

广西精准脱贫攻坚简报

2019年第11期（总第234期）

广西壮族自治区扶贫开发办公室编

领导批示

广西深入推进扶贫宣传工作

自治区党委宣传部坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真学习领会和贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作的重要论述，深入推进扶贫宣传工作，为全区打赢脱贫攻坚战凝聚强大精神动力，营造良好舆论氛围。

一是深入学习宣传研究阐释习近平总书记关于扶贫工作的重要论述。把习近平总书记关于扶贫工作的重要论述列为全区理论学习重点内容，把《习近平扶贫论述摘编》作为全区各级党委（党组）理论学习中心组专题学习必读书目。及时向各地各部门赠阅脱贫攻坚理论书籍，推动广大干部群众学习掌握。组织广西马克思主义理论研究

和建设工程基地专家学者在中央和自治区党报党刊发表脱贫攻坚理论文章，推进理论宣传普及。把习近平总书记关于扶贫工作的重要论述作为理论研讨会的重要专题。组织专家学者开展以脱贫攻坚为主题的哲学社会科学规划课题研究 100 余项。在广西广播电视台《说事论理》《凡事说理》等理论大众化节目中策划专题解读。组织指导各地各部门开展常态化理论宣讲，深入村屯宣讲习近平总书记关于扶贫工作的重要论述和乡村振兴战略的重要思想。

二是全方位宣传报道脱贫攻坚工作。每月组织中央和自治区新闻媒体召开新闻协调会，研究策划选题，重点部署安排脱贫攻坚宣传报道。统筹做好传统媒体和新媒体宣传同步策划推进，在重要版面、重要时段深入宣传脱贫攻坚媒体融合报道。组织自治区主要新闻媒体统一开设“决胜脱贫攻坚 我身边的故事”“我奋斗 我幸福 脱贫故事”“砥砺奋进的五年 聚焦精准扶贫”等有分量的专题专栏。重点报道脱贫攻坚阶段性重大主题或典型，形成强大声势，如“驻村蹲点看扶贫”采访报道活动、全国脱贫攻坚模范蓝标河同志先进事迹报告会等。据统计，2015—2018 年，广西日报发稿约 7041 篇，广西广播电视台电台播发稿件 2300 篇（次）、电视台播出稿件约 13100 篇（次）。同时，积极邀请人民日报、新华社、光明日报、经济日报、中央广播电视总台等中央媒体对广西脱贫攻坚进行报道。

三是开展扶贫主题文艺创作。围绕广西脱贫攻坚生动实践，支持文艺院团开展扶贫主题文艺精品创作。2015 年以来，投入近

5000 万元，以脱贫攻坚先进人物为原型创作了现代壮剧《第一书记》《我家住在铜鼓岭》、广播剧《连心湖》、电影《又是一年三月三》等一系列扶贫主题文艺作品，取得较好社会效益。2018 年，实施广西当代文学艺术创作工程三年规划，将反映边疆人民脱贫攻坚、团结奋斗的音画舞蹈诗《扶贫路上》、大学生村官电商扶贫电影《中国绅士》等列入重点扶持项目。组织各级文艺院团赴贫困山区、偏远农村、易地扶贫安置点等演出。组织自治区文化名家到贫困地区开展文化帮扶和志愿服务，用优秀文艺作品扶志扶智，为脱贫攻坚凝心聚力、鼓舞民心。

四是围绕脱贫攻坚主题做好图书出版和农家书屋建设。指导出版单位出版 100 多种“三农”题材图书，并资助出版一批记录、宣传扶贫和面向农家书屋的图书，如《挺进大石山·中国广西精准扶贫纪实》等。加强农家书屋建设，每年向全区 1.5 万多个农家书屋有针对性地补充和更新出版物，将党的扶贫政策和脱贫攻坚成果推送到贫困地区。以农家书屋为平台，开展扶贫宣讲培训、读书心得演讲等活动，营造良好的阅读学习氛围。深入贫困山村开展流动售书活动，为 75 家县级新华书店配备流动售书车，售书网点延伸至每个乡镇。在全区民族地区村屯实施“农家书架”惠民工程，向 70 多个市县乡镇、村屯的扶贫点赠送 400 多个农家书架。每年组织区内出版单位和新华书店集团向农家书屋和群众赠送优秀桂版图书，2015—2018 年共捐赠出版物 10 万余册（盘）。

