

扶贫新观察

话说新农村

山东东阿阿胶为深度贫困群众量身打造“保姆式”养驴扶贫模式

养毛驴，就是养“小银行”

顾仲阳 王健任

培育毛驴产业，“驮走”了真贫

养毛驴真能脱贫？5年前，当山东东阿阿胶股份有限公司在内蒙古自治区敖汉旗长胜村以毛驴产业为抓手开展帮扶工作时，村民董景新认为这些“外来的和尚念不好经”。“毛驴家家养，套犁能犁地，套车能赶集，但就是没见能赚钱啊！”

董景新说，这两年他没少带着村里的乡亲“穷折腾”，贷款养牛养羊，包地种庄稼种果树，但市场似乎老和他们“过不去”；年景好的时候，产量高了，但价格下来了；年景差的时候，价格高了，但产量下来了。这个“怪圈”，他们始终没跳出来。

“东阿阿胶蒙东辽西天龙牧业总经理张向阳给我们算了笔‘养驴账’，听完我就下了养驴的决心。”董景新说，“养驴账”是这么算的：养头母驴，驴驹能收入5000多元，驴奶能收入4000多元；养头育肥驴，育肥期一天长一斤多肉，一年净收益可达1000元……一头驴就是一家“小银行”！这让老董动了心，但以前发展产业赔本的经历仍让他心有余悸。“如果稳赚不赔，我就干！”和张向阳说完这句话，老董自己都脸红了。“只要你驴养得好，你就稳赚不赔！”张向阳硬气地回答。

张向阳底气何来？原来，经过多年实践，东阿阿胶已经为贫困群众量身定制了一套“保姆式”养驴扶贫模式：上游提供良种和技术，中游提供各类服务，下游保障市场收购，全程解除贫困户养驴难题。

事实上，贫困户还有个难题：缺少启动资金。张向阳介绍，东阿阿胶推出“金融租赁”和“活体质押”模式，即公司根据贫困户的请求，按双方的事先合同约定，向贫困户提供指定的母驴，贫困户只需支付一定的租金，就能获得一个时期内母驴的占有、使用和收益权。同时，东阿阿胶还给毛驴上了保险，毛驴遇到保险责

任范围内的自然灾害、意外事故和疾病，贫困户由此遭受的损失能得到补偿。

“保姆式”养驴扶贫模式让老董们没了顾虑，甩开膀子干起来。敖汉旗全旗3.85万贫困人口，目前已有1.2万人通过养驴脱了贫。四道湾子镇四德堂村徐永章老汉就是其中的一位。前几年因老伴患病欠下10多万元债务，他们家只能靠政府和亲友救济勉强维持温饱。2014年，东阿阿胶公司捐给徐永章5头毛驴养殖，这几年老徐年均净收入5万多元，顺利还清了债务，甩掉了“穷帽子”，养殖规模也发展到10头可繁母驴和10头小驴驹，毛驴资产达到15万元。

截至目前，东阿阿胶牵着“扶贫驴”带动全国养驴户增收180亿元，惠及1000余个乡镇6万多贫困人口。

毛驴一股子倔劲，不“驮走”贫困不歇脚

发展产业是实现脱贫的根本之策。贫困地区发展条件最差，贫困群众发展能力最弱，市场竞争日益激烈，发展产业帮助贫困群众稳定脱贫，难度着实不小。脱贫攻坚战打响以来，全国脱贫攻坚奖获得者秦玉峰，带领东阿阿胶股份有限公司的同事们，牵着毛驴帮越来越多的贫困群众“驮走”贫困，奔向小康，走出了一条堪称样本的产业脱贫之路。

老秦说，要学毛驴那股子倔劲，不“驮走”贫困不歇脚。长期以来，东阿阿胶公司为贫困地区脱贫奔小康贡献力量。毛驴全身是宝，东阿阿胶在贫困地区全产业链布局毛驴产业，最大程度地发挥了毛驴的“扶贫价值”。

细看东阿阿胶“扶贫驴”产业分布图，发现这些产业遍布全国深度贫困地区。如期脱贫，必须打赢深度贫困地区脱贫这场硬仗。打硬仗，必须要有“硬拳头”；啃“硬骨头”，必须要有“好牙口”。东阿阿胶扶贫人显露出来的倔劲儿，让秦玉峰又是欣慰又是心疼。

