峰灵镇谭家村冬桃就业扶贫基地

决战脱贫攻坚 决胜全面小康

近年来，巫溪县坚持“政府引导、社会参与、市场运作、互利共赢”原则，紧紧围绕以市场消费拓展贫困户收入来源这一主题，探索开展“政府采购承销、帮扶单位助销、商场超市直销、电子商务营销、展会宣传推销、旅游带动促销、社会力量帮销、扶贫专柜展销”八大消费扶贫新模式，实现年销售农副产品1.2亿元，辐射带动1万余户贫困群众增收致富，走出了一条消费扶贫的新路子，消费扶贫已成为当地脱贫攻坚的强力引擎。

巫溪 着力推进消费扶贫 让“八销”成为脱贫攻坚引擎

创建基地 全产业链构建消费扶贫新模式

这几天正是巫溪冬桃上市的时节，巫溪县峰灵镇谭家村股份经济联合社负责人李天杰每天都忙着带领村民打包、发货。

“冬桃刚上市几天，就卖出了5万多斤，销售收入50多万元。”李天杰介绍，谭家村从2016年开始发展冬桃产业，种植面积达到1500余亩，实现了全村688户村民（含77户贫困户）全覆盖。今年，首批栽种的500亩进入丰产期，刚上市就卖掉了三分之一，个大味美的冬桃还收获了不少“回头客”。

这正是当地消费扶贫的成果体现。在冬桃上市前，当地便为冬桃签订了销售订单。目前，谭家村80%的冬桃通过消费扶贫渠道出售，峰灵镇正通过分级、溯源等措施，进一步提升冬桃品质。

“消费扶贫的动力强劲与否，取决于生产端产品的品质。”在巫溪县扶贫办主任杜森林看来，消费扶贫要以销促产，是一个全产业链共同发力的行为。

巫溪位于大巴山深处，近年来，当地大力发展山地特色高效农业，培育了马铃薯、青脆李、柑橘、核桃、高山蔬菜、独活等一批特色产业。

“我们一改过去只重视前端销售，忽略供应源头的传统工作模式，以消费扶贫为契机，提升扶贫产业发展水平，增强农产品和服务的竞争力。”杜森林介绍，具体来说，就是通过消费扶贫示范基地建设、提升扶贫农产品精深加工水平、推动扶贫农产品标准化建设等方式，夯实扶贫产业发展根基。

发布12项农业主推技术、建立56个企业农产品质量追溯点、严格扶贫产品认定及管理……在当地政府的引导下， 一批标准化、规模化、品牌化的产业基地应运而生。目前，巫溪县已建成马铃薯基地10万亩、中药材基地19.3万亩、烤烟基地2.8万亩、蔬菜基地20万亩、水果基地19.5万亩。当地有效期内“三品一标一名牌”达224个，“三品一标”农产品总产量达97万余吨。

巫溪县还加大储藏、保鲜、烘干、加工、冷链物流等配套设施建设扶持力度，提升扶贫农产品精深加工水平。目前，该县已建成保鲜库163座、烘干房53座，保鲜、烘干能力分别达8000吨和66吨。累计培育牛肉干、腊肉、粉丝、鸡蛋、老鹰茶、豆瓣酱、灵芝、蔬菜、草莓、甲鱼、绿茶、蜜柚、马铃薯、木制工艺品等县级以上农业产业化龙头企业61家。

搭建平台 线上线下挖掘消费扶贫新潜力

消费扶贫，一头连着贫困群众的钱袋子，另一头里连着千家万户的菜篮子。如何精准对接有效需求？巫溪县通过线上线下搭建消费扶贫平台，挖掘消费新潜力。

9月24日20时，巫溪县“晒旅游精品·晒文创产品”大型文旅推介活动通过淘宝等多个平台直播，巫溪县县长龚均化身“精品导购”，推介巫溪特色农产品，引发了一波购买热潮。

