

绿满光秃山 铺就小康路

四川洪雅县创新“产业+现代农业+抱团”扶贫模式，通过强产业、聚要素、补短板，充分激发农村发展活力，筑牢决胜全面小康闭环防线

□ 何广丙

“小康不小康，关键看老乡。”近年来，前锋村改荒荒山、林地3000多亩，发展茶叶、葡萄等特色农业，让“光秃山”变“金土地”。2017年底，全村提前三年完成脱贫、减贫任务。2019年全村仅茶叶种植面积就达6500亩，人均收入达30,400元，成为远近闻名的“富裕村”……如今，说起从外出打工赚下第一桶金，到2004年返乡创业带动村民脱贫致富，四川省眉山市洪雅县前锋村党支部书记何洪信心满满。

前锋村曾经是西部地区典型的丘区、山区贫困村，一无产业、二无资源，村民守着光秃秃的大山，终日劳作，始终无法摆脱贫困的面貌。党的十八大以来，洪雅县把脱贫攻坚与全域绿色发展有机结合，创新“产业+现代农业+抱团”精准扶贫模式，通过强产业、聚要素、补短板，充分激发农村发展活力，昔日的光秃山已然成为集观光旅游、特色农业采摘为一体，引领村民致富奔小康的美丽风景线。

“抱团”扶贫 村民过上好日子

“我现在在葡萄园上班，加上土地流转的钱，合作社的分红以及上班工资，每年收入有3万多元……”说起现在的好日子，家住洪雅县止火街社区的李大爷心情激动不已。

李大爷是止火街社区建档立卡贫困户，原来仅靠种植1亩多水稻过日子，生活非常艰难。2016年，在洪雅县产业脱贫的帮扶下，止火街社区成立洪雅田园印象专业合作社，李大爷家的土地全部流转出来种葡萄，他自己还在葡萄园里打工，每天有近80元的收入，日子过得红红火火。

据了解，2017年以来，洪雅县围绕乡村旅游、茶叶、藤椒优势产业，以农业产业化龙头企业、示范农民专业合作社为引领，以一杯茶、一树椒、一篮菜、一根竹、一壶酒、一瓶水“六个一”工程为抓手，组织贫困群众“抱团”发展，与34家新型农业经营主体合作，建设34个扶贫产业基地，覆盖贫困户总户数3103户，占建档立卡贫困户61%；2016年—2019年洪雅县累计投入资金708.4万元，实施到户产业发展项目3个。投入资金480万元实施资产收益扶贫项目4个，通过财政支持、资产量化、贫困户入股分红的方式，解决371户无劳动能力户稳定收入问题。

易地搬迁挪穷窝拔穷根

为进一步帮助困难群众改善生活面貌，洪雅县推动新型城镇化建设和易地扶贫搬迁安置齐头并进，以生活城镇化促乡村产业化，引导群众“进城入镇”。易地搬迁等，集中有限资源，迅速提升乡村公共服务和基础设施保障水平。

“我家老伴常年有病，有3个儿子是一级残疾，原来只有两间

小房子，靠打零工和种植传统农业维持生计，居住、生活都十分困难。2017年，通过易地扶贫搬迁住上了2室2厅的新房子，感谢党的好政策，让我们全家脱贫致富有了保障。”说起决胜全面小康对生活带来的变化，家住洪雅县柳江镇花溪社区安置点的周有珍脸上露出了笑容。

周有珍一家是洪雅县的深度贫困户，为帮助其全家脱贫，柳江镇政府将全家5个人纳入低保兜底，在安排公益性岗位的同时，帮助发展种、养殖业，并积极帮助申请重度精神残疾补贴、医疗保险、产业补助等，2017年底实现全家脱贫。

洪雅县扶贫开发局有关负责人说：“近年来，洪雅通过场镇综合体建设、易地扶贫搬迁、新农村聚居点建设，构建‘产村相融、田园相连、山水相依’的新型城乡形态，推动全县农村人居环境的整体提升。中山乡依托茶叶产业优势，建设新场镇，成功打造茶叶交易市场，年销售额突破2亿元。”

为精准推进决胜全面小康，洪雅县坚持政策兜底到位。实施五改三建项目，改善1315户贫困户住房条件。及时调整洪雅县最低生活保障和特困供养标准，坚持动态管理及重点救助，提高建档立卡贫困户1379户2213人的生活品质。

筑牢决胜全面小康防线

为保质保量完成脱贫减贫

任务，实现区域性稳定脱贫，洪雅县因地制宜开展“一对一”村级精准帮扶，充分利用全域生态优势，发掘乡村文化特色等，强基础、补短板，带动村民发展乡村旅游服务业，进一步筑牢决胜全面小康防线。

