本版编辑：曾西雅
E-mail：t8@studytimes.cn
Tel：010—62806245

增强责任意识 推动创新发展

□ 王汝鹏

习近平总书记2015年5月5日在会见中国红十字会“十大”代表时指出：“我国红十字事业是中国特色社会主义事业的重要组成部分，中国红十字会是党和政府在人道领域联系群众的桥梁和纽带，党和国家高度重视这支力量。希望中国红十字会适应新形势新任务，紧紧围绕党和国家中心任务，增强责任意识，推进改革创新，加强自身建设，开展人道救助，真心关爱群众，努力为国奉献、为民造福。”习近平总书记的重要讲话，高瞻远瞩，内涵丰富，思想深刻，是新形势下做好红十字会工作的思想指南和根本遵循，是中国红十字事业发展史上的重要里程碑。

有强烈的时代使命感，使红十字会成为全面建成小康社会的重要力量

紧紧围绕党和国家中心任务开展人道救助工作，是红十字会的光荣使命，也是“努力为国奉献、为民造福”的根本遵循。到2020年全面建成小康社会，是我们党确定的第一个百年奋斗目标，“十三五”时期是全面建成小康社会的决胜阶段。在“四个全面”战略布局中，全面建成小康社会是居于引领地位的战略目标。“十三五”规划把农村贫困人口实现脱贫、贫困县全部摘帽、解决区域性整体贫困作为全面建成小康社会的基本标志。目前全国还有7000多万贫困人口，这是全面建成小康社会的最大“短板”。

《国务院关于促进红十字事业发展的意见》指出，红十字会“作为从事人道主义工作的社会救助团体，在开展人道救助、反映民生诉求、化解社会矛盾等方面具有独特优势”。可以说，“十三五”时期是中国红十字会重要的战略机遇期。一方面，红十字会要广泛动员人道力量和国内外资源，积极投身小康社会建设，推动人道服务领域的供给侧结构改革，助力保民生、兜底线、补短板，在党和政府想做而难以完全覆盖到的领域向需要帮助的困难人群伸出援手，为党和政府排忧解难；另一方面，要充分发挥红十字会拥有广泛的组织网络和广大的会员、志愿者优势，及时发现民生需求，及时提供人道服务供给，有效发挥拾遗补缺的政府助手作用。

有宽阔的国际视野，使红十字会成为人类和平与发展事业的促进者

从2013年9月开始，习近平总书记以超前的战略眼光，提出并不断完善“一带一路”发展构想，目的是为了使中国与世界经济联系更加紧密、相互合作更加深入、发展空间更加广阔，并宣布为“一带一路”沿线国家的基础设施、资源开发、产业和金融合作等提供投融资支持，“中国将集中精力做好自己的事情，也要努力使自身发展更好惠及亚太和世界”。总书记的这一发展愿景，具有非常深远的影响和积极意义。在中国坚持走和平发展道路、开创对外开放新局面、推进“一带一路”建设的大背景下，中国红十字会作为国际红十字运动的重要成员，有着服务国家大局、配合国家在人道领域对外合作和援助、积极开展民间外交的责任和优势。

中国已是世界第二大经济体，尽管中国人均GDP排名仍旧靠后，区域城乡间差距大，发展不平衡，但国际上对中国履行大国责任寄予厚望，红十字国际组织也一直期待中国由受援国转变为捐赠国，非洲、东南亚、中亚地区国家的红十字会都希望得到中国的援助。一些走出国门的中国企业，也有改善所在国家社区关系、参与当地人道公益事业的需求。因此，适应对外开放和“一带一路”建设的新形势，中国红十字会一方面要加强与红十字国际委员会、红十字会与红新月会国际联合会的交流合作，积极参与国际红十字运动和人道主义事务，广泛开展多边交流，努力扩大在国际组织中的影响力和话语权；另一方面要秉承“亲诚惠容”的周边外交理念，进一步巩固和拓展与“一带一路”沿线国家红十字会的双边交流合作，积极组织动员政府、企业、社会资源，主动参与国际灾害救援、难民救助、非紧急人道援助以及开展社区可持续发展项目，赢得这些国家普通民众对中国的情感认同。尤其是在一些地缘政治敏感地区、冲突地区，在一些政府尚不能进入的领域，充分发挥红十字组织的特殊作用，通过人道援助和合作，提升国际影响力和亲和力，使红十字会成为促进人类和平与发展事业的重要力量。