杜森林介绍，巫溪县通过线上线下“双轮驱动”，构建扶贫产品销售体系。

线上，以中国社会扶贫网重庆馆、“扶贫832”销售平台、巫溪县消费扶贫馆电商平台等为载体，同时培育本土网红品牌，在淘宝、天猫、京东等平台上开设“巫溪特色馆”，培育出“巫溪小店”“巫溪老实人”“馨曦食品”“丁马农业”“秦巴食客”等一大批网红店，推出具有本地特色店“红池·中岗原”电商精准扶贫平台和“天谷·元乡”品牌，把巫溪“土货”卖向全国。仅今年以来，当地便鼓励新开设电商店200个，累计达1250家，吸纳贫困户就业900人，网上交易额突破2.75亿元，销售本地农特产品0.82亿元，直接带动3360户贫困户增收。

线下采取直供直销的方式，在山东省济南市、泰安市、重庆大学城等地设立7个巫溪消费扶贫专馆，采取直供直销方式，定点销售巫溪特色产品。此外，还在巫溪县内外品牌超市商场、大型农产品批发市场、农贸市场等地开设了44个巫溪扶贫产品销售公益专区，方便消费者随时采购。目前，仅开设在巫溪县内商场超市的消费扶贫专区，销售额便已达230万元以上。在县外，巫溪高山蔬菜已通过消费扶贫入驻重庆主城、成都两地发联、王府井、重百、新世纪等大型商超20余个店，总销售额达200万元。今年，巫溪首批消费扶贫智能柜将陆续投放。届时，来自巫溪的扶贫产品将更加近距离地贴近到消费者身边。

同时，巫溪县还借力“活动展销”，通过西洽会、农交会、博览会等大型展销会宣传展示销售农特产品。当地还培育了一批带货主播、农村电商带头人。围绕消费扶贫产业示范基地，配套物流基础设施，建成巫溪县电子商务公共服务中心和巫溪县电商物流分拨中心、红池坝镇和天元乡电商集配中心，增强了扶贫农产品仓储、分拣、包装、配送等综合服务能力。

畅通渠道 供需对接推动消费扶贫可持续

消费扶贫一头连接消费者，一头连接贫困户，是精准扶贫的创新举措之一，也是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。

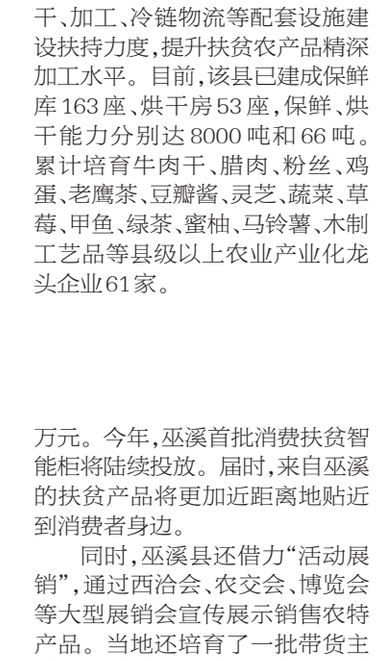
如何拓宽扶贫产品销售渠道，动员社会各界广泛参与？杜森林介绍，巫溪县采取政府采购承销的模式，通过优先采购、预留份额方式采购扶贫产品，让扶贫产品进机关、进国企、进学校、进医院、进乡镇食堂。同时，依托东西协作扶贫、水利部定点帮扶、市农业农村委、市教委、渝中区等帮扶单位支持，帮助当地拓展扶贫产品销售渠道。目前，已在山东章丘18家超市设立巫溪消费扶贫专柜，年内将把鲁渝之音体验店扩展到山东14个地市；巫溪县同利中药材、天贵农业、腾展家禽等企业与山东部分商贸公司、批发市场签订1500余万元采购合同，目前实际销售额达600万元。

社会力量帮销也是销售扶贫的重要渠道。杜森林介绍，巫溪依托“万企帮万村”，组织民营企业、社会组织等社会力量81家，结对帮扶91个贫困村，采取“以购代捐”“以买代帮”等方式采购贫困户农副产品。同时出台《巫溪县工会系统消费扶贫专项行动实施方案》，明确各级工会在使用工会组织经费或职工福利费采购物资时，优先采购扶贫产品；发挥餐饮协会、商会、慈善机构对贫困户的辐射带动作用，引导其与专业合作社精准对接，购买贫困户农特产品。此外，各级帮扶干部也带头消费帮扶村及贫困户产品。通过社会力量帮销，该县实现消费扶贫1300万元。

