



# 决胜全面小康 决战脱贫攻坚

## 别了，“苦水”！

在中央支持下，新疆大规模农牧区改水工程在这里拉开序幕。这是国家“防病改水”工程在新疆启动10年后，又一次大规模改水。

随着布拉克村第一眼深水井开钻，新疆用3年时间结束了人畜共饮涝坝水的历史。正是新疆各族群众对干净水源的迫切需求，让学钻探的董仕富从找矿转为找水。1997年，董仕富遇到职业生涯中最难啃的一块硬骨头——伽师县玉代克力克乡找水打井。

地处克孜勒苏河下游的玉代克力克乡，地质结构复杂。“优质水层都在200米以下，有些甚至超过260米，必须使用千米钻来完成。”董仕富说，黏土层遇水膨胀，稍有不慎卡住钻机机头，一口井就报废了。奋战20多天后，董仕富和打井队员克服重重困难完成任务。这口获得当时的地矿部“找矿奖”的深水井，为喀什地区找水打井奠定了基础。

随着国家不断加大对新疆农村饮水工程建设的投入，尤其是集中力量解决塔里木盆地重旱区、重病区人畜的饮水问题，到2004年，新疆水厂、水站与水井交织成网，全区铺设供水管道超过7万公里，解决了954万人饮水难题。至此，新疆农牧区介水传染病和水致地方病发病率大幅下降，农牧民健康状况明显改善，治病负担开始减轻。

吃水不忘挖井人。布拉克村的涝坝干涸弃用，但村民并未将它填平，而在周围抹上水泥、砌好栏杆，将它作为历史见证永续保存。

不远处，一座白色“饮水思源纪念碑”上，刻着数百名改水工程捐款者的名字。捐款者中有国家领导人，有普通农民和企业家，还有港澳同胞和海外侨胞。这里已成为一处景点，有外地客人到来，村民总会带他们在此转转。

### 如今“苦尽甘来”自来水

南疆大地上，改水还在持续。大部分农牧区饮水问题得到解决后，新疆改水重点由“解困型”转向“安全型”。特别是对口援疆和脱贫攻坚系列举措向深度贫困的南疆四地州倾斜，加快了南疆改水步伐。

2016年夏天，北京援疆和田指挥部从北京邀请供水专家“问诊”和田水质。“不仅要喝卫生水，还要喝上健康水！”援疆干部说。随后，北京援疆资金投入水厂改造，先进的纳滤膜处理工艺彻底解决了当地水质高矿化度问题。

从涝坝水到地下水，从地下水再到“北京标准”的自来水，和田各族居民饮用水实现“三级跳”。

与此同时，随着农村安全饮水巩固提升工程的实施，越来越多配备了水处理设备的现代化、规模化水厂分布在沙漠绿洲大小乡村。

阿克苏、克孜勒苏、和田、喀什……清水潺潺，流向塔克拉玛干沙漠村庄，流向昆仑山牧区，流向帕米尔高原乡村，并由日进有功的顽强，向着最终胜利持续迈进。

直至最后的伽师县。“我们从未放弃找水，但伽师一带不断发生地震，导致地下水水质恶化，打出的井很快报废。”贾仲虎说，特殊的地质条件使伽师县成为南疆改水的难中之难。

如今，伽师县在国家支持下完成跨城引水。总投资17.49亿元的改水工程跨越3个县，总管线长度达1827公里。

随着伽师县改水工程建成并投入使用，新疆全面实现饮水安全。这也意味着，南疆千万人口在水与沙、甜与苦的战斗中，取得历史性胜利。

在和田县布拉克村，68岁的艾比布拉·托合提在用葫芦接水（5月21日摄）。葫芦是南疆乡村常见的取水容器。

在喀什地区城乡供水总水厂，工作人员检查经过多次净化处理的安全水（6月8日摄）。这些安全水将通过近112公里的主管道直达伽师县，供应当地居民用水。

新华社记者 赵戈摄



万人口在水与沙、甜与苦的战斗中，取得历史性胜利。

在墨玉县最后一个自来水入户的村庄，古稀老人伊敏·吐尔逊回忆说，自己喝过三种水：40年涝坝水，20年地下水，现在则是通到家里的自来水。

老人说水有“三味”：苦味、咸味和甜味。实际上，这是南疆群众对新疆防病改水、氟砷改水、饮水解困、饮水安全多个阶段改水历史的特殊记忆。

在喀什市老城，“百年茶馆”老板买提·吾斯满满心欢喜。“从涝坝水到自来水，水质越来越好，茶馆现在用的是甜水沏茶，老顾客和游客越来越喜欢。”