有依法治会思维，使红十字会成为我国法治社会建设的推动者

党的十八届四中全会作出了《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》，提出了建设中国特色社会主义法治体系，建设社会主义法治国家的总目标。中国红十字会作为一个具有国际背景的人道救助组织，在全面推进法治国家建设的进程中，要有强烈的责任意识，牢固树立依法治会、依法履责的法治思维，做中国法治社会建设的重要推动者。

国际红十字运动不断发展壮大的历程，就是推动国际人道法和相关法律规范不断建立和完善的过程。国际红十字运动不仅有195个国家承认并签署的《日内瓦公约》及其附加议定书作为最基本的法律框架，同时还有国际红十字与红新月运动章程、议事规则、标志规范以及灾害救援行为守则、欺诈和腐败的预防与控制政策、企业界伙伴关系政策等一整套丰富完备的法规体系，可以说红十字国际组织是一个依法治理、法治程度非常高的人道组织。

中国红十字会在其110多年的风雨历程中，不同历史时期在法律和规制建设上也有不同程度的发展，尤其是1993年颁布的《中华人民共和国红十字会法》、1996年颁布的《中华人民共和国红十字标志使用办法》，标志着中国红十字会走上了依法建会、依法治会、依法履责的法治轨道。但总体来看，中国红十字事业的法治化水平与国际红十字组织和发达国家红十字会相比依然存在一定差距。虽有红十字会法，但知晓度不高，执法不严，缺少实施细则；虽有文件规章，但执行不力，操作性不强，宣传落实不够。

2012年国务院出台的《关于促进红十字事业发展的意见》，是继红十字会法颁布后又一具有里程碑意义的纲领性文件。2014年全国人大常委会正式启动红十字会法的修法工作，2016年将对红十字会法修改草案进行审议。这是中国红十字会加强法治建设的又一重大机遇。我们要紧紧抓住修法契机，积极吸取国际红十字组织和其他国家红十字会的法律精华，结合中国的国情和实际，通过修法进一步确立中国红十字会的法定性质和地位、法定机构和职责、法定保障和监督，夯实依法治会、依法履责的法制基础，尤其是要通过学法、普法、尊法、守法，提高全国红十字工作者的法治思维和依法办事的能力，推进各级红十字会治理法治化，把依法治国的基本方略贯彻到红十字会的全部工作中去。

有改革创新的勇气，开创中国特色红十字事业发展新局面

“增强责任意识，推进改革创新，加强自身建设”，是习近平总书记对红十字会、红十字人和红十字工作提出的根本要求，也是我国红十字事业实现创新发展、开创新局面的关键所在。

改革创新是时代进步和社会发展的必然要求，也是红十字事业发展进步的动力源泉。2011年的网络事件，给中国红十字会的品牌形象和社会公信力带来很大影响，虽然一些不实谣言已被澄清，一些造谣者也被绳之以法，但仍有一些社会公众对红十字会的信任尚待恢复，中国红十字事业仍处在发展的关键时期。必须牢固树立新的发展理念，不断“推进改革创新”，激发各级红十字组织的活力，燃起全体红十字人奋发有为的激情，解放思想，勇于担当，与时俱进，以更高标准、在更深层次上推动中国特色红十字事业健康发展。

加强自身建设是红十字事业自身发展的现实需要。要“适应新形势新任务”，不断完善红十字会的内部治理结构，理顺外部管理体制，加强基层组织和会员、志愿者队伍建设，提高依法履责的素质和能力。特别是要认真总结和反思经验教训，提升红十字组织的专业化水平和应对舆情危机的处置能力，建立科学有效的绩效考评、风险预警和责任追究机制，从严治会，严以律己，进一步提升全国红十字系统的规范化管理水平，用“自身硬”凝聚力量，用“公开透明”赢得社会信任。

（作者系中国红十字会副会长）

抓住电商扶贫的新机遇

□ 王杰

长期实践证明，贫困地区尤其是集中连片特困地区脱贫最大的困难，就是农村特色资源受市场、物流、信息等要素制约，难以将资源优势转变成资源产品，进而发展为资源经济，帮助农民增收。进入农村信息化时代，“互联网+”在推动经济形态不断发生演变的同时，也为贫困地区脱贫攻坚带来全新发展机遇。秀山作为国家级贫困县，生态良好、资源丰富。为发挥本土特色资源优势，让沉睡的资源走出山区，秀山从2012年开始探索电商扶贫，围绕“重庆领先、西部一流、全国有影响力”目标，重点依托本土农村电商平台“武陵生活馆”和阿里巴巴“农村淘宝县”两条“高速路”，走出一条电商精准扶贫新路。2015年，秀山被确定为全国“电子商务进农村综合示范县”，建成重庆市首个阿里巴巴“农村淘宝县”，通过电商扶贫带动产业发展，解决2.2万余贫困群众脱贫问题。

