

# 綠水青山“金飯碗”，好山好水好生活

## ——旅遊扶貧新探索引領群眾走上致富路

# 我國推動鄉村治理中 「小積分」解決「大問題」

新華社北京7月28日電（記者于文靜）近年來，一些鄉鎮、村為解決農民參與鄉村治理積極性不高、以及一些關係農民群眾切身利益的鄉村治理難事，引入了積分制，受到基層幹部群眾歡迎。下一步，我國將在鄉村治理中因地制宜推廣運用這項舉措，促進“小積分”解決“大問題”。

這是記者從中央農辦、農業農村部28日召開的全國鄉村治理中推廣運用積分制視頻會議上了解到的。

中央農辦副主任、農業農村部副部長韓俊表示，鄉村治理是國家治理的基石，也是鄉村振興的基礎。各地認真貫徹落實黨中央、國務院部署要求，大力加強鄉村治理體系和治理能力建设，一些地方採用積分制推進鄉村治理，取得了良好效果。

從以前村莊事務“要我參與”到如今“我要參與”，從以前有時“老實人吃虧”到現在“德者有得”，從“任務命令”到“激勵引導”……各地對積分制的探索形式多樣，包括“愛心超市”“道德銀行”“積分儲蓄站”等，都是從農民群眾最關心的身邊事入手，將鄉村重要事務量化為積分指標，通過民主方式形成積分評價辦法，對農民群眾日常行為進行評價形成積分，並根據積分給予相應精神獎勵、物質獎勵或行為約束。

據了解，目前不少地方在自發探索基礎上進行面上推廣，取得了良好效果。江蘇省8個縣整縣推進鄉村治理積分制，103個鄉鎮和1590個村開展積分制管理；山東省濟南市全域推進“積分+扶貧”模式，覆蓋1006個貧困村；寧夏回族自治區固原市出臺意見，在5個縣（區）62個鄉鎮的180個行政村推廣鄉村文明實踐積分卡制度。

韓俊說，要因地制宜在鄉村治理中推廣運用積分制，堅持黨的領導，聚焦解決突出矛盾和問題，鼓勵地方探索創新，規範實施過程，突出結果運用，強化運行保障。推廣中應充分尊重農民意願，結合實際、循序漸進，不搞強迫命令、一刀切。在整治農村人居環境、加快移風易俗、營造文明鄉風等方面加快補齊短板，通過積分制樹立起“風向標”，引領農民群眾積極參與鄉村振興。

宣漢縣地處秦巴山區集中連片特困地區，有貧困人口20.58萬人。2014年，當地確定了以旅遊帶動脫貧的思路。僅5年時間，貧困發生率從18.9%下降到0.44%，2020年1月宣漢縣退出貧困縣序列。

轉變的背後是當地鄉村旅遊走向產業鏈高端。“算門票不如算總賬，我們正從追求遊客數量轉向提升人均消費。”巴山大峽谷景區管委會黨工委书记于宏說，目前景區收入大頭來自酒店、餐飲等二次消費，6月收入已經超過去年同期，幫助不少貧困戶解決了就業問題。

一些旅遊扶貧項目，讓貧困群眾增添了致富信心，也開始感受市場的魅力。“中午有兩桌飯，趕緊來幫忙！”打電話張羅完午飯，雲南怒族村民趙德江領着遊客進自家菜園挑選食材，“遊客來了，就得想辦法把他們留下來。”

能干的趙德江曾是怒江傈僳族自治州貢山縣丙中洛鎮茶臘村的貧困戶，前些年因事故落下殘疾。“光靠政府不行，人還得自己努力。”他坦言，農家樂讓他重拾了生活的信心。靠生態、抓市場，2017年他率先脫貧，還帶了7戶建檔立卡戶就業。

怒江州是“三區三州”深度貧困地區的典型代表。“通過旅遊扶貧，既保護了祖祖輩輩賴以生存的綠水青山，又帶動群眾可持續增收。”丙中洛鎮黨委书记李玉生說，鎮上利用今年疫情期間加快污水處理等基礎設施升級改造，準備迎接暑期客流高峰。

今年以來，中央多部門出臺舉措重點支持“三區三州”等深度貧困地區，其中支持旅遊項目數量和資金佔據較大比例，這些項目和資金正在有效補齊貧困地區旅遊基礎設施短板，助貧困群眾攻下最後的深貧堡壘。

