

社会组织：精准扶贫攻坚战“爆破兵”

■ 本报记者 高文兴

党的十九大报告提出，“确保到2020年我国现行标准下农村贫困人口实现脱贫……做到脱真贫、真脱贫”。但目前全国还有约3000万人尚未脱贫，而与过去的贫困人口不一样，这些属于最难脱贫的人口——并非能力问题，而是当地文化、风俗习惯决定了脱贫致富动力不足。

因此，随着精准扶贫攻坚战的愈发深入，如何引进先进文化和制度，促进贫困人口主动脱贫成为下一步完成脱贫任务的关键所在。而众多像中国扶贫基金会这样在扶贫前线探索实践多年的社会组织，已纷纷摸索出不少为贫困乡村“赋能促动”且可被广泛复制的脱贫路径。

在这场“非赢不可”的攻坚战中，如果拥有集中优势的政府是歼灭战场上的主力军，那么，擅于在细微之处深挖、对症下药的社会组织，无疑是阵地战场上的“排雷兵”、“爆破兵”。

找准切入点

社会组织精准扶贫空间尚广

2017年11月30日，国务院扶贫办全国扶贫宣传教育中心联合华中师范大学发布了《中国精准扶贫发展报告（2017）》，聚焦了精准扶贫从政策到实践的转化过程，在揭示了我国近年来取得的成效和经验的同时，也指出了策略实施中面临的困难和问题。

其中，“部分贫困群众内生动力不足”引起了各方面专家的认同和重视，这也是十九大报告提出“注重扶贫同扶志、扶智相结合”的原因所在。

在年底的中央经济工作会议上，中国社科院农村发展研究所研究员李国祥就指出，许多贫困人口没有脱贫的志向，“扶贫干部很着急，但贫困人口不着急”；有贫困人员对于产业扶贫不积极，因为担心销售出问题。

中国人民大学农业与农村发展学院教授汪三贵认为，贫困



中国扶贫基金会在雅安宝兴县穆坪镇雪山村打造的“美丽乡村”全貌

人口有了技能和脱贫的动力，脱贫会更快一些，这是下一步要解决的重点。此外，一些深度贫困地区往往在边远及交通不便的地区，应促进产品销售和旅游业等产业发展。

而社会组织成员绝大部分来自于基层，其贴近群众的天然优势可以最直接了解贫困群体的是继续需求，其“自下而上”的点对点扶贫方式也为实现灵活多样的差异化扶贫服务提供了可能。同时，社会组织在扶贫细分领域的专业化、精细化优势，也可弥补政府资源有限和公共产品单一等“短板”。

发挥各自专长

社会组织展现别样活力

在精准扶贫中，不同类型的社会组织发挥了不同的职能，不同专业背景的组织发挥特长，提高了扶贫效果。

一些大型社会组织具有很好的品牌效应，筹款能力较强，可以实施较大规模的扶贫项目，覆盖比较大的贫困地区，成为精准扶贫的重要力量。

中国扶贫基金会成立至今已有28个年头，目前年均筹款

规模在5亿元左右，且在健康扶贫、教育扶贫、生计扶贫和救灾扶贫上积累了大量的经验。

2017年10月，在苏州举办的首届“中国公益新势力·金鸡湖论坛”上，基金会秘书长刘文奎总结了基金会近些年在乡村脱贫方面的成功经验——以村民为主体，形成合作社、协会、股份公司等形式，以市场为导向，打造乡间高品质产品或服务品牌，实现乡村脱贫。

目前，基金会在地震灾后村庄打造的乡间民宿供不应求，“基本都需要提前一个月预定”，而在旅游资源不足的村庄摸索的“善品公社”电商项目也让许多深山里的优质农产品走向了市场。

一些机构规模较小的“草根”组织，长期在基层工作，与农民保持了密切的关系，成为农民真正的朋友。

2017年初，耶鲁大学毕业生秦明飞当选“CCTV感动中国年度人物”，让他和他发起的“黑土麦田”公益机构响遍全国。这个让海内外高校学子深入贫困农村，用踏实勤奋的态度和创新创业的方式解决乡村贫困难题的“草根”组织，为精准扶贫的攻

坚输送了新型人才，也提供了一道全新的解题方式。

一些具有专业背景的社会组织基于组织的特长，采取针对性的措施，以专业度满足了多样性扶贫的需求。

作为以企业家为主体组成的社会团体，阿拉善SEE生态协会在生态脆弱地区实施社区参与的环境保护项目，在保护环境的同时，增加了当地居民的收入，改善了当地人的生计。

2017年11月22日，国务院扶贫办下发的《关于广泛引导和动员社会组织参与脱贫攻坚的通知》指出，“社会组织是动员组织社会力量参与脱贫攻坚的重要载体，是构建专项扶贫、行业扶贫、社会扶贫‘三位一体’大扶贫格局的重要组成部分。”

在精准扶贫进入攻坚拔寨的关键时期，这一通知的意义不仅在于推动社会组织参与精准扶贫，同时也重点关注2020年以后如何扶贫的问题——随着大量贫困人口脱贫，如何保证他们不返贫，是一个更为艰巨的任务，需要长期的工作，因此，社会组织在长期的扶贫周期中将更加发挥其不可替代的作用。

【精准扶贫】

党的十九大报告提出，“确保到2020年我国现行标准下农村贫困人口实现脱贫……做到脱真贫、真脱贫”。在这场“非赢不可”的攻坚战中，如果拥有集中优势的政府是歼灭战场上的主力军，那么，擅于在细微之处深挖、对症下药的社会组织，无疑是阵地战场上的“排雷兵”、“爆破兵”。

案例

中国扶贫基金会的乡村脱贫实践

2017年10月13日，刘文奎在苏州举行的“中国公益新势力·金鸡湖论坛”上对中国扶贫基金会助力精准扶贫、探索乡村发展之路的实践进行了分享。

他回忆道，在2000年时，基金会遇到的一个困惑是，许多开展了扶贫项目的村庄在几年后又回到了老样子——村民收入没有增加，收入结构没有变化，村庄面貌没有改观。在总结原因后，基金会认为，每次投入扶贫的资源量过小，没有堵住乡村贫

困的“漏斗”是导致没有“真脱贫”的原因。

在此发现上，基金会开始以村庄为单位，投入相对多的资源，开展社区综合发展项目，摸索出了一条“以村民为主体，以合作社为基础，为其注入产业发展项目”的路子，并在此基础上产生了基金会现今的两个品牌项目：美丽乡村项目和民宿项目。

在旅游资源可待开发的边远村庄，包括在地震灾后地区的

村庄，基金会结合当地的自然环境，组织村民建立合作社，让他们成为股东，邀请设计师进行规划，打造一批精品房子作为民宿，并为村民培训，让他们具备配套的接待能力，所获利润分给全体居民。

在没有旅游资源的村庄，基金会开发当地的土特产品，帮助当地农民接触电商。基金会为此成立专门的社会企业“善品公社”，其主要任务就是解决农民通过互联网销售农产品的三大

瓶颈——质量、规模和品牌。

刘文奎坦言，从2004年至今，一路走来，基金会经历了不少失败，但最终找到了开启农村发展锁扣的“金钥匙”，他说：“这个‘金钥匙’有三个要点：第一，方向，这是最重要的，要以市场为导向；第二，做出合格或者品质很好的产品或服务，这样消费者才愿意跟你等价交换；第三，将农民团结、组织起来，组织形式可以是合作社、协会、股份公司等。”