新华财经 XINHUA FINANCE

# 高管信息·三农专供

新华社中国经济信息社

2020 年 12 月 15 日 第 47 期（总第 741 期）

编　　辑：董 原

终审编辑：田 春

李倩倩

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115

## 内容摘要：

- 孔发龙：融入新发展格局 推动高质量发展
- 战胜贫困的中国奇迹
- “姜你军”重现，涨了多少？要涨多久？
- 苏宁积极探索推动消费扶贫数字化升级
- 大理宾川：家乐福直采+拼购铸造电商传奇

# 目录

本期关注……3
孔发龙：融入新发展格局 推动高质量发展……3
李亚华：当好“小微金融店小二”支持实体经济发展……4
脱贫攻坚……6
战胜贫困的中国奇迹……6
牵手上市公司 央企扶贫基金走出产业化扶贫新路……11
市场预警……13
“姜你军”重现，涨了多少？要涨多久？……13
乡村治理……15
无锡鸿翔村：文明绘就美丽乡村底色……15
遂溪抢抓“互联网+”新机遇做实乡村振兴大文章……16
产业经济……17
苏宁积极探索推动消费扶贫数字化升级……17
大理宾川：家乐福直采+拼购铸造电商传奇……21
一周回顾……24
政策动向……24
地方动态……25
农业数据……27

## 本期关注

# 孔发龙：融入新发展格局 推动高质量发展

“十四五”时期，农村中小银行发展环境将面临深刻变革，机遇与挑战并存。机遇更具有战略性、可塑性，挑战更具有复杂性、全局性。挑战前所未有，应对好了，机遇也就前所未有。

江西省农村信用社联社党委书记、理事长孔发龙10日在“第二届中国农金30人论坛”上提出上述观点。

“具体来说，新发展格局将为农村中小银行释放五大红利。”孔发龙说，一是乡村振兴红利。“三农”和县域将迎来新一轮大投入、大建设、大发展，意味着巨大的金融服务需求和业务拓展机会。乡村振兴战略的全面纵深推进，将为农村中小银行巩固农村市场阵地、加快推进改革发展提供重要的战略机遇。二是扩大内需红利。随着广大乡村和县域逐渐释放出巨大的消费潜能，农村中小银行发展消费金融等业务迎来利好形势。扩大内需战略的深入实施，将进一步给农村中小银行做实发展基本盘、开辟发展新领域带来广阔的市场空间。三是数字经济红利。据测算，到2025年，我国农村互联网普及率将从目前的不足50%提高至70%，农业数字经济占农业增加值和农产品网络销售占农产品总交易额的比重将增加至15%。农村数字环境的改善和农业数字经济的发展，将为农村中小银行强化科技引领、创新产品服务提供更多机遇。四是普惠金融红利。随着金融监管体系的完善、普惠金融政策导向的加强以及对弱势市场主体扶持力度的加大，将为农村中小银行坚持支农支小、实现差异化发展营造有利政策环境。五是共同富裕红利。随着要素分配政策完善、转移支付力度加大，农民收入水平和财富数量将实现显著提升，中等收入群体将明显增加，这将为农村中小银行下沉服务重心、拓展零售市场提供充足的客群储备。

那么，农村中小银行如何有效融入新发展新格局，积极抢抓新时期发展红利？孔发龙认为，农村中小银行要找准“战略基点”“战略支点”“战略重点”“战略要点”，做好四点发力推动实现高质量发展。

第一，以服务扩大内需为战略基点，畅通国内大循环。在把握大局大势中找准定位方位，顺应消费升级、投资优化和创新创业趋势，统筹农村、城区市场，优化服务平台，丰富服务场景，大力发展消费金融、零售金融、财富金融、公司金融、机构金融。做到因势而谋、应势而动、顺势而为，针对性地提供高质高效的金融服务。

第二，以深耕本土市场为战略支点，推动经济大发展。主动融入地方经济社会发展大局，聚焦支持区域经济发展和维护区域金融稳定，打造地方党委政府信赖的主力银行、主办银行和伙伴银行。

坚持把服务地方产业发展摆在重要位置，紧扣本地主导产业、优势产业和特色产业，大力发展产业链、供应链和价值链金融，为加快发展现代产业体系、推动经济体系优化升级提供有力有效的金融助力。

第三，以强化支农支小为战略重点，展现金融大作为。保持战略定力、增强战略自信，坚守支农支小市场定位，坚定不移做好自己的事、走好自己的路。以实施乡村振兴战略为总抓手，推动脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，全方位服务农业农村现代化。加大对制造业、一般服务业尤其是民营企业、小微企业和个体工商户的支持力度，持续提升服务质效、发展普惠金融，为稳住市场主体、保住就业民生提供精准直达的金融支持。

第四，以深化改革创新为战略要点，激发发展大活力。加快推进基础性、关键性和差异化改革，着力破除制约高质量发展的体制机制障碍，巩固和发挥“小银行＋大平台”战略优势，提高全要素生产率，提升治理体系和经营管理能力现代化水平。坚持创新的核心地位，把金融科技创新作为重要战略支撑，通过全要素、全流程、全链条的数字化重塑，为农村中小银行高质量发展注入强大动能。

据悉，12月10日—11日在湖南长沙举行的“第二届中国农金30人论坛”是受中国银保监会的领导和指导，由中国农村金融杂志社主办、湖南省农村信用社联合社承办，以“共创共建、共生共赢，谱写农信事业发展新篇章”为主题。**（中国农村金融杂志社记者孙思磊）**

## 李亚华：当好“小微金融店小二”支持实体经济发展

湖北省农村信用社联社党委书记、理事长李亚华10日在“第二届中国农金30人论坛”上介绍，湖北省农商银行始终以支持地方经济发展为己任，今年以来积极在全系统开展“小微金融店小二”系列活动，助力湖北疫后重振。

第一，开展“万名员工进小微金融服务我先行”专项活动，在复工复产复商复市中展现金融担当。一是推进微贷革命，实行“全行营销、全员营销”，扩大贷款惠及面。二是不断增加金融供给，提高贷款可得性。落实“信贷纾困”要求，坚持“应贷尽贷、应贷快贷”。三是强化产品创新，推进线上办贷常态化。借助疫情期间全民金融消费习惯由线下向线上转变的契机，启动“互联网金融+分布式云平台”项目，加快建设线上贷款和移动办贷平台，推进“零接触办贷”常态化。截至10月末，累计走访民营和小微企业90.3万户，微贷突破千亿，达到1018亿元，占比提高10个百分点，户数45.9万户。“下一步，我们计划通过3年努力，使微贷占比达到50%以上，真正做小做散，加快

微贷从‘备胎’转为绝对主业。”李亚华说。

第二，开展“小微金融店小二三大银行农商行”主题活动，为疫后重振和高质量发展提供坚实的金融支撑。一是大力拓宽服务渠道。积极推广“金融村官”派驻制度，借助村“两委”和乡镇党政力量，推进整村授信，巩固农区市场；积极对接行业协会、市场管理方、开发商，全面走访专业市场、超市卖场、商业街区等商业集群，拓展城区客户；依托核心客户，创新推广产业链、供应链、物流链信贷产品和模式，开展链式金融服务。二是做好“稳保”企业对接。严格落实省政府“金融稳保百千万”工作要求，对100家以上优先保障类企业、1000家以上重点保障类企业以及数万家普惠型保障类企业，建立融资对接台账，加强政策宣传、开展专项指导、进行跟踪监测，力争有效信贷需求满足率达到100%。三是落实惠企纾困政策。坚持减费让利，贷款收息率下调0.88个百分点，减免利息35.3亿元。落实延期安排，累计为8.48万个客户办理延期还本付息，涉及贷款1028.6亿元，占贷款总额的19.5%，延期利息53亿元。加大再贷款投放，投放支农支小优惠贷款552亿元，占全省银行机构的85%。加大债券投资，累计投资省内重点企业债102.8亿元，占全省发行总额的30%以上。