洪雅县扶贫开发局有关负责人说，为破解区域性脱贫难题，2014年，洪雅县开展“一对一”村级帮扶，因地制宜强基础、补短板，充分激活农村市场要素，推动“造血式”扶贫。

与全国各地贫困村一样，洪雅县瓦屋山镇复兴村虽然森林覆盖率高达96%，产出特色竹笋和优质茶叶，气候四季清凉，还保留了羌族的特色民俗传统，可是地理位置偏僻，交通十分闭塞，2014年有10户建档立卡贫困户。在洪雅县委、县政府的统一安排部署下，复兴村成为中国人银行洪雅县支行定点帮扶村。

“针对区域性脱贫，洪雅支行为复兴村量身打造脱贫‘三步走’计划。第一步是每个月两次上山输送粮油物资，保障贫困户最基本的生活饮食问题；第二步是充分发挥复兴村极佳的地理位置，洪雅支行协助一些贫困户开办了具有复兴村特色的绿色农家乐；

第三步是对农家乐经营路线进行指导和帮助，并积极推动复兴村与成都美途假日旅游等公司的合作，为复兴村打出名声，增加客流量。”洪雅县有关负责人说，到2017年，复兴村10户建档立卡贫困户已全部脱贫。

为精准帮扶深山村民走出生活困境，2019年洪雅县印发《洪雅县19个扶贫专项2019年实施方案》，明确责任部门、工作任务、完成时限。同时，积极探索“人才脱贫”模式，持续开展“百名人才下乡”行动，选派专业技术人才161名，采用“1个团队+N个联系村”方式，助力乡村旅游、藤椒、茶叶等乡村主导产业蓬勃发展。

据悉，2017年底，洪雅县提前三年完成贫困人口减贫任务，2018年，被省委、省政府表彰为脱贫攻坚先进县。截至目前，全县5069户14,670名建档立卡贫困人口脱贫质量持续巩固提升。

为进一步夯实脱贫攻坚成果，2019年洪雅扎实开展精准扶贫“大走访”，全面收集基础信息。146个帮扶单位2670名帮扶干部全员行动，全覆盖帮扶全县建档立卡贫困户，为实现稳定脱贫、决胜全面小康筑牢闭环防线。

走向我们的小康生活
决战决胜脱贫攻坚

消费持续回升 支撑经济稳步复苏



□ 王 蕴

面对新冠肺炎疫情带来的前所未有的挑战，在党中央的坚强领导下，全国疫情防控阻击战取得重大战略成果，我国经济经受了考验。随着国内疫情防控向好形势持续巩固，二季度以来，企业复工复产、复商复市步伐显著加快，居民生活逐步重回正轨。在扩大内需、促进消费回补等多项政策作用下，国内消费呈现出从疫情冻结需求“谷底”持续回升态势，稳住经济增长的基本盘，再次彰显了我国超大规模市场优势和内需潜力，为经济稳步复苏提供了有力支撑。

消费市场好转速度加快

在国内疫情防控形势持续向好的前提下，统筹疫情防控和经济社会发展工作取得积极成效，居民生活秩序明显恢复，经济社会活力加快恢复，消费回升态势明显好于预期。

二季度以来，消费逐月加速回暖趋势更为明显。4月社会消费品零售总额降幅收窄8.3个百分点，5月进一步收窄4.7个百分点；6月社会消费品零售总额同比下降1.8%，降幅继续收窄1个百分点，由此带动二季度社会消费品零售总额降幅较一季度收窄15.1个百分点，商品零售规模已经与去年同期基本持平。从环比增速看，6月份社会消费品零售总额环比增长达到1.34%，是近一年来最高水平，带动二季度环比增速达到19.2%，比一季度大幅提高超过50个百分点，进一步释

放出消费强劲反弹的信号。消费相关行业景气度持续上升。6月份，非制造业商务活动指数达54.4%，较5月上升0.8个百分点，增幅继续扩大0.4个百分点。其中，零售、住宿和餐饮业商务活动指数保持在52%以上，景气持续上升。特别是受疫情冲击较严重的餐饮服务业在经历断崖式下跌后已经全面回暖，已恢复至疫情前近9成。在全球主要经济体中率先实现安全复工、健康复产和消费有力复苏。消费增长的V型走势已经形成并浮出“水面”，继续上行的空间已经打开。