前些年，东阿阿胶应邀帮助新疆改良毛驴品种，帮助牧民发展毛驴扶贫产业。作为公司业务骨干，王怀利被派到了一线。养殖场刚开工时，连宿舍都没有，王怀利和牧民住了7个月的“地窝子”——在戈壁上挖1米多深的坑，晚上睡觉时盖上塑料膜，白天气温十几摄氏度，晚上气温零下十几摄氏度。养殖场离最近的村庄都有10多公里，周围基本都是维吾尔族同胞，由于语言不通，没人可以交流，当王怀利回公司总部述职时，语言表达能力都大幅下降。“当时我都无法控制自己的泪水。”秦玉峰动情地说。

苦，没吓倒山东汉子；难，没压倒东阿“驴信”。为了让毛驴产业惠及更多贫困群众，秦玉峰每年数十次深入最偏僻和最穷的地区，实地考察养驴扶贫情况。东阿阿胶的扶贫人牵着毛驴不顾路远，不畏艰辛，帮扶贫困群众实现物质脱贫，同时也以自己的辛苦付出给贫困群众送去了精神食粮。东阿公司向阳红黑毛驴养殖场养殖户张金英深有感触地说：“东阿阿胶公司不仅帮助我们养驴脱了贫，他们员工身上的吃苦和拼搏精神，也在激励着我们。”

完善扶贫模式，带领贫困群众稳定脱贫

苦干还要巧干，做好毛驴产业扶贫，需要创新体制机制。

秦玉峰自喻是全国最大的“驴信”，这些年他最费心的并不是为阿胶找销路，而是如何养好毛驴。“养好毛驴，既能为广大贫困群众带去真金白银，也能涵养驴皮资源，为阿胶这个传承了近3000年的民族产业夯实可持续发展的基础。”把毛驴产业打造成一个能帮助贫困群众稳定脱贫的扶贫产业，成为秦玉峰的夙夜之思。

为毛驴争“待遇”。“为毛驴产业奔走，就是为贫困户可持续增收争未来。”秦玉峰介绍，作为山东省人大代表，2008年以来他在省两会提

出“为毛驴争待遇”的相关提案达22项。在他的广泛呼吁和积极努力下，2015年以来，先后有近900家党政企事业单位5000余人考察养驴扶贫项目，有15省68市县与东阿阿胶签订了毛驴养殖战略合作协议；有9省(区)的17个县(市)相继出台了24个与精准扶贫相结合的养驴扶持政策。

为毛驴增价值。东阿阿胶筹建了由天龙牧业、黑毛驴研究院、天龙食品等12个单位组成的推进主体，组建了由20位企业管理人才、19位专家等组成的毛驴资源扩繁推进团队。东阿阿胶采用“活体循环开发”和全产业链拉动，在前端进行良种繁育、提高受孕率等技术研发；在中端对肉、奶等产品深度开发；在市场端建设品牌塑造、销售网络和销售队伍三大工程，使商品驴经济价值增加6倍以上，单头毛驴收购价格3年增长了3000元。

为养驴脱贫寻找好模式。经过多年实践，东阿阿胶探索出了一套精准扶贫“战法”。依托国家黑毛驴繁育中心，发展规模化、标准化养殖。2016年东阿阿胶与聊城市政府共同出资6000万元，建设100个标准化扶贫养驴场，养殖基础母驴6万头，可带动当地3000余贫困户脱贫致富。推广“政府+金融+龙头企业+合作社+养殖户”的产业化养殖模式，广泛利用社会资源投资毛驴养殖，惠及更多贫困人口。在敖汉旗，东阿阿胶推广这种养殖模式，带动当地毛驴存栏增长1倍，近3年为养殖户增收20亿元。

打造“毛驴希望乡村”。东阿阿胶在赤峰市巴林左旗后兴隆地村投入300万元进行新农村改造，与中国人民大学联合建设“毛驴希望乡村”；投入1500万元设立养驴扶贫基金，帮助全村274户脱贫奔小康，成为内蒙古产业脱贫的标杆。今后，东阿阿胶还将在多地打造此类希望乡村，扶贫的同时为振兴乡村出力。

让更多贫困群众牵着毛驴奔小康，这是东阿阿胶参与扶贫的动力所在。通往全面建成小康社会的路上，留下了一个扎实的“扶贫驴”蹄印。



“扶贫羊”效益好

安徽省亳州市谯城区古城镇张桥民族村是当地建档立卡贫困村，谯城区利用少数民族发展基金80多万元，帮助张桥民族村建立山羊养殖场，同时为村集体经济注入了活力。该村养殖山羊500多只，年收入30多万元，106户建档立卡贫困户直接受益，走上了稳定脱贫的道路。

