

关于政府采购脱贫地区农副产品 推进乡村振兴工作的思考

弓尚磊

(西安财经大学 陕西 西安 710100)

【摘要】政府采购是扶贫的重要“助力军”，支持消费扶贫以获得农产品销售渠道，使贫困农户获得就业机会，赋能脱贫攻坚。消费扶贫的一个关键因素是供求之间的精准耦合。本文探讨了当前“扶贫832”面临的困难，促进贫困地区农副产品政府采购有效机制的建设，促进产业一体化发展，协调推进振兴农业的战略。

【关键词】政府采购；消费扶贫；乡村振兴；扶贫832

1 引言

2019年1月，国务院印发文件，正式确立国家扶贫政策中以消费扶贫为手段的减贫方针。该文件指出，通过消费扶贫，是帮助社会贫困人口通过消费来自贫困地区和贫困人口的商品和服务扩大贫困收入的一种方式，也是社会力量参与扶贫的重要途径。

支持消费扶贫的政府采购，主要是各级预算单位通过有效运用政府采购政策，通过预留采购比例等方式，优先采购贫困地区农产品和副产品，协助扶贫以执行消费扶贫政策。

如何利用政府采购支持贫困地区乡村振兴，值得我们思考。“十四五”期间是实施乡村振兴战略的发力期，也是全面实施乡村振兴战略，达到农村全面平均小康水平后的关键阶段。目前，陕西省认真落实中央关于政府采购支持消费扶贫的有关政策，立足自身特点，积极开展学习，勇于实践，积累有益经验和做法，但也发现了工作中存在一些问题，需要通过进一步研究和探索，不断加强工作引导、完善政策制度，建立健全政府采购脱贫地区副产品的长效机制。

2 政府采购支持消费扶贫动因及内容

2.1 政府采购支持消费扶贫的动因

党的十九大按照“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总体要求推动城乡深度融合发展”的总要求，把乡村振兴提高到战略高度，促进城乡深度融合发展。由此可见，乡村振兴涉及生态、人文、民居、产业等多维度建设。

然而，乡村产业面临着小、弱、散等问题，生态环境面临综合治理难度大、可持续性发展不足等困境，乡村风气面临着精神贫瘠、乡村文化共同体逐渐解体等难题，治理主体单一等挑战，农民收入存在平均水平较低、稳定增收渠道较窄等难点。探索政府采购脱贫地区副产品的长效机制对于如期全面脱贫十分紧迫，更是治理贫困、实现乡村振兴的有力举措。

2.2 政府采购支持消费扶贫的主要内容

政府采购支持消费扶贫作为一种积极的扶贫方式主要有两方面内容：

2.2.1 通过鼓励优先采购和保留采购份额，在贫困地区采购农产品和副产品。各级预算机关购买农产品的，在同等条件下优先考虑贫困地区的农产品。每一个负责的预算单位都要统筹协调，确定和预测本部门预算单位食堂购买的农产品和副业产品总量中一定比例用于贫困地区。各级预算机关要按照积极稳妥的原则制定定额，在贫困地区购买副业农业产品时，要以就近、经济的原则为指导，鼓励增加在贫困地区购买农业副产品重点是通过执行预留配额来注重实际效果。

2.2.2 各级预算机关要按照注重实效、可行的原则，确定贫困地区服务的收购需求。根据上述政策，除了通过传媒公开项目进行政府采购所需的资料外，在购买与物业有关的服务时，亦须透过发出具体的聘用援助人士证明书，以确保优先购买物业服务，由该公司注册所在县扶贫部门出具，并通过确保扶持政策落到实处，受到社会监督。贫困地区农业采购统计数据将贫困地区商品和服务采购纳入政府采购统计，加强对个别企业政策执行情况的监测。

3 政府采购支持消费扶贫的意义

3.1 助力脱贫攻坚，实现精准扶贫的有益实践。

在全国832个国家级贫困县的农副产品被政府采购支持消费扶贫纳为范畴，支持扶贫的政府采购效果体现在帮助贫困地区脱贫，增加贫困家庭收入。各级预算单位通过购买贫困地区农副产品和物业服务帮助贫困地区人口实现稳定的收入增长，是实现可持续扶贫和脱贫攻坚的有效助力。

