

国资委推动中央企业 决战“三区三州”深度贫困“堡垒”

“‘三区三州’等深度贫困地区，国资委和中央企业作为扶贫工作重中之重，全力攻坚。目前共有34家中央企业在‘三区三州’等深度贫困地区定点扶贫和对口支援79个贫困县，其中62个已脱贫摘帽。据不完全统计，脱贫攻坚战打响以来，中央企业仅在‘三区三州’79个贫困县累计投入无偿帮扶资金64亿元。”

打硬仗 加大“三区三州” 脱贫攻坚力度

“脱贫攻坚本来就是一场硬仗，而深度贫困地区脱贫攻坚是这场硬仗中的硬仗。”近3年来，习近平总书记在每年召开的脱贫攻坚主题的座谈会上都强调做好“三区三州”脱贫工作。

国资委高度重视深度贫困地区脱贫攻坚工作，推动有关中央企业突出帮扶重点，加大对深度贫困地区支持力度。党的十八大以来，国资委先后18次召开深度贫困地区专题会议、举办活动，专门对“三区三州”等深贫地区作出部署。

国资委党委书记、主任郝鹏带队赴甘肃、西藏、新疆、青海等地调研指导，召开现场推进会，推动中央企业将帮扶资金、派出干部等扶贫资源向深度贫困地区倾斜聚集。

“三区三州”是中国最大的深度贫困地区，跨青藏高原、帕米尔高原、云贵高原、黄土高原，可谓“有天无地，有山无田，有人无路”。

针对“三区三州”深度贫困地区，国资委加大深度贫困攻坚力度，为深度贫困地区加快脱贫步伐作出了重要贡献，有力促进了深度贫困地区特色产业发展、基础设施完善、居民生活水平提高和自然生态环境改善。

国资委与西藏自治区政府签订了《合作备忘录》，共同举办中央企业助力富民兴藏活动；与青海省加强沟通交流，全面部署中央企业援青工作；积极协助新疆维吾尔自治区、新疆生产建设兵团与中央企业开展产业合作，加大对南疆地区经济社会发展支持力度。

持续推进“中央企业定点帮扶革命老区百县万村活动”和“同舟工程—中央企业参与‘救急难’行动”两项专项扶贫活动，重点帮助革命老区、深度贫困地区解决缺水、缺路、缺电的突出问题，重点帮助深度贫困群众解决燃眉之急，惠及人口近90万人、救助困难群众8.8万人。

使命在怀，重任在肩，国资委指导中央企业探索出了各具特色的路径和模式，形成了行之有效的经验和做法：坚持党的领导，组织健全、协同推进的工作体系不断完善；坚持畅通补短，强化基础、优化设施的夯基力度不断加大；不断拓展产业扶贫、消费扶贫的途径方式，展现就业扶贫、教育扶贫的溢出效应，资本运作、基金扶贫的市场化路子也越来越宽。

聚焦“三区三州”等深度贫困地区，促长远发展的有效举措不断丰富。中国大唐、中国华能、中国三峡集团累计投入60多亿元支持云南省打赢“直过民族”整族脱贫攻坚战，中国石化积极承担甘肃东乡县布楞沟流域整体连片扶贫开发任务，中交集团在怒江州援建桥梁，解决3万多名易地搬迁群众出行困难……一系列有效做法为坚决打好精准脱贫攻坚战贡献了央企智慧、央企方案。

“深度贫困是坚中之坚，打这样的仗，就要派最能打的人”。为更好地了解贫困地区致贫原因，推动扶贫进程，按照中央统一部署，国资委机关和央企选派了一批又一批优秀干部，“尽锐出战”投身脱贫攻坚战场，真正把深度贫困地区作为驻村帮扶的重中之重，每个深度贫困县选派至少一名驻村第一书记，扑下身子到村里干、同群众一起干，当好群众脱贫致富的“领路人”“知心人”。

重精准 因地因村因人因人施策

“打仗打要塞、攻击攻要塞”。中央企业坚决落实精准扶贫精准脱贫基本方略，坚持“精准滴灌”，找准“穷根”、明确靶向、量身定做、对症下药，盘活当地特色资源，因地制宜解决实际问题，真正做到扶贫扶到点上、扶到根上。

国家电网、南方电网、中国华能、中国华电、中国大唐、国家电投、国家能源集团、东方电气等企业在光照资源丰富的地方开展光伏扶贫，有效保障了深度贫困地区贫困户增收增收。

中国海油从解决甘南藏族自治州合作市、夏河县最急需的民生问题入手，通过援建生态文明小康村、畜牧兽医站、牧区幼儿园及养老院等项目，切实解决贫困群众眼前困难，改善了当地基础设施和公共服务条件。

中国旅游集团深度发掘对口帮扶贫困县旅游资源，创新扶贫模式，将云南省香格里拉市、德钦县丰富的旅游资源与企业全产业链要素立体化嫁接，通过系统性的品牌传播、线路策划与设计、产品打造、文化挖掘、人才



中国华能为对口支援的青海尖扎县德吉村易地扶贫搬迁安置点安装屋顶光伏

培养、旅游农特产品销售等“六位一体”方式开展旅游扶贫工作，将本地特色转化为实实在在的经济价值，为“三区三州”深度贫困地区以文化助推脱贫攻坚提供了有益借鉴。

显优势 充分发挥企业禀赋特长

中央企业充分发挥企业专长特长，通过产业扶贫、科技扶贫、人才扶贫、健康扶贫、企地共建等多种方式，为贫困地区脱贫致富创造有利条件。产业扶贫作为脱贫攻坚的“第一工程”，筑牢了“三区三州”的脱贫根基。