第三，开展“小微金融店小二送码授信暖人心”营销活动，为商户提供全方位的金融服务。一是推广扫码付，扩大覆盖面。农商银行扫码到账资金全部留在本地，用于支持属地经济建设；聚合支付多码合一，资金实时入账无需提现，结算优势明显。我们积极向地方政府及市场监管部门汇报，向社会大众及商户宣传，推进扫码商户“店店通”。要求走“农村包围城市”的路子，充分发挥主场优势，在稳步占据农村市场的基础上，逐步扩大城区市场。二是加强场景布局，提高活码率。积极探索新路径，将扫码支付融入客户生产、生活场景，将农商银行扫码付打造成县域主流支付渠道，开展“商户端奖励金”“商户手续费减免”“客户支付满减”等营销活动，提高用户对扫码付的接受程度及使用频率，构建农商银行移动金融服务生态。三是创新“码商e贷”，深挖客户价值。坚持有码可贷、多扫多贷，闲时授信、忙时用信，线下授信、线上用信的产品优势，以商户资金流量确定可贷额度，实行利率优惠，将商户银行流水真正转化为金融资源。计划到明年3月末，“码商e贷”授信客户数不低于10万户，贷款净增不低于50亿元。

据悉，12月10日—11日在湖南长沙举行的“第二届中国农金30人论坛”是受中国银保监会的领导和指导，由中国农村金融杂志社主办、湖南省农村信用社联合社承办，以“共创共建、共生共赢，谱写农信事业发展新篇章”为主题。**（中国农村金融杂志社记者孙思磊）**

## 脱贫攻坚

# 战胜贫困的中国奇迹

马塞力木终于不用被绑在土地上了。

今年 6 月，已经是脱贫户的他卖掉 5 只羊，6000 多元。现在，他家羊圈里有 30 只左右的羊。养这么多羊，这是过去不敢想的，因为没水。

马塞力木所在的甘肃省临夏回族自治州东乡族自治县沿岭乡和平村，地处黄土高原和青藏高原交汇处，平均海拔超过 2100 米。取水下沟上山、人挑畜驮，每家都有一个壮劳力被牢牢绑在水上。马塞力木家吃水要靠他赶着毛驴去县城拉，来回一趟少说一两个小时。

当地把饮水安全作为“两不愁”的保障重点，终于将水引上东乡高高的山梁。去年，马塞力木卖掉了毛驴。

马塞力木正在见证的是力度之大、规模之广、影响之深前所未有的反贫困斗争。

新中国成立以来，特别是改革开放以来，党中央带领全国人民持续向贫困宣战，实施了一系列中长期扶贫规划，累计 7 亿多农村贫困人口成功脱贫。减贫人口数量居世界第一。尤其党的十八大以来，党中央从全面建成小康社会全局出发，把扶贫开发工作摆在治国理政的突出位置，全面打响脱贫攻坚战，2012 年底到 2019 年底减贫 9348 万人。

今年是脱贫攻坚战收官之年，绝对贫困将在中国历史性地终结。

### 历史最好减贫成绩

11 月 23 日，贵州省宣布剩余的 9 个贫困县退出贫困县序列，至此我国 832 个贫困县全部脱贫。

农村贫困人口也将全部脱贫。在 12 月 2 日举行的国新办发布会上，国务院扶贫办副主任欧青平表示，剩余的贫困人口正在履行退出程序，从目前情况看，到年底所有贫困人口也将全部退出。

“确保到二〇二〇年我国现行标准下农村贫困人口实现脱贫，贫困县全部摘帽，解决区域性整体贫困，做到脱真贫、真脱贫。”党对全国人民的庄重承诺，多年来通过系列卓有成效的举措已变成现实。

贫困县和贫困人口的生产生活发生翻天覆地的变化。

贫困群众收入水平大幅提高。2013 年至 2019 年，832 个贫困县农民人均可支配收入由 6079

元增加到 11567 元，年均增长 9.7%，比同期全国农民人均可支配收入增幅高 2.2 个百分点。全国建档立卡贫困户人均纯收入由 2015 年的 3416 元增加到 2019 年的 9808 元，年均增幅 30.2%。

基本生产生活条件明显改善。具备条件的建制村全部通硬化路，村村有卫生室和村医，10.8 万所义务教育薄弱学校的办学条件得到改善，农网供电可靠率达到 99%，深度贫困地区贫困村通宽带比例达 98%。

劳动技能和积极性充分激发。不再受贫困束缚的脱贫者，可以干过去想干而没条件、没能力干的事情。很多贫困户表示，要用自己的双手创造更多的财富。

“还有更多溢出效应值得关注。”中国扶贫发展中心主任黄承伟说。

据不完全统计，2013 年以来，财政专项扶贫资金、涉农整合资金、易地扶贫搬迁和危房改造资金、政府债券、小额信贷、扶贫贷款以及社会扶贫资金逐年增加，年均投入过万亿元，主要投资于基础设施、住房改造和产业发展，加上对上下游的拉动，扶贫投资实际带动数万亿元社会总投资。

黄承伟说，这些资金显著改善了农村地区基础设施和公共服务条件，也带动了非贫困农户实现发展增收。从长远看，农村居民收入增加必然促进地区消费结构升级，促进消费总需求的直接增加，对国家推进供给侧结构性改革也提供了空间，为拉动宏观经济高质量发展提供了新的广阔市场和动力。

黄承伟认为，扶贫开发中不断壮大的扶贫产业，有效增加了优质产品和服务的供给，不仅有利于满足人民日益增长的美好生活需要，对已脱贫地区发展还能提供可持续的经济活力和发展后劲。

此外，从推进国家治理体系和治理能力现代化角度，有专家指出，脱贫攻坚实践和贫困治理进程中形成的相应制度安排、实践策略和有效经验，进一步完善和提升了中国国家治理体系与治理能力，为国家治理体系和治理能力现代化提供了成功的创新案例和经验示范。

业内专家表示，如果把贫困视为劳动对象，脱贫攻坚路径方法方式作为劳动资料，党及其带领下所有向贫困发起总攻的人民群众作为劳动者，那么三者相互作用消除的绝对贫困和解放发展的生产力，足以载入生产力发展史，乃至中华民族和人类社会发展史。

## 加速全球减贫进程

脱贫攻坚也为全球减贫事业作出重大贡献，为国际社会提供了中国减贫方案。

贫困不仅制约中国生产力发展，也制约着世界生产力发展。反贫困是人类解放和发展生产力的共同奋斗目标。

在联合国千年发展目标和《2030 年可持续发展议程》中，减贫被确定为第一个目标，贫困对世界发展的制约可见一斑。联合国经济及社会理事会发布的 2017 年《发展融资：进展与展望》报告也显示，如果不加强国际合作和国家层面的行动，到 2030 年，全球仍将有 6.5%的人口面临极度贫困的威胁。

中国作为世界上最大的发展中国家，始终把脱贫攻坚摆在治国理政的突出位置，持续开展一系列以农村扶贫开发为中心的减贫行动。

从减贫速度看，中国明显快于全球。从 2012 年底到 2019 年底，中国连续 7 年每年减贫 1000 万人以上。到 2020 年如期打赢脱贫攻坚战，完成我国现行标准下农村贫困人口全部脱贫，贫困县全部摘帽，中国将提早 10 年实现联合国《2030 年可持续发展议程》确定的减贫目标。

从减贫数量看，中国是世界上减贫人口最多的国家。按照世界银行 1.9 美元国际贫困线标准，1981 年到 2013 年，中国已使 8.5 亿人摆脱了极端贫困。中国贫困发生率从 1981 年末的 88.3%下降至 2013 年末的 1.85%，对全球减贫的贡献率超过 70%。

从扶贫方略看，中国把扶贫开发纳入国家总体发展战略，实施了精准扶贫精准脱贫基本方略，通过“六个精准”“五个一批”，扶贫与扶志、扶智结合，对扶持谁、谁来扶、怎么扶、如何退等一系列问题对症下药、精准滴灌、靶向治疗，显著提升了贫困地区可持续发展能力，最大限度激发了贫困户脱贫的内生动力，也探索建立稳定脱贫长效机制，成功走出了一条中国特色扶贫开发道路，为世界减贫事业提供了重要参考经验。

