在直接帮助群众增收的同时,有效降低了当地农业生产所面临的市场风险。并且加大扶贫产品的推广力度,对帮扶商品给予最好的陈列位置和较大排面,举办展品尝试吃、宣传展板、商品贴土、微信推广等各种宣传活动,向顾客推广特色商品,提升帮扶商品的曝光度、知名度和顾客认可度。

2019年1月6日,由北京市扶贫协作和支援合作工作领导小组办公室主办,北京市消费扶贫座谈会及现场直采贫困县产品认购会,在北京锦绣大地农副产品批发市场召开。北京市锦绣大地电子商务有限公司认真贯彻党中央国务院消费扶贫政策,落实北京市委市政府和海淀区政府消费扶贫具体要求,由北京锦绣大地电子商务有限公司提供展区场地,支持北京中扶商贸有限公司,建设运营“全国消费扶贫锦绣大地专区”,打造贫困县特色农产品、商品驴肉平台,探索线下直采+线上直销+受援地+贫困户精准扶贫模式,真正实现贫困县商品进入一线城市,进央企、学校、医院、机关食堂直采定点销售渠道,并着力打造各贫困县代表性商品品牌,创新扶贫新模式。贫困县内蒙古阿鲁科尔沁旗太极驴公司,通过养驴扶贫,给北京市民在春节到来之际,奉献精品驴肉大礼包。他们探索一二三产联动,骑着毛驴,喝着驴奶吃着驴肉,满怀豪情与感谢之情看望首都人民。东城区、西城区、海淀区、丰台区政府组织采购企业近100家企业,他们积极到现场认购贫困县产品,此次参加的产品包括:内蒙古阿鲁科尔沁旗生鲜驴肉礼盒装、科尔沁旗原上道杂粮养生系列、兴安盟大米、东北粘豆包、散养花鸡、阿尔山野生珍菌系列产品、河北涞源县核桃油、敖汉旗有机面粉杂粮、沙棘汁鲜榨饮品、延边和龙有机大米、山西永和县苹果坚果、广西巴马县活泉水、河南淮阳县产业集聚区系列产品。本次会议是总结2018年北京市16区县对口支援的受援地农副产品帮扶销售经验,探索持续消费扶贫的实际有效案例,是探索持续消费扶贫奔小康的有效尝试,是衔接扶贫与乡村振兴的新途径。

加强统领协调,建立精准帮扶大格局。开好“药方子”,拔掉“穷根子”。打好脱贫攻坚战,成败在于精准,关键在于精准。为解决好“扶持谁、谁来扶、怎么扶”的问题,北京市国资委党委及时召开专题会议研究部署扶贫攻坚工作,明确工作思路、途径和方法,引导市

管国有企业到受援地区开展产业协作合作,带动贫困人口就业,助力扶贫攻坚。一是狠抓“三落实”,实质推动扶贫攻坚。在市国资委、市管一级企业两级层面分别成立了领导小组和工作专班,明确责任分工,统筹协调全系统扶贫攻坚工作,做到机构落实、人员落实、责任落实;建立完善规章制度,起草、制定三年行动计划,明确工作要点,保证工作系统、有效推进;开展联络对接,2018年共组织市管国有企业赴内蒙、河北等贫困地区实地调研3次,组织召开15次产业协作合作对接座谈会,签定了11个合作框架协议及项目协议,推动扶贫攻坚取得实质性进展。二是坚持“三聚焦”,实现帮扶精准施策。将帮扶对象聚焦到受援地区国家级贫困县中的贫困人口;将帮扶方式聚焦到产业协作合作,以产业带动就业,实现“一人就业,全家脱贫”;将帮扶领域聚焦到能源领域、农牧业、战略新兴产业和装备制造业,实现帮扶对象、帮扶方式、帮扶领域三聚焦。三是搭建“三平台”,创新协作合作模式。通过与受援地区的全面对接,获得国家开发银行支持、畅通特色农产品进京通道,成功搭建对接交流、金融服务、商贸展销三个平台。四是开展“三同时”,做到党建引领全覆盖。按照“三同时”要求,强化党委主体责任,把精准扶贫产业协作工作列入市管国有企业全面从严治党考核内容;发挥党建引领作用,坚持扶贫工作做到哪里,党组织建设就到哪里。

三、主动解决商品进店问题,完善终端消费扶贫模式

部分扶贫商品有良好的市场需求,但是还没有形成规模化生产,数量不足。短时间内无法进入主要商品流通渠道。

根据京东扶贫消费大数据显示,扶贫商品销售的主要城市为广东、上海、江浙等一线城市。而一线城市消费人群对商品质量要求和服务要求非常高,涉及产品安全、产品健康、食用方便性、产品口味、产品包装等各方面问题。对于一些特殊类商品,例如食用油,还要考虑品牌知名度。海淀区拥有超市发、锦绣大地、车客以及联采联盟等众多商超、电商企业,通过培训、指导当地商品包装、标识,帮助帮扶地区产品符合进京销售条件,提升品牌质量,方便市区居民选购。

四、建议国家和省市三级政府创新政策和完善制度,放大终端消费扶贫的功能

一是开展跟着总书记脚步,持续举办消费扶贫系列活动。二是适时召开消费扶贫大会,表彰先进和推广经验。三是健全全国消费扶贫专项组织,责任到人。中央政府主管部门重点抓好北京市消费典型,号召有消费能力的省市区学习他们的经验。

2019年2月9日