

竹叶村里的“花样经济”

通讯员 何丹



盛夏时节,沿着蜿蜒的通村道路走进生态美、环境美、精神美的竹叶村,一片片盛情开放的“向日葵”映入眼帘,璀璨夺目的金色花朵,在夏日的微风中摇曳身姿,吸引大批游客前来观光,拍照留念。

竹叶村坐落于镇坪县牛头店镇境内,曾经的竹叶村山大沟深,令人兴叹,“连峰际天兮,飞鸟不通。游子怀乡兮,莫知西东。”如今,绿树环绕,屋舍俨然,路网延伸,车辆驰骋,这片昔日的穷山沟依托生态农业旅游产业,大力发展生态观光、休闲农家乐,使当地群众享受到了实实在在的实惠。

眼下正是竹叶村四百多亩油菜相继开花的时节,游客纷至沓来让往日平静的山村热闹了起来。今年近60岁的老张从没有想过乡村旅游会发展得这么红火。

老张是竹叶村土生土长的农民,家庭条件困难。在脱贫攻坚中,全村包括老张在内的382人被列入建档立卡贫困户。面对竹叶村贫困落后的现实情况,该镇对竹叶村进行了一次大体检,最终将该村脱贫诊疗方案定为——发展乡村生态旅游。

借着竹叶村美丽山水脉络等独特风光,该镇联合帮扶部门,相继投入80余万元,探索建设起由百亩油菜观光园、百亩樱桃采摘园、百亩李子观光园和百亩特色民居体验园四部分组成的竹叶村田园综合体。

在帮扶部门的帮助下,老张将土坯房改造成特色民居,开办起了农家乐,随后又在自家地里种上了油菜,栽上了李子树和樱桃树。

七月底到八月初,向日葵进入盛花期,金灿灿的花朵竞相开放,勾勒出一幅幅美丽画卷。

围绕生态观光旅游,牛头店镇与市场监督局合力布局,充分利用向日葵观光旅游带来的人气,成功举办“镇坪县第二届长寿文化之乡 长寿美食乡村土灶‘一锅炖’大赛”等活动。倾力打造“花开了,游竹叶”观光旅游品牌,吸引大量游客观光旅游,辐射带动周边产业发展,积极发展乡村美食、特色民宿、本土农副产品等农旅结合产业,打造多元、复合的产业格局,在做足特色观光旅游文章的同时,让村民们在“美丽经济”中尝到甜头。



工业运行态势如何、中小企业现状怎样、未来5G如何推进?

工信部有关负责人回应热点话题

今年以来,面对罕见疫情和世界经济衰退带来的冲击,中国经济走过了极不平凡的历程。重重挑战下,工业运行态势如何,发生怎样的变化?中小企业现状怎样,能否渡过难关?疫情加速数字化发展,未来5G如何推进?

在近日于京举行的国新办发布会上,工信部有关负责人对社会关注的热点话题进行回应。

“主要指标走出谷底,新产业、新业态逆势增长,工业经济运行呈现积极变化。”发布会上,工信部副部长辛国斌用这句话概括上半年我国工业发展走势。

上半年,疫情对工业经济运行造成了前所未有的冲击。国家研究出台各项应对举措,稳妥有序推动复工复产,企业积极应变、迎难而上,工业经济发展呈现积极变化。

数据显示,二季度全国规模以上工业增加值同比增长4.4%,主要指标明显改善,企业预期企稳向好,前5个月规模以上工业企业营业收入利润率达到5%。

“41个工业大类中,二季度有超过半数行业实现正增长。其中装备制造业5.6两个月增加值增速分别达到9.5%和9.7%。”辛国斌说,工业经济稳步回升,运行回归正常轨道。

与此同时,上半年高技术制造业增加值增长4.5%,新业态逆势增长,体现出了工业经济的韧性与活力。

辛国斌认为,下半年工业运行将呈现回升态势,但也应高度关注国际疫情蔓延对工业平稳运行带来的影响,要充分挖掘内需潜力和深化改革开放,努力在危机中育新机,于变局中开新局。

中小企业是稳就业的主要渠道,是保产业链稳定的重要环节,是保市场主体的关键所在。一段时间以来,各地各部门出台一系列政策措施,帮助中小企业有序复工复产、渡过难关。

辛国斌指出,我国及时出台阶段性、有针对性的减税降费政策,降低企业用电用气成本,今年以来减税降费已累计超过1万亿元。加大清欠和清理规范涉企收费力度,上半年已清偿政府部门和大型国有企业无分账款项827亿元。

“我们加大力度优化涉企服务,引导更多中小企业走‘专精特新’的发展道路。”辛国斌说,据不完全统计,截至6月底,各地中小企业服务机构举办服务活动超4万场次。

数据显示,上半年规模以上中小企业增加值降幅比一季度收窄10.3个百分点,前5个月利润降幅比一季度收窄21.7个百分点。

“下一步,工信部将发挥协调机制作用,帮助中小企业纾难解困、渡过难关。”他说。

5G牌照发放已一年有余,网络建设进展如何?