3.2 坚持产业扶贫，促进产业融合发展。

产业扶贫作为一种最直接、最有效的扶贫方式，可以激发贫困群众的脱贫内生动力，持续增强贫困地区造血功能，是实现高质量脱贫的重要途径，是带领贫困群众实现稳定增收的重要手段。其次，为满足预算单位的多元化和个性化需求，贫困地区必须通过创新传统农业生产方式和物业服务人员培育模式，不断推出多元化、品质化、个性化的产品，通过农副产品认种认养、定向培训等方式提升自身产品竞争力，为采购单位提供更好的产品和服务。

3.3 激发脱贫内生动力，提高创收积极性。

政府采购支持消费扶贫的主要优势在于坚持“互联网+扶贫”思路，各级预算单位与贫困地区生产者不用见面，而是借助网上交易平台进行便捷快速的交易，减少了交易过程中的各项成本。节省下来的各项成本一部分以提高产品利润的方式体现出来，增加了贫困户的收入，为贫困户带来经济收益的同时，激发了他们的生产热情，从而投入更多的精力到生产之中去。

4 政府采购支持消费扶贫的现状成效

4.1 “扶贫832平台”开展情况

2019年10月，财政部与国务院扶贫办、供销合作总社建立协作机制，形成合力，联合开发的832平台正式上线运行。

“扶贫832”是面向贫困地区网络营销平台（以下简称“平台”），“832”涉及国家层面832个贫困县建设运营“交易、服务、监管”功能综合体，提供贫困地区农产品网上展示、网上交易、物流、网上支付、产品追溯一站式聚合的B2B平台，连接贫困地区带贫能力强、产品优质、有诚信的企业、合作

社、家庭农场等各级市场主体、工会组织、定点帮扶企业等，为全社会广泛参与采购贫困地区农副产品提供渠道，推动各地消费扶贫目标的顺利实现。

4.2 “扶贫 832 平台”成效

4.2.1 产销精准对接，带贫益贫效果良好。“扶贫 832 平台”积极发挥产销对接作用，聚焦精准扶贫，大力推广“平台+合作社+农户”的对接模式，通过预算单位预留采购份额，形成稳定的需求预期，推动合作社精准对接贫困农户，促进增收扶贫。目前，平台交易对接 40 多万采购人，惠及 832 个国家级贫困县，带贫益贫效果日益显现。

4.2.2 加强平台运营监管，确保交易安全可靠。为确保“832 平台”扶贫的有效运行，平台不断加大管控力度，开展“阳光”行动，设立公告板，公布供应商名单和日常交易规范，接受公众监督。平台建立价格控制系统，对供应商的商品价格进行检查抽查，强调商品价格不得超过市场上相同商品的价格。严重纠正价格虚高的情况，开放举报渠道，对于确属价格虚高，通过下架、冻结账户等手段处理。

5 政府采购支持消费扶贫存在的问题

5.1 思想认识不到位

政府采购支持消费扶贫相关政策属于鼓励性质，约束力不强。部分预算单位存在消极懈怠、坐等观望的情况。其次，消费扶贫方案实施时间比较短，各级预算单位没有认识到政府采购支持消费扶贫的紧迫性和重要性，相当一部分预算单位对在贫困地区购买农副产品缺乏兴趣。最后，部分预算单位预留份额较少，甚至有部分预算单位未建立采购账号。

5.2 供需匹配度不高

物业服务与预算单位实际需求尚有差距。根据《关于运用政府采购政策支持脱贫攻坚的通知》（财库〔2019〕27号）要求，物业公司会为了取得服务合同而大量招收建档立卡的贫困人员。但部分贫困人员缺乏技术技能，个人业务能力和综合素质达不到物业服务的要求，同时，物业公司岗位培训不够，贫困地区物业服务公司管理水平、工作经验与实际需求还有差距。

6 政策建议

“创新、协调、绿色、开放、共同”五大发展思路，是中国共产党在总结过去发展经验的基础上提出的未来发展理念。新时代中国特色社会主义精准扶贫要在五大发展理念的指引下，不断创新扶贫措施，建立可持续发展的政府采购脱贫地区农副产品工作机制；提高政策扶持水平；加提高采购效率；加强基础设施；要因地制宜地大力发展特色产业。

