

物以“硒”为贵

——地方特色农产品助力脱贫的恩施经验

如何利用地方特色优势，将剩余贫困人口纳入产业脱贫之中，将是接下来脱贫工作的重点。恩施地区通过有效的政策举措，将地区优势转化为让贫困户富起来的真金白银，发挥出了特色产业脱贫的强大实力。

文 | 中国人民大学中国扶贫研究院、中国人民大学农业与农村发展学院 陈世伟 钟宇

自2014年我国实行贫困户建档立卡，转变过去的“大水漫灌”扶贫政策以来，近几年来通过社会各个层面的不断努力，我国现行标准下的农村贫困人口从2012年的9899万人减少到2018年的1660万人，累计减少8239万人，贫困发生率也降至1.7%，完成脱贫目标指日可待。但最后两年的脱贫任务愈发艰巨，既要使剩下的1000多万“重难点”贫困人口、贫困地区如期脱贫，又要防止已经脱贫的人口重新返贫，这对扶贫措施提出了新的考验。

目前所实行的“五个一批”帮扶政策中，易地扶贫搬迁能有效改善地质环境恶劣地区贫困人口的居住条件；生态补偿则既改善了当地脆弱的生态环境又使贫困人口多了一份收入；发展教育则有效阻断了贫困的代际传递；社会保障使得无劳动能力人口也能实现脱贫。但五个措施中适用范围最广、见效最快且最具有可

持续性的手段无疑是发展生产。各地依托地方独有环境条件发展特色农业、打造地方性特色农业产业体系，这将在最大程度上帮助贫困户获得摆脱贫困的持久内生动力。

恩施地区位于湖北省西南部，以高原型山地地貌为主，光、热、水等自然资源丰富，其中硒储量尤为惊人，高达25亿吨。充足的硒储量形成了大片的富硒区域，使得该地出产的农副产品中均富含硒元素，这使得该地发展地方特色农业具有了得天独厚的自然资源基础。但相对闭塞的地理环境使得当地农村贫困状况尤为突出。2014年年底，总人口约400万的恩施州共有729个贫困村，建档立卡的贫困人数达108.64万，贫困人口占比很大，超过四分之一的人口处于贫困状态。近几年的脱贫攻坚中，当地通过发展特色农业，打造地方品牌，加强地企合作，在产业脱贫方面取得了显著成

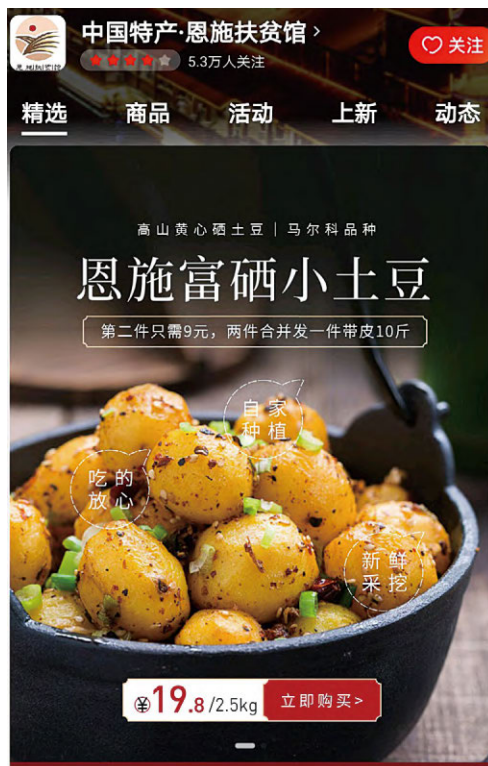
效,对该区域整体脱贫做出了很大的贡献。本文将结合调研经历,探讨贫困地区发展特色农业助力脱贫攻坚的经验。