五是创建精神文明助力“精神脱贫”。重视精神文明建设激发

贫困群众脱贫致富的内生动力。在乡村主要街道、村级公共文化服务中心等人员密集场所建立社会主义核心价值观和“中国梦”宣传展示栏、善行义举榜、主题公园等。推动乡村“一约四会”建设，深入开展星级文明户、文明家庭等创建活动，选树身边先进典型，树立崇德向善、见贤思齐的鲜明导向。推进乡村学校少年宫建设，实现贫困县每个乡镇均有 1 个的目标。开展关爱深度贫困地区儿童活动，举办“相伴快乐成长”深度贫困地区儿童夏令营等活动。

六是营造人人参与脱贫攻坚的浓厚氛围。大力推荐和选树了蓝标河、莫文珍、陈开枝等一大批在全国、全区有影响力的脱贫攻坚先进典型，组织区直主要媒体开设专栏连续宣传报道，在全社会营造奋发图强、勤劳致富的浓厚氛围。牵头主办“攻坚——全区脱贫攻坚先进事迹主题情景报告会”，网络直播浏览量达 124.3 万人次，在全社会引起热烈反响。在全区各地利用城乡公路沿线、乡村主干道醒目位置设置宣传牌和宣传标语，利用街道中心户外显示屏、乡村宣传栏、广播、板报，发放宣传折页、挂图等，让脱贫攻坚工作家喻户晓、人人皆知。在革命老区、边境地区、民族地区大力组织实施“国旗工程”，助力当地脱贫攻坚。精心组织开展每年的“三下乡”活动，并探索实现常下乡、常在乡，有力推动扶贫资源向贫困地区流动、扶贫项目精准有效对接。强化脱贫攻坚社会宣传绩效考评，推动各级加大扶贫宣传力度。

七是对外讲好广西脱贫攻坚故事和扶贫成就。组织外宣媒体持续开展脱贫攻坚主题宣传。2015 年以来，广西广播电视台北部

湾之声播发扶贫稿件 635 篇，广西广播电视台国际频道合作拍摄播出扶贫减贫纪录片 5 部 300 分钟，《荷花》杂志公众号推送相关文章 455 篇，在香港文汇报、大公报的专版宣传广西脱贫攻坚工作和扶贫成就。在自治区成立 60 周年港澳系列宣传文化活动中，自治区党委书记鹿心社和自治区省委常委、宣传部部长范晓莉亲自向港澳各界宣介广西脱贫攻坚工作取得的成就。边境县市区的口岸、边贸互市点的宣传栏、国门书店、LED 屏都摆放、滚动播放广西脱贫攻坚的相关内容。《相约广西》形象宣传片生动反映广西各族人民脱贫致富的幸福感和获得感。每年“境外媒体看广西”采访活动重点宣传报道广西部分地区脱贫摘帽后的新风貌。

（自治区党委宣传部 李远远）

邕宁区创新消费扶贫多元模式

邕宁区积极探索消费扶贫多元模式，形成全社会共同参与的浓厚氛围，促进贫困人口稳定脱贫和产业持续发展。

一是创新推出“邕宁自造”特色品牌。2017、2018 年连续两年参加“第一书记”名特优产品专题展销会，“第一书记”带头吆喝卖“土货”，为本村镇农特产品代言，为贫困户和农村产品销售搭建平台，拓展“邕宁自造”的“滋味”“趣味”“品味”“风味”品牌价值。

二是引导企业参与消费扶贫。新江镇新乐村村民黄炳珠创建创丰吴茱萸合作社，带领那贡坡移民种植吴茱萸，与中草药收购

商签订协议，实行订单式种植，2017年为村民分红83万元、2018年分红170万元；带领当地村民开发食用菌、竹鼠养殖等产业，与相关餐饮企业签订协议，保障销路无忧。那楼镇时宜公司以“政府支持推动、市场经营运作”为原则，整合资金建设三江村现代桑蚕产业示范园，通过投融资平台和吸纳那楼镇1453户贫困户小额贷款2480多万元，建设36栋先进桑蚕养殖设施，着力打造现代化“扶贫车间”。

