

打造脱贫攻坚赤城路径

郭新耀

河北省赤城县是国家扶贫开发工作重点县，截至2018年底，剩余贫困人口4442户、6531人，这些贫困人口年龄偏大、内生动力不足，个个都是难啃的硬骨头。为此，赤城县委、县政府紧紧围绕中央专项巡视、国家考核及省考评估、巡视、审计反馈问题，举一反三查摆问题，探索出了一条扶志气、变思想、促攻坚的赤城路径。

聚焦压实脱贫攻坚政治责任抓整改，强化横到边、纵到底压力传导。围绕整改，召开2次县级班子专题民主生活会，主动认领责任，强化以整改促落实的政治担当。成立18个工作专班，逐一明确责任清单和任务清单；实行擂台赛+红黄旗机制，分管县级领导和责任单位共同领旗，同奖同罚；建立每周例会制，县委书记主持逐一过堂，问题不销号、整改不销账。县委书记、县长既当指挥员又当战斗员，

县科级以上干部全部战斗在整改一线，三级书记带着整改任务遍访贫困村贫困户，全县112个单位、272个工作队、5116名帮扶责任人、1950名村干部既守好帮扶责任田，又扛起整改铁任务。

聚焦解决“两不愁三保障”突出问题抓整改，围绕住房、教育、健康、饮水、公岗、保障6个方面，全体帮扶责任人利用1周时间入户全面排查；依托大数据平台对采集的信息集中筛查；县纪委监委和县委组织部跟踪纪律监察。目前，累计采集信息246502条，认定疑似问题8027条，并交办“三级会诊”。经驻村第一书记、包村干部、村书记一级会诊整改2511条；包乡镇县领导、乡镇党委书记及县直部门二级会诊整改5255条，县扶贫领导小组对剩余261条难点问题进行三级会诊，6月底前全部整改到位。

聚焦强化产业就业科技扶贫抓整改，建立稳定长效脱贫机制。坚持把创业户放到产业链上、把留守户放到公益岗上、把困难户放到保障线上。首先抢抓京津冀协同发展机遇，做好转型承接文章，构建2环3带，18个示范基地、50家龙头企业产业格局；依托北京科技特派员工作站，在15家蔬菜产业基地布局农产品加工销售、质量检测等“六个中心”，流转土地14.31万亩，带动贫困户14137人。其次针对留守弱劳力多状况和建设首都“两区”需要，选聘16859名生态保护护林员、保洁员、河湖巡查员“三员”公益岗，让贫困群众在生态保护中获益，在获益中实现生态保护。针对边缘群体，设立防贫保险、近贫预警、骤贫处置、脱贫保稳多重防线。全县群众实现了创业有基地、就业有岗位、生活有保障。2018年年底，全县贫困户年

人均可支配收入过万元的超过4000户，0.6~1万元的1.27万户，低于4160元的仅剩1700户，已全部纳入保障范围。

在干部中树立了扶贫光荣的导向，坚持重基层、凭实干，一年来，提拔重用扶贫干部263名，选派200多名优秀干部到扶贫一线。在群众中树立了脱贫光荣的导向，开展“新时代、新农民、新面貌·欢乐山村”和“讲习所扶知、宣传队扶志、文化墙扶德、慈善金扶孝、光荣榜扶勤”等活动，引领群众自立自强、自主脱贫。在村级组织中树立了创业光荣的导向，开展扶贫队长典型选树和宣传，培养农村致富带头人式村书记417人，实施党支部+合作社的模式，增强党支部带领群众脱贫致富能力。有效解决了干部不愿干、群众站着看、村里没法办的问题。

(作者系河北省赤城县委书记)

促进文化文物旅游一体化发展

邱健

文化是文物和旅游的本质内涵，文物是文化和旅游的物质载体，旅游是文化和文物的传播形式。文旅融合态势下，山东省沂水县挖掘优秀文化，依托历史遗迹，走出了文化文物旅游一体化发展的新路。

乡村文化振兴蕴含文化惠民、引领风尚等核心要义，是文化文物旅游一体化发展的根基。沂水“送文化”与“种文化”结合，县文化和旅游局、乡镇综合文化站、社区文化活动中心三级联动的树型公共文化服务体系。推行公益演出百台千村万巷、公益电影放映百部千村万场、广场舞辅导百训千村万督、服务效能提升百室千村万推、田野文物百点千村万巡、文化产业振兴百技千村万岗六大工程。