图为张桥民族村山羊养殖场内，饲养员正在给羊羔喂奶。
张延林摄(人民视觉)

上了安全电。

“近3年来，南部县共整合各类资金48亿元投入脱贫攻坚。除了各级财政资金和政府融资平台解决的资金之外，企业等社会力量对于打赢脱贫攻坚战至关重要。”南部县县长任爱民说，在脱贫攻坚中，全社会力量广泛参与凝聚起来的合力，与政府的扶贫力量有机结合在一起，形成了相互支撑。

据了解，从1994年原电子工业部起，工信部就开始定点帮扶南部县，在产业扶贫、基础扶贫、教育扶贫等方面给予帮扶，对产业规划、企业发展、特色园区建设等方面给予了重点支持。下派优秀年轻干部蹲点帮扶，在技术创新项目的支持和带动下，众多投产的工业企业成为当地脱贫攻坚的引擎。

2017年10月，南部县通过国家专项评估检查，由四川省政府正式批准脱贫摘帽。“南部县将坚持把防止返贫和继续攻坚放在同等重要的位置。”南部县委书记张根生说，接下来南部县将紧盯整体脱贫目标，巩固稳定脱贫成果，深入开展“回头看”“回头帮”。加大教育、医疗、金融等政策扶持力度，严防政策“缩水”导致返贫反弹。同时，对未脱贫户，持续壮大增收产业，加大资金投入、改善生产条件，实施重点倾斜、重点帮扶，确保2018年整体脱贫。

对于四川省南部县长坪镇天井村患有胰腺炎的贫困户罗思付来说，社会力量对他的帮扶，让他非常感激。“是华润雪花啤酒员工捐助的3万元钱帮我渡过了难关。”在脱贫攻坚过程中，南部县除了党和政府的力量在第一线啃硬骨头，当地通过发展产业，充分鼓励和引导企业等社会力量投入扶贫。

四川省南部县打造脱贫攻坚合力

扶贫不唱“独角戏”

张 杨 李 果

一人实现稳定就业，就能实现一家脱贫

南部县地处川东北“十年九旱”老旱区，人口多、基础差、底子薄，发展滞后，是首批国家级贫困县、新一轮扶贫开发重点县和革命老区县。秦巴山区连片扶贫重点县。罗思付所在的长坪镇天井村，过去旱地多、水田少，加之地处偏远，是南部县的重点贫困村，也是南部县工业园区管委会和华润雪花的对口帮扶村。

华润雪花啤酒(南充)有限公司前身是位于南部县定水镇的一家啤酒小厂。在工信部对口帮扶南部县的工作机制推进下，2002年通过工信部牵线搭桥，华润雪花啤酒集团收购了这家小厂，成立分公司。近年来，这家企业成为助力南部县打赢脱贫攻坚战的有生力量。

公司副总经理陈林介绍，集团投入技术改造资金约1.35亿元，将企业由定水镇搬迁至基础设施和生产条件更好的河东工业园区，新厂

2012年开始投入生产，目前年产啤酒约4.5万吨，企业每年要纳税近3000万元，成为当地重要的税收来源。此外，企业的物流部长期吸纳200多名当地村民就业，吸纳贫困户就业。

在产业项目方面，华润雪花投入资金10万元，争取项目资金40万元，在天井村新建了一个面积200亩的中药材产业基地，采取“公司+合作社+基地+农户+金融机构+保险公司”的模式，解决了长效增收和后续发展的问题。

“一户贫困户只要有一人实现稳定就业，有了稳定的收入来源，就能实现一家脱贫。”陈林说，扶贫不是党和政府的“独角戏”，而是全社会的责任。公司响应扶贫号召，制定具体规划，全力支持脱贫攻坚，主动申请帮扶天井村，结对帮扶贫困群众，并为天井村提供就业岗位，提升贫困群众的自身发展能力，不少贫困户有了一技之长。

企业等社会力量对于打赢脱贫攻坚战至关重要

桐坪乡青松村村民杜元伦家有养猪的传统，但受制于交通不便、电力供应不足等因素，养殖业只能小打小闹，一年下来也只能饲养10多头猪。“有了稳定的电力保障，不仅能够将规模扩大到原来的10倍，干活也更轻松了。”杜元伦说，自从农网改造升级后，他添置了几台饲料加工设备，并将养殖规模扩大到了100头。

