

财政部定点扶贫：真扶贫巧扶贫

刘慧 | 刘江华

习近平总书记指出：“脱贫攻坚要取得实实在在的效果，关键是要找准路子、构建好的体制机制，抓重点、解难点、把握着力点。”为此，财政部定点扶贫办积极探索中央国家机关扶贫的优势特色，拓宽思路，精准施策，正向激励推动快手科技、微信等互联网企业参与扶贫工作，取得了显著成效。

快手科技加直播——一个大V带货700万

2019年1月8日到14日，财政部定点扶贫办联合快手科技，利用快手站内年货节开展湖南平江扶贫辣条义卖活动。在凛冽的寒风中，火热的直播间带来了新一年定点扶贫工作的开门红。“辛巴帅呆了”“我都惊喜得哭了”，网友在参与财政部定点扶贫县湖南平江扶贫直播时感叹地说。在直播中，大V“辛巴”在短短32分钟内就带动销货25000多单。考虑到整个平江县一天的快递发货量不超过2万单，直播活动不得不暂时叫停，等到第二天继续；直播涌入人数超过10万人，造成一个淘宝店拥堵，于是改用两个淘宝店同时销售。

七天直播扶贫带货，累计销售平江扶贫产品10万多单，销售总额折扣前近700万元，相当于2018年一年的销售额。此外，直播期间，用户点击了

解平江扶贫特产274多万次，扶贫特产总曝光2013多万次。

为做好这次直播活动，财政部定点扶贫办协调快手科技在平台的大V中精选了30多位“根正苗红”的带货能人，一对一沟通，最终选定了大V“辛巴”进行直播带货试点。活动准备期间，村干部直接对接农户采购辣条原材料，整个活动农户参与达1500余人次，其中建档立卡贫困户132户，直接带动了当地种植户、食品厂、纸箱厂、快递公司、农民包装工就业。

接地气的发布会——迎来央视等几十家媒体

2018年9月，针对定点扶贫县云南永胜主打特色产品软籽石榴的售卖，财政部定点扶贫办联合快手科技和永胜县政府，在田间地头举办扶贫产品发布会，邀请快手平台上11个不同省份的13位爱心主播，用三天时间，通过短视频或直播的方式接力推广永胜县的特色产品。在发布会当天连续四小时的爱心接力直播中，永胜软籽石榴共计卖出6744斤，销售额累计8.9万元，相当于果农线下全年的销售额。财政部定点扶贫办、永胜县与快手科技的扶贫合作，迎来人民日报、光明日报、新华社、中新网等媒体纷纷报道，成功入选国务院扶贫办“扶贫优秀案例”蓝皮书。

2018年11月5日，财政部定点扶贫办继续联合快手科技，在定点扶贫县湖南平江县，组织了五位快手大V直播义卖当地特产酱干。一小时的义卖直播中，五位主播的直播间吸引了超1000万网友参与，下单12000多单，销售总额超过20万元，并有来自广东、湖北、杭州等地的六家企业通过直播与厂家取得联系，进行深度合作。

在财政部定点扶贫办的协调下，快手科技根据智能分发的科技优势，为平江县、永胜县制定针对性脱贫计划，启动幸福乡村“5亿流量”计划，助力贫困县优质特产推广和销售，将物美价廉的特产对接到大市场。同时，在快手的推荐下，平江酱干成功入选央视财经频道的2018“中国电商扶贫行动”，在“中国电商扶贫行动”专题活动一周内，平江酱干短片在央视财经和央视新闻播出5次，央视财经早间新闻节目首播时长近2分钟，有效宣传了平江地区特色产品及地区扶贫成果。

电商培训带头人——福苗计划带货1个亿

2018年9月、2019年1月，在国务院扶贫办支持下，清华大学·快手未来媒体数据联合研究院开办两期幸福乡村创业学院。财政部定点扶贫办积极协调，推荐永胜、平江的年轻人免

费参与进来。共有43位乡村带头人齐聚清华大学,系统学习商业管理知识和品牌营销理念,开启为期一年的脱贫产业培训。通过组织演讲会,分享快手“网红”的“土味营销学”,参加快手2018“家乡市集”活动,进行特色农产品现场售卖以及非遗技艺展示。

2018年底,快手扶贫发布了福苗扶贫电商招募计划。面向全站招募40—50名电商达人,同时培训带动本村本土的年轻人进行家乡好货和美景的推广销售,实现可持续脱贫和乡村振兴。财政部定点扶贫办为给定点扶贫县带来更多的资源,主动联系,积极作为,活动分为政府扶贫特产专区、快手扶贫伙伴、快手幸福乡村带头人专区和快手家乡好货四大专区,销售在全国贫困县甄选30—40款扶贫产品,直接销售扶贫产品1亿元。