打造灵活的“大脑”:发挥好脱贫致富带头人作用

一个地方的特色产业发展什么、如何发展、如何逐步将当地产业做好做优都需要好的致富带头人。为更好地发挥致富带头人的作用,恩施所采取的主要有两种模式:第一种是让贫困户与当地致富带头人结对子,让贫困户直接学习带头人的新技术新模式,让当地大户为贫困户提供生产、销售等环节上的帮助。通过一段时间的帮扶使得贫困户自身掌握有关技术,从而实现稳定增收;第二种则是推举吸纳致富带头人作为村干部,参与贫困村的管理,让其在整个村的层面上发挥自身作用。

在恩施熊家岩村,当地的种茶大户被选为村长,其利用自身早年与杭州茶叶企业合作的经验在该村筹办合作社,利用恩施茶叶绿色富硒无污染的口碑,通过“龙头企业+专业合作社+基地+贫困农户”的合作模式获得稳定的销售渠道,帮助贫困户打消后顾之忧,带动了贫困户发展产业的积极性,并在今年启动了打造自身富硒品牌的行动,以获得更大的市场效益。通过致富带头人的带动,使得当地的特色农业逐步确定了发展什么、发展途径,以及如何做优做精的问题。以该村富硒茶产业为例,经过几年的发展,当地茶园面积达到7000亩,通过各种帮扶,当地60%的农户都种上了茶树,实现了12个村民小组种茶全覆盖,茶叶年产量达到484吨,总产值4700多万元,亩产值3800多元,有效带动了贫困户脱贫增收。

致富带头人的市场嗅觉更为敏锐,知道市场需求,可有效避免“拍脑袋”决策所带来的农产品同质化进而引发农产品增产不增收的



◀ 线上扶贫

尴尬现象出现;致富带头人的技术更为先进有效,田间管理更为科学,与同村贫困户结对子,既能快速帮助贫困户掌握生产技术,又能使地方特色农产品尽快实现规模化生产;致富带头人更为年轻,将致富带头人吸收进村级管理队伍,不仅使其可以更好地发挥自身对于贫困户的帮扶作用,又强化了村级干部队伍。

建立快速的“神经网络”:发挥帮扶责任人的宣传作用

恩施富硒特色农业发展之初,如何尽快打消贫困户的观望态度,使特色产业得以快速铺开,一直是个棘手问题,也是特色产业能够真正让贫困户得效益的关键所在。恩施在解决这一问题上充分发挥党组织和帮扶责任人的作用,建立了“村党委领导,村民小组检查,帮

扶责任人负责”的三层责任体系，将每个贫困户的种养等生产活动开展情况责任到人，为特色农业发展提供了制度保障。

同时，充分发挥帮扶责任人定期深入贫困户走访问问的优势，通过发放宣传册、介绍优惠政策、展示预期收益等方式，在走访中宣传政策，提高农户对以富硒为特色的农业的了解。并针对贫困户家庭及自身特点，有针对性地向贫困户介绍符合自身的农产品品种，使贫困户对发展特色产业减少疑虑。在农业生产过程中，更是对贫困户自家产业情况做到次次入户询问，通过产前询问种子、化肥购买等情况，产中的疫情防治及生长情况，产后的销售情况，能够及时掌握贫困户生产流程中出现的问题，及时发现并解决。

锻炼强有力的“左膀右臂”：加强产业脱贫内生动力和外部助力

各地在扶贫中往往面临村干部出力不讨好的现象，发放下去的生产物资被贫困户吃进了肚皮，甚至卖给了他人，很难真正起到产业扶贫的效果。地方特色农业助力脱贫攻坚的效果如何，不仅取决于有好的带头人，有好的政策宣传员，最为重要的还是取决于贫困户自身的努力。

加强贫困户脱贫的内生动力，首先要重视激发贫困户的脱贫意愿。在贫困户的认定过程中各级做了很多工作，其中很重要的一个环节就是摸清了贫困户的致贫原因，但在脱贫工作中，却存在脱贫方式无差异的现象，没能让前期工作有效帮助后期工作。当地在脱贫政策上则充分考虑到致贫原因，针对贫困户中的“光棍户”普遍存在的只求吃饱、不考虑长远、脱贫意愿不足的现象，在物质帮扶基础上，也加强了精神层面的关怀，更加突出“扶志”。通过开展各种教育班，有效在思想上带动了贫困户；