新華社北京7月28日電  
新華社記者 侯雪靜 余俊杰

上採摘的黃絲菌回到家，“黃絲菌燉雞、炖肉都好吃，保證客人們吃了還想來。”入夏以來，肖本娥家的農家樂每周都有回頭客。單靠農家樂，肖本娥一年就能收入3萬多元。她感嘆：“好山好水帶來了好生活。”

可就6年前，肖本娥一家還在靠天吃飯，三亩多地一年賺不到一萬元。七里村也是“天晴一身土、下雨兩脚泥”。

七里村黨支部書記唐萬春說，2014年村裡有了激活綠水青山的想法，一方面支持農戶開辦農家樂，一方面綜合治理鄉村環境，“實現了人居環境改善和生活質量提高的‘雙丰收’。”

思路一變天地寬。在鄉村旅遊帶動下，全村180戶村民全都加入旅遊產業鏈中，2019年人均年收入達到11300多元，其中20戶貧困戶靠旅遊產業脫貧摘帽。

放眼全國，2019年鄉村旅遊達到30.9億人次，佔國內旅遊總人次的一半以上，總收入1.81萬億元。

轉換思路，做山水文章，各地將自然風光、勞動力等要素激活，綠水青山真正成為金山銀山。

### 克服疫情影響 促進旅遊業提檔升級

7月初，湖北正值梅雨季節。黃岡市紅安縣高橋鎮長豐村村民紛紛上山採集枞樹菌，拿到村裡4A級景區大門外售賣。“28元一斤，一天最多可賺二三百元。”村民韓德恩說。

“紅色旅遊、鄉村旅遊讓大家踏上了幸福小康路。”長豐村村支部書記李江波說，現在村裡人均年純收入5000多元，村集體經濟也從“空壳村”發展到每年收入超18萬元。

暑期來臨，旅遊業逐步恢復。7月17

日起，湖北省旅遊景區接待遊客量由不得超過最大承載量的30%上調至50%。“旅遊行業要加速適應市場新變化抓住新機遇，將此次疫情沖擊轉換為旅遊扶貧提檔升級的强大動能。”湖北省文化和旅遊廳廳長雷文浩說。

新困難、新挑戰往往意味著新優勢和新機遇。

在甘肅省隴南市兩當縣雲屏三峽景區“峽門客棧”老板王再來眼裡，今年是他2017年做民宿以來生意最好的一年。“本來擔心受疫情影響遊客會減少，但沒想到現在生意比往年更好。”

疫情影響下，客流分散、親近自然的鄉村旅遊更受城市居民青睞。甘肅省約70%的旅遊資源集中在鄉村，當地克服疫情影響，努力為旅遊業提檔升級提供新動能，帶動當地群眾脫貧致富，上半年全省鄉村旅遊接待人數達2381萬人次，旅遊收入約63.6億元。

“我們提前下達1億元鄉村建設補助資金，策劃發布了46個省內優秀旅遊示範村和23條鄉村旅遊精品線路等，加速鄉村旅遊升溫。”甘肅省文化和旅遊廳廳長陳衛中說，我們要用旅遊助推脫貧，用美麗戰勝貧困，為打贏打好脫貧攻堅戰增添新活力。

面對疫情影響，各部委積極行動。文化和旅遊部加快2020年中央預算內資金下達，紓解疫情給旅遊企業和貧困地區帶來的困難。國務院扶貧辦出臺政策推進貧困勞動力在景區等公益崗位就業，化解返貧風險。

### 旅遊扶貧助力攻下深貧堡壘

清晨，四川省宣漢縣巴山大峽谷景區桑坪坪的一家麵館升起了袅袅炊煙。店主王守英這幾天特別高興：“疫情好轉，大家都想出來透透氣，我小麵館的生意也逐漸好起來了。”

她做夢也想不到自從全家吃上了“旅

黨的十八大以來，習近平總書記在不同場合反復強調，要牢固樹立綠水青山就是金山銀山的理念。

新華社記者近日在多個鄉村旅遊景區看到，隨著暑期到來，疫情防控常态化下的鄉村旅遊逐漸恢復。當地政府、企業、商戶、群眾積極適應旅遊市場新變化，積蓄新動能，把生態效益轉化為經濟效益、社会效益，走出一條生態美、產業興、百姓富的可持續發展之路，探索出建設生態文明和發展經濟相得益彰的脫貧致富模式。