三是借助特色节庆、乡村旅游带动消费扶贫。以旅游为载体，举办邕宁区土特产展销会，形成“土特产一条街”，宣传当地土特产品。借助百济镇红星村“百味坛里”乡村旅游综合体，重点推荐国家地理标识产品“百济芝麻鸭”，着力打造“生态乡镇、宜游宜居、农旅结合”特色旅游。2018年，百济镇全镇出售“百济芝麻鸭”130万羽，年产值1亿多元，惠及全镇约80%贫困户。此外，乡村体验游、采摘游、那楼镇“壮药养生节”等活动，在带动农产品销售的同时，还为当地贫困户提供了就业岗位。

四是打造线上线下爱心集市推进消费扶贫。创建“土货网”“土野网”等网络平台，结合农村淘宝、电商平台，专门销售本地名特优农产品，并在线下开设实体店，帮助贫困户解决销路问题。建立多个专属“土货”微信群，在群内共享土货资源，及时发现并帮助贫困户销售农产品，将利润最大程度留给贫困户。那楼镇屯了村“扶贫爱心集市”不仅为当地贫困户销售农产品提供了销售渠道，而且成为市民踏青赶集的好去处，增加了贫困户收入。

五是帮扶单位和干部助推消费扶贫。帮扶单位和干部利用自身资源，帮助贫困户销售农产品。百济镇南华村残疾贫困户梁增夫妇，在帮扶干部的推销和帮助下，仅 2018 年 12 月便销售沃柑 3800 斤、鸡鸭 120 只，获得收入 2.3 万元。蒲庙镇联团村集体经济产业园经常向社区、帮扶单位、小区等发布农产品销售信息，在接到订单之后组织村民采摘，将最新鲜农产品直接送到消费者手中，不仅让农户获得更高收入，而且充实了村集体经济。

（邕宁区脱贫攻坚信息宣传办公室 覃 捷）

大化县实施三大消费扶贫举措

大化瑶族自治县积极探索消费扶贫机制，通过提升高端农产品共计水平和质量、联运促销、美食驱动三大措施，打通制约消费扶贫的痛点、难点、堵点，促进扶贫产业提质发展，实现群众增收脱贫。

一、提升高端农产品供给水平和质量

依托优越的资源禀赋，将大力发展绿色食材、生态食材产业作为脱贫攻坚的重点扶贫产业，出台一系列扶贫产业发展奖励扶持政策，引导鼓励贫困群众大力开展生态特色种养。

加强生态食材质量监管和品牌建设。强化农业标准化生产，制定出台七百弄鸡、两性花毛葡萄等系列农产品标准化生产技术规程，建立 6 个以“三品一标”生产为主导的区、市、县、乡、村

五级农业标准化生产示范园区，辐射带动全县农业标准化生产。建立质量追溯体系，破解农产品质量监管难题，确保原生态环境农产品美味、安全、健康、质优、高端，打造无公害特色农产品品牌。2016年以来，先后有七百弄鸡、七百弄山羊、大化白玉薯通过国家地理标志保护产品认证；“瑶香里”牌大米、“九娘河”牌沃柑、“金沃妙果”牌沃柑成功通过富硒产品认证。全县“三品一标”农产品已达26个，大化荣获“中国绿色食材基地”、“全国生态食材示范基地”称号。

二、联动促销扶贫产品上行增收

一是建立管理运营机制，促进消费扶贫工作常态化。县委、县政府组建推介营销工作领导小组，一方面在南宁金桥农产品批发市场等地开设大化生态农产品销售店开辟市场，另一方面出台农产品销售奖励政策，对销售扶贫农产品按照规定规模、数量给予相应奖励。投资2000万元，在部分乡镇和行政村建设电子商务乡村服务站点，构建从田间、扶贫车间到加工、储运、销售新型流通体系。

