

产业帮扶助推乡村脱贫攻坚成效探析

包理平

(广西广投新材料集团有限公司 广西南宁 530031)

【摘要】党的十八大以来,习近平总书记作出了一系列的决策部署,深刻回答了新时代中国特色社会主义脱贫攻坚工作的重大理论和实践问题。在全国脱贫攻坚总结表彰大会上,习近平总书记发表了重要讲话,深刻阐述了伟大脱贫攻坚精神,揭秘了脱贫攻坚的制胜法宝和宝贵经验。本文主要通过西南边陲某国有企业结对帮扶贫困村的产业帮扶经历,分析企业在推进定点帮扶贫困村实施产业扶贫项目中发挥的作用,总结产业扶贫工作成效经验,探讨巩固深化脱贫攻坚成果的措施,打牢推进乡村振兴战略的坚实基础。

【关键词】国有企业;产业帮扶;消费扶贫;巩固

【作者简介】包理平,女,广西博白人,广西广投新材料集团有限公司,工程师,本科,研究方向:基层党建、组织建设、扶贫与乡村振兴等。

【中图分类号】[S-9]

【文献标识码】A

【文章编号】1673-9574(2022)03-000244-03

西南边陲某村位于该村行政乡的西南部,距乡政府驻地约6公里,辖6个自然屯、10个村民小组,总户数290余户,总人口1200余人。2016年1月,全村有建档立卡贫困户211户854人,贫困发生率为69.66%。至2019年底,某村贫困发生率将至0.98%,到2020年某村贫困发生率将至0,一步步顺利迈向脱贫“摘帽”。

1 国有企业开展产业扶贫工作措施及成效

1.1 结对帮扶,统筹规划“谋”产业

党的十九大对打好脱贫攻坚战作出了总体部署,中央经济工作会议和全国扶贫开发工作会议等均作出了具体安排。脱贫攻坚,需要各方参与凝聚合力,而国有企业作为国家经济发展的航母,已成为我国脱贫攻坚事业的重要力量。2017年,根据某市推进脱贫工作安排部署,某国有企业列为某市某县深度贫困村某村的结对帮扶企业,如何统筹谋划扎实推进各项工作,兼顾好企业生产经营,同时将部分力量转战参与全面打好脱贫攻坚战成为了摆在该企业面前的一大难题,也是企业肩负的重要历史使命。

某村全村耕地面积1050亩,均为旱地,无水田,人均耕地面积0.83亩;林地面积7199.85亩。主要农作物是玉米和黄豆。农民收入主要来源是务农和劳务输出,全村地理环境恶劣,基础建设薄弱。村中养殖业以育肥牛、养母猪、养肉猪等为主,大多为个体模式,规模较小,收益不高。

脱贫攻坚不能乱打仗,而产业措施扶贫常常是最直接、最有效的办法,但是基于某村发展基础薄弱,环境复杂,在这样的环境下发展产业,需要结合该村的环境特点和当地资源禀赋,同时,带头人也是重要的影响因素。

经过某国有企业前期多次实地考察,最终决定成立专班,对某村的产业扶贫项目加强规划,发挥和利用山区肉牛养殖环境资源优势,引导和推动产业项目落户,形成特色产业,壮大规模,切实增强贫困地区造血功能,同时,能够自给自足,把产业项目作为解决村集体经济效益和居民群众就地就业的长远之计。

1.2 企业提供资金支持,合力发展特色产业

产业扶贫,资金投入是最重要的保障。发挥政府的投入主体和主导作用,通过吸引社会资金广泛参与脱贫攻坚,形成脱贫攻坚资金多渠道、多样化投入对某村的特色产业发展、形成一定产业规模至关重要。某国有企业作为隆安县某村的结对帮扶企业,第一时间承担起国企服务社会的重任,通过坚持增加资金对某村脱贫攻坚的投入,支持贫困村产业立项、产业发展和推动产业创收。

2017年以来的三年之间,该国有企业挑起结对帮扶担子,经统筹谋划,累计投入30万元产业专项帮扶资金,为某村肉牛养殖产业项目提供资金保障。某村第一书记组织村委班子,联合帮扶企业围绕“公司+致富带头人+合作社+基地+农户”的发展模式,探讨出具体的实施方案和路线图,坚定了

实施肉牛养殖产业的决心。路径明确了，立项基础和目标也更加明确了。在肉牛生长所需饲料方面，随着养殖产业的兴起，在肉牛养殖产业效益低的发展初期，通过选择适合肉牛生长发育需要，同时也适宜某村当地山区石间种植的牛用牧草，不仅大大降低饲料成本，更能提高肉牛的品质。在资金方面，某村通过发展肉牛代养、农户小额信贷入股、流转土地、收购肉牛牧草等产业发展环节覆盖至村贫困户，在一定程度上从源头上解决贫困户的启动难题。