### 綠水青山“顏值”抬升金山銀山“價值”

從上午11點到下午2點多，浙江德清縣莫干山鎮後塢村的“御香農家菜”飯店，4張大圓桌、10張四人桌不斷“翻台”。老板親切招呼著慕名而來的客人。

憑借綠水青山，莫干山單是高端精品民宿就超過150家，每年接待遊客超過50萬人次，銷售的茶葉、筍干等土特產超過1200萬元。

“這好生態就是我們的‘金飯碗’。”村民賈紅章說，當年窮在“偏遠”，如今這“偏遠”反倒變成了“賣點”，吃上“生態飯”家家奔小康。

人不負青山，青山定不負人。2019年，浙江農村居民人均可支配收入29876元，連續多年領跑全國。

發展鄉村旅遊不僅成為多地實現產業興旺、村民生活富裕的重要途徑，也改善了農村環境，助推打造生態宜居空間。

站在秦嶺南麓腹地的陝西省寧陝縣筒車灣鎮七里村村民肖本娥家的院壩，抬頭望去，群山蒼翠，白牆黑瓦，錯落有致。

“客人來了都說我們這兒環境好。”下午4點多，55歲的肖本娥提著剛從山

## 長三角三條鐵路 試行“鐵路e卡通”

7月28日，在南京南站，一名旅客使用“鐵路e卡通”扫码乘車。

當日起，長三角滬甬城際、寧安城際、寧啟鐵路試行“鐵路e卡通”，旅客在搭乘本線始發終到列車時，無需購票，可通過“鐵路e卡通”應用直接自助扫码乘車，實現隨到隨走，乘車體驗更加方便、快捷。

新華社發 蘇陽攝



## 園林綠化產業化 就業脫貧樂開花

河北景縣俊營種植業農民專業合作社農民在苗木基地修剪苗木（7月28日攝，無人機照片）。

近年來，河北景縣推動當地園林綠化產業化、可持續發展。該縣發揮龍頭企業輻射帶動作用，流轉土地1050畝，建設集生產銷售、科技發展、休閒觀光為一體的綜合性生態苗木基地。基地的20餘種苗木已綠化土地21000餘畝，並為貧困戶增加就業崗位，帶動100多戶、300餘人就業。

新華社記者 李曉果攝



## 青海鋰電產能逐步恢復

7月28日，在西寧市南川工業園區的青海比亞迪動力電池工廠內，工作人員在生產車間作業。

近日，位於青海省西寧市南川工業園區的青海比亞迪動力電池工廠內一派繁忙景象。隨著疫情防控常态化，青海比亞迪鋰電池有限公司鋰電池產能逐步恢復。

近年來，依托資源、氣候、能源三大優勢，青海省加快鋰電產業布局。目前，青海省已探明鋰資源儲量佔全國儲量的70%以上。

新華社記者 趙玉和攝



## 跨区域辦稅“不用跑”

7月28日，在位於泉州市惠安縣的辦稅服務廳，快遞員在扫码取走已封裝好的涉稅資料。

今年以來，福建省泉州市稅務部門加速推進辦稅現代化，打造“稅e鏈”辦稅服務平台，創新性引入“互聯網+物流”的模式，通過第三方物流的介入，打通線上線下融合“堵點”，使納稅人、繳費人在辦理跨区域涉稅事項、更正納稅申報等業務時，可以線上提交材料，不必再到辦稅服務廳現場，還能線上查詢辦理進度，實現跨區域辦稅“一趟不用跑”。

新華社記者 宋為偉攝

# “米袋子”“菜籃子”影響如何？怎樣恢復農業生產？

## ——洪澇下的糧食和重要農產品生產觀察

近一段時間以來，長江中下游地區持續強降雨過程，使部分地區發生嚴重洪澇災害。“米袋子”“菜籃子”產品生產受到什麼影響？相關部門採取哪些措施保障供給？記者近日就此進行了採訪。

### “米袋子”“菜籃子”怎麼樣？

剛過大暑，洞庭湖平原上，高洪壓境，烈日炙烤。湖南省岳陽市君山区柳林洲街道黃泥套村黨支部書記晏美軍家的稻田，稻浪隨風搖蕩，他的妻子正在田里指揮收割機搶收早稻。

“收完早稻，田里灌滿水，放3天，就要趕緊種晚稻，最遲要在7月底完成。”晏美軍說，半個月前洪水導致村里用工緊張，通過错峰使用勞動力，大家互幫互助儘快把搶收搶種搞完。

