

企业扶贫一马当先

日前,在国务院国资委通报的上半年帮助销售贫困地区农产品金额排名中,中石化位列央企第一。不仅如此,中石化扶贫累计已经投入资金24亿元,承担对口支援和定点扶贫的西藏班戈县、青海泽库县、湖南凤凰和泸溪县、新疆岳普湖县等7县已实现脱贫摘帽。其实,除中石化外,娃哈哈、达利、君乐宝、雀巢、宝武集团等传统企业都早已在贫困地区开展扶贫,从最初的捐款捐物,到现在通过产业扶贫、教育扶贫和消费扶贫等造血式扶贫模式,带动贫困地区脱贫。



央企成扶贫主力

作为大型央企的中石化先后承担西藏、青海、江西、安徽、湖南、甘肃、新疆7省12县的扶贫开发任务,累计投入资金24亿元。其中,中石化2019年全年直接投入扶贫资金2.3亿元,受益贫困群众23万余人,帮助销售贫困地区农产品2.83亿元。

针对2020年的新冠疫情,除了直接捐款捐物,中石化下属企业11天时间累计采购湖北荆楚优品及特色产品突破1亿元。7月22日,中石化助力湖北经济复苏“荆楚优品”暨湖北助农扶贫特色产品云订货启动会召开,146家所属企业通过视频连线同步参会,武汉热干面、恩施玉露、利川红茶、洪湖小龙虾等88种湖北特色产品入驻中石化易捷便利店。

央企一直是扶贫的主力。截至2020年3月,央企定点扶贫的246个贫困县中,219个县宣布脱贫摘帽或正在检查验收,约占央企定点扶贫县数量的90%。在2019年中央单位定点扶贫考核工作中,评价为“好”和“较好”的中央企业超过了90%。央企及其在各地的分支机构还承担了大量地方党委、政府安排的扶贫任务,各类帮扶点超过1万个。

除了央企,传统企业一直在扶贫一线。国务院发展研究中心企业研究所综合研究室主任贾涛认为,企业扶贫既显现了企业的责任与担当,又结合企业各自相关的业务特长,遵从经济规律、市场规律,从根本上解决贫困问题。

以中国最大饮料企业娃哈哈为例。截至2019年底,娃哈哈先后在重庆涪陵、四川广元、湖北红安等中西部、贫困地区的17个省市,投资85亿元建立了71家分公司,直接吸纳当地人口就业近1.3万人,其中,来自全国精准扶贫地区的就业人口近7000人,累计实现销售收入1963.88亿元、利税343.96亿元,上交税金122.71亿元。

坚持数十年

传统企业之所以成为扶贫的主力,是由于这些企业经过数十年的扶贫积累,已经积累了丰富的扶贫经验,并构建了完备的扶贫体系。

仍以中石化为例,截至2017年,中石化全系统累计投入扶贫资金19.31亿元。其中,集团公司层面累计投入扶贫资金9.74亿元,直属单位层面累计投入8.12亿元,健康快车累计投入资金1.45亿元;集团公司和63家直属单位共承担697个县村的扶贫任务,派驻扶贫干部1149名。

这些数字背后,是中石化数十年的投入。早在1988年,中石化就从国务院扶贫办承接了安徽颍上县、江西宁冈县和甘肃庄浪县、渭源县四地的定点扶贫任务。

除了国内传统企业外,外国品牌也入乡随俗。1987年,雀巢在黑龙江双城建设奶源基地,1990年,在此基础上建设了雀巢在中国的首个工厂。自雀巢在双城落户30多年以来,双城雀巢和农户建立了稳定的合作关系,鲜奶年收购量持续稳步增长,每年向当地奶户和牧场收购20余万吨牛奶,30年来从未间断。

2015-2019年,双城雀巢与农户、牧场稳定的合作关系,不仅保障农业技术直接传授给他们以提高牛奶质量

和产量,也保证其通过奶牛养殖获得长期稳定可靠的收入,双城雀巢平均每年支付奶农和牧场鲜奶款约7亿元,30多年,双城雀巢累计支付奶款超过175亿元。

长期扶贫的传统企业还有很多。2003年底,宝钢启动了对口云南省普洱市宁洱、墨江、镇沅、江城四个县的定点扶贫工作。同年,天合光能参与“西部光明工程”,在西藏建设了40座太阳能发电站。2006年,李宁公司与团中央扶贫办和中国青少年社会服务中心共同启动了“一起运动”的体育公益项目,该项目惠及国家贫困县几十万农村中小学生。

在业内人士看来,传统企业在扶贫领域更有优势。蒙牛CEO卢敏放认为,与互联网等新兴企业而言,传统企业在精准扶贫方面有自己的独特优势,传统企业多与“三农”在事业上贴得更近,与“三农”携手走过了更长的路,早已形成了“命运共同体”。

创新多模式

多年来,传统企业主要通过捐款捐物等最直接的方式扶贫。虽然短时间解决了贫困地区和贫困家庭的生活问题,但不能为贫困人群带来可持续的收入来源,所以需要因地制宜发展当地的经济,进行“造血”。

诺贝尔奖得主、普惠金融“小额贷

款之父”穆罕默德·尤努斯曾认为,与慈善捐款相比,社会企业的扶贫效率更高,中国的扶贫实践也为全球减贫提供了更多值得借鉴的方案。

我国农村贫困人口持续减少,成为全球减贫作出最大贡献的国家。企业发展了产业扶贫、教育扶贫、易地扶贫搬迁等多种形式。

老话讲,授人以鱼不如授人以渔。达利食品在甘肃武威建立了亚洲最大的马铃薯全粉加工基地。以这个基地为平台,达利食品带动了甘肃、陕西、宁夏、内蒙古以及新疆等地马铃薯产业的发展。达利食品与武威及周边地区马铃薯的资源优势与农户、专业合作社等签订马铃薯种植4万亩,2019年带动马铃薯种植户5000户,实现农户劳动收入3000万元。国内乳企君乐宝开办了针对企业附近区县村的招聘活动,直接带动1000余人就业,有560人是贫困户。

娃哈哈是最早使用易地扶贫搬迁模式的企业。1994年,娃哈哈承担了一部分三峡移民安置重任,以此建立涪陵公司。2019年底,涪陵公司已累计实现销售收入100.4亿元,实现利税19.45亿元。娃哈哈涪陵公司也被誉为库区对口支援树立了典范”。

在教育扶贫层面,可口可乐在中国系统启动了“高原妇女赋能计划”,2014年以来,超过49万名中国女性参与了技能培训。伊利则非常重视学生教育。2020年,伊利投资2000万元,支持金山学校建设,承担土默特左旗内建档立卡贫困户子女在金山学校的读书费用,实施“伊起·向日葵”行动计划,开展心理辅导和社会实践。

目前,随着电商、直播以及快递业务高速发展,消费扶贫已经成为主流扶贫模式之一。对此,贾涛认为,不论何种模式,企业扶贫特别注重实效和造血机制,尤其是突出教育扶贫、产业扶贫、绿色扶贫,重点扶贫抓得准,成效显著,解决了贫困地区农产品滞销等突出难题。北京商报记者李振兴

图片来源:雀巢供图

·央企扶贫数据·



截至2018年底
中央企业结对帮扶了
1429个县、968个乡、9041个村



仅2018年
中央企业就投入帮扶资金**37.98亿元**
引入帮扶资金**13.64亿元**
带动**60.56万**建档立卡贫困群众脱贫

2019年上半年
中央企业在定点扶贫县
投入无偿帮扶资金**15.5亿元**