联合国秘书长古特雷斯表示，精准扶贫方略是帮助贫困人口、实现《2030 年可持续发展议程》目标的唯一途径，中国的经验可以为其他发展中国家提供有益借鉴。

眼下，中国经验正毫无保留地与发展中国家共享，尽最大努力助其减贫，为全球减贫事业作出新贡献。

比如，中国设立“中国-联合国和平与发展基金”和“南南合作援助基金”，并在“东亚减贫合作倡议”“中非减贫惠民合作计划”框架下扎实推进合作项目。中国在非洲援建 24 个农业技术示范中心，惠及 50 多万当地民众。中国也不断深化共建“一带一路”同《2030 年可持续发展议程》对接。根据世界银行报告，共建“一带一路”预计将帮助 760 万人摆脱极端贫困，3200 万人摆脱中度贫困。

黄承伟说，中国在世界和人类历史上创造的脱贫攻坚奇迹，将为世界反贫困事业注入强大信心，同时中国的减贫方案和减贫智慧，将为解决贫困治理一系列世界难题提供中国方案，这些方案对于

世界上那些既希望加快发展又希望保持自身独立性的国家和民族摆脱贫困提供了一种崭新选择。

## 彰显中国特色社会主义制度优越性

黄承伟表示，脱贫攻坚这一解放和发展生产力的伟大创举，充分彰显了中国特色社会主义制度的优越性。

脱贫攻坚，显示了中国共产党矢志坚守社会主义本质不动摇。

社会主义的本质，是解放生产力，发展生产力，消灭剥削，消除两极分化，最终达到共同富裕。新中国成立以来，从 1978 年变革土地经营制度，激活农民积极性，提高土地产出率，到 1986 年成立专门机构在全国范围开展大规模、有组织、有计划的开发式扶贫，到 2000 年之后开展整村推进扶贫，再到党的十八大以来实施精准扶贫精准脱贫基本方略，我们党带领全国人民，把改善民生福祉作为目标，一代接着一代干，让生产力大幅提升，让贫困无处藏身，创造了令国际社会叹为观止的反贫困奇迹。

业内专家分析，西方国家的扶贫依靠福利政策，但不同政党对贫困治理的态度不同，导致扶贫政策难以持续，很难斩断贫困的代际传递。中国之所以创造了世界反贫困史上的奇迹，要归因于我们党“不忘初心、牢记使命”的始终坚守和接续奋斗。

脱贫攻坚，彰显出中国特色社会主义制度集中力量办大事的显著优势。

专家分析，第三世界国家的扶贫主要依靠非政府组织，非政府组织因不具备大规模动员社会资源的能力，扶贫效果就很有限。中国将脱贫攻坚上升为国家战略，国务院专门成立扶贫开发领导小组，设立专门机构负责扶贫工作，又成立国家脱贫攻坚普查领导小组负责督战，这些顶层设计既是动员全国力量投入脱贫攻坚战的保证，更是我国战胜贫困的决心宣示。

从上世纪 90 年代开始，党中央就作出决定，加强东西部扶贫协作，截至 2016 年底，东部经济发达的 249 个县市区对口帮扶了西部 354 个贫困县，落实援助资金 160 多亿元，助推了西部地区的发展，缩小了东西部差距。党的十八大以来，全国共派出 25.5 万个驻村工作队，累计选派 290 多万名县级以上党政机关和国有企事业单位干部到贫困村和软弱涣散村担任第一书记或驻村干部。

“这种全国一盘棋统筹考虑、大规模动员调度的能力只有中国特色社会主义制度才能办到。”黄承伟说。

## 奠实建设社会主义现代化国家根基

绝对贫困在统计意义上的消失并不意味着中国反贫困事业的终结。

党的十九届五中全会在规划“到二〇三五年基本实现社会主义现代化远景目标”时强调，全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展，在改善人民生活品质部分突出强调“扎实推动共同富裕”。这样表述，在党的中央全会文件中还是第一次。

脱贫攻坚作为促进全体人民共同富裕的一项重大举措，2020 年完成现行标准下农村贫困人口全部脱贫后，将进入到巩固脱贫成果，提升脱贫质量的新阶段。

这一阶段的战略性举措将聚焦乡村振兴。中国人民大学农业与农村发展学院副院长仇焕广认为，乡村振兴是稳定脱贫攻坚成果、进一步实现城乡融合发展和人民共同富裕的有效保障。

“只有脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接，才能提高各类资源的使用效率，减少不必要的资源浪费，进一步提高生产力。”仇焕广说，只有做好脱贫攻坚与乡村振兴的有效衔接，才能为实现“十四五”时期发展目标与 2035 年基本实现社会主义现代化远景目标奠定坚实基础。

2018 年 9 月，中共中央、国务院印发《乡村振兴战略规划（2018—2022 年）》，超前对巩固脱贫攻坚成果、促进乡村振兴做出部署，为脱贫攻坚与乡村振兴有机结合相互促进指明了方向。

规划特别要求认真总结脱贫攻坚经验。仇焕广认为，脱贫攻坚积累的一条重要经验就是，坚持和完善党对“三农”工作的领导，并在此前提下构建完善的体制机制。“脱贫攻坚之所以成效显著，与中国共产党的领导和行之有效的体制机制密不可分。”

仇焕广表示，这套体制机制可充分运用到乡村振兴之中。比如，乡村振兴可参照脱贫攻坚领导责任制，建立党政一把手是第一责任人，县委书记是“一线总指挥”，省市县乡村“五级书记”一起抓乡村振兴的领导责任制，让党管农村工作的要求落到实处；还可参照脱贫攻坚工作机制，坚持实施“中央统筹、省负总责、市县抓落实”，要求各省区市党委和政府每年要向党中央、国务院报告推进实施乡村振兴战略进展情况，以强化资源要素支持和制度供给，形成乡村振兴工作合力；另可参照脱贫攻坚考核机制，建立市县党政班子和领导干部推进乡村振兴战略的绩效考核制度，将考核结果作为选拔任用领导干部的重要依据，确保乡村振兴战略能够落地生根。

规划还要求，加快建立健全缓解相对贫困的政策体系和工作机制，持续改善欠发达地区和其他地区相对贫困人口的发展条件，完善公共服务体系，增强脱贫地区造血功能。

全国人大常委会副委员长、民进中央主席蔡达峰认为，随着全面建成小康社会和打赢脱贫攻坚战目标的实现，我国农村的贫困将主要表现为相对贫困。解决相对贫困问题，需要更加关注个体的致富能力和群体的致富机会，让全社会坚持开展扶志扶智活动，提高帮扶实效；还需要更加注重城乡融合发展、共同进步，使经济和金融政策、社会保障和公共服务体系都能更好地适应乡村发展需

要，使农民在乡村和城镇发展中都能充分得到改善生活的机会。

脱贫摘帽不是终点，而是新生活、新奋斗的起点。站在新起点上，中国已做好了“预备跑”。**（《瞭望》新闻周刊记者刘苗苗）**

## 牵手上市公司 央企扶贫基金走出产业化扶贫新路

2020 年渐至尾声，中央企业贫困地区产业投资基金（下称“央企扶贫基金”）重回资本市场视野。据统计，10 月份以来，央企扶贫基金陆续出现在 3 家上市公司定增的认购行列中：10 月，出资 5000 万元参与川恒股份定增询价；11 月，成功获配 5 亿元明阳智能非公开发行额度；12 月，出资 1 亿元成为居然之家定增的认购方。经查询，央企扶贫基金已在 A 股和新三板市场布局了多家公司。截至 2020 年第三季度末，该基金已出现在金徽酒、云铝股份、金龙鱼、三峡股份等 10 家 A 股公司的股东榜上。

上海证券报记者发现，上市公司与央企扶贫基金的关联，源于一种扶贫力量与社会资本联动的新模式。截至 2020 年 11 月 19 日，央企扶贫基金累计投资决策项目 122 个、金额 316.07 亿元，投资撬动社会资本 2600 亿元，全部达产后带动 55 万人直接或间接就业，为就业人口每年提供收入 48 亿元，探索形成了具有鲜明特色的产业基金扶贫模式，走出了一条市场化、产业化扶贫新路。

### 在资本市场有序落子

11 月 19 日晚间，明阳智能披露关于定增结果的公告，其总额达 58 亿元的募资，被包括央企及地方国资、外资投资巨头、大型公募基金以及知名券商在内的逾 30 家实力机构“瓜分”。其中，央企扶贫基金以 5 亿元的金额，成为第二大认购方。

12 月 1 日，央企扶贫基金又出现在居然之家的定增名单中。据公司披露，央企扶贫基金与小米科技、阿里巴巴等 23 名对象被确认为居然之家 35.95 亿元非公开发行的认购对象。

