

农经
透视

打通产销对接“最后一公里”

——重庆消费扶贫调查



1月7日,中国西部消费扶贫中心,市民正在选购内蒙古特色产品。当日,中国西部消费扶贫中心内蒙古馆开馆仪式暨内蒙古消费扶贫周活动在此举行。

记者 龙帆 实习生 何佩娟 摄/视觉重庆

采访
札记

让消费扶贫从『一时火』变为『一直火』

□顾安

据国务院扶贫办最新发布的信息,2020年中西部22个省份组织认定扶贫产品16万多个,全年扶贫产品销售额达到3069.4亿元。具体到重庆,累计认定扶贫产品11636个、供应商3014个,实现消费扶贫55.4亿元。

由于消费扶贫2019年才启动,很多政策措施和有效做法仍在探索。如扶贫产品存在同质化现象,市场化、规模化不够,品牌竞争力需要提升;市场和信息资源开放不够,没有形成全国一盘棋;宣传推进力度不够,动员社会力量参与还不够充分;贫困户依赖性强,内生动力不足。

如何让消费扶贫从“一时火”变为“一直火”?记者认为关键要做好三个方面的工作。

一是要抓好产品质量。扶贫产品要接受市场的洗礼,不是昙花一现,不能因为有了政府介入的销售渠道,就放松了质量监管。扶贫产品认定过程及结果应接受全社会监督,对扶贫产品目录实行动态管理,加强对扶贫产品质量价格、市场主体诚信经营、减贫成效的监督,对不合格产品和不诚信企业实行退出机制。可适时推出一批消费扶贫示范基地、企业、单位,发挥示范作用。

二是要尊重市场规律。政府各级领导干部在推广贫困地区农产品时要从供需两端去思考,要从长远发展的角度去谋划,牢固树立品牌意识,提升农副产品附加值的附加值。应出台完善政策,鼓励引导科研院所培育研发优质品种,推动龙头企业、批发市场、大型超市到帮扶地区建立种植、养殖基地及深加工基地、供应基地。

三是要培育消费习惯。目前的消费扶贫以政府倡导、市场参与为特点,但政府应逐渐减少定向销售、定点采购的份额,逐步加大市场参与的力度和广度。应以消费扶贫专柜、专柜、专区等为载体,加大扶贫产品进机关、进企业、进学校、进医院、进社区、进商超等活动,让消费扶贫产品成为人们的自觉行为和习惯。

□本报首席记者 顾安

原生态鲜榨沙棘汁、牦牛牛肉干、藜麦米、羊奶粉……在充满草原风情的蒙古包里,琳琅满目的内蒙古土特产让人应接不暇。1月7日,在位于江北区北滨路的中国西部消费扶贫中心(以下简称消费扶贫馆),内蒙古消费扶贫周拉开帷幕。

正是备年货之时,来自塞北高原的扶贫产品受到市民的追捧,现场询问声、扫码下单声不绝于耳。

这是消费扶贫馆在近期举行的第二个西部省市扶贫周。不到一个月前,西藏昌都消费扶贫周在渝举行,7天时间实现销售额40余万元,藏红花、青稞饼干、藏香猪等西藏特产,一时间成为了山城市民的“心头好”。此前,奉节、黔江、渝北等消费扶贫周陆续在这里开展,活动之频繁、产品之丰富,为全市消费扶贫注入了新活力。

消费是拉动经济的“三驾马车”之一,消费扶贫是巩固脱贫攻坚成果的重要“砝码”。重庆消费扶贫,如何将扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来,又如何以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求?

畅通内循环助力消费扶贫

年关将至,在炕房里从早忙到晚的巫山县双龙镇水田村脱贫户王洪安,脸上被炕腊肉的烟熏得愈发红润。

农历小寒这天傍晚,他拎着一块刚熏好的腊肉,从炕房里走出来,一脸兴奋。腊肉上的油还在冒着泡,热气腾腾,香味扑鼻,让人垂涎欲滴。

“几年前我就栽在养猪上。”他回忆,那时候也养猪,但对销路没有把握,成天提心吊胆。

同样是养猪,为啥王洪安这次就安心了呢?“公司帮忙垫付了仔猪的部分费用,还在我家修一个炕房,只要把猪养出来,做成腊肉不愁没销路。”王洪安口中的“公司”,是与其签订扶贫合作协议的重庆楚乡原农产品销售有限公司。去年以来,该公司将贫困户的腊肉、大米、水果等农副

产品挂网进行售卖,直接带动了近200户农户受益。

和王洪安一样,在重庆有越来越多的贫困户正日益感受到消费扶贫带来的实实在在的益处。

“消费贫困地区的产品和服务,不仅是促进贫困地区的生产与供给,也是实施扩大内需战略、形成新发展格局的举措之一。”市扶贫办相关负责人表示,在扩大内需过程中,既要不断促进消费回补,又要激发消费潜力,拓展新的消费增长空间。