“借助行业优势，优先对贫困村实施农网改造升级，是国网南部县供电公司扶贫帮扶的亮点。”青松村党支部书记杜玉友介绍，自2016年7月以来，国网南部县供电公司还免费为村里5家易地扶贫搬迁户和13家危房改造户安装了电力线路，让贫困群众住上安全房的同时也用

多下真功夫 别动歪脑筋

在脱贫攻坚上动歪脑筋，既无法让贫困群众真正过上好日子，更不会给自己带来真政绩

最近的一则关于脱贫考核评估的报道，令人颇多思考。某省开展脱贫第三方绩效评估，评估组由高校师生组成。评估组成员称，他们在一个贫困乡镇受到了“特殊”的接待。在开展评估的4天里，每次晚餐都是四五桌的“好酒好菜”，粗略估计单桌的费用就超过千元，折合人均百元以上。如此“高标准”的结果是，每餐的饭菜根本吃不完，浪费严重。

人数不多的一顿晚餐，就花掉四五千元，已经远远超出了热情好客的范畴，不该是一个贫困乡镇本来的“气派”，更与脱贫评估的主题不符。难怪不少人说，这个乡镇的干部想用好吃好喝赢得评估组的肯定，讨个好分数，没把功夫用在脱贫攻坚的正地方，净应付评估的歪脑筋。

脱贫攻坚，打的是硬仗。越到最后攻坚阶段，剩下的越是难啃的硬骨头。目前全国还有约120个贫困发生率超过18%的深度贫困村，2.98万个贫困发生率超过20%的深度贫困村，这些地区的贫困群众致贫原因更复杂，脱贫难度也更大。到2020年我国农村贫困人口在现行标准下实现脱贫，贫困县全部摘帽，任务依然艰巨，仍面临不少挑战。

如期完成脱贫任务，保证脱贫质量，才能让全面建成小康社会的底色更亮。实现这一目标，离不开贫困地区、贫困群众的自身努力，更与扶贫工作有没有精准落实，扶贫干部是不是尽职尽责，脱贫考核有没有做到严格真实等密不可分。其中，扶贫干部作风硬、能力强、肯下真功夫，是提高脱贫攻坚质量的重要保证。

应当说，大部分奋战在脱贫攻坚一线的干部都是超常规付出，任务重、压力大，特别不容易。笔者采访过这样的第一书记，一个月几乎天天住在村里，做贫困户思想工作常常从天亮讲到天黑，自己家里老的老、小的小，大小事情都帮不上手；笔者也采访过这样的驻村农技员，村里贫困户发展产业要手把手地教，非贫困户需要技术服务要上门帮忙，甚至其他乡镇遇上技术难题也得赶过去，租摩托车跑山路，一天就要花费将近200块钱……他们为了让贫困群众尽快过上好日子，肯下真功夫，提高了脱贫攻坚的成色。

也要看到，还有少数扶贫干部在动歪脑筋。有的人不去分析贫困户的收入来源、结构和稳定性，把预期收入都算作实际收入，搞“数字脱贫”；有的人平时不进村入户，不帮助贫困户找适合的致富产业，只在评估考核时临时抱佛脚，搞“突击脱贫”；有的人只盯着贫困户收入达标，却忘了现行脱贫标准还有“两不愁三保障”，让贫困群众“被脱贫”。

要知道，在脱贫攻坚上动歪脑筋，既无法让贫困群众真正过上好日子，更不会给自己带来真政绩，相反还会因违法违规违纪受到严厉处罚。有人因打扶贫资金的歪主意而受罚，数据显示，截至2017年10月底，因当年审计发现的扶贫资金问题，就有970人被追究问责。有人因在落实脱贫攻坚任务上动歪心思被惩处，仅去年就有多人因落实扶贫工作不到位、不精准受到严肃处理。

如今，对脱贫攻坚的要求已由打赢转向打好。提高脱贫质量没有捷径，心中时刻装着贫困群众，帮他们发展能够持久受益的产业，帮他们掌握能够谋生致富的技能，让他们鼓足自力更生、勤劳致富的干劲，措施精准再精准，工作扎实再扎实，这才是出成绩的正确路径。



脱贫攻坚新气象