看到老百姓贫困，心里很着急

“河道的治理完成没有？”

“学校的建设怎么样了？”

“还有多少群众住在窑洞里？”

富平县委书记郭志英在发言中谈到民生工作时，引起习近平的格外关注，他接连追问了几个具体问题。

“当好县委书记，必须做到心中有民。”习近平语重心长地说，县委书记是直接面对基层群众的领导干部，必须心系群众、为民造福。

早在浙江省工作时，习近平就提出一个尖锐问题：不能让“平均收入”掩盖住“不平均”现象。

座谈会上，习近平特别提到了扶贫问题。他说，现在离2020年实现全面建成小康社会目标还有5年时间，按照国际标准我们的贫困人口还有不少。扶贫工作必须只争朝夕，决不能让贫困地区掉队。到2020年，如果贫困地区面貌改变不大，如期实现全面建成小康社会目标是说不出口的。

几位县委书记发言时，都谈到自己为官一任、造福一方的抱负。

习近平说，在县委书记这个岗位上，很多人都想干一番事业，这种想法和干劲必须有。

谈到自己当年在河北省正定县的工作经历，习近平说：“我当年到了正定，看到老百姓生活比较贫困、经济社会发展水平比较落后的情形，心里很着急，的确有一股激情、一种志向，想尽快改变这种面貌。”

他强调，干事创业一定要树立正确政绩观，要做到“民之所好好之，民之所恶恶之”，要求真务实、真抓实干，做工作自觉从人民利益出发，决不能为了树立个人形象，搞华而不实、劳民伤财的“形象工程”“政绩工程”。

——摘自《真诚的交流　郑重的嘱托——习近平总书记与中央党校县委书记研修班学员座谈速写》（新华社2015年1月12日电）

习近平讲故事

本栏目主持人：刘少华

电视+扶贫：

脱贫路上　“决不掉队”

本报记者　叶　子

群山连绵，阴雨不断，蔡波要前往位于乌蒙山连片贫困区的云南省昭通市昭阳区。她是央广网的一名记者，2018年9月，作为中央电视台社会与法频道推出的大型电视扶贫行动《决不掉队》节目的特约记者，她要去昭阳探访几位素昧平生的孩子。

这些孩子们当中，有的患有严重疾病，与奶奶两人相依为命；有的要承担起家庭的重任，选择将录取通知书偷偷藏起；有的为减轻家庭负担，决定离校外出打工……他们都因为贫困面临辍学，在人生的起跑线上经历无奈和坎坷。

扶贫先扶志，扶贫必扶智。无论是教育扶贫、产业扶贫，还是生态扶贫，《决不掉队》关注的就是：脱贫路上，一个都不能少，决不掉队。

深入调查采访

“节目录制之后，我的心情很久才平复。”蔡波说，“我的脑海里一直是昭阳区大山包的一草一木和孩子们的面庞，特别的惦记，惦记张远波的病情，惦记官梦的学习情况。”

蔡波惦记的张远波，是昭阳区一个13岁的男孩，之前因为患有急性肾功能衰竭住院治疗，便中断了学业。远波家里，他和奶奶两个人相依为命。虽然国家实行9年义务制教育免学费，对于没有经济来源的张远波一家，生活费仍是一笔沉重的负担。而且，因为自然环境限制，孩子们上学要走山路，每天往返需四五个小时的艰难跋涉，远波的身体情况根本无法支撑。在昭通市政府的助学政策帮助下，远波又入学了，住上了学校宿舍，吃上了爱心餐。现在，远波是大山包中学的一名初二学生，一周回家一次，他脸上的笑容又回来了。

蔡波告诉记者，采访过程中她一直有严重的高原反应，可每每和孩子们面对面地聊天、相处，她就忘记了身体不适的痛苦，深刻体会到了教育扶贫对于阻断代际贫困的重要性。

让特约记者和体验嘉宾走入贫困家庭，是《决不掉队》这档节目的一大特色。像蔡波一样，在两季的节目中，参与到扶贫工作中的还有歌手、演员以及许许多多关心扶贫事业的社会人士。从革命老区阜平到秦巴山区腹地竹山，从冰天雪地的海拉尔到亚热带气候的云南宁洱……通过实地走访感受，这些特约记者和体验嘉宾们为观众讲述扶贫故事，同时以身作则积极参与扶贫，帮助贫困家庭脱贫致富。

仅仅第一季，《决不掉队》节目组就深入到河北、湖北、河南、云南、山东、安徽、内蒙古、福建、陕西、四川、江西、宁夏等12个省区市的贫困地区，拍摄了4000小时脱贫攻坚战一线的真实素材。

平时很少参与节目的演员郭铁城就参与了第一季的一期录制，他随节目组前往安徽省宿州市灵璧县，帮助一户父亲卧床16年、母亲一人撑起整个家庭的贫困户解决问题、改善生活。“当初我一了解到这个节目的方案，就决定要参与其中。这是很务实、很实实在在地做扶贫工作，很有意义。”郭铁城说。