“我国大力推动5G研发与应用,5G发展呈现加速态势。”工信部信息通信发展司司长闻库说,近期,每周平均新建开通5G基站超过1.5万个。截至6月底,三家基础电信企业在全国已建设开通5G基站超40万个。

截至目前,国内已有197款5G手机终端获得入网许可。5G的发展也带动了集成电路产业的发展。上半年我国集成电路产量超过1000亿块,同比增长16.4%。闻库表示,工信部将推动基础电信企业加快构建覆盖全国、技术先进、品质优良的高质量5G网络,加快推进主要城市的网络建设,并向有条件的重点县镇以及一些农村逐步延伸覆盖。在应用方面,进一步丰富场景,促进品类丰富、高性价比的5G终端投入市场,带动信息消费快速增长。

“要推动5G与千行百业‘同频共振’。”闻库表示,工信部将充分调动各行各业应用5G的积极性,切实打通5G应用通道。

“小产业”做出“大文章”

通讯员 周洁

层峦叠嶂,沿途苍翠欲滴,繁花相伴的山村犹如世外桃源,来到石泉县饶峰镇三合村,谁也想不到,3年时间村容村貌发生翻天覆地的变化,家家有产业,户户有存款,说起三合的集体经济发展,干部群众没有不竖起大拇指的。

“火车跑得快,全靠车头带。”三合村现

任村支部书记胡章礼,乡里乡亲都夸他脑子活、人踏实,2018年他当选村支部书记,便把全部精力投于村域经济发展。“村里的事情要大家伙商量着来。”胡章礼说道。在抓产业这条路上,广泛征求群众意见、争取农户支持,是三合村集体经济发展的制胜法宝。2018年12月20日,三合驻村工作队开始

走访产业大户、致富能人,听取意见,深入田间地头、村组院坝进行动员,确定了林下养蜂、大棚种菜的兴产之路。

“今年我一共养了200余箱蜂,一百多箱是给集体代养的,15箱是自己的,能赚不少钱。”刘志频高兴地说。刘志频是三合村的一名贫困户,2020年4月他因养蜂技术过硬,被三合村集体经济股份合作社聘为养蜂技术员,每个月的固定工资为1600元。自己的15箱蜂,一年能取90斤蜜,预计收入4500元,等到蜜蜂繁殖蜂箱,既能卖蜜又能卖蜂,预期收益更加可观,说起养蜂产业发展,他脸上的笑容格外灿烂。“集体引对了路子,日子一天比一天有奔头。”

“连着两年了,种土豆都挣上了钱,我们村出来的土豆又早又好,一斤要多卖1.5毛钱。”村民龙传友说道。土豆是传统种植农作物,种植简单不愁销路,唯一的缺陷是产值不高。对三合村来说,“早种早收”是提升土豆产值的法宝,“地膜洋芋比露天洋芋早上市一个月,每斤售价就要多5毛钱,一亩地就多挣1500元净利润。”三合村支部书记胡章礼说道。按照“示范先行,合作社包销”的产业发展思路,2018年底,三合村动员发



三合村土豆丰收

展了10余亩地膜洋芋,亩产值达到4000元以上,到了2019年底,村民自愿报名发展,地膜洋芋种植面积翻了7倍,2020年三合村产出21万斤“早洋芋”,产值达到26万,户均纯利润达到2000元以上,把土豆变成农民不愁卖的“金疙瘩”。

不到三年时间,三合村的集体经济有了显著收益,三合村将收益进行分配,在逢年过节时,对贫困学子、贫困老人及残疾人,一般贫困户,全村非贫困户中70岁及以上老人进行分批慰问,村民们尝到了集体经济发展的甜头,给后续发展攒足了劲儿。

“除了养蜂、种菜,集体经济合作社又动员群众在山上种植了800亩反季节李树,加上国家光伏产业分红,每年的集体收入将越来越多,乡亲们的小康之路也会越来越平坦。”村支部书记胡章礼说道。