说话间，一壶热水倾入桌上的茶碗，热气氤氲而起，茶馆里的滋味瞬间变得绵厚悠长。（记者关倩倩、赵戈、张钟凯、张啸诚）新华社乌鲁木齐6月16日电

## 大峡谷里的“棒球妹”

怒江大峡谷的群众，很少人知道棒球这项运动。但这两年，制作棒球变成很多贫困群众的日常，成为峡谷群众增收的重要产业。

起针、拉线……不到一年时间，29岁的脱贫群众花六妹就已熟练掌握缝制棒球的技术，并成为棒球扶贫车间的管理员。

花六妹老家在云南省怒江傈僳族自治州福贡县匹河乡托坪村色德村民小组。这个在高黎贡山上的村子，从村委会到村小组步行要用4个多小时。

10年前，花六妹成了村里第一批高中毕业生。在贫困面前，她能选择的路子并不多。为了多挣点钱，她辗转广州、江苏等地务工。

“交通不改变，再勤劳也没用。”花六妹说，得知村里启动易地搬迁，安置点与匹河乡政府隔江相望时，她回家的信念更坚定了。

2019年初，花六妹和其他村民一同告别了世代生活的木板房，搬进了带有明亮厨房、卫生厕所的新房，用上了电热水器。

花六妹平淡的生活在去年7月又有了改变。“村里建了个棒球加工厂。”托坪村委会主任王小波说。

“当时有不少人都报名参加了。”花六妹说，在经过专业老师培训后，她们走上缝制岗位。起初，因为大家缝制力度、角度难以掌握，生产出的棒球几乎都不合格。随着技术的精进，现在大家生产的棒球基本都合格了。

作为车间管理人员，花六妹每月有2000元的固定工资。缝制棒球按件计费，缝一个就有2.5元，工作时间也比较自由。因此，村里不少妇女都来缝制过，在农闲时，扶贫车间最多有30多人，但比较固定的有10人。

35岁的和碧花就是固定来上班的群众。去年在一家米线店打工的她，听到村里要开棒球扶贫车间，当即报名参加。现在她每天能缝制50多个棒球，成了车间来得最早、走得最晚的村民。

“要珍惜现在的生活，有这样的机会必须努力工作。”在缝制棒球的和碧花说。

“搬迁后，我们要转变思维。”花六妹说，虽然在车间比在外务工挣得少一些，但车间的氛围好，还能顾家。现在大家上班都很自觉，吃完饭不休息就来车间上班了。

花六妹说，我们这一代人不能简单靠种地为生了，要学一门技术，有稳定的工作岗位，就能不返贫了。

入夜了，安置点大多数群众已准备睡觉。但在扶贫车间，灯火通明。花六妹和她的9个姐妹依然在缝制棒球。她们想通过双手抓紧时间多挣点钱，不想再感受贫穷的滋味。（记者杨静）新华社昆明6月16日电

## 蔬菜商大姐的梦想

“现在就想让两个儿子早点成家，我也就圆满了。”53岁的荆秀芳还没说完，就被供货商喊去结算货款。位于青海省西宁市城北区的青藏高原农副产品集散中心里车来车往，蔬菜商荆秀芳顾不上驻足，推着小推车边走边说。

“我家老人在老家安徽亳州工作，老二在部队当兵，都没娶媳妇呢。我和老公多想攒点钱，留给他俩娶媳妇。”荆秀芳一手翻看账本，一手飞快地按着计算器，“今天生意还可以啊。”