巫溪县还通过电子商务营销、展会宣传推销、旅游带动促销等模式，多方拓展消费扶贫渠道，当地的“巫溪秀芽”、秋梨膏还登上了央视财经直播。

“切实用好消费扶贫之力，构建全社会共同参与的消费扶贫大格局，才能实现消费者满意、生产者受益的双赢局面。”杜森林表示，该县将进一步推动消费扶贫在脱贫攻坚战中精准发力。

本版文图均由巫溪县扶贫办提供



冬桃

巫溪县消费扶贫馆直播中心

巫溪消费扶贫馆内腊肉展区

链接》》

加快攻克深度贫困堡垒

巫溪县红池坝镇、天元乡是市级深度贫困乡镇，也是当地脱贫攻坚的“难中之难”“艰中之艰”。近年来，巫溪县建立“四级”工作体系，全力保障资金投入。红池坝镇、天元乡贫困发生率分别从2014年的20.5%、29.22%降至2019年的0.41%、0.69%。

红池坝镇坚持“交通先行”，贯通“一横一纵”干线公路，将从离县城最远的乡镇一跃成为全县离重庆主城最近的乡镇；坚持“旅为龙头”，成功打造红池云乡3A级旅游景区，昔日的“穷山沟”变身游客竞相打卡的“网红地”；坚持“农为基础”，“六个万级”产业全面落地，粮经作物比由7:3调整为2:8。

天元乡把发展农村电商、拓展农特产品销售渠道作为农业增效、农民增收的重要途径，大力打造农村电商服务平台，探索“公司+合作社+农户”模式，成立重庆天谷元乡商贸有限公司，推动当地农特产品产销对接，实现“山货变网货”。天元乡推出的“天谷云乡”电商扶贫平台，仅今年上半年就实现销售额1000余万元。

东西协作扶贫 让巫溪“山货”进山东

重庆巫溪与山东泰安，一个在渝之东北，一个在黄河之滨。自开展扶贫协作结对以来，巫溪与泰安围绕消费扶贫路径探索创新，建立起了“行政引导、公司运作、市场对接、物流补贴、电商助力”的长效工作机制，巫溪县特色农产品走进了山东市场，并受到当地群众欢迎。

巫溪有丰富的木材、石材和人力资源，而山东则有口碑、市场、技术等优势，立足双方的资源和特色，山东肥城鸿熹桃木文化用品有限公司与巫溪龙凤工艺品有限公司开展深入合作，巫溪企业按要求生产工艺木梳、木雕工艺等产品，肥城鸿熹则通过实体店和直播平台等渠道进行销售，实现互利共赢。目前双方已签订代工生产合同、金额达500万元。同时，双方还推动巫溪同利中药材与济宁邦尔中药饮片有限公司合作，签订了总额达466万元订单，由山东企业订单收购巫溪独活、云木香、前胡等中药材。该项目辐射8个村，带动贫困户种植中药材125户，生产车间吸纳贫困户务工10人。此外，双方还组建由村集体和专业合作社为主体的“巫溪小店”，探索“小店+公司+基地+贫困户”发展模式，在泰安市学校、超市开设“巫溪小店”12家，采取直供直销方式，定点销售巫溪蜂蜜、牛肉干、中药材、高山蔬菜等特色产品，实现销售收入60万元。同时，与泰安云农集团签订协议，借力泰安现代物流优势，试点在线上开设“巫溪专区”，按照统一规格、质量要求，组织巫溪贫困户规模养殖，公司负责屠宰加工、物流运输和统一销售，今年已定点专销禽蛋产品45万元。

据统计，自开展扶贫协作结对以来，泰安已累计为巫溪投入帮扶资金1.95亿元，实施帮扶项目182个，覆盖农户1.5万户，其中贫困户0.9万户，带动巫溪农户户均增收2000元。