通过帮扶责任人在贫困户家打扫卫生，改善居住环境，使得贫困户开始自发追求更加良好的生活水平。加强贫困户脱贫的内生动力，更要让贫困户参与脱贫过程，避免大包大揽。产业扶贫不是直接告诉农户要发展什么，不能轻视贫困户的自身意愿，要将贫困户吸纳进产业脱贫的决策和管理过程。当地针对每个村所辖村民小组多、贫困户到村部开会时间长的客观条件，将脱贫特色产业决策会下沉到各个村民小组，组织村干部分别深入村民小组组织开会，解决贫困户参与决策中出现的参与权、知情权不足的问题，有效降低了群众知情成本。通过会议参与，使得贫困户增强了参与感，吸纳了各方意见，减少了产业政策执行中出现消极怠工现象的可能。

产业扶贫离不开社会各界的帮助，让更多普通人参与到产业扶贫之中，能更好地带动产业发展。酒香也怕巷子深，再好的特色农产品也怕藏在山沟沟里不为外界所知，本地优质农产品卖不出去，外面的人想买买不到。恩施当地近年来大力加强与京东、拼多多、贝贝集团等电商合作，开设线上地区扶贫馆、“中国田”助农项目，专门销售当地特色产品，2018年仅仅贝店就销售恩施农产品百万斤。在线下，通过与中百集团、华润万家等大型零售集团联手，加强农超对接，带动60余家当地农产品企业与外部对接。这些举措都极大提高了恩施农产品的知名度，吸引并形成了一大批的忠实顾客，为产业健康发展奠定基础。

产业脱贫工作不是简单地给贫困户找项目的短期目标，而是一个真真切切让贫困户参与其中的长久之计。这就要求在贫困户间，尤其是部分脱贫意愿不强烈的贫困户中营造起脱贫光荣，追求富裕生活的气氛；又要带动外部资本力量和消费者购买当地农产品，打造地方品牌力量，形成稳定的消费群体。



◀ 给弱劳动能力家庭找到挑选土豆的工作

建造有效的组织后盾：对失弱劳力家庭要有好的兜底政策

发展产业脱贫是脱贫方式的首要路径，但对于部分残疾贫困户、年老贫困户已经无法依靠自身发展脱贫特色产业，这就要求要更好地发挥产业政策的兜底作用。一是通过发展集体经济，将这一部分贫困户也纳入到特色产业的发展当中来。

针对年老已无劳动能力的贫困户，当地通过发展集体经济，让农户通过将土地等生产资料入股的方式，享受集体经济的分红。

在解决残疾人和家中需要有人照顾无法离家贫困户的产业参与中，当地通过延长特色农产品产业链，也将这部分贫困户纳入到了集体经济产业发展之中。通过开展居家就业，让贫困户在家中就能享受产业发展的红利，这些简单的工作不需出门、技能要求低、时间灵活，

更加适合劳动能力弱或者要居家照顾病人的贫困户。

在建始县百股水村，刘大姐丈夫在外打工，大姐自己在家照顾老人，村里多方联系将本地富硒土豆挑选清洗的工作交给了刘大姐，这使得刘大姐一家一年收入可以增加 2000 元左右。通过这些途径有效解决了失能弱能贫困人口参与特色产业发展的路径问题，实现了产业扶贫上不落一人的目标，有效地显示出了对贫困人口的兜底作用。

在剩余贫困人口越来越少、距离 2020 年越来越近、脱贫任务愈发繁重的局面下，如何利用地方特色优势将剩余贫困人口纳入产业脱贫之中，将是接下来脱贫工作的重点。恩施地区通过有效的政策举措，将地区优势转化为让贫困户富起来的真金白银，发挥出了特色产业脱贫的强大实力。👉