构建网络交易平台，拓宽农户增收渠道

建立贫困地区进入电商市场的平台，是解决商品流通渠道过窄、农特产品销售困难的基础支撑，可以有效拓宽贫困群众增收致富的渠道。秀山积极构建多元化电商平台，着力打造电商产业园，重点依托农村电商平台“武陵生活馆”本土“高速路”，引进主流电商平台阿里巴巴“农村淘宝县”等第三方“高速路”，有效打通县、乡镇、村居三级电商服务通道。开发“武陵生活馆”品牌，采取O2O模式，同步推进线下“武陵生活馆”实体店和线上云智网商城发展，依托村（社区）便民服务中心建立村居体验店，整合线下买卖、网络代购、农产品收购、快递收发、金融服务和缴费购票等八大功能，在县域内建成村居体验店124个，优先覆盖41个贫困村，优先对贫困群众生产的农特产品进行集中收购，引导贫困农户发展农家网络店铺，两年多时间帮助8万多村民增收1.8亿元。2015年，秀山实现电子商务交易额46.9亿元，同比增长51.9%。

健全物流配送体系，有效链接城乡市场

健全电商城乡物流配送体系，是解决贫困地区农特产品进城上行，尤其是县域内因点多路远、人口散居、货物量不足等造成运输成本过高的关键手段，可以有效促进贫困地区“小生产”与“大市场”对接。秀山围绕“物聚武陵、流通天下”愿景，利用“公铁联运”优势，突出物流园区载体，建成电商分拨中心、货运调度中心和30万平方米仓储设施，引进安能、圆通等83家快递物流企业，开通长途物流专线和武陵物流专线，实现秀山周边17个区县当日送达和电商快递首重全国3元包邮，有效打造方便、快捷、低成本物流。突出发展县域二次物流，成立专注农村电商快递企业“云智速递”，依托遍及城乡的“武陵生活馆”村居体验店，以“门对门”服务整合快递物流企业，细化全县267个村居为5条线路，每天一班将快递货物配送到村；通过同一路径反向从“武陵生活馆”村居体验店收购农特产品进城，衔接电商企业、农村网点和物流配送，实现县域内城市40分钟、乡村24小时送达，达到“T+1”和“1+T”（全国到县城“T天”，县城到村点1天）配送时效。目前，秀山基本形成“覆盖城乡、双向流通”城乡物流配送体系，有效解决快递进村入户“最后一公里”和农特产品进城“最初一公里”难题，实现快递进村月均3万件次以上，农特产品进城成本节约20%。

实施品牌化战略，保证产品质量安全

实施产品标准化、品牌化战略，是解决贫困地区农特产品缺乏统一的生产和质量标准、缺乏品牌的核心方法，可以有效提高农特产品附加值。秀山积极利用“互联网+”电商销售模式，倒逼贫困农户产业化经营，让贫困农户更多分享农业全产业链和价值链增值收益。重视统一生产标准，明确农业部门主导标准制定，建立农产品加工中心和农产品检验检测中心，按照形状、大小、颜色等属性进行分级包装、定价；与“中国药用植物研究所”等专业机构合作，制定金银花等中药材生产等级标准，基本解决中药材交易无标准衡量问题；引进中药材天地网电商销售平台，利用电商销售的高利润，有效推动药农标准化生产。重视管理产品质量，建立“二维码溯源+农户信用监管+政府严管”质量管理体系，利用二维码全程溯源，倒逼农户和企业保证质量安全；探索建立农户信用监管体系，给予信用评级高的贫困农户更多销售分红；实行农特产品安全质量政府“背书”，强化政府监管责任。重视打造产品品牌，依托土鸡茶叶黄花等农产品、刺绣苗银竹编等特色手工艺品分别注册“武陵遗风”“边城故事”两个电商公共品牌，全体贫困农户共同享有品牌价值，武陵遗风“土鸡蛋”电商平台销售价从收购价1元增值为3元，实现每枚返利0.6元给供蛋农户。目前，秀山已上线销售“武陵遗风”“边城故事”等特色产品500余款，月成交量达30万单，累计销售土鸡蛋127万枚，土鸡、秦橙、猕猴桃等7个系列14种产品打入港澳市场。