2019年3月，某村肉牛养殖基地建成投入使用，以分批方式购买牛犊入栏，并逐渐发展壮大，达到肉牛存栏100头以上规模，当年顺利通过南宁市扶贫产业示范园验收。2019年12月，养殖基地的肉牛已达到出栏售卖标准。但2020年初，由于世纪疫情爆发，不仅社会生活严重受限，市场更是受到前所未有的巨大冲击。从2020年1月起，受市场受疫情影响，某村的肉牛出栏速度较预期缓慢，2019年12月出栏售卖3头，2020年3月出栏11头，4月出栏12头……村集体经济收益为1000元/头，首期投入肉牛养殖为某村创10万元村集体经济收益。在产业帮扶的加持，某村村集体经济收益从2017年的0元，到2020年已有8万余元。

1.3 消费帮扶，企业拓宽产业增收渠道

国家将消费扶贫纳入中央单位定点扶贫和地方各级结对帮扶工作内容，鼓励国有企业优先采购贫困地区产品，组织开展贫困地区农产品定向直供直销单位食堂活动，鼓励企业单位工会在同等条件下优先采购脱贫地区产品，采购脱贫地区产品金额在全年职工福利支出中有一定占比，这无疑能促进和带动脱贫地区增收。消费扶贫是“发展生产脱贫一批”政策的有效延伸^[1]，也是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径，同时是解决增产不增收问题的有力措施。

某国有企业充分发挥组织优势和人员优势，精准对接帮扶村，并积极推进地区国企扶贫产品“线上+线下”销售平台在本企业范围内的市场拓展，努力拓宽扶贫农产品的消费市场。某国有企业还与该帮扶村签订《扶贫农产品购销协议》，推动帮扶村产业产品进入企业食堂，首次在产业帮扶上建立与脱贫地区的农产品产销对接措施，同时，在企业内部通道人流量大的区域设立扶贫产品专柜，更是有利于促进消费，推动帮扶产业持续稳定发展，进一步拉动某村持续增收。

2020年第一季度，该国有企业公司食堂完成第一批共2.34万元的生牛肉采购，以及黄豆等扶贫农产品，标志着打通了某村农产品上行的“最后一公里”，有效拓宽贫困地区农产品销售渠道，缓解销售难题。通过陆续引进扶贫农产品进企业、

进食堂、进职工家庭，形成“人人皆可为、人人皆能为”的帮扶工作氛围，在一定程度上促进贫困村增收。

1.4 组织帮扶，多举措提升帮扶村幸福感

该国有企业在开展产业帮扶项目时，充分考虑稳就业、稳民心对帮扶村顺利推进产业项目的积极促进作用。通过建立扶贫领导小组工作机构，每年通过党委会、办公会等形式召开扶贫专题会议，领导班子成员靠前指挥、带头调研，不仅在产业帮扶、消费帮扶，同时在扶贫扶智上做了大量工作。通过设立教育发展基金以“助学圆梦”方式捐赠给该帮扶村村小学以及开展志愿帮扶项目、慰问送春联，以及为某村捐赠抗疫生活物资等活动，援助建设该村文体活动中心和村委办公楼、村内道路路灯、项目产业道路等，有力促进帮扶村产业发展、农村基础设施完善以及村民生活质量提升。村民居有所安，业有所乐，村民幸福感得到进一步有效提升。

2 产业扶贫工作存在的问题

2.1 扶贫产业农户参与度还不够高

该村总户数295户，全家主要劳动力外出务工96户、完全无劳动能力2户，全村贫困户共211户，均有产业、务工收入来源或养老、低保保障收入，其中，低保保障有35户共93人。从外出务工家庭数量上看，外出务工户数占全村总户数接近33%，低保保障仍有35户，约占全村总户数11%，外出务工以及低保保障的家庭仍占较大一部分。另外，虽然扶贫产业在该村的覆盖率已达到100%，培育致富带头人5人，全村211户贫困户人均纯收入均超过4000元/年，但鉴于收益情况以及产业带动劳动岗位分配等方面原因，有较大一部分农户更愿意选择外出务工，扶贫产业吸纳农户参与到劳动中，通过劳动获取收益，增加就地就业劳动岗位方面发挥的作用还不够明显，农户整体参与率仍需提高。

2.2 产业特色不够突出，产业价值链延伸不够长

任何产业都有其独特的产业价值链。实际上，只有明确了产业价值链，才能知道发展扶贫产业的关键点在哪里，效果才可能事半功倍^[2]。该村发展肉牛养殖产业，主要还是侧重于传统的肉牛养殖以及牛用牧草的种植，产业特色总体来说还不够突出，根据当地地理环境优势，创新和发展新兴产业上的探索还是远远不够。肉牛养殖基地培育了5名致富带头人，在肉牛养殖基地的日常运维以及牛用牧草的种植上吸纳的劳动力非常有限，通过延长产业链从而延长产业价值链等方面开拓性还不够，对于长期而言很难实现更进一步和更大的盈利增收。

