

消费扶贫月来了,“买买买”如何既赢实惠又助扶贫?

文/新华社记者 杨绍功

2秒钟,在广州地铁上扫描扶手广告,乘客就能购买扶贫产品;20分钟,在四川消费扶贫馆,销售商能达成一项购销意向;2到3天,正处于采收旺季的新疆葡萄,能通过消费扶贫销售渠道,从天山下的果园来到东部江苏市民的餐桌……

9月,以“万企参与,亿人同行”为主题的全国首个消费扶贫月启动。记者在多地采访看到,扶贫产品购销两旺,“买买买”既让消费者得到实惠,又助力了扶贫产业的发展。

搭建平台:扶贫消费购销两旺

可可西里的青稞、洛川的苹果、秭归的脐橙……9月,走进南京农副产品物流配送中心,来自西部8个省区市的消费扶贫产品琳琅满目,企业家和消费者在这里边品尝边洽谈选购。

9月5日,江苏省消费扶贫月活动启动首日,在这个江苏省东西部消费扶贫

交易的平台上,有20家东西部企业签署了扶贫产品购销协议。月内还将有120多家企业和50多家政府部门单位展开洽谈对接。

8台“消费扶贫号”品牌列车9月开始在广州地铁线上穿梭。市民扫描车厢广告上的二维码,就能进入广东东西部扶贫协作产品交易市场采购。广东省扶贫办专职副主任梁健说,虽受到疫情影响,今年该市场仍实现了超3亿元的交易额。

依托日均3万采购车次的成都农产品中心批发市场,9月开馆的四川消费扶贫馆人气迅速攀升。峨眉山市广汇商贸公司负责人朱小东参观了20来分钟,就开始洽谈采购细节。“扶贫产品不仅品质好,价格也适中,有些比网上还便宜。”他说。

服务全国832个贫困县区的“扶贫832”销售平台,上线农副产品6万多个,今年以来交易额已突破21亿元,惠及近100万贫困农户。

各种消费扶贫平台的搭建为全社会共同参与脱

贫攻坚提供了渠道。在四川,1000台消费扶贫智能专柜等设施将在9月底前“走进”全省机关单位、国企、机场和高校,21个州市年底前将各至少建设1个消费扶贫专馆……

提升品质:既买得实惠,更助力脱贫

扶贫产品“买买买”鼓励了脱贫的热情。四川省阿坝藏族羌族自治州小金县美兴镇甘家沟村,海拔3200米的大山上,扶贫第一书记张飞用快手直播向粉丝推荐当地农特产品。整个夏天,他帮村民卖出了12万元松茸,最近还有一家企业一次性采购了5万斤小金花椒。

当网络把贫困地区和消费市场连接起来,消费扶贫显示出巨大的潜力。仅在快手平台,目前已累计有660多万来自贫困地区的用户实现了增收,其中建档立卡贫困户不在少数。

“买买买”也让消费者

得到了实惠。无锡市民朱明新从扶贫平台订购了一箱新疆葡萄,价格便宜、到货还快。从果园到餐桌,只用了不到3天时间。据统计,今年以来,已有价值8.34亿元的扶贫产品丰富了江苏居民的“菜篮子”和“果盘子”。

秋收时节,昆明市寻甸回族彝族自治县电商产业园,工人正忙着分拣土豆。该县科学技术和工业经贸信息局副局长陈老勇说,消费扶贫正倒逼当地调整种植结构,不断提升产品品质。

为把东部的品质标准带到西部,古称“沙洲”的江苏省张家港市与古称“思州”的贵州省沿河土家族自治县,合作创立了一个“洲州茶”品牌,也受到了消费者的欢迎。

四川省注册申报了公益性集体商标“四川扶贫”。四川省政府副秘书长、省扶贫开发局局长降初说,这个共建、共用、共享的小商标,让大山里的农特产品有了流向市场的“通行证”。

据国务院扶贫办统计,截至8月底,我国中西部22个省份共认定94696个扶贫产品,全年可提供商品价值总量9418.06亿元,已销售1299.2亿元。国家、省、市三级扶贫部门对扶贫产品的认定进行全过程监管,扶贫产品“买买买”可以更加放心。

众人拾柴:让消费扶贫健康可持续

为推销贫困户种植的葡萄、苹果和西梅,新疆高德管理咨询有限公司负责人胡国龙9月来回奔走于江苏各地的展销会。“这些水果正当季,不及时卖出去就浪费了,希望能有更多销售渠道。”他说。

与此同时,南京农副产品物流中心董事长苏华正在新疆维吾尔自治区伊犁哈萨克自治州考察,希望促成果品深加工产业落地。他认为,以市场为纽带,实现供需匹配,就能促进消费扶贫形成良性循环。

产业化是培育供需的重要手段。广州医药集团有限公司专门成立研究院,研发出刺梨系列产品“刺柠吉”,通过新品发布、市场推广等一系列活动培养消费者市场,产品上市不到一年销售额已超过1亿元,带动贵州省数万人脱贫增收。

江苏省发改委会副主任张世祥认为,实现消费扶贫的可持续发展,既要紧紧依靠市场这只“无形之手”,又要千方百计用好政府的“有形之手”,建立消费扶贫工作长效机制。

市场拓展与政策支持的指向是大众化的扶贫消费。丰收时节、消费旺季,从灵活便捷的线上渠道到各种消费扶贫专区、专馆、专柜,扶贫产品离人们的生活越来越近。“以购代捐”“以买代帮”的扶贫理念也随着扶贫产品的拓展逐渐在消费者中普及。各方认为,随着扶贫消费“人人皆可为、人人皆愿为、人人皆能为”的观念深入人心,消费扶贫将更加健康可持续。