三合村的蜂场迎来收获

上半年最后一个小长假,利用端午假期和此前“6·18”促销活动,安康扶贫空间地方扶贫产品销售突破1700万以上,发货量达6万单。6万单产品中,则以米面粮油等生活必需品为主,占到销量70%左右,其余扶贫产品相对订单寥寥。

通过数据观察,一方面说明市场消费受疫情影响还是受到一定抑制,另一方面,对种类繁多的本地扶贫产品而言,在做实产品质量、紧盯市场需求、做优产品特色、打造地方消费扶贫产品品牌上仍需久久为功。

随着脱贫攻坚决战决胜时刻到来,消费扶贫受到各方关注。几年来,消费扶贫也从一个抽象社会话题,转化为实实在在的帮扶成效,它不但摒弃了过去那种“直接给钱”的固化思维,从平等角度出发,在寻求“买卖双赢”的路上,也让脱贫变得更有自尊,让帮扶变得更有意义。

消费扶贫是社会各界通过消费贫困地

消费扶贫还得品牌“带货”

来庆琳

区产品,帮助贫困人口脱贫增收的方式,也是社会力量参与脱贫攻坚的重要途径。2019年1月,国务院办公厅下发《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战指导意见》,正式对消费扶贫给予明确政策支持,并强调要“坚持政府引导、社会参与、市场运作、创新机制,着力激发全社会参与消费扶贫的积极性”。说到底,消费扶贫不仅要通过动员社会力量向贫困地区“输血”,还要培养“造血”机能,通过市场导向,来做好群众长期稳定增收的大文章。

从“输血”到“造血”的这一转变中,就要我们进一步厘清实现消费扶贫的价值所在。直接目的,还是要通过“以买代帮”等方式,激发社会参与的积极性,激发公众责任感,

解决好农产品“远在山里人未识”的现实困境。同时从本质上讲,它又兼具了社会公益和市场需求双重属性,不能强制,也没有施予,还得靠产品质量本身、靠市场需求来说话。

近年来,我们通过“职工之家”、“爱心驿站”、线下“扶贫专柜”、电商扶贫网络平台等方式,让当地扶贫产品找到便捷市场通道,实现了农产品价值,让群众增加了收入。同时也要看到,这些产品尽管种类繁多,大多是绿色无公害产品,但要完全靠本地消化,显然存在一定难度。就消费需求而言,这些产品当地人随时都可买到,习以为常,“见怪不怪”,这就需要花费更大精力来打响特色品牌,通过品牌“带货”,将安康消费扶贫

产品推向更为广阔的市场。

在这其中,我们也要主动发挥好企业主体作用,在产品品牌培育上不过多过杂,要突出特色,做强能在更大市场叫得响、让人记得住的消费扶贫品牌。要摒弃“我们以为”的思想束缚,从产品品系上、包装上、口感上、口味上不断琢磨更大市场、更多人群的消费习惯和消费心理,不能让这些产品仅满足于当地需求,更要对接好大市场,让安康消费扶贫产品能走得远、卖得火。

当然,我们在做扶贫产品中,也或多或少还存在有产无量、有品不优、体验不足、持续不久等问题。要解决好这些问题,就需要我们将政府鼓励引导与市场优胜劣汰相结合,从消费层面入手,深入生产环节,对相应供应链、产业链进行改造升级,引导贫困地区生产和提供让消费者满意的产品和服务,使其逐步形成自身“造血”机能,从而让消费扶贫更有质量,真正可持续。



近日,位于平利县城关镇普济寺村的华清金源现代农业科技有限公司蔬菜基地里,巨型太空南瓜格外惹眼。据业主介绍,成熟后单个南瓜可重达200斤左右,基地内所有南瓜已被食品加工企业以300元一个的单价预订,用来加工高级营养粉。陈力 摄

编辑的话:

《汉江湖》是安康日报旗下专注于新闻评论的个性化微信公众平台。着眼发展与进步,不尚空谈。绝不哗众取宠,努力贴近人心。

汉江的体量与汉江的历史,决定汉江有自己独有的呼吸,汉江湖当然也是这样。汉江湖不会有钱塘江湖那样的澎湃激烈,汉江湖的立论也绝不单一追求跌宕起伏、绝不一味期望惊心动魄,在更多时候,汉江湖关注最新的趋向,却力求发出老成持重的言论。不求语出惊人,但求有益社会。

这是汉江湖,始于新闻媒体的试水融合抛砖引玉,却最终希望把安康人的思考与智慧凝聚起来,欢迎广大读者参与投稿,热忱期望互动。来稿请发送至电子邮箱: ahanjiangchao@163.com,我们将择优发布。



请扫描二维码添加关注