荆秀芳和丈夫来青海近20年，在每天进菜卖菜的忙碌中，两口子带大了两个品学兼优的儿子。从希望儿子快乐成长，到希望儿子上好大学，再到希望儿子早日成家，荆秀芳在实现一个个梦想时，她发现身边的市场环境也越来越好。

刚来青海，荆秀芳和丈夫在小市场摆地摊。“因为我家蔬菜种类比较多，所以来买菜的人不少。”荆秀芳说，那时候西宁没有大型综合集贸市场，大家的生意都在各种小市场里“野蛮生长”，菜霸、路霸也层出不穷，“晚上货车停在市场里，老公在车里睡觉，一觉醒来，发现一两箱货被偷，有时甚至轮胎都没了。”荆秀芳说，大家都盼望市场有个统一的管理机构。

2013年，西宁市保证农副产品市场供应的重点民生工程——青藏高原农副产品集散中心正式投入运营。荆秀芳的菜铺也从破破烂烂的老市场搬过来。“这边治安好，卫生干净，管理严格，不担心丢东西了。”荆秀芳说，现在货车来了，晚上不需要专人守在车里，市场里有保安，也有监控，“一件货都丢不了！”荆秀芳说，“我家在集散中心有一个固定摊位，虽不大，但也有了自己的‘根据地’。”

“中心每天有将近3万人次来来往往，人多车多，为管理好市场，我们除了制定各类规章制度外，还增加了定期召开的商户座谈会，通过座谈交流让我们的管理更有效。管理好了，进驻中心的商户也越来越多。”西宁农商投资建设开发有限公司总经理孙琳说，截至2019年底，集散中心入驻商户3800余户，带动就业近2万人。

在集散中心搞经营已经7年，荆秀芳买了房也买了车，儿子们都长大了。荆秀芳也过起了“悠闲”生活。“早上5点开市时别人就来了，我是6点睡醒了才过来。”荆秀芳说，“我打算慢慢攒钱慢慢干，等实现了最后一个梦想就回老家养老。”（记者王津）新华社西宁6月16日电



在西宁市城北区的青藏高原农副产品集散中心，荆秀芳站在自家摊位（左）前（六月四日摄）。新华社记者王津摄

## 搭建产销“点对点”，让“蒙字号”传更远

内蒙古力破农畜产品“卖难”，巩固脱贫攻坚成果

新华社呼和浩特电（记者张洪河、勿日汗、李云平、王靖）作为我国农牧业大区的内蒙古，新冠肺炎疫情蔓延使农牧业产销问题凸显。全区迎难而上，众志成城，着力解决农牧业产品“卖难”问题：直播“带货”打通供需“肠梗阻”，消费扶贫机制搭建产销“点对点”，擦亮品牌让农牧业产品焕发“新活力”……一系列硬核举措落实落细落到位，有效巩固了脱贫攻坚成果。

### 助农直播“带货”成为新业态

最近，通辽市东萨拉嘎查党支部书记吴云波成了“网红”。在直播平台快手上，身着蓝色蒙古袍的他，交替说着汉语和蒙古语，直播“带货”牛肉干等各式农产品，粉丝超过100万。“十几次直播销售额就有十几万元，相当于线下门店一个月的销售额，最高一次直播卖了近2万元。”他高兴地说。

疫情期间，为应对扶贫产品滞销，内蒙古自治区鼓励盟市利用互联网直播力破“卖难”问题。4月，内蒙古自治区政府牵头，通过快手等平台，推出声势浩大的“百名嘎查达、村主任直播带货活动”。党员干部、网红大咖、企业负责人及普通农户，纷纷借助直播销售农产品。如今，直播“带货”成了“家常便饭”，不仅有效缓解了滞销难题，同时给“三农”带来了新机遇。

