



延伸



部分企业精准扶贫项目及模式

国家电网

国家电网大力推进“国网阳光扶贫行动”,加强援藏援疆兴边富民,推进村村通电力电、井井通电、光伏扶贫项目接网等工程建设,有效改善了贫困地区百姓的生产生活条件。青海省果洛州玛多县为国家电网公司定点扶贫县。玛多县10兆瓦扶贫光伏电站已正式并网发电,该电站预计年发电量可达1562万千瓦时,发电纯收益将全部用于玛多县贫困人口脱贫。

中国石化

自1988年成立至2015年,中国石化总部共承担了西藏、青海、江西、安徽、湖南、甘肃、新疆7省(自治区)11县(市)的扶贫开发任务。2002年至2015年,中国石化累计投入对口支援资金3.39亿元,实施了120个扶贫项目,并投入定点扶贫资金3.45亿元。仅2015年就投入1亿多元,帮助8个县43.58万贫困人口尽快脱贫。

华润集团

2016年1月21日,忻州市政府与华润新能源正式签署风电扶贫协议。华润将利用五年时间投资270亿元,在忻州风电资源好的贫困县及地区建设合计300万千瓦的风电扶贫项目,并成立华润忻州清洁能源扶贫基金会,项目投产运营后纳入总计1.2亿元作为扶贫专项资金。华润集团输入新能源项目,以投资兴产业,再以产业促脱贫,最终塑造该地区强大的“造血功能”。

中国农业银行

为了使扶贫工作更精准,在四川平昌县,农业银行实行建档立卡贫困户定向信贷支持,对有发展意愿和能力的2.9万户贫困对象给予2万—5万元授信。金融扶贫是农业银行服务三农的重中之重。2011年以来,农行在832个扶贫重点县累计投放贷款12851亿元。截至2015年末,扶贫重点县贷款余额达5907亿元。“E农管家”、“银讯通”、“四融平台”等线上农贸平台也成为带动农民脱贫的重要途径。

蒙牛乳业

从捐助蒙牛“爱心井”到寻找“最美乡村教师”,再从“我回老家上课”到“交换卡路里”助力助跑,蒙牛努力探索从输血式扶贫到造血式扶贫的转变,将扶贫“基因”融入企业发展历程。通过在甘肃临夏设立工厂,蒙牛不仅实现了自身的市场拓展,更开拓了“精准扶贫”的崭新渠道。蒙牛建立的第一期工厂投产至少可为当地拉动1000个就业机会。同时,工厂成立后产生的“聚合效应”也将进一步构建产业链条,从而“实现企业发展、富民强州的双赢目标”。

万达集团

2014年12月,万达集团向贵州省丹寨县投资10亿元进行包县扶贫,被称作中国扶贫模式的创新之举。随后投资额追加至14亿元,这一规划涵盖产业、教育、基金,且实现了长、中、短兼顾(职业技术学院注重长期,旅游小镇注重中期,扶贫专项资金注重短期)。王健林希望,以一个大型企业带动一个县,探索出一种扶贫新模式。1994年,万达开始实施对口扶贫,截至2015年年末,万达捐赠现金扶贫累计超过50亿元。

阿里巴巴

农村淘宝是阿里巴巴集团的战略项目。2015年,阿里巴巴规划在三至五年内投资100亿元,建立1000个县级服务中心和10万个村级服务站。当年9月底,全县首批10个乡镇50个村点同时开业。通过这一规划实施,阿里巴巴探索建立了农村电子商务新渠道、生态农特产品电子商务供应链体系以及农村电子商务公共支撑体系。

百度集团

百度基金会发起及参与了多个影响深远的扶贫公益项目,如“为爱加餐·我来买单”、“善行者”、“筑梦学院”、“新长城助学”、“五元新校舍”等。2016年10月17日,中国扶贫日当天,百度基金会与中国扶贫基金签署战略合作协议,“国家级贫困县山西省中阳县扶贫基地”正式启动,为当地贫困学子捐赠物资、开设筑梦学院,设立新长城助学金等。