据记者统计，截至 2020 年三季度末，央企扶贫基金已出现在 10 家 A 股公司股东榜上，分别为三峡水利、珠海港、金徽酒、云南铜业、盛新锂能、濮耐股份、云铝股份、鄂尔多斯、中航重机和金龙鱼。其中，除金龙鱼是 IPO 前的早期投资外，大多数是央企扶贫基金通过非公开发行的方式进入的。

此外，央企扶贫基金还通过全资控股的江西子公司投资*ST 江特、通过云南子公司增资云天化和正邦科技的子公司、通过河南子公司增资温氏股份子公司。

有意思的是，央企扶贫基金并非每“发”必中。2020 年 9 月，央企扶贫基金参与川恒股份非公开发行的询价。尽管央企扶贫基金申购总价在所有询价方中位列前五，但略低的每股申购价格令其与川恒股份失之交臂。

## 独特的帮扶模式

央企扶贫基金是根据国家脱贫攻坚战略需要而发起设立的。经过梳理央企扶贫基金的 A 股投资案例，可以发现其参与的定增募资项目均与贫困地区或扶贫项目关联密切。经过数次实践，央企扶贫基金现已形成“产业基金+企业+贫困地区资源+贫困人口”的产业基金精准扶贫模式。

以央企扶贫基金的首个 A 股投资对象云南铜业为例，2019 年初云南铜业完成募集资金 21.2 亿元，用于收购迪庆有色 50.01%股权以及东南铜业、滇中有色项目建设和完善。央企扶贫基金认购 5 亿元，其中 3.5 亿元用于迪庆普朗铜矿的开发利用，1.5 亿元用于国家级贫困地区楚雄滇中有色金属有限责任公司的生产建设投入及经营性支出等。

经查，募投项目的所在地迪庆藏族自治州，位于云南省西北部，滇、藏、川三省区交界处，曾是我国深度贫困地区之一。坐落在迪庆的普朗铜矿是中国在建规模最大的地下铜矿，但由于对资金有着较大需求，该铜矿长期处于建设及试运营阶段。央企扶贫基金曾在调研时表示，该铜矿投产后将为迪庆州提供各项税收年均超过 3 亿元。

记者从云南铜业方面获悉，迪庆有色投产后，其税收贡献一度占到全州税收总额的 40%以上。截至 2019 年底，周边农村共有 450 余辆各类车辆参与迪庆有色精铜矿等物资的物流运输。此外，在迪庆有色 700 余名员工中，迪庆州内藏族同胞接近 300 人，超过员工总数的三分之一。

再以央企扶贫基金 2019 年参投的金徽酒为例，公司注册地在甘肃省陇南市徽县伏家镇，位于甘肃省东南部、陇南市东北部，地处秦岭山脉南麓，属秦巴山片区，属于甘肃省内经济比较落后的地区。金徽酒在发展过程中已为当地提供千余个就业岗位，通过开展职业培训和劳动技能培训，提升贫困人口劳动技能，并为其提供优厚的薪资福利和畅通的职业发展道路，彻底改变了贫困员工的命运。

金徽酒于 2019 年 5 月完成募集资金净额为 3.6 亿元的非公开发行。其中，央企扶贫基金和贫困地区产业发展基金投资共计 1.5 亿元，用于金徽酒车间技术改造、生产及综合配套中心建设等。本次“产业基金+贫困地区公司+贫困地区募投项目”的投资也成为央企扶贫基金精准扶贫模式的典型案例之一。

### 背靠强大股东阵容

央企扶贫基金拥有央企全员出资的豪华股东阵容和资源渠道，由现任国家开发投资集团有限公司党组成员、总会计师李汝革担任董事长。

2016 年 10 月 17 日，按照《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》及其分工落实方案，由国务院国资委牵头，财政部和国务院扶贫办参与发起，51 家中央企业参与首期出资设立央企扶贫基金，首期出资额 122.03 亿元。

2018 年 3 月，央企扶贫基金进行二期募资，股东扩大到国资委监管的全部中央企业和部分财政部履行出资人职责的中央企业。2019 年，央企扶贫基金完成第三期募资，募集资金超过 160 亿元。至此，央企扶贫基金总规模达到 314.05 亿元。**（新华社记者王子霖）**

## 市场预警

## “姜你军”重现，涨了多少？要涨多久？

生姜，作为日常必备调味品，近来价格噌噌地涨，居家过日子的你感受到了吗？

### 问题一：价格涨了多少？

7 日下午，记者来到河北省秦皇岛市青龙满族自治县家惠超市，这里老姜的标价为每市斤 11.98 元，而新姜的价格为每市斤 6.98 元。正在挑姜的顾客杨金荣说：“现在姜怎么这么贵了，新姜价格都赶上老姜了！”

“以前老姜也就是每市斤 5 至 6 元，而现在老姜进价基本稳定在每市斤 11 元左右，新姜则在每市斤 6 元左右，与去年同期相比，均价贵了 3 元左右。”该超市工作人员田亚娟介绍，尽管新姜上市了，但姜的价格却从 10 月份涨起来了。

记者在拼多多平台上搜索发现，标明产地直销的生姜，5 斤的价格普遍在 25 元左右，其中包含邮费。

“目前，生姜价格达到近 6 年来最高水平。”中国农业科学院农业信息研究所副研究员张晶介绍，根据中国农业信息网数据，11 月份生姜批发价格为每公斤 14.08 元、较 6 月份上涨 45.9%、同比上涨 71.5%。

## 问题二：价格为啥会上涨？

我国是世界上生姜产量最多的国家，主要种植品种分为北方大姜和南方小黄姜。

据中国农业信息网监测，生姜价格自 2017 年第四季度从高位快速下跌，后保持低位运行，农户种姜收益下降，导致 2019 年种植面积减少约 10%。

记者了解到，河北省秦皇岛市抚宁区生姜种植面积近年来稳定在万亩以上，连续被评为“中国生姜之乡”“中国调味品原辅料（生姜）种植基地”，这里的生姜价格具有代表性。

“从近五年行情看，今年的生姜价格尤其高。”秦皇岛小江蔬菜专业合作社理事长邬大为说，以当地农户和批发商的交易价格为例，2018 年老姜均价每市斤 1.6 元，2019 年约 1.8 到 2 元，今年价格约 2.5 到 4 元，相比去年翻番了。

“今年抚宁的生姜从产量到价格都是双丰收。”邬大为说，由于采用水肥一体化滴灌技术，生姜的亩产平均达六吨半，按交易均价每斤 3.1 元计算，一亩地生姜的利润达两万到三万元。

邬大为说，受疫情影响，国外对生姜的出口需求大增；老姜价格一涨，新姜价格也跟着上涨，农户开始惜售；供需行情推动社会资本买进卖出。诸多因素都在抬高生姜价格。

## 问题三：预计未来价格如何？

张晶分析，今年 11 月中旬以来，山东产区库存老姜交易进入尾声，河北、山东鲜姜上市量逐渐加大，南方鲜姜采挖进入后期。预计随着鲜姜上市量增加，生姜价格将有所回落。

拼多多新消费研究院副院长刘中琪表示，原产地直发的农货销售模式，大幅缩短了农产品供应链条，目前拼多多平台的商户没有出现明显价格上涨。入选拼多多“百亿补贴”频道的生姜，价格更加实惠。

中国国际电子商务中心首席分析师郭召芬说，生姜涨价的主要原因是供不应求。加强供应链创新，解决流通信息不对称，推动流通企业的数字化、信息化转型等，都将有助于降低流通领域的成本。

张晶说，葱、姜、蒜等小宗蔬菜具有产地集中、库存销售、周期性强、价格波动大等鲜明特点。跟风涨价行为诱发价格大幅波动，影响周期长，对姜农、贸易商、消费者均会产生不利影响。

张晶建议，一是加强市场监测分析预警。对苗种销售等产前投入进行监测，及时分析研判未来生产供给。二是积极推广政策性农业保险，完善政策性保险的财政补贴机制，提高保障水平，借助保险稳定生产。三是发展加工和仓储，形成调节供需的“蓄水池”。借助加工和仓储环节，在价格