红色文化是在近代民族危亡、奋发图强、波澜壮阔的历史进程中产生的，蕴含着丰富的革命精神和厚重的情感内涵。沂水县有44处

红色田野文物，28处抗战遗址，有李清漪、李觉等120余位著名红色人物，难以计数的红色故事。通过系统性、整体性研究，厘清沂水红色文化内涵外延，挖掘独具性、互补性的特质，构建起了以沂蒙精神为内核，“爱党爱军、忠诚忘我、同心同德、无私奉献”的红色文化体系，集中打造了沂水革命历史展馆、沂蒙山根据地等一批红色基地。让游客通过亲身参与，净化身心，实现红色基因的代际传承。

坚守历史正音、时代清音，杜绝恶搞经典、调侃英雄、戏说历史，实现从历史话语向生活话语或艺术话语转变；讲“活”时代精神、讲“清”党的主张、讲“暖”群众心灵，开展好高标准军训、红歌会、红色先进评选、红色运动会、红色文化研讨会、红色影视展播六大类活动，引导市民和游客从“小我”之怀过渡到“大我”之情，升华至“无我”之境，彰显生

命的价值、安顿人生的意义。

沂水县纪王崮墓群、遗址与天上王城核心景区范围基本一致，包含春秋、汉代、清末民初3个时期文化遗存26处。墓群规模大、规格高、结构特殊，已出土青铜器、玉器、车马器等珍贵文物800余件套；遗址体现了人与自然的和谐互动，是人类居住、土地利用和资源开发的重要范例，是周代墓葬和城址的代表。

坚持以文塑旅，以旅彰文。以优美的解说词贯穿古今、叠印古今，仿佛在马莲河里洗过、云头崮上晒过，干净通透的叙述蕴涵着感情的深波大澜，不自觉把游客带进历史，沉醉在深度情感体验之中。复原开发纪王镇纸、王妃糕等生产

作坊，以齐襄公、纪哀侯王者之争为背景，编排演绎大型古装马战表演。

坚持创意创新，延伸产业链条。建成了王城庙会、礼射营地，引入了独角戏、拉洋片、古法酿酒等，形成了非遗和体验项目方阵。纪王崮与东汉崮、晏婴崮、王子崮等近30个崮连成一片，形成13个文旅特色村。2017年9月开始与临沂城发集团合作，投入20亿元，规划37.8平方公里，启动尹家峪田园综合体建设，打造中药康养、民俗体验、休闲度假类项目30余个，成为拉动农民增收、区域经济增长的新引擎。

(作者系山东省沂水县文化和旅游局党组书记、局长)

农村宅基地制度改革的探索与实践

李飞

近年来，广西壮族自治区大化瑶族自治县以开展“党旗领航·电商扶贫”行动为契机，着力激发基层党组织在脱贫攻坚中的创造力，积极探索电商党建助推扶贫工作模式，培育了一批政治思想好、发展意识强、致富技能高、引领作用大的党员能人成为电商骨干，带头“触网”，引领、带动周边群众发展特色产业，在互联网上推销特色农产品，精准助力扶贫工作。

党组织引领，开创电商扶贫新模式。牢固树立电商党建理念，以党组织为主导，以党员为示范，以农户为基础，借势中国（大化）红水河长寿养生电子商务城，推动党组织在电商平台引领作用。通过基层党组织服务电商，由驻村第一书记、大学生村官带头发展电商，引导党员骨干率先实践电商。

开展“党旗领航·电商扶贫‘我为家乡代言’”活动。目前，按照活动要求，推选出红水河休闲养生胜地、七百弄鸡、大化河鱼、旱藕粉、无公害蔬菜、七百弄国家地质公园等具有大化特色资源（产品）；同时，还向自治区活动组委会推荐了33名有故事或擅长讲故事的人物，为活动开展提供坚实基础。

抓好教育培训，培育电商人才

队伍。统筹农村党员大培训、村“两委”干部轮训、“两新”组织党员大培训、农村转移劳动力就业培训、贫困村创业致富带头人培训等项目资源，采取多种形式，分批开展分行业、分类别进行电子商务应用和技能培训，带动更多大学生村官、农村青年和返乡农民工转型为网商“创客”，为电商党建奠定坚实的人才基础。同时依托远程教育平台、电商平台、农民创业园的创业就业指导服务中心，按照“把党员培养成电商骨干，把电商骨干培养成党员和致富带头人”的思路，充分运用远程教育平台送电商知识进村入户，使基层党员干部率先掌握电商知识和运营方式，率先学会电商管理，带动群众广泛参与。

搭建培育平台，推进电商扶贫工作。搭好人才服务平台，选派158名优秀的党员干部到全县各村担任村组织第一书记，通过培训、外出考察学习，使他们成为电商扶贫的“先遣部队”。同时，充分发挥党员能人、大学生村官、返乡青年作用，积极挖掘本地土特产品，培育本村本地土特产品，着力打造一批电商扶贫名片，发挥示范带动作用。

(作者系广西壮族自治区大化县工商局党组书记、局长)