2.3 销售渠道单一，销量不大

产品的销售渠道之争已经从过去单一渠道向多渠道竞争延伸。特别是线上多媒体多平台的迅猛发展以及个别自媒体人的影响力越来越大，这些渠道和媒介的运用更是拓展销路的“香饽饽”。某村扶贫产业肉牛经过数月的养殖后从养殖基地出栏，主要依靠合作的畜牧公司和种养合作社销售，从营销模式和销售渠道来看，仍属于单一的线下销售方式，规模也较小，对产品的销售量产生一定的制约，同时，尚未形成一定的产品品牌影响力，也对产品市场的开拓产生不利影响。后期搭建平台引流，拓展销售渠道促进销量增长尤为重要。

3 巩固产业帮扶成果工作建议

3.1 扶贫与扶志相结合

要真正把提高脱贫质量放在首位，如习近平总书记指出的“这个事情是长期化的，不随着2020年我们宣布消灭绝对贫困以后就会消失的”。2021年2月25日上午，全国脱贫攻坚总结表彰大会于在北京人民大会堂隆重举行，顺利达到全面建成小康社会，实现第一个百年奋斗目标。虽然已实现全面脱贫，但是贫困群众从脱贫迈向长期稳定致富难度大的问题还很突出，帮扶要对症下药，坚持靶向治疗，帮扶要扶到根本上，帮扶也要扶志，必须把产业帮扶和扶志有机结合起来。通过扩大产业规模，建设帮扶车间，在大力发展帮扶产业的各个环节，积极带动广大群众参与进来，培育造就一批能推动特色产业发展、带动群众脱贫致富的优秀农村实用人才，培养一批有文化、懂技术、善经营、会管理的新型农民，引领贫困地区创业创新能力^[1]，激发群众参与的热情，强化思想引导和技术培育服务，通过努力劳动、发展生产，避免返贫，确保脱贫后能致富，持续营收。

3.2 在延伸帮扶产业链上下功夫

“产业扶贫是稳定脱贫的根本之策，但现在大部分地区产业扶贫措施比较侧重短平快，考虑长期效益、稳定增收不够，很难做到长期有效。”习近平总书记在打好精准脱贫攻坚战座谈会上强调。围绕扶贫产业，以延伸拓展扶贫产业链为重要抓手，推动特色产业调整结构、转型升级可以进一步巩固脱贫成果。针对某村相对单一的产业结构，可以在完善和创新产业链机制上加以探索，扩大肉牛养殖主导产业规模，增加冷链配送产品、精深加工产品等，提升产品加工转化率，延伸产业链，提高产业附加值。推进合作社特色产品品牌创建，发挥特色品牌效应，持续激发活力，真正提升精准扶贫“造富”功力，带动贫困户就业增收。

3.3 搭建销售平台拓展增收渠道

传统的营销模式渠道单一，不利于扶贫产品的推广。在主打线下销售市场方面，充分发挥政府的调控作用和帮扶企业的社会功能，推动政府主管部门辖区单位参与到扶贫产品统购统销中来，让扶贫产品更大量地走进政府部门和机关单位食堂，更多分流进入帮扶企业职工食堂和职工家庭；在拓展线上销售渠道方面，积极运用互联网平台开拓线上销售市场，运用助农扶贫平台，开设特色“微店”，采取“主播带货”等方式扩大产品知名度。帮扶企业还可以充分利用自身优势和人力资源优势，积极开展下乡帮扶带货等活动，同时发挥企业与兄弟企业之间的协同机制，帮助帮扶村进一步扩大市场范围。最后，充分利用现代信息技术防范和化解市场风险，提高产品销售风险抵抗能力。

4 结语

行百里者半九十。某村顺利脱贫摘帽，成效巨大，但在巩固脱贫成果，形成长效机制，推进迈入乡村振兴上仍面临很大的困难和挑战。“授人以鱼不如授人以渔”，“如何巩固脱贫成效，实现脱贫效果的可持续性，是打好脱贫攻坚战必须正视和解决好的重要问题。”要保证某村脱贫户走上致富路，杜绝返贫致困，必须进一步发展主导产业，通过人力、产业机制、市场等方面不断升级，筑牢产业根基，从产业人员素质能力提升和产业振兴的信心和决心上要更加强引导，坚定团结带领更多的脱贫户参与产业项目，实现家门口就业，脱贫家庭持续增收，在乡村振兴的道路上走得越来越稳、越来越好。

参考文献：

- [1] 陈起凤. 消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战 [N]. 中国社会科学报, 2019-06-20(001).
- [2] 黄快生. 社会治理视角下农村精准扶贫路径开拓与机制创新研究 [J]. 长春大学学报, 2019, 29(07): 88-93.
- [3] 许立荣. 将产业扶贫作为央企长期历史责任 [N]. 学习时报, 2020-05-22(002).