大幅下跌时消化一定过量供给；在价格大幅上涨时，借助公益储备平价销售、平抑涨价。**（新华社记者赵文君、于文静、郭雅茹、于佳欣）**

## 乡村治理

### 无锡鸿翔村：文明绘就美丽乡村底色

走进位于无锡滨湖区胡埭镇的鸿翔村，目之所及，除了白墙、绿水、青山，还有身着红背心的志愿者来回穿行，有的到广场帮老人免费剪发，有的挨家挨户上门征集民声民意。

鸿翔村拥有 14 个自然村，常住人口约 2500 人，近日被评为“全国文明村”，也是无锡滨湖区唯一一个入选的行政村。在这里，乡风文明正与田园风光相互交融，共同绘出美丽乡村新画卷。

整洁的健康步道、有序的垃圾分类、清澈的河道流水……鸿翔村的人居环境近年来得到了有效改善。

以河道整治为例，据鸿翔村党总支书记黄庆丰介绍，自 2017 年起，鸿翔村对全村生活污水进行接管或者点源处理，涵盖辖区内 7 条河道、沿河 150 家企业，日均污水处理量达 300 吨，实现“应收尽收”，过去曾受到污染的河道得以还清，水环境得到较好治理。

在鸿翔村新时代文明实践站，鸿翔议事厅推出“提、审、议、做、评”议事五步法，助力形成了有事好商量的乡村议事新风气。此外，“红雁志愿 用心服务”深入人心，由当地党员干部、村民群众、企业职工等组成的志愿者团队成为村里一道亮丽风景线。

“目前我们村里拥有 7 个志愿者团队，人数超 300 人，大家都愿意主动投身志愿服务，为文明乡风尽一份力。”鸿翔村党总支副书记吴红星说。

李浩是胡埭镇上一家美容美发店的工作人员。据他介绍，自从 2016 年加入志愿者团队后，每周都会和同事来到胡埭镇的村上免费给老人、残障人士等免费剪头发。“我们利用自己的一技之长，为乡村老百姓做点事，是应该的。每个人献出一份力，大家生活更和谐，社会才能更美好。”来到鸿翔村帮村民理发的李浩说。

孙锡峰是鸿翔村本土企业大鸿液压的负责人，也是村里白手起家的企业家典型，将原来 100 平方米的工厂发展至如今 7000 多平方米。但除了忙企业生意外，孙锡峰还是村里的“公益达人”。“每年都会在当地做一些公益活动，比如金秋助学、帮扶失能老人等，这些都是我们应该做的。”

孙锡峰说。

文明新风尚正成为鸿翔村村民的共识。当地不仅挖掘家风家训等完善村规民约，还设计村民喜闻乐见的主题实践活动，宣传拾金不昧典型、助人为乐榜样、出资帮扶好人好事等事迹，提升村民思想道德素质。“最美妹妹”王华芳、“热心乡邻”叶琴亚、“最美治水人”徐榴泉等一批群众被评为全国文明标兵户、无锡好人和滨湖好人等。

“文明程度高”是胡埭镇推行“人、城、产”融合高质量发展的一个缩影。胡埭镇党委书记吴石松表示，近年来，胡埭镇始终坚持产业转型发展的“工业重镇”和城乡一体发展的“魅力城镇”建设，将文化血液注入“魅力城镇”发展，先后打造了一批有特色、有亮点的示范村，推动“产、城”与“人”的加速融合。**（新华社记者何磊静）**

## 遂溪抢抓“互联网+”新机遇做实乡村振兴大文章

2020 年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。湛江遂溪如何依靠资源禀赋优越的农业，立足本土文化、挖掘地方特色，助力农民脱贫奔康，走向乡村振兴发展道路？

湛江遂溪县委书记余庆创表示，遂溪积极构建“党建+”扶贫模式，推行“公司+合作社+基地+农户”产业运作模式，利用“互联网＋”新兴技术发展“一村一品、一镇一业”新业态，采取土地流转方式稳步推进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接。全县 724 个扶贫产业项目已收益 4530 万元，受益村民 4267 户 17185 人。

疫情期间，传统销路受阻，直播带货等电商渠道受到不少农业种植户的青睐。今年 3 月，余庆创带头深入田间地头进行直播带货，吸引超 200 万网友观看；站在数字经济的风口，遂溪界炮镇江头村以“线上+线下”相结合方式，通过大数据、云计算等架建生产端与消费终端的桥梁，圣女果近期出现供不应求的局面……

“我们遂溪县有着深厚的电商基础，为电商企业发展营造了良好有序的投资环境。”遂溪科工贸和信息化局局长陈波介绍，2015 年以来，遂溪县多措并举，强力推进电子商务进农村工作。

余庆创认为，遂溪将紧抓电商发展的契机，推进农产品流通现代化，发展农村电商和产销对接，为农产品出村进城“加速”，为农民群众收入“加薪”，助力乡村振兴“快速跑”。目前遂溪已发展 100 多家农村电商平台，带动农产品销售接近 20 亿元。

遂溪火龙果、香蕉、地瓜等农产品品牌逐步走进千家万户，进一步打响品牌口号有哪些制胜之道？余庆创表示，近年来，遂溪通过“品牌战略先行+培育主体”方式，深挖本土特色农产品价值，强化品牌推广。

遂溪县将从三个方面进一步提升特色农产品知名度，一是筹备启动“网络节+云展会”策划以及数字化示范点、数字人才培训基地创建等工作，让品牌建设走数字化道路；二是依托京东、华为在技术端和营销端以及物流广告矩阵等方面资源优势，利用大数据平台，以消费行为倒逼农业生产，推动遂溪农业产业实现从品种到品控，再到品牌的产供销一体化升级，共建“数据化、智能化、标准化、电商化、品牌化”县域数字农业发展新标杆；三是把遂溪火龙果、香蕉打造成地理标识产品，制定团队标准，提升火龙果、香蕉市场销售量，助力乡村振兴。

今年七月，遂溪火龙果首次“跃”出国门，刷新国际化发展新高度。“在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下，遂溪将加快融入粤港澳大湾区建设的步伐，出台多个利好政策，完善企业补贴机制，鼓励优质农产品走出国门、朝向世界。”余庆创说。

2020 世界数字农业大会开幕式、数字农业展览展示和第十九届广东种业博览会将于 12 月 11 日至 13 日在广州举办，在余庆创看来，未来数字农业建设发展应紧抓农产品标准化，用大数据引导产销；打通城乡数字鸿沟，推动互联网和农业的深度融合；借助“互联网+”数字翅膀，对特色农产品进行深加工和品牌推广。**（新华网李俊豪）**

## 产业经济

# 苏宁积极探索推动消费扶贫数字化升级

2020 年是全面建成小康社会目标实现之年，如期打赢脱贫攻坚战是全面建成小康社会必须完成的硬任务，还需接续推进全面脱贫与乡村振兴的有效衔接，从攻坚期的超常规举措向常态帮扶转变，积极探索建立解决相对贫困的长效机制。

消费扶贫是贫困地区群众发展生产增收脱贫与解决城市“菜篮子”“米袋子”“果盘子”问题、促进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的新引擎。各地积极推进工作成效显著，但过分依赖政府等问题仍制约消费扶贫的进一步推进。为此，以苏宁为代表的民营企业积极尝试，推动消费扶贫数字化升级。我们认为，有必要结合他们的创新实践，着手解决制约消费扶贫进一步发展的因素，推进消费扶贫产品和市场的有效对接，参与国内大循环和市场化的大竞争。

## 一、各地积极推进消费扶贫成效显著

消费扶贫通过制度化的机制，将贫困地区的农产品生产与城市的生鲜产品消费直接对接，既是应对新冠肺炎疫情影响完成脱贫攻坚任务的新内涵，也是提升产业扶贫成效、促进脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接的新引擎。

“电子商务等消费扶贫方式，对于边远贫困地区的经济发展会起到‘弯道超车’的作用，帮助贫困地区解决产品产销对接中的信息不对称问题，增加贫困户收入。”中国人民大学农业与农村发展学院原党委书记孔祥智表示，消费扶贫提升了贫困地区劳动力的人力资本价值，激发了贫困人口自身对于脱贫致富的积极性。

