

聚焦精准扶贫,共创美好生活

第六届中国慈展会将于9月20日-22日举行

■ 本报记者 王勇

7月23日上午,第六届中国慈展会组委会会议在北京召开。会议宣布,第六届中国公益慈善项目交流展示会(简称“慈展会”)将于今年9月20日至22日在深圳举办。本届慈展会的主题是“聚焦精准扶贫,共创美好生活”。

主办单位民政部、全国工商联、广东省政府、深圳市政府、中国慈善联合会以及国务院扶贫办等有关领导参加会议。

民政部副部长高晓兵在会上强调,要紧紧围绕“聚焦精准扶贫,共创美好生活”的展会主题,突出发挥慈展会在助力脱贫攻坚中的积极作用,助力构建专项扶贫、行业扶贫、社会扶贫“三位一体”大扶贫格局。

7月23日下午,慈展会组委会办公室还专门召开了媒体通报会,对相关情况进行了通报。

聚焦精准扶贫

据介绍,第六届慈展会以“聚焦精准扶贫,共创美好生活”为主题,在展示内容上,将专设精准扶贫主题展区,包括教育扶贫、健康扶贫、产业扶贫、科技扶贫、生态扶贫、创业就业扶贫等主题展区。重点展示社会扶贫领域具有创新性、可复制性和示范带动效应的优秀项目,系统展现我国扶贫领域的最新业态和成就。

组委会办公室已于6月29日在深圳举行报名启动仪式,展、会、赛等各项工作已全面启动,并将通过各主办单位组织发动、地面招展推介和定向邀请参展等方式,全面推进招展工作。组委会将



慈展会官网截图

于近期选择国内8-10个城市开展慈展会情况重点推介活动。目前已有200多家机构报名。

除项目展示外,本届慈展会还将围绕如何构建多方力量广泛参与、多种举措有机结合与互为支撑的“三位一体”大扶贫工作格局,搭建政府、市场、社会互动对话平台,着力打造一个高端化、国际化的主题会议(峰会)和相关扶贫领域专题会议,以期对深度贫困地区脱贫工作起到引领和启发作用,并为全球减贫事业提供中国智慧、中国方案。

精准对接资源

“资源对接则是历届慈展会的核心。本届慈展会把主题聚焦在精准扶贫上,精准扶贫的资源如何对接,我们能通过慈展会这个平台,带动各方的社会力量做些什么,这是我们思考的问题,也是本届慈展会要集中回答的

一个问题。”慈展会组委会办公室有关负责人说。

在本届慈展会的资源对接板块,组委会以“三区三州”等深度贫困地区需求对接为核心,重点推介深度贫困地区项目,并通过东西部扶贫协作、项目认捐、项目服务和责任消费等方式,激发和调动政府、企业、社会组织和公众参与的积极性,引导社会慈善资源向深度贫困地区倾斜,全面带动社会资金、专业人才、先进技术、项目服务等资源与深度贫困地区扶贫项目的对接与合作。

此外,本届慈展会还设置了消费扶贫专馆,重点展示慈善新技术和科技公益产品在扶贫领域的应用,以及全国工商联系统“万企帮万村”精准扶贫产品成果等,通过展览展示、产品体验、义拍义卖等方式,在满足公众参与体验需求的同时,倡导“购买扶贫产品和服务就是参与扶贫”的责任消费理念,引导广大企业和公众

以订单采购等方式,支持购买贫困地区特色产品,并充分借助东西部扶贫协作的合力优势,深入拓展产品营销渠道,不断延伸产业生态链条,吸引企业和社会组织在技术指导、网络宣传、物流运输、售后服务等多方面给予配套支持,实现消费拉动产业“造血”扶贫的目的。

倡导全民慈善

本届慈展会上,中国公益慈善项目大赛将征集评选出兼具创新型、示范性和可复制性的扶贫项目,加强对其模式创新引领、资源对接服务和能力建设支持,培育扶持更多专业力量参与脱贫攻坚,促进社会资金和项目服务等资源向深度贫困地区倾斜。

在此基础上,激励和引导深度贫困地区扶贫项目通过参展参赛、社企认证等方式,获取更广泛的资金支持、价值认同等社会资源,将外部帮扶与激发内生动力有机结合。

中国公益映像节、慈善文化创新之旅等将打造成为引导公众参与支持扶贫事业的慈善文化体验活动。中国公益映像节上,将精选出500余部公益影像作品,用影像传播扶贫进程中的先进事迹和感人故事。

“总的来说,今年的慈展会是一个主题聚焦,‘专而精’的精品型展会。”组委会办公室有关负责人表示,本届慈展会将实现三个转变:首先是由注重规模效

应向提升展会质量转变;其次是由注重单一的资金对接向强化全要素资源对接转变,进一步强化人才、信息、技术、理念、模式等“软性”要素资源与深度贫困地区、扶贫项目的精准对接;最后,是由聚焦行业需求向兼顾专业化、大众化转变。通过提升慈展会认知度和公众参与度,汇聚起脱贫攻坚的强大力量。