二是推进电商进农村，促进特色农产品销售。建设20000平方米中国红水河长寿养生电子商务城，打造红水河流域电子商务运营中心，吸引企业、农民参与，推动电商业发展。对入驻电商城的企业和创业者，除免除两年以上场地租金及在电商城附近提供廉租房外，给每人提供1000元以上的电子商务创业就业培训经费，目前已吸引20多家企业入驻运营。板升乡白玉薯依托国家农

产品地理标志保护认证品牌、康养生态食材声誉，形成线上线下融合流通的销售局面，全乡销售白玉薯及白玉薯粉丝 85.62 万斤，收入 147.3 万元；全乡种植白玉薯的 408 个贫困户，户均增收 0.35 万元。开展电子商务订单式农业收购活动。入驻企业广西汇君发展文化有限公司与大化板升、雅龙乡、都阳、六也等 8 个乡镇签约订购扶贫产品，收购黑豆 6.43 万斤，甜玉米 0.78 万斤，收购金额 200 多万元，惠及 946 户贫困户。

三是鼓励引导帮扶单位、城乡学校购买扶贫农产品。全县干部职工每人购买七百弄鸡 5—10 羽，共消费七百弄鸡 6 万多羽。北投集团职工认购帮扶村黑香猪等扶贫农产品 19.36 多万元，帮助推销扶贫农产品约 20.4 万元。大唐岩滩公司、大化总厂职工食堂采购旱藕粉丝、食用菌、红皮花生等农产品 516 万元。大唐广西分公司购买农产品共计约 11.4 万元，联系爱心企业帮助大化销售农产品 9.4 万元。七百弄实验学校及县城区学校每天消费七百弄鸡达 600 余羽。

四是将消费扶贫纳入东西部扶贫协作框架。每年坚持到深圳宝安区推介七百弄鸡等大化特色农产品，如赴“网红”精品超市盒马鲜生和大型超市天虹商场进行考察对接，开拓销售渠道。如在 2018 年“双 12”，宝安区各超市即购买七百弄鸡 2.5 万余羽、近 200 万元。

三、美食驱动扶贫融合发展

发挥长寿、生态和民族特色优势，把美食作为支点，促进特色农业、餐饮业、旅游业等相关产业融合发展，形成具有大化特

色的产业链、产业群。一是美食带动餐饮业快速发展。立足“中国长寿之乡”品牌及良好的生态食材，成功创建“中国长寿特色美食之乡”“中国康养美食之乡”；推出“壮瑶大席”等地域名宴及韭鲜汤等上百个特色名菜，深受欢迎。二是餐饮业、旅游业与特色农业快速融合发展，促进消费扶贫。2018年，全县新办餐饮店423家，新增从业人员1093人；接待国内外游客人数170万人次，旅游总消费22亿余元，同比增长36%；七百弄布努人家农家乐向旅客销售黑豆、红豆、黄豆达15万斤，销售黑土猪近200头，销售七百弄鸡达4000多羽。

（大化县脱贫攻坚指挥部宣传专责小组 韦 哲）

报：国务院扶贫开发领导小组办公室及24个定点帮扶广西的中央国家机关和有关部门，自治区党委、人大、政府、政协领导，自治区高级人民法院院长、自治区检察院检察长，自治区党委办公厅、人大办公厅、政府办公厅、政协办公厅。

送：自治区扶贫开发领导小组成员，区直、中直驻桂定点帮扶单位及各民主党派广西区委和自治区工商联，驻桂军警部队，各市市委书记、市长、党委政府分管扶贫工作的领导，各县（市、区）委书记、县（市、区）长、党委政府分管扶贫工作的领导，各市、县（市、区）党委办公室、政府办公室、党委组织部、扶贫开发领导小组办公室，驻村扶贫工作人员及自治区下派挂职干部，各有关新闻单位。

广西壮族自治区扶贫开发办公室

2019年3月21日印发

联系人：薛辉 王秋雅 联系电话：0771—2898117 投稿邮箱：gxtpxcb@163.com