发挥人才引领作用，普及群众电商技能

引进、培养、锻炼一批农村电商人才，是解决贫困群众不识电脑、不会网购、不懂电商的根本保障，可以有效示范、引领贫困群众利用农村电子商务创业、就业和增收。秀山在启动农村电商扶贫计划前，先期启动人才培养计划，2012年从阿里巴巴、浙江中国网商城等引进5名电商骨干人才，依托重庆大学引进培训电商产业高级人才、县委党校重点培训扶贫一线干部、职教中心开设电商专业、云智电商培训中心开展电商技能实操培训，建立电商扶贫专家团队、精英团队、创业团队、服务团队，累计开展电商培训9300余人次。目前，秀山贫困群众发展电子商务的积极性主动性全面增强，利用电子商务脱贫致富的能力和素质有效提高。

优化供应组织模式，建立产品直销体系

推动农特产品供应链一体化整合，是解决贫困地区生产组织分散、中间环节过多的重要方向，可以有效提升贫困地区生产、流通的效率和效益，有效降低市场交易成本。秀山立足电子商务和乡村配送体系基础，积极构筑以贫困农户或涉农经营主体为供应站点、村居体验店为基础终端、县域或乡镇旗舰店为主力标志和货品集配中心、县电商分拨中心为集散中枢、网络购物为全景展示的“武陵生活馆”农产品直销体系，鼓励贫困农户参与线上“店主”农产品直线销售、线下“馆主”农产品收购经营，通过单个农户或企业生产供应产品，由“武陵生活馆”村居体验店收购、贴码，经电商分拨中心农产品电商加工中心检测、包装后发往全国，直接送到每一位消费者家中。目前，秀山引导贫困群众以土地、扶贫资金、财产等入股成立30余家农民专业合作社，建成特色农产品基地76个，挂牌认证土鸡蛋等供应站点210个，“生鲜农产品公益大卖场”O2O政府扶贫工程去年一年帮助贫困农民群众销售紫薯10万斤、藕带3万斤、脐橙100万斤。

秀山通过引入“互联网+”先进生产力，牢固树立互联网思维，大力探索和实践电商扶贫，有效激发生产模式、组织模式、管理模式、商业模式创新，促进县域内农村思维模式、生活方式和农业生产方式转变，为限时打赢脱贫攻坚战奠定了坚实的基础。

（作者系重庆市秀山土家族苗族自治县县委书记）

打造“两学一做”磁性平台

□ 冀晓东

基层是党的执政之基、力量之源。当前一些基层党组织软弱涣散，缺乏凝聚力和吸引力，对党员教育管理松懈，存在“引不起来，领不起来，喊不动”的问题，致使一些基层党员组织观念淡漠，理想信念不坚定，先进性与先锋模范作用体现不出来。面对与全国同步全面建成小康的艰巨任务，尚义县积极创新基层党建模式，以“磁铁行动”统领基层党建工作，打造“两学一做”学习教育“磁性”平台，像磁铁吸铁一样，把广大党员和群众牢牢吸附在党组织周围，以坚强有力的战斗堡垒引领和全体党员的模范带动，凝聚形成“如期脱贫出列，建成全面小康”的强大行动力量。

创新教育管理模式，让组织生活“活”起来

针对新情况新问题严肃党内政治生活，确保党内学习教育的实际效果，尚义顺应当今“流动时代、多元社会”的特征，主动创新，搭建全体党员方便参加、乐于参加的途径模式，切实增强基层党组织生活的“磁性”，锤炼党员的党性。分类教育覆盖全体党员。针对不同群体、不同类别，分别制定不同学习模式，因人而异深化学习教育。对于机关党员，以支部为单位，推行“轮讲月考”制度，由副科以上党员干部轮流讲，结合实践感悟学、互动学，使学习成为常态。每月最后一周，组织学习测试，测试不合格限时补课，以考促学，切实改变学习限于抄笔记、写总结等形式主义，激发了广大党员学习的积极性和主动性。针对文化水平较低的农村党员群体，印发明白纸，编印应知应会简明读本，上门辅导送学。针对当前外出党员相对较多的实际，邮寄学习资料，利用党员微信群搭建学习平台，方便党员线上学习。通过多种方便有效学习教育途径，使所有党员全覆盖参与学习，接受教育，真正使党章党规、系列讲话入心入脑，掌握思想武器，补足“精神之钙”，夯实能力基础。“三亮两述”激发干事热情。结合党员民主评议，全面推行党员亮身份、亮承诺、亮形象活动，机关党员干部挂牌亮岗深入基层一线办实事，乡村党员认领岗位做奉献，各个党支部每半年组织一次干部述职、党员述绩活动，向全体党员和群众代表报告情况、承诺事项，接受群众评价，赢得群众认可。“星级评定”激励争先创优。结合“三会一课”制度，推行党员星级管理制度，坚持党员自评与领导点评相结合、群众测评与量化考评相结合，月碰头、季小结、半年总结、年终考评，实行动态管理。对达到“五星”标准的党员，授予“党员示范户”“党员示范岗”“优秀共产党员”等荣誉称号，对达不到星级标准的党员，视情况采取个别谈话、调整岗位、限期整改、组织处理等措施。通过星级评定，使先进党员“吃香”，落后党员“发慌”，正反对照，引领警示全体党员明底线、知敬畏，见贤思齐、日明其德、日勤其业，积极投身到扶贫攻坚、美丽乡村建设、生态建设、项目建设的工作一线。