从这个意义上看,推动实施消费扶贫,一方面是让贫困群众通过消费扶贫劳有所获、增收脱贫;另一方面,也要让参与消费扶贫的消费者从物美价优的扶贫产品中得到更好的消费体验,把“消费”这个市场行为与“扶贫”公益行为有机地结合起来,打造成为巩固脱贫成果、接续乡村振兴、促进地区协作共赢的新引擎。

正因如此,中央高度重视消费扶贫工作,将消费扶贫有关指标纳入东西部扶贫协作和定点扶贫考核,不断完善消费扶贫政策体系,创新消费扶贫方式,定向采购、以购代捐、以买代帮等新模式不断涌现。

而重庆,一方面与山东省、中央国家机关对接消费扶贫工作,另一方面大力推进“三专一平台”(消费扶贫专柜、专柜、专区以及消费扶贫线上平台)建设。

去年10月最后一天,随着消费扶贫馆正式开馆,标志着重庆“三专一平台”建设的完成。

契合新零售形态的新消费

1月10日,杨家坪步行街,市民张小林来到一台消费扶贫智能专柜前,用手机扫描二维码后拉开柜门,取出一瓶饮料和一袋零食,关上柜门后,手机立即自动支付费用。

消费扶贫智能专柜和普通家用双开门冰箱大小相差不多。记者随意扫码打开其中一台专柜,发现里面50%以上都是扶贫产品,既有重庆本地的,也有市外的,如城口九重山矿泉水、西藏青稞麻花、湖北小米锅巴等。消费扶贫专柜与场景化购物相结合,在不同消费场景中摆放不同产品。

这是消费扶贫终端的一个应用场景——消费扶贫专柜、专区、专柜以及消费扶贫线上平台一起,构成了我市消费扶贫的“三专一平台”。

“扶贫产品大多产自生态环境良好的山区,符合人们对绿色健康食品的消费需求,是扩大内需的方向之一。”该负责人坦言,如何在扩大内需的框架里,紧跟市场需求,培育消费热点,提升消费热度,是消费扶贫成败的关键。

“我们要通过加大消费终端的布局密度,让市民随处、随时都能买到扶贫产品,培育他们的消费习惯。”上述负责人表示,但以何种形式布局消费终端,还必须反复考察。

疫情期间,以智能货柜为代表的新零售业态,依托先进的人工智能、大数据、移动支付等技术,承担起抗疫基础设施的作用。无感支付即拿即走的消费体验,既满足了抗疫防疫的需要,又以新的消费模式和消费场景,推动“无接触经济”的消费升级,从而实现了快速增长。

我市瞄准这个契机,从去年5月开始在各大商圈、火车站、飞机场、政府机关大楼里投放消费扶贫智能专柜,截至目前已签

约10500台,投放1717台。

专区方面,我市积极与烹饪、火锅等行业协会和重百、永辉、苏宁以及京东、拼多多等平台对接,设立线上线下专区333个。

专柜则是数个专区的集合。北滨路的消费扶贫馆汇集了天南海北的优质扶贫产品,目前,11个西部省区和重庆33个有扶贫开发任务的区县均在这里布置了自己的展馆,馆内的扶贫产品已超过5000种,线上产品则超过1.7万种,覆盖面十分广泛。

消费扶贫馆的活动也非常丰富。除本地贫困区县的消费扶贫周外,还会联动西部省市区举办扶贫周、直播带货、乡村旅游推介、名优果品发布等活动更是常态化开展,营造了氛围,聚拢了人气。

“重庆是中西部唯一的直辖市,就应该牢固树立‘直辖意识’、‘直辖担当’,应建设消费扶贫中心,打造中国西部消费扶贫的‘桥头堡’。”市扶贫办产业处处长卢贤炜表示,正因为如此,我市将扶贫馆设立在“两江四岸”的北滨路,为的就是更直观向市民展示扶贫产品;同时,通过不定期消费扶贫周活动,持续扩大消费扶贫的影响力。邀请西部兄弟省市前来设立分馆,用意则是打造扶贫产品展销博览交易会。

这样的安排很快有了收获:数据显示,重庆市消费扶贫馆开馆以来,已实现线上销售2亿元、线下销售2000万元。

将成为衔接乡村振兴的重要“抓手”

在卢贤炜看来,消费扶贫是产业扶贫的“下半篇文章”,也将成为脱贫攻坚与乡村振兴相衔接的重要“抓手”。

脱贫攻坚战打响后,我市把发展产业作为实现脱贫的根本之策,已累计投入近200亿元,发展了以300万亩柑橘、158万亩榨菜、130万亩花椒、82万亩油茶等为代表的扶贫特色产业188个品种,实现产业到户46.7万户、贫困户覆盖率达90%。

随着这些扶贫产业进入丰产期、盛产期,扶贫产品“卖得出、卖得好、卖得快”的压力越来越大。而消费扶贫行动能迅速拓宽销售渠道,让扶贫产业对接大市场,推动贫困群众将“产品变商品”,把“收成变收入”。

“从小的方面说,这是要解决农产品卖难、助农增收;从大的方面来讲,这也是畅通内循环、扩大内需的需要。”他说,消费扶贫不是“直接给钱”,而是“买卖多赢”,“农民、生产方、流通方、消费者都能从中得益。”