近年来，各地积极探索消费扶贫路径，取得了明显成效。甘肃将组织开展电商扶贫、东西协作消费扶贫和产销对接扶贫等消费扶贫工作作为助力贫困地区稳定脱贫的一项长效机制，以国家电子商务进农村综合示范项目实施为依托，加快推动农村电商发展，网货品牌培育、农特产品销售、电商人才培养等取得明显成效，助力拓宽贫困地区农产品流通和销售渠道，带动贫困群众增收。今年1—7月份，全省农产品网上销售额93亿元，同比增长5.6%，带动全省农民人均增收210元。

今年以来，四川省商务厅聚拢省市县三级力量，通过以购代捐、农商对接、农产品“云上行”、工业品下乡等系列消费扶贫活动，扎实推进凉山州昭觉、布拖、美姑、越西、喜德、金阳、普格等7个未摘帽县消费扶贫工作，上半年累计帮助销售扶贫产品1.49亿元。

新疆通过政府主导打通消费市场，大力发展订单农业，引导贫困群众科学规范种植，提升农产品供给质量和能力，同时鼓励各级预算单位以优先采购、预留采购份额方式，采购扶贫产品。今年以来，全区通过完善各类电商平台、发展订单农业等措施解决扶贫产品“卖难”问题，已认定扶贫产品1641个、带贫益贫企业392家，涉及12个地州市78个县市区，社会力量直接购买和销售农产品金额达39亿元。

但是值得关注的是，目前我国推进消费扶贫还面临一些问题亟待解决：一是消费扶贫产品小散弱问题突出，品牌化不足。二是市场化不足，过分依赖政府行为。三是部分产品生产规模扩张与市场消费能力失衡。四是扶贫产业发展市场主体不强。五是供应链体系不完善，流通效率低成本高。

## 二、以苏宁为代表的民营企业探索推动消费扶贫数字化升级

为推进消费扶贫作用的充分发挥和可持续发展，以苏宁为代表的民营企业积极尝试，推动消费扶贫数字化升级，推进贫困地区产业发展纳入国内大循环体系。

贵州电子商务云运营有限责任公司是全国首批60家线上线下融合发展数字商务企业之一。针

对贵州 12 个特色农业产业，该公司通过“大数据+应用”模式，先后与 3000 家企业达成合作关系，形成多达 2 万余种贵州产品的资源池，产品销往全国各地，累计销售贵州产品金额超 10 亿元。

2015 年 9 月，国务院扶贫办与苏宁集团签订电商扶贫战略合作框架协议。“苏宁已形成从专业合作、实训就业、产业扶持到机制设计的一整套扶贫工作解决方案，促进了精准扶贫的实效长效运行。”苏宁控股集团党委常务副书记马康介绍，“开展消费扶贫，始终是近年来苏宁实施精准扶贫的核心工作之一”。

据介绍，苏宁通过发挥全场景融合优势，借助销售运营、物流金融扶持、对口帮扶等举措，实现城市需求与农村产能的精准对接。

第一，围绕“精准”，借助企业的产业资源和优势，建立长效机制，首创了电商扶贫新模式——“苏宁易购扶贫实训店”。通过在国家级贫困县属地化公司注册、实体店落地、线上线下融合，“输血”与“造血”相结合，实现了教育扶贫、就业扶贫、产业扶贫、捐资扶贫“四扶合一”。

“截至 2019 年，我们的扶贫实训店直接解决当地贫困人员就业 5017 人，实现建档立卡学员人均年增收 4.2 万—5 万元，直接实现农产品上行近 4 亿元，工业品下行 6 亿元。”马康说。

第二，坚持贫困地区群众增收脱贫与解决城市“菜篮子”“米袋子”“果盘子”问题相结合，发挥线上、线下融合优势，以智慧零售精准匹配城市居民消费需求。

在线下，苏宁集团深入乡村市场开设了苏宁扶贫实训店、苏宁易购零售云等 6600 余家，覆盖了 388 个国家级贫困县；在线上，依托苏宁易购中华特色馆、苏宁拼购、苏宁超市等频道，惠及全国 1 万余个贫困村、761 万贫困人口；全渠道累计实现农产品销售超 140 亿元。

在人参零售行业中，消费者普遍偏好个头大的人参，个头小的总是无人问津。吉林省白山市抚松县万良镇马晓彤通过开通抚松扶贫馆和苏宁拼购店铺，打开了新的销售渠道。他说：“依托于苏宁拼购的模式，我们创建了小规格人参的销售方式，5-10 克的鲜人参，价格实惠，老百姓都可以接受。现在无论是单量还是销售额都在迅速增长，解决了这个规格人参卖不出去的难题。”

“农业产业化、农品品牌化、农人专业化”。目前，苏宁已经在云南的泸水、武定、怒江等地拥有 5 座拼基地，惠及农户数十万人。这些基地的特色农产品，通过苏宁拼购、苏小团等平台，销往全国各地。

第三，坚持消费扶贫与东西部扶贫协作定点扶贫相结合，将更多西部地区优质农产品引入东部发达地区市场。苏宁在江苏省对口支援的陕西、青海、贵州、新疆等省份，累计开设乡村门店 449 家、提供就业岗位 1260 个，全渠道助销农产品 28.9 亿元。

为了保障农产品进城，苏宁针对贫困县“地域广阔、分布较散、运量不大”的特点，加大物流云渗透力度，致力于打通贫困县物流市场服务的“最后一公里”。24615 家物流快速网店，950 个县镇市场帮客综合服务中心……覆盖了全国 351 个地级城市、2864 个区县城市。

农业农村部农村经济研究中心原主任宋洪远认为，苏宁作为民营企业，能够积极利用自身零售渠道等优势参与消费扶贫，特别是在新冠肺炎疫情防控中能够发挥保证产业链供应链稳定优势，值得肯定。

孔祥智表示，苏宁作为国内场景最丰富、渠道最完善的零售企业，尤其是其智慧零售等创新，有利于驱动和引领农产品生产制造的产业化、规模化和品牌化，可能引领产生一系列新的业态。

苏宁控股集团董事长张近东建议，应进一步统筹资源，政府、电商、农户、院校多方联动，推动返乡年轻人成为创富主体，带动形成以共同富裕为目标、以行政村为具体单位、以 C2M（用户直连制造）模式为特色、以线上线下融合为主要销售手段的乡村生产基地。

按照 2019 年底宣布的“苏宁乡村振兴 521 计划”：未来十年，苏宁将在乡村地区布局 5000 个苏宁村、2000 个县级苏宁易购中华特色馆、10 万家苏宁零售云门店。将以苏宁村、苏宁易购中华特色馆、苏宁易购零售云、苏宁推客等业务为载体，联合社会力量推动农村产业升级，并为返乡以及在地农村青年创业就业提供更多支持，全面助力乡村振兴事业的深入发展。

## 三、多方着力破解消费扶贫持续推进难题

消费扶贫对于推进全面脱贫与乡村振兴有效衔接、探索建立解决相对贫困的长效机制具有重要意义，应结合以苏宁为代表的民营企业的创新实践，着手解决制约消费扶贫进一步发展的因素，把以消费扶贫推进贫困地区乡村产业振兴作为工作重点，推进扶贫产品和市场的有效对接，参与国内大循环和市场化的大竞争。

一是推动贫困地区产业品质化品牌化发展。建议借助东西协作消费扶贫，帮助贫困地区建立优质生产基地、打造品牌，提高农产品附加值。一方面，围绕初级农产品生产提质增效做文章：通过更高标准的生产方式提高品质，如发展有机农产品种植，提高农产品本身的价值，进而提升附加值；以更精细的分拣、分级和更精致的包装打入不同层次的细分市场，获取差异化市场的超额利润；因地制宜抓紧时机打造拥有本地特色的产业品牌，并通过宣传广告等营销手段来扩大品牌效应，通过品牌化提高产品的市场认可度和美誉度，依靠品牌溢价提升附加值。另一方面，延长产业链，在以消费扶贫推进生鲜初级农产品销售的同时，发展农特产品精深加工，在做好一产的同时，“接二连三”，促进一二三产业融合发展。

二是加大支持培育力度，完善产业发展利益联结机制。

应围绕有潜力的特色产业，依靠龙头企业、合作社等更具有能力的主体，从提升产业链竞争力和带贫能力着眼，加大信贷、用地、发展奖补等支持政策。大力提高产业组织效率，完善产业扶贫组织模式和利益联结机制，引导龙头企业等市场化主体积极对接贫困户，开展技能培训、提供就业岗位，将消费扶贫的政策红利、市场红利真正落到贫困地区的扶贫产业发展、贫困人口的增收脱贫上，实现稳定且可持续的脱贫。