创新组织建设模式，让每个支部“强”起来

开展“两学一做”，要把全面从严治党落实到每个支部。尚义抓两头、带中间，创品牌、强功能，不断强基固本，把每个支部打造为坚强有力战斗堡垒，引领发展的核心力量。治难转后强堡垒。按照“对照检查、明确任务，整改落实、建账销号，全面检查、拉练晾晒，考核评议、严肃问责”四个步骤，对全县乡镇、机关、社区、企业等党支部，从班子建设、党员管理、党内组织生活、引领服务能力等方面进行排查，倒排后十名，建立整改台账，配套定期报告反馈、跟踪指导、挂账督办、逐项销号等措施，实行县级党员领导干部包联、派驻党务工作者指导制度，促进后进支部转化。品牌引领亮特色。围绕“一党委一品牌、一支部一特色”的思路，县乡村三级党委层层抓典型、分类抓亮点、集中抓品牌，形成村有样板、乡有亮点、县有品牌的本土特色党建品牌体系，实践培育推出党员包片联户、农村无职党员“三诺一争”、“三全服务体系”等可复制、可推广的基层党建经验做法，带动提升整体党建水平。优化组合强功能。为适应产业发展新需求，应对党员分布新变化，让党旗在产业链上飘扬，尚义勇于创新，打破原有党小组按行政区划设置方式，以产业为依托，按片区实行优化组合，跨区域组建产业联合党支部和功能型党小组，打造“一建三联”党建品牌，即产业链上建党组织，党组织上联党委政府，下联会员群众，中联合作社、农业公司、龙头企业，最大限度扩大活动覆盖面，推动党组织设置由“组织覆盖”向“功能提升”发展。

创新服务群众模式，让每名党员“动”起来

开展“两学一做”，基础在学，关键在做。以学促行，党组织要积极为党员搭建实践舞台，针对不同群体党员，健全有效服务群众的机制平台，形成党员全参与、服务全方位、群众全覆盖的“三全服务”体系，让每名党员在服务群众岗位上得到检验，先锋模范作用在服务群众实际行动中充分体现。尚义县以创建服务型基层党组织为目标，创新开展党员直接联系服务群众工作，通过包片联户、小组式服务等方式，降低管理难度，增强服务效果。单元式服务管理。把在村农户或社区居民划片分为基本管理单元，推选出群众威望高、工作能力强的党员和村干部担任片长，明确包片党员干部政策“宣传员”、社情民意“调查员”、联户群众“服务员”、矛盾纠纷“调解员”四项工作职责，健全完善了定期走访机制、激励保障机制，使服务群众制度化、常态化。小组式服务管理。组织老党员、退休老干部、退休老教师组成“三老”人员工作小组，充分发挥“三老”人员群众基础深厚、熟悉三农工作优势，协调化解基层矛盾、代办日常事务；与孤寡老人、留守儿童等弱势群体结成“连心”亲戚，解决群众生活困难；牵头组建业余文艺队伍，丰富群众精神生活。联户式服务管理。通过驻村干部与农户结对联亲，村“两委”干部包联贫困户，流动党员与同一区域的本土务工人员互动互带，帮助发展致富产业，解决生产生活困难，提供务工就业信息，把服务触角延伸到了在村和外出群众的每家每户，实现管理全覆盖、服务无缝隙。

（作者系河北省尚义县委书记）

社址：北京市海淀区大有庄100号 邮政编码：100091 总编辑：钟国兴 社长：许宝健 广告部电话：（010）62805980 发行部电话：（010）62805431 62806227（传真） 总编室电话：（010）62806228 62805368 电子信箱：zbs@studytimes.cn
定价：全年180元 邮发代号：1—267 国外发行代号：W3970 开户银行：建行北京中关村分行 户名：中共中央党校报刊社 账号：2613000456 广告经营许可证号：京海工商广字0301号 承印：人民日报社印刷厂