几个月的密集直播，让不少苏木乡镇和嘎

查村尝到了甜头，各地也开始探索长效机制，让直播的“小打小闹”成“气候”、成“常态”。直播过后，赤峰市小庙子村党支部书记赵会杰难掩兴奋：“花钱做广告、四处跑市场对贫困山村来说太不现实，网络直播真是一个好渠道！”她申请了个人的“带货”账号，用心建立自己的“带货”粉丝团，“这条道咱要好好经营！”

“内蒙古巧用直播、善用直播，已经在脱贫攻坚‘最后一公里’上发挥很大作用。”内蒙古自治区扶贫办副主任冯爱霞认为，“嘎查达、村主任化身‘带货’主播，为特色产业振兴、农牧民增收和精准扶贫提供强劲动力，也进一步扩大了内蒙古绿色农畜产品在全国的影响力。”

### 整合资源打出消费扶贫“组合拳”

在兴安盟科右前旗现代农业设施园区的加工车间里，一台台机器发出隆隆轰鸣声，赶制一笔来自北京的杂粮订单。原来，疫情发生后，北京林业大学派驻远新村第一书记张骅，与其他3名京蒙扶贫干部组成临时党支部，打电话、开视频会，为远新村争取来一笔30万元的订单，使得疫情期间村里的扶贫产业未受影响。

京蒙协作是内蒙古消费扶贫的一个缩影。近年来，内蒙古动员社会各界扩大贫困地

区产品和服务消费，促进贫困人口稳定脱贫和贫困地区产业持续发展。内蒙古印发了实施意见，通过开展社会购买行动、流通和销售渠道畅通行动、农畜产品质量提升行动、休闲旅游提质升级行动等4大行动，全面推动消费扶贫，助力打赢脱贫攻坚战。

内蒙古的消费扶贫不强摊指标，一头连着供给端，一头连着需求端，在合作共赢中建立长期稳定的农畜产品直供直销关系。乌兰察布市兴和县大库联村贫困户袁军说，尽管当地的马铃薯不施化肥口感也好，但一直以来销售不畅，农民增收不明显。去年开始，来自内蒙古医科大学的扶贫干部多头对接买家，经过精美包装，绿色、营养的马铃薯销路畅通，价格也翻了一番。

内蒙古的消费扶贫聚力于品牌建设、渠道建设、机制建设，为优质农畜产品培养稳固的市场。内蒙古扶贫办主任永波说：“内蒙古鼓励各级机关、国有企事业单位、大专院校等单位发挥带头示范作用，在同等条件下优先采购贫困地区产品、聘用贫困地区勤工人员，开展贫困地区农产品直供直销进食堂活动，扩大贫困地区产品和服务消费。”

### 实施品牌战略让“蒙字号”更响亮

内蒙古是全国5大牧区和13个粮食主产区之一，具有原产地保护和有机、绿

色、无公害产品认证的农畜产品近2000个，但知名品牌数量少、影响力较弱的问题比较突出。

内蒙古市场监督管理局副局长张永强介绍，近年来内蒙古建立长效机制，着力从四个方面推动“蒙字号”农畜产品品牌建设：把品牌建设作为企业提质增效升级的重要抓手；做好绿色产业、草原文化等重点、特色产业品牌发展的培育保护；激发品牌发展的主体责任；营造“人人重视品牌、人人创造品牌、人人享受品牌”的良好氛围。

走在兴安盟乌兰浩特市的乡间公路上，道路两侧的农民们热火朝天地进行水稻插秧。近年来，兴安盟下大力气打造“兴安盟大米”这一品牌，建立了严格的产品标准，凡达标企业都可以使用“兴安盟大米”品牌标识，品牌的知晓度和市场占有率迅速打开。目前，“兴安盟大米”畅销北上广深，用标企业达31家，共带动9000余户农户增收，其中建档立卡贫困户1205户。

通辽市的“科尔沁牛肉”、巴彦淖尔市的“三胖蛋瓜子”……“我们要把‘内蒙古’这三个字作为品牌来建设好，为好产品搭建通往广阔市场的通道，酒香也怕巷子深，好产品不能只有自己知道，要推动‘蒙字号’产品国际化传播。”内蒙古自治区政府副主席艾丽华说。