三是改进扶贫产品供应链系统。扶贫产品供应系统涉及硬的基础设施和软的社会服务，应多方协同发力，改进和提升扶贫产品供应链系统，补足深度贫困地区供应链短板。需加大对深度贫困地区关键基础设施的投资，尤其是对供应链十分重要的网络、道路、仓储与冷链建设，提升供应管理效率。建设公共信息发布平台，为扶贫产品生产者、销售者、购买者提供信息发布、数据统计等服务。**（新华社经济分析师田春、徐海燕、吴琼 ）**

## 大理宾川：家乐福直采+拼购铸造电商传奇

云南省大理州的宾川县，曾经属于中国 14 个集中连片的特困地区，是本省扶贫开发的重点县，另一方面又是以物产丰富著称，是“中国葡萄之乡”“中国柑桔之乡”直至“中国水果之乡”。最近几年，在北京苏宁家乐福门店里，有种经常被市民围观抢购的红提总是娇艳欲滴。它们就来自宾川，每一颗都曾在金沙江干、热合谷南岸沐浴过阳光。

红提之旅，从滇西边境到首都，3000 多公里的跨越。对苏宁人或许是一小步，对宾川人却是一大步。

### 给乡村经济接榫电商文明

水果是保质期很短的产品，种植户最怕卖不出去，如果遭遇滞销，这批货基本全毁了。但在城市，还是有很多人抱怨水果太贵。一方卖不出去、另一方吃不起的现象仍然间或存在。

而如今，新鲜的宾川红提，正在全国两百多个家乐福门店售卖。红提并非宾川唯一的热卖水果，甚至不是它唯一的热卖葡萄种类。作为“南国吐鲁番”，宾川仅优质葡萄种植面积就达 16.24 万亩，拥有夏黑、阳光玫瑰、红提、克瑞森等多个品种，是全国最大的县级早熟鲜食葡萄生产基地。其中，“宾川红提葡萄”早在 2013 年便成功注册“中国地理标志证明商标”。宾川葡萄不仅成熟上市早、鲜果供应期长，果大均匀、色泽温润、糖分充足、细嫩甜脆。

这一切，源于宾川的地理位置和气候条件：适宜高品质、原生态的农产品栽培。“国家级出口食品农产品质量安全示范区”“国家农产品质量安全县”“有机产品认证示范创建区”……是它先后斩获、当之无愧的殊荣。

农业生产只是农业做大的一个步骤。得天独厚的资源禀赋，还不足以闭环经营体系和品牌体系。同样归源于地理条件和气候条件，很多农产品在早前只能是“本地宝”，因为物流供应链成本太高，也缺乏专业的规模化的平台。从高原农场到都市餐桌，还有很长很长的路要走。宾川后来的传奇故事，离不开现代电商的助力加持。

曾几何时，进城需要步行山路 40 分钟、再坐车两小时；不但泥石流隐患突出，运送物资，人背驴驮亦是寻常之事。“一方水土难养一方人”，是宾川县钟英傈僳族彝族乡赵卡拉村百千年来的实际状况。单靠农业社会的遗产与经验，无法接榫互联网时代的现代文明。

宾川隶属云南大理白族自治州。大理是旅游圣地，是文青心中的诗和远方。但直到 2018 年脱贫摘帽，这个远方的日常生活一度与诗无关。一步一步的拼搏，一点一点的进步。在乡村振兴的艰苦战斗中，苏宁始终是那个参与者和见证者。

## 数字化扶贫托起的生鲜梦

“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来”。封建帝王才能专享的服务，如何标配寻常百姓？要让这些在北纬 25° 生长的红提，第二天饱满而晶莹地出现在全国 200 个家乐福，再也不能靠人背驴驮了。

家乐福直采的优势不仅在“快”。这个模式可减少中间流通环节、降低成本，最大限度让利给消费者和农户。以红提为例，与其他渠道同样品质的水果相比，他们的价格差不多只有人家的一半。

自打 2008 年开始，苏宁家乐福对宾川红提直接采购。短短三年时间就高达 1100 吨。原产地直采，还意味着可以与农户的合作，在起点就改进种植生产技能，开展种植基地的合作建设，共同锻造可持续发展的生态链条。

布局家乐福之外，苏宁还在宾川拓展拼购业务。2020 年是我国脱贫攻坚决战决胜之年，而消费扶贫，是社会力量参与脱贫攻坚的重要门径。近年来，苏宁积极尝试，致力于推动消费扶贫数字化升级，进而推进贫困地区产业发展纳入国内“大循环”体系。2020 年 7 月 17 日，苏宁拼购与宾川县政府定下“年销 1 亿斤”的采购合作项目。毫无疑问，这将推动宾川的柑桔、石榴、百香果等优质水果上线苏宁平台。

“农业产业化、农品品牌化、农入专业化”。目前，苏宁已经在云南的泸水、武定、怒江等拥有

5 座拼基地,惠及农户数十万人。这些基地的特色农产品，通过苏宁拼购、苏小团等平台，销往全国各地。

促醒“造血”而非简单“输血”。苏宁扶持宾川电商产业，免费培训电商人才。2017 年，宾川籍大学生陈道明，返乡入行电商创业。但“试水”之初，他并不敢轻易涉足生鲜品类。2020 年 7 月，苏宁拼购在全国大力布局特色产业带，践行集团董事长张近东先生“以人为本”“乡土情怀”的理念、重点帮扶新知识结构的返乡年轻人。陈道明和同事们正是瞅准这个机会快速响应，“宾果儿拼购旗舰店”顺利搭车苏宁拼购。

作为苏宁旗下社交电商平台，苏宁拼购绕过中间环节，精简供应链，以“产地直卖”模式搭建起农产品上行的便捷通道。目前苏宁拼购已初步形成由 60 个苏宁村、23 个产业基地、85 个拼拼农庄以及 71 个拼拼工厂组成的“直卖矩阵”。2020 年“618”期间，苏宁村农产品销售超过 1.5 亿，产业带商品销售超过 3.3 亿件。

脱贫之后，致富路上还有哪些困难和问题？带动落后地区特色农副产品销售、拓宽贫困户增收渠道方面，民营企业还能有哪些创新做法？作为行业巨人，苏宁联合新华社中国经济信息社，于 2020 年 9 月在宾川研讨“消费扶贫数字化升级助力乡村产业振兴”，向社会发布了相同主题的调研报告。脱贫不是终点，而是经济腾飞的起点。消费扶贫数字化的不断升级，苏宁从来没有放下过道义肩负。

## 后小康时代的“521”计划

跟农产品上行同样重要，工业品下行，是乡村振兴、消费扶贫中同的另一条主线。针对宾川这样的县镇市场，苏宁开放智慧零售开放平台即零售云，对外输出供应链、物流、场景、金融和技术等核心能力，帮助下沉市场商户数字化转型。

“接入零售云，轻松做老板。”是很多经营户说顺了嘴的一句话。位于宾川县城繁华商圈的苏宁易购零售云店，前身是一家在当地经营多年的传统电器店。年轻的店主陈倩倩姑娘，正是诸多互联网成功转型的代表。而陈倩倩这样的零售云门店，全国有近 7000 家。

2020 年 5 月，一个概念重新引起公众关注。被称为“用户直连制造”的 C2M，因疫情导致的线下经济低迷，反而成就了传统企业的突围自救。作为新型工业互联网电子商务的商业模式，它其实早就被苏宁用于推动乡村振兴。2015 年 9 月，苏宁与国务院扶贫办签订电商扶贫战略合作框架协议，从此苏宁人依托线上线下优势，探索出一套带有 C2M 色彩的助农富农新模式。

全国人大代表张近东在两会期间建议：“要进一步统筹资源，政府、电商、农户、院校多方联

动，推动返乡年轻人成为创富主体，带动形成以共同富裕为目标、以行政村为具体单位、以 C2M（用户直连制造）模式为特色、以线上线下融合为主要销售手段的乡村生产基地。”

按照张近东宣布的“苏宁乡村振兴 521 计划”，未来十年，苏宁将在乡村地区布局 5000 个苏宁村、2000 个县级苏宁易购中华特色馆、10 万家苏宁零售云门店。