大宗消费反弹势头强劲

从汽车消费看，我国正处于普及消费与置换消费并重的快速增长期，汽车消费持续向好的发展趋势并未被疫情所改变，仍然是全球最具增长活力的市场。在中央和地方积极出台稳定和促进汽车消费政策的带动下，企业也加大了让利促销力度，二季度以来，居民购车和换车需求加快释放，汽车市场逐渐升温。从销量看，6月份汽车产销分别完成232.5万辆和230万辆，同比分别增长22.5%和11.6%，均刷新了6月份产销量的历史新高，传统的淡季变成了销售的旺季。其中，SUV、交叉型乘用车同比继续呈现两位数增长；商用车单月销量再创历史新高，达到53.6万辆，同比增长63.1%，轻型货车和重型货车销量均创历史新高。横向比较看，欧洲各国、美国等国家车市仍然疲软，如6月欧洲各国新车销量均大幅下滑，其中德国新车销量同比下滑40%，为近30年来最低水平；美国新车销量的降幅预计在30%左右。主要跨国车企对中国市场依赖程度持续提高，中国市场成为主要销售市场和利润增长来源。

从居住类消费看，住房需求得到进一步释放，房地产销售加快回暖，国房景气指数连续5个月回升至100以上景气区间。6月份限额以上单位家用电器和音像器材、建筑及装潢材料等商品零售额增速继续提高，分别同比增长9.8%和2.2%，较5月份分别提高了5.5和0.3个百分点，明显高于同期社会消费品零售总额增速。据有关机构数据，5月以来，主要电商平台的大家电、生活电器消费保持了两位数增速。

新型消费潜力加速释放

疫情以来，线上消费方式加速深化，线上消费持续爆发式增长，直播带货、生鲜网购、餐饮外卖等交易规模大幅提高，线上课堂、远程医疗、在线办公、线上娱乐、线上社交等在线服务消费加速成长，新型消费成为消费回暖的重要支撑。

1月~6月实物商品网上零售额同比增长14.3%，较1月~5月提高2.8个百分点。其中，二季度增速达到22.3%，已经明显快于去年同期，比一季度增速加快18个百分点。实物商品网上零售额占社会消费品零售总额比重逐月加速提高，已经达到25.2%，拉动社会消费品零售总额增速回升超过2个百分点。快递业务量高速增长，3月以来同比增速持续加快，6月增长约40%，达到创纪录的约76亿件。今年“6·18”线上消费呈现“报复式反弹”，焕发增长新活力。主要电商平台均创下亮眼的成绩，根据有关数据估算，“6·18”期间天猫、京东、苏宁和拼多多等四大电商平台累计下单金额超过1万亿元，同比增速较去年同期大幅提高，客单价也明显提高。从交易端看，同期网联平台处理资金类跨机构网联支付交易261.78亿笔、金额达

16.91万亿元，分别同比增长52%和42%。线上文娱消费快速增长，云旅游、云观展等蓬勃发展。据预测2020年线上文娱市场规模将超过5000亿元，比2019年增长30%以上。

消费增长新模式加速形成

在我国疫情防控进入外防输入、内防扩散常态化阶段的背景下，坚持防疫复工两手抓，安全、便利的消费增长新模式正在加快形成，有效支撑消费持续回暖。各类创新性“安全消费”方式正在常态化，为消费活动稳步恢复“保驾护航”，也助力提升消费体验。

“扫健康”已经成为线下消费的必备要件和消费习惯，有力确保了消费安全有序回升。提前预约、错峰出行的预约旅游正在成为旅游消费新常态，门票线上预约逐渐成为景区运营的标准配置。有关调研数据显示，端午节期间，全国81.7%的受访游客体验了预约旅游，较“五一”假期提高4.3个百分点。无接触式配送正在成为外卖配送和快递健康发展的新方式。

此外，各地积极策划组织各类促销活动，延伸消费增长的空间和时间，为被疫情冻结的消费需求回补提供有利条件。全国已有30个省市、170多个地市累计发放超过200亿元的本地消费券，重点支持商超、餐饮、文化旅游体育等行业复苏发展，部分地区消费券带动消费效果达到3倍~5倍。各地通过优化调整城市管理措施，提高公共服务配套水平等鼓励发展“夜间经济”，活跃消费市场、便利居民生活。

居民消费意愿持续提升

疫情发生以来，党中央及时部署实施一揽子对冲疫情影响的政策措施，各地区各部门扎实做

好“六稳”工作，全面落实“六保”任务，居民就业和收入预期总体稳定，消费信心和消费意愿持续提升。

城镇住户问卷调查数据显示，二季度倾向于更多消费的居民占23.4%，较一季度提升1.4个百分点，当期收入感受指数和未来自信心指数分别为46.1%和47.9%，比一季度分别回升4.5和2.2个百分点。全国居民人均可支配收入恢复性增长速度加快，上半年同比名义增长2.4%，其中二季度同比名义增长4.4%，较一季度提高3.6个百分点。居民人均转移净收入呈现对冲性快速增长态势，一季度同比增长6.8%，二季度同比增长8.2%，有效保障了低收入群体特别是困难群体的基本生活，确保基本消费需求得到正常满足。从居民消费倾向看，受疫情冲击，一季度全国居民平均消费倾向一度降至59.4%，为2013年以来最低水平，较往年同期平均值低约7.4个百分点；但二季度以来，居民消费倾向加快回升趋势明显，恢复至65.3%，与往年同期水平基本持平。这也充分显示出居民消费意愿已恢复到正常水平，人民对更加美好生活的追求奠定了消费持续回升、回稳的坚实基础。

