

国网福建电力发挥行业优势助力脱贫攻坚

“照亮”贫困群众增收路

本报记者 薛志伟 通讯员 林丽平



2018年10月份,福建龙岩市级贫困村——永定区西溪乡肖地村七桥自然村10千伏四联线七桥支线改造工程全面完工。该工程进一步提高了该村的供电可靠性,为村民生产生活用电需要提供了坚实保障。

精准脱贫,电力先行。国网福建电力有限公司发挥电网基础设施的保障作用和行业优势,全力助力脱贫攻坚。

确保贫困县不“贫”电

加快农村电网发展是改善农民生产生活、扶持农村产业开发、加快农业农村现代化的重要保障。国网福建电力始终高度重视农村电网发展,2013年至2017年,累计投资400亿元,为福建农村经济社会发展提供了坚强有力的电力保障。特别是2016年和2017年,国网福建电力提前3个月打赢了新一轮农网改造升级两年攻坚战,累计完成1765个小城镇(中心村)电网改造升级、2998个自然村(涉及贫困村982个)通动力电,惠及农村人口超过430万人,涉及贫困村人口超过30万,显著改善了农村农业农民的用电条件。

国网福建电力相关负责人介绍,近5年来,国网福建电力开展“供电满意 情系老区”行动,加大了对23个省级扶贫开发重点县的电网建设。他们按照“差异化、个性化、标准化”电网规划思路,通过增加电源布点、缩短供电半径、加强线路互联互通、提升户均配变容量的措施,有效解决了扶贫重点县农村电网“低电压”“频繁停电”“卡脖子”等问题,实现了扶贫县、革命老区供电保障能力达到本省农网平均水平。2013年至2017年,福建扶贫重点县电网投入达103亿元,确保了贫困县不“贫”电。

“阳光”收益助脱贫

“像今天这样的晴好天气,光伏电站一天就能发电200多千瓦时,收益可达200多元。”在龙岩连城县四堡镇田茶村光伏扶贫发电站,电站管



福建龙岩市美溪村的光伏发电站。

本报记者 薛志伟摄

中国邮政集团打造农村电商服务生态圈

让村邮路变成致富路

本报记者 吉蕾蕾



“价格不错,每斤1.3元,比上年行情好。这多亏了邮政帮我们把碣山酥梨的名声打出去。”安徽省碣山县园艺场家庭农场主李军告诉记者,以前卖梨,除了客商来订货,基本上就是“提篮小卖”,遇到阴雨天就犯愁,“2017年开始,邮政帮我们卖梨,从包装到宣传再到销售,一条龙服务,而且都是按照优质优价的原则;70亩梨园的产量,有一半以上都是邮政帮忙卖的,比我自己卖多赚了三四万元呢!”

李军所说的“邮政帮忙卖梨”,其

实就是2017年安徽邮政分公司借助中国邮政集团公司举办的首届“邮乐919购物狂欢节”。依托全网优势,中国邮政集团在邮乐网上专门设置了碣山酥梨专场活动,从而带动了碣山酥梨的网上销售。

“我们也没想到,老树梨专场活动竟会带动碣山酥梨在网上如此热销。”安徽省邮政分公司渠道平台部副总经理火颖刚告诉记者,2017年9月1日至9月20日,碣山酥梨累计形成订单71.82万单,总共卖出近150万公斤,销售额达1148.27万元,帮助2000多农户将碣山酥梨销往全国30多个省市,且带动当地酥梨收购价格提高0.4元/公斤,为碣山梨农增收200多万元。

近年来,中国邮政大力发展农村电商,探索出一条线上与线下相结合、工业品下乡与农产品返城相结合的农村电商发展新路子。截至2018年上半年,中国邮政集团邮乐网共建成709个扶贫地方馆,覆盖832个国家级贫困县,探索出的“邮乐网+原产地认证+地方邮政+农村合作社+农户”运营模式,极大地推动了农产品进城,有力帮助农民增产增收。以重点贫困村江西省瑞金市王田镇凤岗村为例,江西邮政分公司携手当地政府,帮助该村成立了“廖奶奶咸鸭蛋专业合作社”,吸收32个贫困户抱团发展,年销售咸鸭蛋超过200万枚。

随着“电商进村”“快递下乡”工程的深入推进,目前,全国快递乡镇网点覆盖率已经超过87%,各大快递企业纷纷通过增加网点、新开邮路,加大“下乡”力度。

“邮政电商业务的发展必然会推动包裹快递等其他邮政业务的发展。”中国邮政集团公司副总经理张荣林说,以“邮乐919购物狂欢节”为例,不仅重点上线了革命老区、偏远山区、贫困地区的2.2万种特色农产品,还为农户提供营销、包装、寄递等全流程配套服务,在为“原汁原味原产地”的农特产品进城搭建绿色通道的时候,也有效满足城市居民对绿色农产品的消费需求,帮助农村贫困家庭实现脱贫致富。