扶贫引路是永恒主题，苏宁的模式创新和业务创举却没有固定边界。新冠肺炎疫情爆发后，苏宁启动应急机制，将云南菜农阻隔在地里的蔬菜捐助到湖北抗疫一线。事实上，早在 2018 年，丽江永胜大蒜滞销，蒜农面临损失，苏宁就帮助蒜农 3 天直接销售 300 多吨、间接销售 2000 多吨。

苏宁的扶贫战略，不仅是兑现社会责任，也等于接通盘活自己的群众基因与社会血脉。它每一个扶贫创新，都不仅收获微观和具象意义，也等于按照“大产业 + 新主体 + 新平台”发展模式，呼应以农业供给侧结构性改革的大洪流。

宾川葡萄、宾川柑橘、宾川石榴、宾川苹果、宾川冬桃、宾川黑腰枣、拉乌核桃、宾川火龙果、宾川枇杷……相信有了苏宁为之“点睛”“插翅”，并且加油和托举，宾川群众脱贫致富、乡村振兴的幸福果实将惠及全国更多地方。**（新华社经济分析师吴琼）**

## 一周回顾

### 政策动向

#### 全国乡村治理体系建设试点示范工作阶段性成效显著

12 月 11 日，中央农办、农业农村部在江苏省南通市海门区召开全国乡村治理体系建设推进会，贯彻落实党中央、国务院对乡村治理的决策部署，交流乡村治理试点示范工作情况，部署进一步推进乡村治理体系建设。中央组织部、民政部等部门有关负责人参加会议。从会上获悉，全国乡村治理体系建设试点示范工作取得显著的阶段性成效。

#### 全国食用农产品合格证制度试行工作现场推进会在江苏召开

12 月 11 日，农业农村部在江苏常州召开全国食用农产品合格证制度试行工作现场推进会。农业农村部副部长于康震出席会议并强调，要认真贯彻落实党的十九届五中全会精神，以一抓到底的决心、更加有力的措施推进合格证制度全面试行工作，确保取得如期目标，推动提升农产品质量安全水平，满足群众高品质生活需要。

### 中国农业企业家峰会在北京举办

12 月 12 日，由农民日报社、江苏省盐城市人民政府、中国农业风险管理研究会联合举办的 2020（首届）中国农业企业家峰会在北京召开。本次峰会以“国内国际双循环与农业企业新机遇”为主题，深入学习贯彻党的十九届五中全会精神，分析研判新发展格局和全面推进乡村振兴背景下农业企业面临的新机遇，探讨“十四五”时期农业企业家的新担当，为助力我国农业高质量发展、加快农业农村现代化贡献智慧。从今年开始“中国农业企业家峰会”将每年举办一届，致力于成为观察研判我国农业产业化发展进程的“风向标”。

### 大商所就生猪期货合约及相关规则征求意见

近日，中国证监会网站发布信息，生猪期货将于 2021 年 1 月 8 日在大连商品交易所正式挂牌交易。12 月 12 日，大连商品交易所（下称“大商所”）发布公告，就生猪期货合约及相关规则公开征求意见建议。

## 地方动态

### 2020 年东北黑土地保护与利用高峰论坛在京举行

近日，“2020 年东北黑土地保护与利用高峰论坛暨第六届梨树黑土地论坛”在北京会议中心召开。本次论坛以“加强政产学研金协作，齐力推进黑土地保护与利用”为主题，由吉林省人民政府、农业农村部、中国农业大学、中国科学院共同主办，中国农业大学和吉林省梨树县人民政府联合承办。

### 2020 年农垦市场化改革和企业化经营培训班在成都举办

近日，中国农垦经济发展中心、中国农垦经济研究会在成都新津联合主办 2020 年农垦市场化改革和企业化经营培训班，深入学习贯彻党的十九届五中全会精神，准确把握“十四五”农垦改革和国企改革的新举措新要求，促进农场产业转型升级和三产融合发展。

### 山东德州市宋家镇　畜牧业成为农民增收突破口

山东省德州市陵城区宋家镇坚持把加快畜牧业发展，作为加快农民增收和乡村振兴的突破口，近年来通过组织养殖大户外出参观学习，大力引进优良畜禽品种，推广先进畜牧兽医技术，以调整优化畜牧业内部结构，不断促进群众增收。

## 新希望六和60万头生猪养殖项目在四川盐源县开工

近日，四川省凉山州2020年重点项目——新希望六和股份有限公司盐源县60万头生猪养殖项目开工仪式在盐源举行。该项目占地面积4007亩，采用“公司＋农户”的模式建成规范化养殖场，项目投资概算为7.9亿元，预计工期150天。该项目建成后将养殖2.7万头祖代及二元母猪，为四川省单体规模最大的种猪场，年出栏仔猪60万头，并配套饲料、屠宰深加工及冷链运输一体化项目。

## 陕西：超400万建档立卡贫困群众享受产业帮扶支持

记者10日从陕西省农业农村厅了解到，来自陕西省脱贫攻坚大数据平台的数字显示：近五年来，陕西全省建档立卡贫困户中，已有125.68万户、405.69万人享受到了产业帮扶各项政策支持，产业扶贫成为陕西打赢脱贫攻坚战役的重要抓手。

## 贵州省累计完成农村劳动力技能培训76.16万人

记者从贵州省人力资源和社会保障厅获悉，截至11月，贵州省今年已累计完成农村劳动力技能培训76.16万人，其中建档立卡贫困劳动力49.15万人，实现就业创业34.72万人，易地扶贫搬迁劳动力16.67万人，实现就业11.72万人。

## 西藏解决偏远乡镇无人自动气象站“看护难”问题

记者从西藏自治区气象局获悉，今年以来，西藏自治区气象局在全区490个乡镇设立气象观测扶贫公益岗585个，此举不仅有效解决了偏远地区无人自动气象站看护管护难的问题，同时也助力脱贫攻坚，增加贫困群众收入。

## 山西将严查农村地区假冒伪劣食品

山西省市场监管局日前对外发布消息称，山西省市场监管、公安、农业农村、商务、供销社将在全省范围内联合开展为期一年的农村假冒伪劣食品专项执法行动。

## 海南建立完善防止返贫致贫帮扶机制

记者从海南省扶贫办获悉，海南建立完善防止返贫致贫的帮扶机制，对具备发展产业条件、具有劳动能力以及无劳动能力的边缘户分类施策开展精准帮扶，并在全省推广防贫综合保险。

## “十三五”期间甘肃1251万群众饮水安全保障水平获改善提升

记者9日从甘肃省水利厅获悉，“十三五”期间，甘肃省通过调水联网、净水提升等行动，使

1251 万余名群众饮水安全保障水平得到改善和提升，其中建档立卡贫困人口占 166 万人。

### 江苏 425 个农业农村重大项目投产达效

近日，江苏农业农村重大项目招商说明会在上海召开，活动旨在对接长三角和国内外市场主体、社会资本、金融机构，推介农业农村重大项目，搭建沟通服务平台，招引更多企业、投资人到江苏投资兴业。目前，全省在建农业农村重大项目近 1000 项，计划总投资超 2200 亿元，已完成投资超 900 亿元，425 个项目投产达效。

### 每日优鲜联手青岛探索生鲜产业一体化新路径

近日，山东青岛市政府与每日优鲜集团在青岛举行总部项目签约仪式。青岛国信、阳光创投、青岛市政府引导基金组成联合投资主体，向每日优鲜战略投资 20 亿元。这是迄今为止生鲜电商在地方落地的最大规模战略投资。

## 农业数据

**1461 亿元**—为支持打赢脱贫攻坚战，财政部持续加大投入力度，今年安排财政专项扶贫资金达 1461 亿元。

**2800 多亿元**—2018-2020 年共安排支持“三区三州”等深度贫困地区增量资金 2800 多亿元。

**560.2 亿元**—2019 年，农业保险为 1.91 亿户次农户提供风险保障，向 4918.25 万户次农户支付赔款 560.2 亿元，承保和理赔户次均居全球第一。

**1.4 万个**—预计到今年 12 月底，将支持超 9000 个新型农业经营主体在农产品产区新建或改建 1.4 万个仓储保鲜冷链物流设施，规模将超过 600 万吨。

## 重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。