5年累计对接项目2185个

已经举办的五届慈展会均覆盖了31个省、自治区、直辖市以及港澳台地区。

生动展现了我国慈善事业发展的主要成就。累计展示了54个慈善城市的创新探索,汇聚了6877家国内外具有影响力和创新特色的慈善组织,展现了553家企业在履行社会责任中的突出成果,展示推介了近3万个品牌慈善项目。

搭建了慈善资源和项目的交流对接平台。累计对接项目2185个,对接金额324.53亿元,切实推动了慈善事业的跨界交流与合作。

搭建了慈善事业发展的研讨互动平台。累计开展了120余场研讨会议和互动沙龙,激发了业界对于慈善立法、慈善信托、社会价值投资、社会企业、社区基金会等问题的深入研讨。

加深了中国慈善事业与国际社会的交流与融合。累计吸引了20多个国家和地区的119家国际公益机构、近200名外籍嘉宾参展参会,切实提升了中国慈善的国际影响。

中国农产品市场协会参与脱贫攻坚工作取得良好实效

7月19日,民政部社会组织管理局发布《关于中国农产品市场协会参与脱贫攻坚有关工作情况的通报》。《通报》指出,中国农产品市场协会结合自身优势,立足产业扶贫,明确工作思路,优化帮扶措施,形成长效机制,脱贫攻坚工作取得良好实效。

准确把握农业产业

一是深入开展专题调研。多次深入东北、西北、中南等贫困地区,就农业结构调整、农产品产销、农业标准化、农业品牌建设、农业走出去等内容开展专题调研,把脉贫困地区农业产业,坚持问题导向,查找致贫原因,制定扶贫方案。

二是积极探索扶贫模式。主动走进边疆地区、边远山区、贫困地区,结合当地农业产业发展实际,探索通过开展应急促销、季节性促销、扶贫促销等活动,畅通农

产品销售渠道,结合展会促销、网络促销等方式,加大直采力度,推动形成有效扶贫模式。

三是注重发挥职能优势。突出需求导向、市场带动,充分发挥协会在农产品资源领域职能优势,着力解决贫困地区农产品市场问题,因地制宜,带动贫困地区调优、调高、调精农业生产,提高农产品竞争力,推进扶贫产业发展。

精准聚焦产销对接

一是多点搭建农产品产销对接平台。在湖北恩施、湖南湘西、新疆喀什、宁夏固原、贵州黔东南、陕西洛川、甘肃定西、河北保定、山西吕梁等贫困地区开展蔬菜、水果、干果、畜产品、加工品等特色农产品营销促销活动,拓宽农产品流通渠道。组织全国经销商到重点省份、重点区域进行现场对接,开展应急促销、季节性促

销、分品种专题促销。利用中国国际农产品交易会、纽约亚洲食品展等大型国际农业展会,带动贫困地区农产品进入国际市场。

二是持续加大农产品产销对接支撑。创新贫困地区农产品短链流通模式,推进农超对接、农批对接、农产品直销等多种产销对接模式,发展订单农业。探索区域性、季节性、应急性促销措施,完善推介、展会、线上线下互补等多种方式,加强边远贫困地区冷链物流基础设施网络建设,推进电子商务、大数据建设,创建电子商务孵化平台。开展农产品市场监测、预警和信息发布工作,做好行业发展评估,提供准确、及时的农产品流通数据支持和服务。

三是不断强化农产品产销应急能力。加强会员单位和经销商协作,建立应急处置机制,强化农产品区域性、结构性滞销应对能力。积极应对2014年云南

鲁甸花椒滞销问题,组织多位经销商、客商赴云南鲁甸开展救灾花椒采购活动,现场达成购买干椒意向784吨,总价值近7000万元。有效应对2016年贵州剑河土鸡滞销问题,组织新发地专业经销商与当地签署100万只土鸡订购协议。

形成扶贫长效机制

一是推动提升农业发展质量。举办多期农产品质量安全检测培训,推动对重点农产品开展专项检测,生产与监管同步推进。发挥贫困地区资源优势,以农产品加工业链接三产融合,通过乡村旅游等引领产业发展。依靠科技推动产业绿色高效发展,培育社会责任感强、经营理念新的经销商队伍。注重打造一批农业品牌,如甘肃高原夏菜、湖北秭归脐橙、海南冬季瓜菜、宁夏冷凉蔬菜等。

二是加快推进农业信息化建设。利用“互联网+”、电子商务、大数据等信息化手段,引导传统产业转型升级。建立中国农产品市场网,集成大数据和电子商务服务平台、网上促销和品牌推介平台、市场协会子站集群宣传展示服务平台等功能,为政府、农户、消费者等提供个性化服务。开展农产品批发市场产销对接、质量检测等大数据平台建设工作,及时准确提供农产品相关信息服务。

三是有效构建农产品经销机制。构建优质优价市场机制,完善农产品市场体系,维护市场秩序,引领贫困地区特色、优质产品发展。构建产销方利益联结机制,组织农产品流通企业深入贫困地区,通过投资入股、合作经营等方式,帮助发展特色、优势农产品产业。推动大批企业与贫困地区建立供销合作关系,实现产销精准对接、互利共赢。(王勇)