中国冰雪健儿全力以赴备战冬奥

文/新华社记者 林德韧

北京冬奥会的脚步越来越近了,中国冬奥军团的备战也并未停歇。2020年上半年,突如其来的新冠肺炎疫情,对全世界的体育活动都造成了不同程度的影响。

在严峻形势下,严抓组队工作、提升管理水平、补齐体能短板成为各支国家队的工作重点,与此同时,各支国家队也正密切关注国际形势,力争对国际赛事的复赛做出最快反应。

与疫情赛跑 将影响降到最低

今年3月,中国冰雪各项目队基本顺利完成了外训外赛任务,把疫情对训练备战的影响降到了最低。

中国奥委会发言人表示,疫情发生之初,考虑到国内严峻的防控形势,经过综合研判,我们第一时间决定正在国内进行专项训练的队伍按照“不移动”原则,继续在原训练地训练;国内

因雪场封闭等原因暂时没有条件进行专项训练且没有承担外训外赛任务的队伍,集中安排到河北承德国家雪上项目训练基地进行体能强化训练;承担外训外赛任务的队伍能提前出国的就尽量提前出国,能延长在国外训练时间的就尽量延长时间。

在各方的努力之下,中国冰雪项目的队伍在前一个赛季基本顺利完成了外训外赛任务,把疫情对训练备战影响降到了最低。在这段时间,冰雪健儿在短道速滑、速度滑冰、花样滑冰、单板滑雪U型场地、自由式滑雪U型场地、自由式滑雪坡面障碍技巧等项目世界锦标赛、世界杯分站赛和相关重要赛事上均有较好发挥,部分项目取得了成绩上的突破。

上个赛季结束后,各支冰雪国家队先后转入封闭集训,进行专项训练和体能训练。短道速滑队和速度滑冰队在世锦赛推迟

的情况下组织“短道速滑模拟世锦赛对抗赛”,检验封闭训练期间强化专项训练的成果。

新赛季,国际冰雪赛事面临着许多不确定性。冬运中心副主任孙远富表示,目前几个国际组织还没有非常明确的赛季表。

对于相当多的冬季项目来说,中国队的实力并不处在世界顶尖,因此参加国际积分比赛的数量对于获得冬奥会参赛资格来说就非常明确。在面积停摆的背景下,中国队冬奥会资格争夺的进程也被打乱,前方出现了更多的未知因素。

“我们也希望有一些在我们国内办的高水平赛事,对队伍来说也是一个迫切需要。队伍长期的训练没有检验,这是我们面对的非常大的难题。”孙远富说。

加强管理 蓄势待发

在诸多的不确定因素

的干扰下,冬季项目的备战工作依然在奋力前行。孙远富介绍,以新赛季的组队为抓手,冬运中心对于各支国家队管理进行了大幅度加强。严格遵照“四不组队”原则,把牢新赛季队伍组建关。即不组织体能达标测试不组队、体能测试不达标运动员不能入队,兴奋剂工作不达标不组队,财务有关刚性要求不落实不组队,外事违规整改不到位不组队。

体能方面,要求组队前需组织体能达标测试,在各队自行安排摸底测试基础上,制定每名运动员的提升和达标要求,体能强化训练结束后进行达标测试,达标测试后方可根据测试结果进行组队。体能测试不达标运动员,可进行补测,补测仍不合格不能入队。

兴奋剂方面,不提供运动员及辅助人员兴奋剂违规背景审查资料,不组队。运动员及辅助人员、外籍人员,不签订兴奋剂协议,不组队。不明确队伍反

兴奋剂责任分工和运动员的反兴奋剂管理责任人,不组队。不做好外训药品审核及医疗预案,不组队。

此外,在财务和外事方面,也有十分具体的要求。

为在疫情防控常态化阶段继续做好营造备战良好外部工作,密切与各冰雪项目国际组织联系及友好合作关系,筹备2020/2021赛季各项重要国际冰雪赛事参赛工作,2020年8月,冬运中心先后与世界冰壶联合会、国际雪橇联合会以及国际滑冰联盟举行视频会议,重点探讨了2022年北京冬奥会备战、国际组织赛事安排和冰雪运动在中国的可持续发展等议题,实现了与各方凝聚共识、深化友谊、促进合作的目标。

加强体能 补齐短板

7月,分散在各地进行集训的冰雪项目国家队进行了一次体能大比武,比武在主会场河北承德国家雪

上项目训练基地,以及河北秦皇岛、北京首钢、黑龙江亚布力等11个分赛区同时开赛。共有30支冰雪项目国家集训队列阵集结,通过视频连线的方式展开体能比拼。

备战比赛方面,速度滑冰和短道速滑体能训练营正在积极备战2020年度短道速滑世界杯北京站暨2022年北京冬奥会短道速滑项目测试赛。花样滑冰协会正在推进世界花样滑冰大奖赛分站赛工作,该比赛是世界花样滑冰大奖赛总决赛暨北京冬奥会测试赛的重要组成部分。

在疫情的严重冲击下,中国军团在竞技场内外遇到了诸多难题,距离冬奥会越来越近了,无论是练体能还是最大限度地开发国内、国际比赛资源,都是为了增强自身实力,实现全面参赛的目标。

从精兵到冲刺,中国冰雪健儿正为冬奥备战全力以赴。