一些人已借此尝到了甜头。奉节县安坪镇天鹅村一组脱贫户胡等华没有想到,还没到脐橙销售的高峰,自家的脐橙就被订购一空,而购买者来自天南海北。

去年12月以来,奉节在山东、北京等地连续举办消费扶贫活动,万吨奉节脐橙被运进上述地区,丰富了市民的“果盘子”。而老胡的脐橙果,就在其中某一辆北上南下的货车上。

买扶贫产品是消费扶贫,到贫困地区去消费,同样是消费扶贫。元旦期间,位于金佛山北坡的三泉镇窑湾村,村民陈维容忙得是昏天黑地,前来赏雪、观光的游客,几乎把她家里的门槛都踩破了。“顺带卖了些腊肉、土鸡蛋等土特产,每辆车的后备箱装得满满的。”一游客说。

在“十四五”的开局之年,全市的消费扶贫大戏,刚刚启幕。



区县动态

璧山: 全国首个“区域知识产权大数据驾驶舱”发布

近日,西部(重庆)科学城首届双高赛颁奖活动在璧山举行。颁奖活动上,由重庆知识产权大数据研究院研发的“区域知识产权大数据驾驶舱”正式发布。

据双高赛组委会负责人吴永杰介绍,这是全国首个知识产权大数据智能化服务产品,通过软件可一键获取某地区的专利数量、重点企业、关键人才等信息。

打开软件,在界面选择某个区域的地图,比如某个区、某个乡镇等,就会弹出该区域专利的数量、重点企业、关键人才等信息,还可以细化到某个企业拥有专利情况以及专利介绍等。

双高赛期间,组委会对璧山的17000余件专利进行分析,锁定智能制造、信息技术、生命健康等6大产业中1800余件核心专利,锁定重庆青山工业、重庆龙润汽车转向器等重点企业。

璧山高新区管委会有关人士表示,有了这个系统,便能分析区域专利技术分布情况,帮助政府全面了解技术发展情况,找准要发展的技术产品和所需要的人才,对政府实施精准招商大有裨益。

璧山区融媒体中心 谢捷 曾清龙

巫山: 青山头风电场并网发电

近日,笔者从巫山县有关部门了解到,巫山县青山头风电场(42.5MW)项目日前已顺利并网发电。建成后的青山头风电场,每年可输送8292万度清洁能源,约占巫山县全年用电量的10%,减少碳排放8.29万吨,可实现年产值4726万元。

三峡集团青山头项目负责人罗欢介绍,受新冠肺炎疫情及外部环境和极端恶劣天气的影响,青山头风电场项目建设难度之大、问题之多,前所未有。

自2020年4月27日起,历时8个月建设的青山头风电场项目,已按计划完成风机运输、吊装及升压站改建等工作,道路运输改造23.896公里,圆满完成年度工程建设任务,并于今年元旦前夕顺利并网发电。

巫山县融媒体中心 胡素华



直播带货

綦江:柚子采摘正当时

近日,綦江区永城镇大桥村綦柚种植基地柚子大量上市了,诚邀市民前往品尝、采摘、购买。

近年来,当地大力发展柑橘特色产业。占地1100亩的“綦柚园”依山而建,绵延几个山头,果园建有机耕道、采摘步道。山顶小歇,近可看凤冠山,远可观老瀛山。“綦柚园”种植蜜柚、大雅柑、沃柑等品种,2020年正式挂果投产,柚子产量在130万斤左右。

采摘可持续到2021年元月底。市民入园无需门票,也可以联系业主邮政发货,居家同样能品尝到綦江柚子。

采摘路线:綦万高速水城下道一大桥村三红柚种植基地。

联系人:罗先生
联系电话:18983737285

通讯员 黄玉文

万盛:多种柑橘迎来上市

近日,万盛经开区从林镇绿水村的柑橘迎来了上市的时节,沉甸甸的果实色泽鲜艳,阵阵橘香沁人心脾。

从林镇绿水村香微果园共种植柑橘200余亩,包括春见、不知火、脐橙、柑桔等十余个品种。柑橘采摘期从现在开始,将持续至今年3月底。入冬以来,气温降低,雨水适度,加之海拔较高,阳光充足,柑橘口感好、甜度高,果肉饱满汁多,采摘价格3至6元一斤。预计今年产量能达到20万斤,产值超过100万元。

采摘路线:从南万高速从林互通下道,导航至香微果园。

联系人:蔡志华
联系电话:13648427372

万盛经开区融媒体中心 武晓静

潼南:晚熟沃柑可采摘

位于潼南区田家镇浩然居的沃柑采摘园里,200亩沃柑成熟,果实饱满、果肉嫩滑、汁水充足。

“沃柑是晚熟柑橘品种,集高糖、易剥皮和晚熟三大特点于一身,采摘每斤价格8元。”浩然居沃柑采摘园负责人陈刚介绍,沃柑目前已经成熟,采摘可以一直持续到4月份,欢迎广大市民前往采摘。

采摘路线:导航至浩然居田园山庄。

联系人:陈刚
联系电话:18623017188

潼南区融媒体中心 李扬 付海霞