线上线下联动挖潜

北京开办“不落幕”的扶贫产品展销会

本报记者 杨学聪

一场特殊的展销会日前在北京消费扶贫产业双创中心拉开帷幕。随着这个展示空间的启用,一个365天“永不落幕”的扶贫产品展销会在首都北京开展。

北京市承担着西藏、新疆、青海、内蒙古、河北、湖北、河南7省区89个县级地区的扶贫协作任务,其中纳入中央考核的就有新疆、西藏、青海、内蒙古、河北5省区的72个县级地区。怎样充分利用北京的资源优势,带动受援地脱贫摘帽?线上线下联动的双创中心是一次大胆尝试。

首都北京有巨大的消费市场,北京对口支援地区则有着各具特色的土特产。近年来,北京充分发挥市场优势,拓宽扶贫产品营销渠道,加大消费扶贫力度。仅2018年,就通过在大型农副产品批发市场开设销售专区,累计销售贫困地区蔬菜、水果等价值90亿元。通过用活“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。

北京消费扶贫产业双创中心由北京市扶贫支援办、北京市商务局、北京首农食品集团共同主办,立足北京超大型消费城市市场优势和各方要素优势,打通受援地农特产品生产、运输、包装、销售等全产业链条,实现线上线下同步展示展销,广泛动员社会力量通过消费参与扶贫,进而带动贫困户脱贫增收、上下游企业受益、消费者获得实惠,实现多方互利共赢。

记者在双创中心看到,这里有新疆和田的玉枣、西藏的藏香藏蜜、青海玉树的牦牛肉和黑枸杞、内蒙古的牛羊肉、河南的野生猕猴



来自西藏的文创企业带来具有地域特色的文创产品。

本报记者 杨学聪摄

辽宁铁岭

贫困户有了“双保险”

本报记者 张允强 通讯员 姜义双

生病住院不用建档立卡贫困户掏一分钱——随着辽宁铁岭市和中国人保财险铁岭分公司为贫困户量身定做的“健康保”“收入保”落实到位,铁岭市的贫困群众开始享受到这项贴心的保障。

前不久,开原市贫困户母金库因患糖尿病住进开原市中心医院,出院结算,共产生费用3718.66元。这些费用最终被全部核销,医保统筹支付3138.10元,本人应当支付的剩余款由“健康保”补偿406.65元,医院补助173.91元。

“住了8天院,我自己没花一分钱。要不是有这样的好政策,住院费真是负担不起。”母金库说。

据铁岭市扶贫办主任刘庆成介绍,随着脱贫攻坚工作进入“深水区”,如何解决贫中之贫、困中之困和贫困户脱贫之后再度返贫问题,成为铁岭市脱贫攻坚的重点和难点。铁岭市积极探索、充分发挥保险业的风险保障功能,与中国人保财险铁岭分公司合作,通过开发“健康保”“收入保”等组合保险产品,确保贫困户能够稳定脱贫不返贫。

人保铁岭分公司党委书记、总经理胡晶告诉记者,按照“定向、精准、特惠、创新”的原则,人保铁岭分公司为铁岭市9.37万名建档立卡贫困人口量身定制了“健康保”扶贫保险产品。“健康保”主要针对全市所有因病致贫、经济负担沉重

桃酒、湖北的丹江水产……1.5万平方米的展销区内,2000多种原生态优质特色产品均由北京帮扶的7个省区89个县级地区直供。

春节期间,位于大厦一层的迎新春展示体验活动持续一周,为北京市民选购正宗特色年货提供了便利。大厦二层是地方特色馆集中展示展销区。双创中心相关负责人表示,这里所有产品的质量都经过相关部门严格把控,符合标准,产品价格经过物价部门审核,公道合理。此外,建行善融商城开设的线上扶贫特色馆同步展示销售,市民足不出户即可下单。据初步统计,线上线下入驻企业直接或间接带动受援地区建档立卡贫困人口近10万人脱贫致富。

“通过长期持续的展销,用潜力巨大的消费市场带动贫困地区脱贫攻坚,这正是北京探索的消费扶贫模式。”北京市扶贫支援办主任马新明说。

据了解,双创中心实行线上线下联动、援受双方联动、双创联动、市区联动、政企银联动的“五联动”运营模式,旨在实现线上线下展示交易、前后方互动创新、社会广泛动员、产业化要素服务、信息共享与宣传推介“五大功能”,进而带动受援地区品牌培育、市场拓展、商品增值、科技赋能、脱贫致富。未来,双创中心将努力打造成首都市民认可、国内具有一定影响力的消费扶贫基地,培育一批具有地域特色、满足首都市民消费需求、体现北京元素的知名产品品牌。通过传统产销对接、双创拓展、市场培育,提升供给能力和水平,助力受援地区打赢脱贫攻坚战。