国家电网、南方电网持续加强“三区三州”深度贫困地区电网建设，大力实施农网改造升级和村村通动力电工程，2018年至2020年，国家电网公司累计投资304亿元至“三区三州”电网建设。超过15.3万名建设者克服高寒缺氧、气候恶劣等困难，在高山、深谷间架起一座座高塔，拉起一根根银线，将“大电网”的“稳定电”送到千家万户。南方电网公司也累计投入10.2亿元，完成“三区三州”中云南迪庆、怒江等深度贫困地区农网改造升级攻坚任务，惠及农村居民近百万人。

中国移动、中国联通、中国电信持续完善深度贫困地区信息通信基础设施建设，加快信息化普及和行业应用推广，大大提升了当地通信覆盖率和通信质量，为贫困群众提供了用得上、用得起、用得好的网络信息服务。

东航集团、南航集团充分发挥机队规模、航线网络、电子商务和品牌服务优势，加大运力投入、完善航线网络，架起了深度贫困地区与外部互联互通的空中桥梁。

国药集团以医疗帮扶为抓手，捐赠医疗设备、派出专家队伍、援建远程会诊系统、加强当地人才技能培训，填补了当地医疗空白，较好解决了玉树州治多县藏族同胞看病难问题，对推动当地民族团结、和谐稳定发挥了重要作用。

齐发力 广泛吸收社会资本共同参与

中央企业通过打造扶贫资本运作平台，用国有资本引导并带动各类资本到贫困地区特别是深度贫困地区投资，解决贫困地区融资难、融资贵、融资慢等问题，支持当地优势产业发展。

2016年，中央企业共同出资设立了由国资委牵头的中央企业贫困地区产业投资基金，经过三次募资，央企扶贫基金规模目前已超310亿元，完成投资220多亿元，撬动社会资本2100亿元，投资项目90个，覆盖全部14个集中连片特困地区，其中在“三区三州”投资14.4亿元，预计带动1.2万贫困人口脱贫致富，探索出了一条用市场化手段实现贫困地区和贫困人口稳定脱贫和永久脱贫的有效途径。

国家能源集团设立了绿色生态保护扶贫基金，引导各类社会资源共同支持深度贫困地区发展。

中国建筑与甘肃省共同设立丝路交通发展基金，合作打造基础设施投融资平台，拉动社会投资，加快完善贫困地区交通基础设施。

激动力 从“要我脱贫”到“我要脱贫”

中央企业不断改进扶贫工作方式方法，注重提高贫困群众发展生产、务工经商的技能，注重增强贫困群众改变现状、自我发展的意识，注重营造脱贫光荣、勤劳致富的氛围，最大限度激发贫困群众的积极性、主动性、创造性，激励和引导深度贫困地区贫困群众靠自己的努力改变命运，切实防止“扶贫养懒汉”。

中国一汽在昌都地区左贡县修建一汽希望小学，建设了教师学生宿舍、多功能学生餐厅、图书室等配套设施，成为当地声誉最高的学校，解决了周围贫困农牧民子女的就学问题。

中化集团针对西藏、青海等

不同程度存在的学生因贫失学、辍学问题，设立“中化奖学金”“中化奖教金”，实施“圆梦助学行动”，发动员工对受援地贫困学生开展“一对一”资助。

中铝集团积极实施“就业援藏”项目，每年拿出100多个岗位面向藏籍高校毕业生开展定向招聘。

中国建筑探索建立“抓培训、强技能、促就业”的扶贫机制，与甘肃有关单位合作创办“中建高级技能人才培养班”，对贫困家庭劳动力开展技能培训，并提供就业岗位，帮助贫困地区青壮年打开就业通道，实现“一人就业、全家脱贫”。

战疫情 消费扶贫带动农产品销售

5月中旬起，国资委组织开展中央企业消费扶贫专项行动，线上线下相结合，着力解决贫困地区农产品滞销卖难的突出困难。

在线下，组织中央企业主动与定点扶贫县对接摸排，形成了178个县1800多种农产品滞销清单。采购中对受疫情影响严重的湖北地区倾斜支持，购买湖北地区农产品2.19亿元；在线上，搭建央企消费扶贫电商平台，整合央企电商资源，为贫困户农产品提供稳定持续、辐射面广的电商销售渠道。截至7月底，中央企业已购买和帮助销售贫困地区农产品31.7亿元，减轻了疫情对贫困地区造成的不利影响，带动了贫困地区农产品生产销售，取得了阶段性显著成效。

中央企业在消费扶贫中方式多、力度大、范围广，减轻了疫情对贫困地区造成的不利影响，带动了贫困地区农产品生产销售。

中国石化坚持“产、供、销”一体筹划运作，贯通消费扶贫的上下游、前后端。2019年，帮助贫困地区销售农产品2.83亿元。

国家电网搭建消费扶贫电商平台，推动线上线下一体供应，创新“存电费、送特产”“互联网+扶贫”农产品展销等消费扶贫方式，广泛开展消费扶贫协作，2019年以来完成消费扶贫超过2.2亿元。

中粮集团发挥产业链优势，通过培育产业、深挖消费、做强电商，以消费扶贫带动脱贫攻坚。2019年以来，累计采购贫困地区农产品30多亿元，7个定点扶贫县和2个对口支援县全部脱贫摘帽。

国资委还开展了“百县百品央字号”暨“小新带货”融媒体扶贫行动，通过投放公益海报、直播带货、实地采访、拍摄纪录片等方式，宣传产业扶贫，助力消费扶贫。目前已推出12场直播，在“央企消费扶贫”等平台帮销贫困地区农产品金额约2368万元。

(据国资委网站，有删节)