微信游戏正能量——目标日活100万

在微信生态里,小游戏也一样可以为贫困县电商导流,甚至带来更广的口碑传播和游戏收入。财政部定点扶贫办几经深入研究探讨,牵手微信团队,通过小游戏为扶贫工作做贡献。

在合作中,协调由微信提供游戏开发资金,开发了一款中度体验的扶贫农场精品小游戏。每个贫困县一个地图,玩家进入游戏后,以建设社会主义现代化新农村为主线,通过模拟经营,种植贫困县农产品,把经营所得变现购买扶贫产品。小游戏加入社交玩法增长流量,玩家可以组团一起经营农场,可以将好友抓捕为自己经营的贫困县劳动力。游戏首先选择云南永胜县、湖南平江县等作为试点,支持农产品电商销售,选择平江酱干,永胜沃柑、螺旋藻作为扶贫产品。游戏收入与贫困县农民分配,支持贫困户脱贫。

星光帮扶成效显——微博话题量32亿

为开展切实有效的扶贫行动,改善贫困县发展现状,财政部定点扶贫办会同有关单位,创新提出“星光帮扶”的想法,利用明星的影响力助力脱贫攻坚,并于2018年6月1日举办了“星光帮扶”活动发布会。电影频道在2018年组织了一批当红明星深入全国扶贫一线,以明星的影响力联合各方资源开展系列“脱贫攻坚战——星光帮扶行动”,活动效果显著。活动中,影视演员杨幂在湖南平江扶贫调研一结束,平江杨幂款酱干就已经成为网红产品。成龙到山西大同的六个贫困县,为黄花菜代言帮助农产品谋销路;周迅、李冰冰、黄晓明、景甜、姚晨、陈坤分别去四川昭觉、河北阜平、云南江城、陕西佳县和宁强县、贵州正安、重庆云阳与贫困县分别结成了“一帮一”或“一帮多”对子,帮扶贫困县,直到这些贫困县完全脱贫。吴京去内蒙古,佟丽娅去新疆,黄渤去青海,黄轩去西藏,林心如去广西,霍思燕夫妇去湖北……越来越多的影视演员正在积极加入“星光行动”,用自身的能量参与到脱贫攻坚中来。仅2018年,全网微博话题超过32亿,短视频超过2个亿,直播超过1个亿。

正向激励广泛参与——三个∞(无穷大)

习近平总书记要求,要广泛动员社会力量参与脱贫攻坚,注重激发社会组织扶贫攻坚的积极性。为此,财政部机关党委多次组织学习,动员鼓励党员干部想方设法参与到扶贫中来。一是中央、上级机关和领导的支持鼓励的力量无穷大。国务院扶贫办

给予的支持和肯定,坚定了拓宽思路真扶贫、巧扶贫的信心。财政部领导对扶贫工作的重视和具体批示,激发了大家参与扶贫工作的热情和智慧。二是党员干部爱心的力量无穷大。财政部机关党委、机关工会把定点贫困县土特产品纳入干部职工元旦、春节慰问品范围,并给予每份200元的补贴。在永胜大蒜滞销时,购买永胜大蒜的信息,在财政部干部职工的微信朋友圈刷屏。大家积极采购特色产品,通过消费扶贫产品贡献一点爱心。知道永胜还有很多学生使用老电视一样显示屏的电脑后,机关党委干部积极联系,从搜狗等公司募集200多台电脑,第一时间发往永胜。三是正向激励、激发企业的社会责任、公民的光彩意识的力量无穷大。为鼓励、激发社会组织和人员的积极性,财政部机关党委通过发感谢信、联和定点扶贫县政府发证等形式,带动社会力量投入更多的资源进行持续的帮扶活动。

以商业手段,激活致富之心,才能扶志;以技术手段,赋能贫困人口,才能增“智”;脱贫就是致富,公益要可持续。高时效硬任务的脱贫攻坚,必须加上技术脱贫这个翅膀,才能加速脱贫过程,才有可能长期不返贫。在倾情定点扶贫服务中,财政部定点扶贫办按照部领导的要求,不断探索“自有特色”,打造“扶贫亮点”为定点扶贫和全社会扶贫工作贡献力量。■

【基金项目:中国社会科学院大学青年英才项目“消费升级与开放性消费生态的构建及机制研究”(项目号:000719139)】

(作者单位:中国社会科学院大学财政部机关党委)

责任编辑 李燕