記者從農業農村部了解到，入汛以來長江中下游持續的強降雨，使湖南、湖北、江西、安徽、江蘇等省份一些地方農業災情比較重。

據農業農村部工作組實地調研和專家分析，洪澇使一些地方水稻生產受到影響。部分地區早稻灌漿不足，收穫受阻，持續陰雨寡照造成中稻生育進程偏慢，強降雨也影響雙季晚稻適期栽插。

蔬菜和果樹種植受到不利影響。一些地方桃子、葡萄等果園受淹，果實裂果甚至落果，短期供應量減少。持續強降雨

還造成局部蔬菜大棚損毀，農田被沖毀。

農業農村部市場與信息化司數據顯示，受南方暴雨、北方夏菜主產區強對流天氣影響，菜價連跌3個月後出現上漲。6月份，農業農村部監測的28種蔬菜全國平均批發價每公斤4.03元，環比漲3.3%，同比漲5.2%。

農業農村部種植業管理司司長潘文博表示，儘管局部洪澇災情較重，但當前種植業總體平穩。夏糧丰收到手，早稻由於面積增加較多、總產仍有望丰收，秋糧作物長勢好於去年；大中城市郊區蔬菜處於夏秋生產旺季尾期，高山高原高緯度地區夏秋蔬菜逐步進入採收旺季，供應有保障。

### 碗里的肉和水產品影響大嗎？

前段時間在安徽全椒縣武崗鎮，滁河水位不斷上漲，圩區內包圍了近百畝魚塘的朱金斌，接到了緊急轉移通知。在臨時安置點待不住，晚飯功夫他又摸黑“溜”了回去，想看看鴨棚裡有沒有遺漏的鴨，魚塘裡有沒有漏網的魚。沒想到前腳剛回，村干部就趕上門，一邊帶著查看，一邊勸他趕緊離開。

長江中下游地區是我國淡水養殖主產區。據不完全統計，截至7月20日，江蘇、安徽、江西、湖北、湖南、四川、重慶7省市漁業受災面積為767.5萬畝，水產品

直接因災損失71.3萬噸。

農業農村部漁業漁政管理局副局長江開勇表示，目前水產品直接因災損失佔全年水產品總產量的1.1%，短期內對市場供應不會造成嚴重影響。相關地區正指導養殖戶加快水產養殖設施設備修繕，及時補放水產苗種，開展養殖水體消毒，加快生產恢復。

豬肉是餐桌上的重要品種。6月份以來，隨著餐飲業恢復經營，工廠復工、學校復課，豬肉消費明顯增加。2020年第28周（7月6日至12日），豬肉批發市場均價每公斤47.73元，繼春節以來連續下跌15周之後，環比連續6周上漲。

農業農村部畜牧獸醫局二級巡視員辛國昌表示，價格上漲主要是消費拉動，南方強降雨天氣也一定程度影響了生豬及豬肉調運，推升了部分地區活豬價格。地方政府正積極採取保供措施，農業農村部也將協助產品調度，確保災區供給不斷檔。

肉價是否繼續漲？農業農村部畜牧獸醫局長楊振海說，目前生豬存欄和仔豬供給量連續5個月恢復性增長，預計7月份後可出栏的商品肥豬將逐步增加，豬肉市場供應將持續改善，下半年豬肉價格沒有持續大漲的基礎。同時，預計今年豬肉進口比去年增加100萬噸以上，禽肉產量增加120萬噸以上。百姓碗里的肉有保障。

### 哪些舉措保障供給？

農業農村部近日下發通知，要求各級農業農村部門把防汛抗災救災減災作為當前農業生產的首要任務，全力奪取小康之年糧食和農業丰收。

各地堅持防災救災和田間管理兩手抓。洪澇災區及時排除農田積水，加強肥水調控，促進受災作物正常生長發育；加強農具調度，加快早稻收穫、烘干，搶種晚稻，擴大機插面積；適時改種補種，加強水毀設施和農田修復；及時搞好畜禽補欄和魚塘補苗，做好疫病防控。

日前，國家已下達農業生產救災資金3.3億元，支持江蘇、安徽、江西、湖北、湖南、廣西和四川7省區災後恢復生產。

為解決種植業生產恢復中的實際困難，農業農村部門突出做好救災種子調劑調運。目前已落實2020年國家救災備荒儲備種子5000萬公斤，已動用700多萬公斤，保障了480萬畝大田用種。

近日，農業農村部再派8個工作組赴安徽、江蘇等8省市開展救災指導，並制定印發長江中下游種植業災後恢復生產技術指南，指導農民落實生產恢復各項措施。

新華社北京7月28日電  
新華社記者 于文靜 周楠 水金辰