6.1 提高政策扶持水平

6.1.1 优先采购脱贫地区农副产品。各级预算食堂对农产品和副产品需求不断，要通过预留一定比例的采购、优先采购份额等方式，加强“832 平台”农产品采购。各级政府应积极引导学校、卫健、国企等单位预留采购份额，并与对口帮扶地区签订长期购销协议。各单位工会发放节日福利及慰问品时，应优先采购对口帮扶地区的农副产品。

6.1.2 优先购买脱贫地区物业服务。各地乡村振兴部门要会同有关部门对脱贫地区物业公司提供物业服务能力进行摸底统计，建立脱贫地区物业公司企业目录。各级预算单位确有使用财政资金购买物业服务需求的，应按照注重实效、确凿可行的原则。

6.1.3 提高财政和金融支持力度。各级政府应根据本地实际情况对本辖区内脱贫地区带贫效益显著、产业发展潜力大的企业，给予足够的财政支持力度，从减少企业成本，缓

解企业资金供应等方面下功夫，切实帮助企业解决发展中的难题。

6.2 加大采购执行力度

6.2.1 健全法律保障。法制是推进精准扶贫和乡村振兴战略协同的主要手段。在两大战略协同联动的过程中，需通过完善乡村管理的法规体系确凿保护好农民主体的参与发展权利及其合理的经济利益。针对深度贫困农村的区域发展实际，应系统研究制定适宜实施乡村振兴战略的地方性法规，强化法律在规范农村的市场运行、维护农业的健康发展、治理乡村的生态环境和化解乡村的社会矛盾等方面的权威作用。

6.2.2 夯实工作职责。财政部门要积极组织预算单位完善采购基本信息，部门要做好脱贫地区农副产品货源组织，尤其是县级要积极组织农户产品货源并对货源进行质价认定。各级市场监管部门应加强对农副产品和供应商的监管，确保产品质量。

6.3 因地制宜大力发展特色产业

大力推动产业工是加强脱贫攻坚成效的重要内容。贫困地区要依靠当地自然资源和工业基础，发展特色产业，做好特色文章。

6.3.1 引入龙头企业。经济发展对消除贫困具有明显的促进作用，贫困地区脱贫的根本在于经济的发展。在龙头企业的带动下，结合农户、农户合作组织、家庭农场等多方力量，加快构建适应当地气候特点、成本效益高、市场潜力大、环境友好的集中联动和优质环保的生产加工产业，推出更优质、更环保的农业副产品。

6.3.2 发展本地区特色优势产品。脱贫地区具备发展特色产业的优势和潜力。要立足资源禀赋和市场导向，深入进行市场调研，根据市场需求和政府扶持政策，组织生产与发展符合社会需求且经济效益高的特色农副产品，增强产品市场竞争力。借助地域差异、品质差异、文化差异等因素，打造贫困地区的爆款产品或爆款项目

6.3.3 打造区域知名品牌。实行农副产品品牌标识管理，引导供应商树立品牌意识，立足当地特色文化，建立特色企业，积极推行农副产品品牌标识建设，使脱贫地区农副产品的品牌形象得到进一步的宣传与推广，不断加强品牌塑造。鼓励推行绿色有机品种、优良品种、地理标志农副产品品种的认证和登记。

7 结论

在全国脱贫攻坚总结表彰会议上，在全国扶贫总结会上，政府指出，扶贫不是最终目标，而是新生活、新奋斗的起点。要消除地区发展的不平衡，消除不平衡，缩小城乡差距，实现全面发展、全民福祉，还有许多工作要做。

政府已然摇起乡村振兴的大旗，自此之后，政府采购将利用政策优势为实现扶贫与消费、扶贫与商业逻辑的深度结合，为“扶贫—脱贫—可持续发展”赋能，持续完善生产组织，实现产销对接，帮助更多的脱贫地区走向阳光的富裕之路。

参考文献：

[1] 王兴国，樊祥成. 消费、供给与乡村产业振兴 [J]. 农村经济, 2020(11): 11-19

[2] 原贺贺. 消费扶贫的实践进展与机制创新——以广东清远市为例 [J]. 农村经济, 2020(12): 69-76

作者简介：

弓尚磊（1996年6月—），男，汉族，山西运城，研究生在读，会计专业，西安财经大学，主要研究方向：会计、审计。