(以上文字由本报记者薛午安整理)

“全球化”扶贫企业经营战略获得“深度融合”

本报记者 穆明威

许多跨国公司在公司内部设立了公共关系部或政府事务部来专门处理减灾与扶贫事务,以及时调整他们的发展战略。这种理念之下,企业扶贫成为企业发展与社会发展双赢的互惠行为,是与企业的商业利益密切相关的。

时间退回到十年前,瑞典皇家科学院、诺贝尔和平奖评审委员会宣布:2006年度诺贝尔和平奖授予孟加拉国的穆罕默德·尤努斯及其创建的孟加拉乡村银行。作为全球小额贷款业的创始人,尤努斯成为联合国树立起来的“减贫先锋”。

国外的主要扶贫模式

国外扶贫起步较早,扶贫模式大致分为三类:“发展极”模式(以巴西、墨西哥、智利、哥斯达黎加、委内瑞拉、哥伦比亚、巴基斯坦等为代表)、“满足基本需求”模式(以印度、斯里兰卡为代表)和“社会保障方案”模式(以欧美国家为代表)。

据资料显示,联合国(1998)把贫困界限定为:贫困意味着缺乏有效地参与社会的基本能力、没有足够的食物和衣物维持温饱、无法享受基本的教育和医疗服务、没有权利、被排斥在群体生活之外。可以将其分解为能力贫困、收入贫困、权利贫困和心理贫困四类贫困现象。其中,“收入贫困”是学术界研究最多、使用最广的贫困定义,绝大多数国家也是以此为贫困识别衡量尺度,直接对应人们的生存标准或满足最少单位卡路里的食品需求量、最低数量的消费品。

谈起国外扶贫模式的特点,重庆丰都县委党校常务副校长代正光对《中国企业报》记者表示,国外普遍使用了扶贫方案提法。总的来说,国外扶贫方案也是基于“四类贫困现象”展开。以英美为代表的主要发达国家实行社会福利政策,提供基本公共服务来援助贫困群体,保障他们的基本生活,二战后,西欧各国纷纷效仿,现已成为发达国家扶贫减贫的主要途径之一;以巴西为代表的发展中国家则主要从社会保障制度与社会援助方案、社会救助项目等途径来减少贫困,如巴西的扶贫信息平台、印度的圣雄甘地国家农村就业保障法案、巴基斯坦的PPAF计划等。

跨国企业扶贫力量

1990年以来,各国不断改进与加大

扶贫力度,全球极端贫困率减少超过一半。其中企业参与扶贫和对中小企业的扶贫成为重要方式。

特别值得一提的是,在穆罕默德·尤努斯的小额贷款模式获得认可并推广十年后,这种模式其实已悄然渗透进入到金融企业的日常运营中,并拓展成为一种“普惠金融”的模式。国际金融公司每年都与国际扶贫咨询协商组织发布年度普惠金融报告,报告基于国际货币基金组织的普惠金融调查数据,对全球普惠金融的状况进行评估。

事实上,跨国企业已更多地介入到减灾扶贫的工作中,同时更将它融合进入公司的经营战略,将其纳入到公司总体利益中,将实现价值、树立形象与开发市场融于一体,这样,在回报社会的同时,拓展了公司能力。早期美国铁路公司对于西部地区铁路基础设施的建设就是这样,通过与政府合作、发行债券等形式,将可能长时间没有收益产业的铁路铺设到了广袤的美国西部。阿迪达斯和耐克的代工厂基本都建在贫困国家,一方面可以占有低廉的成本优势,另一方面也带动和解决了当地的就业和相关配套产业的发展。

许多跨国公司在公司内部设立了公共关系部或政府事务部来专门处理减灾与扶贫事务,以及时调整他们的发展战略。这种理念之下,企业扶贫成为企业发展与社会发展双赢的互惠行为,是与企业的商业利益密切相关的。