展望下半年，我国经济韧性强、潜力足和回旋空间大的优势将进一步加速释放。消费需求强劲回升的基础牢固、支撑力稳健，V型复苏或将创下近年来少有的增速新高，并将开启消费高质量发展发展的新阶段、呈现更多发展新气象。消费对经济增长的主拉动力作用将进一步增强，不仅将有力支撑我国经济持续向好，同时也将为世界经济复苏带来更多机会和空间。

（作者单位：中国宏观经济研究院经济研究所）



工信部重拳出击整治APP侵权

此次专项行动主要整治三类对象

本报 记者刘梦雨 实习记者孟佳惠报道 日前，为切实加强用户个人信息保护，为人民群众提供更安全、更健康、更干净的信息环境，工信部召开会议，部署开展纵深推进APP侵害用户权益专项整治行动。

此次专项行动的主要整治对象包括三类：一是APP服务提供者，即互联网信息服务提供者提供的可以下载、安装、升级的应用软件，包括快应用和小程序等新应用形态；二是软件工具开发包（SDK）提供者，即集成在手机APP里的第三方工具集合；三是应用分发平台，包括网站、应用商店、App等承担下载、安装、升级等分发服务的各类平台。

在APP违规处理用户个人信息方面，工信部表示，将重点整治App、SDK未经用户同意，私自收集用户个人信息、超范围收集个人信息、违规使用用户个人信息以及强制用户使用定向推送功能的行为。

在设置障碍、频繁骚扰用户方面，工信部表示，重点整治App安装、运行和使用相关功能时，

强制、频繁、过度索取权限的行为，以及未向用户告知且未经用户同意，频繁自启动或关联启动第三方App的行为。

在欺骗诱导用户方面，工信部表示，重点整治通过“偷梁换柱”“移花接木”等方式欺骗诱导用户下载App，特别是具有分发功能的移动应用程序欺骗诱导用户下载非用户所自愿下载App的行为。同时，重点整治非服务所必需或无合理场景，通过积分、奖励、优惠等方式欺骗诱导用户提供身份证号以及个人生物特征信息的行为。

阿里巴巴、百度、字节跳动、小米、拼多多、美团、360、网易、苏宁易购等公司均参加了此次会议。会上，工信部表示，对上述问题整改不彻底的，将采取向社会公告、组织下架、断接入、行政处罚以及将受到行政处罚的违规主体纳入电信业务经营不良名单或失信名单等措施。

此外，工信部还将大力推进全国App技术检测平台管理系统建设，8月底前上线运行，12月10日前完成覆盖40万款主流APP检测工作。

要 闻 速 递

51亿元专项资金支持养老项目建设

本次中央预算内投资着眼保基本、促普惠两方面

本报 记者袁琳 报道 为贯彻落实《国务院办公厅关于对2019年落实有关重大政策措施真抓实干成效明显地方予以督查激励的通报》（国办发〔2020〕9号），近日，根据《养老服务体系中央补助激励支持实施办法》（2020年修订版），国家发改委下达养老领域2020年中央预算内投资51亿元，支持了28个省（区、市）、新疆生产建设兵团、3个计划单列市及黑龙江农垦总局的养老项目建设，其中对江苏、江西等2个受国务院激励的养老服务体系建设项目省份予以了奖励支持。

本次中央预算内投资着眼保基本、促普惠两个方面加强养老服务体系。一是保基本。下达资金28亿元，支持地方建设一批养老院、光荣院、特困人员供养服务机构（敬老院）项目，进一步补齐养老服务设施短板，提升服务能力和质量。二是促普惠。通过普惠养老城企联动专项行动，下达资金23亿元，充分发挥中央预算内投资示范带动作用和地方政府引导作用，激发社会资本参与养老服务积极性，扩大普惠养老服务有效供给，共支持全国200余个普惠养老项目，预计新增养老床位约11万张，带动投资超250亿元。



贵州建立106个自然保护区

近年来，贵州积极探索依法管控与科学发展相结合的有效途径，逐步建立起较完善的野生动物管护机制。截至目前，贵州已建立106个自然保护区、54个湿地公园，依法办理野生动物行政许可99件，建立野生动物收容救护机构15家，疫源疫病监测站16个。图为六盘水明湖国家湿地公园风景。

新华社记者 陶亮 摄