农村宅基地制度改革已在全国展开，探索农村宅基地制度改革，对解决农民住房难和土地资源紧张的问题具有重要意义。

农村宅基地建设布局零乱，缺乏规划引导。第三轮土地利用总体规划基本上没有预留新的宅基地规划点，没有为发展预留空间，无法适应新农村建设对宅基地管理的需求，致使新农村规划建设、村庄规划与土地利用总体规划很难衔接。长期以来，对农村规划投入少，农村规划进展缓慢。农村村庄建设规划编制由于缺乏村镇规划和控制性详细规划，从而在一定程度上阻碍了新农村建设的农民住宅处于低水平重复建设之中。

此外，现行的宅基地制度与节约集约用地的基本国策不相适应。由于宅基地使用年限的无限期性、潜在增值性、农民无偿取得性，使得宅基地成为了“唐僧肉”，农民为了既得利益通过多渠道向村集体申请宅基地，出现一户多宅现象。随着农民向二三产业转移就业，在城镇居住成为一种趋势，特别是年青一代向往着城市化的生活环境，多数人的工作、生活、读书已完全市民化。但虽在城镇居住，又不愿放弃农村宅基地房子，致使农村宅基地“老龄化”、“空心化”日趋严重。

农村宅基地市场流转面临体制性障碍，不仅存在大量的法律真空，而且内容比较粗放，这加大了农村宅基地管理的难度。事实上已经出现宅基地短缺的村庄

村民到宅基地充足的村庄购房房屋变相取得宅基地的情况，形成了自发的宅基地隐形市场，但现行法律、法规的制约不能为其办理过户手续，只能私下流转，扰乱了土地市场的正常秩序，加剧了土地权属混乱和产权纠纷。

为加强宅基地规划管理，应有计划有步骤有重点地逐步推进农村宅基地建设。按照城乡发展规划、村庄规划与土地利用总体规划一体化的要求，优化城乡空间结构，切实有效地解决镇村聚落分散、人口集聚度低的问题发挥村庄规划的控制和引导作用，鼓励建设与城镇建筑风格相融合的多层住宅为主新型农村居住社区。

积极开展农村宅基地整理，探索城乡建设用地统筹高效利用。将土地整理工作的重心由农用地整理向宅基地整理转变通过经济手段调节解决土地占补平衡与建设资金问题，城镇新增建设用地收益挂钩农村用于农村土地综合整治与新农村建设，解决新农村建设和农村建设向村集体申请宅基地，出现一户多宅现象。随着农民向二三产业转移就业，在城镇居住成为一种趋势，特别是年青一代向往着城市化的生活环境，多数人的工作、生活、读书已完全市民化。但虽在城镇居住，又不愿放弃农村宅基地房子，致使农村宅基地“老龄化”、“空心化”日趋严重。

建立农村宅基地退出和流转机制。建立农村宅基地退出补偿机制，鼓励有条件的农户放弃宅基地进城落户，为农村废弃宅基地复垦整理创造条件。凡已在城镇购置商品房定居或愿意进城镇

规划区定居的农民，只要自愿退宅还耕且以后不再申请新宅基地，政府按退出的宅基地面积给予一定的经济奖励；在符合规划的前提下，将原宅基地和房屋有偿调剂给有条件申请宅基地的本村村民，可视作放弃宅基地享受经济奖励。农村宅基地有偿退出的合理补偿标准可参照征地区片综合地价标准，农村宅基地退出补偿资金来源为耕地开垦费、土地出让金、新增建设用地有偿使用费。奖励方式为一次性货币、安置补偿和养老生活补助。

建立农村宅基地有偿使用制度。宅基地仅限制在本村集体内流转，导致集农民毕生积累建造的农房无法实现其资产信用功能，不能对农民扩大生产、更新住宅和规避风险提供资金支持。由于宅基地不能流转，退出激励机制的不健全，使得宅基地长期处于增量不断增加，利用率不断降低的状态。

宅基地有偿使用制度可以打破传统的宅基地使用的行政区域界限，可放宽到县城农村居民。推动农村村民住宅建设逐步向小城镇和中心村集中。农村宅基地有偿使用，可以在经济条件比较好的县、村推进。四是建立农民宅基地使用权流转制度。确定每一块现状宅基地的长期使用户并依据规划新增或者缩并宅基地面积。允许农村宅基地有序流转，探索建立与农村宅基地合法流转相配套的集体土地产权制度。

物权的存在都是有期限的，

无期限将造成只要房屋尚在则宅基地使用权就一直存在，一个农民可能以继承、受赠等方式取得几处房产，一直延续下去，这不利于节约土地，而建立起宅基地有限使用制度就完全可以对期满不再需要的宅基地使用权予以收回，避免浪费土地。可参照城市国有土地上的住房土地使用权期限为70年的规定，农村宅基地使用权的期限也应规定为70年，到期自动续期。