代正光认为,借鉴国外的一些扶贫模式和企业做法,对症下药、联动帮扶是很关键的。在找准贫困户致贫症结,采用靶向疗法的同时,积极整合社会扶贫资源,大力动员和整合社会各类主体形成联动效应,与被帮扶贫困户结成责任包干关系,构建“一对一”、“多对一”、“一对多”和“多对多”等结对联动帮扶机制,集中更多的资源和力量来共同解决贫困问题,形成了政府、企业、社会协同推进的扶贫格局。

支持贫困地区中小企业发展

贫困问题是一个全球化的问题,

取得的利润较低,所以对此比较冷漠或是有所抵触,这就需要政府加大组织引导作用。在提高扶贫政策的落地性方面,政府不能只是发布政策,还应该拿出当地产业发展的实质性措施,因为有的企业有这方面的社会责任感和意愿,但是具体实施还是大多为捐款捐物,所以怎样促使企业加入到当地产业发展之中,怎么帮助企业做好市场调查,对农村的市场需求有一个了解,是提高政策落地需要做的前期工作。还有就是企业扶贫项目在实施过程中,相关优惠政策应该真正实施,包括土地的划批、相关手续的简化、一些收费项目的减免等,不能只是体现在文件中。

南京大学社会保障研究中心教授王磊说:

在实施精准扶贫的过程中,要想营

如何激发企业参与扶贫积极性?

(上接第二版)

农医生市场部原负责人、
Makebator创客孵化器
合伙人王克成:

公司是以营利为目的的组织,面对目前的经济形势好好地活下去才有能力去实现更高的社会价值(精准扶贫),精准扶贫考核的是当地官员的KPI(关键绩效指标),这就使得很多时候我们会发现精准扶贫的大会很容易变成政企合作的公关活动,而项目本身落地不足,最后雷声大雨点小。怎么让企业在精准扶贫的同时产生利润,是长远需要深入考虑和研究的,同时在线的实时数据跟踪和反贪腐的跟进也是很有必要的。控制好国家扶贫项目经费,让农村扶贫工作逐年多一些回归市场经济,才会真正的越来越好。关于三农问题,最核心的问题是

人本身,对农民进行定期持续的多元化培训教育,让他们摆脱盲目、真正地睁开眼看世界,培养和扶植越来越多的本地农民企业家,形成扎根本地以实体为基础多元化合作的本地企业小生态,政府播种、万企孵化、万村致富,这样才能“授人以渔”。

九州香农业开发有限公司市场经理高泉:

营造民营企业精准扶贫的良好环境,使民营企业精准扶贫的潜能得到充分释放,首先应该加大宣传力度,包括政府、媒体等应该帮助企业做好宣传,不能认为企业帮扶是理所应当,有些企业做了很多这方面的工作,并没有得到较好的宣传和肯定,扶贫积极性就不会很高。另外,一些企业缺乏社会责任感,而且因为参与扶贫开发项目有可能

造良好环境、充分挖掘民营企业的潜能,各级政府应该发挥主导作用,以市场为导向,走产业扶贫的道路。特别是当地政府,对当地农村、农民的情况应该是非常了解,所以要结合当地情况,因势利导发展当地特色产业。而不是“胡子眉毛一把抓”,什么都发展,最后什么发展的不好。而且,应该参与企业定期召开会议,与企业及时沟通,帮助企业解决在扶贫过程中遇到的各种难题。对积极扶贫并取得一定成绩的企业,应该给予及时宣传表扬,树立典型,总结成功经验,以起到建立正确的舆论导向和积极的企业扶贫环境。政策落实方面,要协调好配套措施,各部门包括农、林、牧、财政、税收等部门应该综合统筹、协调工作,为企业提供一定帮助和服务,包括税收减免、贴息贷款、优先享受产业扶持政策等等。

(以上文字由本报记者洪鸿、朱虹采访)