在以上思路下，辽宁省调兵山市对传统的农村宅基地制度的改革创新作了积极的探索，鼓励以集中居住、新建多层住宅的社区化农村居住建设。农民集中居住区建设资金筹集，主要以农民采煤沉陷区迁迁款为主，实施拆旧建新。政府则在外部的基础设施配套和规费收取方面给予让利，大大降低了建房成本，使农民以较低的成本价购买农村居民房。宅基地使用制度改革创新成效明显，盘活了农村的存量建设用地，提高了土地集约利用的水平。原农户均一般占地在600平方米至1500平方米左右，采用新模式安置农户后，比原占地节约50%至80%。

新的宅基地置换模式下形成了一批新型农民居住社区，改变了千百年以来农民独门独户、封闭院落式生活特征，大量新增的生活公共设施投入为农民开展文体活动、享受现代休闲娱乐提供了场所，为构建农村社区良好和谐的人际关系创造了很好的条件。

引导群众需加强场景化建设

蔡小俊 张伟伟

把场景化思维应用到思想政治工作中，是一个新的实践路径，特别是开展群众工作，场景是不可忽视的。通俗点说，就是在引导群众的时候，必须要考虑，要面向哪些人，人在哪儿，人在这肯花多少时间。

开展思想政治工作，传统的做法是把群众集中到一个地方开会。而在会场里，会议时间内，有的群众会时不时看看手机，在手机上停留的时间有长有短。用场景化思维来分析，场景变化了——群众空间和群众时间都发生了转移，在这次政治学习教育中，引导群众的效果是随着场景变化而改变的。

很多的广告投放考虑场景，最好的场景“人的时间、人的空间”最充分，广告投放才有最佳效应。对于引导群众的工作，场景规律和场景效应一样适用。所以，群众时间和群众空间在哪儿，就要把群众引导工作的内容，合理分配到哪里去。既然时间和空间大多放在手机上，那我们的群众工作就要做到移动端，把思想政治工作的内容搬运到移动端，而不能只放在会议室。

互联网时代，“朋友圈”场景已经变成了一个操作化极强的引导群众的阵地。但是，也有极端的例子。笔者就听到一个身边的事情，一个部门一把手领导强制要求员工，科室、同事之间的工作关联不允许建Q群微信群，仍然用纸质、电话或者面对面处理工作中的一切事情。细细分析下这件事，不难发现：一是害怕和恐惧这个“圈子”；二是不懂不会在这个“圈”里建设；三是远离了这个重要“场景”。殊不知“圈子”里面的引导非常关键，特别是思想政治工作，群众在干什么，他们的时间去了哪儿，他们待的地方是不是出现了新的变化。我们不能指望把一个东西朝一个地方一放，群众马上就会来看、来听，来接受我们所要表达的目的意义。

就从我们的党建建设来说，为什么都要建设全媒体、融媒体，突出新媒体，就是因为场景化思维冲击到了我们的传统认知。如果思维不变，就会犯刻舟求剑的错误。我们还在做着以前同样的事情，但水已经流了，群众变了，他们的习惯和需求都变了，变成新时代群众了。一份报纸，我们不知道有多少人看，哪些人看，但是新场景下的移动端和PC端，不光能清楚地知道多少人看，是哪些人，而且还能得到他们的留言留贴等各种反馈。

我们政治教育中的引导和服务对象，“哪些人，人在哪，有多少时间愿意放在那”，都是一个个精确的场景，如果想让政治教育有效，引导群众有效，场景化设计就变得非常迫切。但是，朋友圈是不是就等同于群众圈？不是。朋友圈里，更多的是自然发酵，娱乐化的比重更高，感性的东西更多。但群众圈，是教育、引导、服务更多，理性的东西更多，不是把娱乐群众和取悦群众放在至上的位置。所以，建设群众圈，需要更多更精心的场景设计。

如何建立群众圈？一是需要系统化地去研究群众特点和需求，做好内容供给侧，把大众认知和大众服务结合起来，才能更好地传导正能量，凝聚正能量。二是需要做好迭代认知，加大理性输入，教育群众、引导群众，达到影响群众、提升群众的效力。通过迭代认知让群众更好地深入时代，与时代接轨。虽然感性认识能让人更快捷获取，吸引眼球比较快，但理性认识做好了，同样能吸引人，并且更持续更具认同感。三是打通民生服务类的接口，让群众更多的时间停留在这个地方。让群众在解决刚性需求的同时，持续同步接受软能量的输入。四是建设好公益、慈善等平台，提供能让群众释放能量的场景，并深深融入其中，成为正能量的输入者和制造者。