节目组在云南省昭通市昭阳区拍摄。

节目组在贵州省安顺市西秀区拍摄。

观众好评如潮

节目播出时，蔡波和自己的家人一起观看。正在读小学三年级的儿子问她，我们可以给贫困地区的孩子们送些书吗？你采访的远波身体好点了吗？咱们能不能请他到北京来玩？蔡波没有料到，一个孩子在看完节目后会这样用自己真诚、善良的眼光去感知生活。

更多地，蔡波收到了周围朋友们的反馈，他们许多都是含着眼泪看完节目，有的捐了几百件棉衣给大山包的孩子们，有的买了近千箱昭通苹果。《决不掉队》让很多生活无忧的人们体会到了贫困地区孩子们的生存状态、教育状态，也激发和坚定了更多人伸出援手、贡献力量的决心。

许多观众反馈说，节目给人最大的感受是“真”：人真、事真、情真。的确，节目中，每一位群众都是脱贫攻坚中最具内生动力、需要帮扶的贫困群众，每一个故事也都是最真挚、最深情的扶贫故事。

从偏远山区渴望父亲回家的留守儿童吴自政，到被病痛折磨了40余年，仍不放弃努力的张好群；从为爱、为家坚守16年的伟大母亲杨静，再到要用双手给家人创造未来的残疾人尹西连……正如节目主题歌《与爱同行》所唱的“心怀一片爱，一种担当在肩头，那使命那征程，山川大地也感动。胸中一团火，照亮古朴和光明，那温暖那光明，所有梦想都启程……”节目通过一个个普通人真实感人的故事，将体验嘉宾和特约记者们的感动传递给观众，凝聚起更多的善意与真情。

据统计，节目第一季平均收视率超过0.3，最高收视率达到0.45，位居全国同时段所有电视节目的前8位。节目全部网页和视频累计触达量和点击量超过2.1亿次，100多家媒体纷纷转载宣传报道。很多观众都通过节目官网、新媒体留言、点赞，希望成为志愿者加入扶贫队伍，他们表示要捐款、捐物，为贫困地区尽自己的微薄之力，掀起了一轮全民助力脱贫攻坚的热潮。

撬动社会力量

曹珅珅是腾讯研究院产业政策部的总监，也是《决不掉队》第二季的一位特约记者。从内蒙古科右中旗采访回来之后，她想了很多自己能为这些贫困家庭做些什么。她发现内蒙古人真诚，科右中旗的旅游资源又很丰富，除了生态扶贫，发展旅游业也是当地一个很有发展潜力的产业。曹珅珅说：“这不仅仅是一期节目，还应该有更多项目的落地。脱贫之后，为这些地区培育可持续的收入来源非常重要。”

《决不掉队》的总导演侯茜告诉记者：在记录之余、感动之外，如何能整合各界资源、搭建扶贫平台，切实达到“扶真贫、真扶贫”的实际效果，这也是节目组一直思考的问题。

一方面，节目组通过特约记者和体验嘉宾积极号召，对宣传扶贫开发，广泛动员社会各界参与扶贫事业起到了重要推动作用。另一方面。通过节目组的积极联络和组织，几十名专家、100余家企业，从产业发展、培训就业、教育、医疗、旅游等方面，因地制宜地为12个贫困县梳理制定了脱贫方案；同时为拍摄的贫困家庭解决了实际问题、生活难题。

在四川省昭觉县，在节目组的联系下，洋葱数学为昭觉县提供了价值200余万元教育资源，并为全县学校免费开通了在线课程。

在湖北省竹山县，节目组帮助上海嘉麟杰纺织品股份有限公司系统梳理了“带薪培训就业”的扶贫模式，实现了贫困劳动力就地、就近就业，同时解决留守儿童等社会问题。

在江西省瑞金市，节目组为当地规划了“互联网+医疗+扶贫”的医疗扶贫模式。经过节目组的努力，北京康宁瑞通信息技术有限责任公司和德宝恒生科技服务有限公司与江西瑞金市签订了10年免费医疗帮扶协议，捐赠了价值500万元的医疗服务系统及设备，包括药品耗材智能柜、医疗设备和器材，提升基层医生诊疗水平的“智慧诊疗支撑系统”，让贫困地区享受到“互联网+医疗”服务。

这样的案例不胜枚举。通过创新性的“双扶行动”，《决不掉队》节目组联合国内主要媒体，搭建起政策、资源和信息的对接平台，助力贫困地区早日摆脱贫困、走向振兴富裕之路，真正践行“志智双扶”，激发活力、形成合力，从根本上铲除滋生贫穷的土壤。

正如国务院扶贫办领导所说：《决不掉队》通过一个人、一个家庭的变迁，展示了十八大以来脱贫攻坚取得的决定性进展，体现了中国特色社会主义制度的优越性，它是新闻扶贫的一次创新，是电视人参与脱贫攻坚的好形式。

蒙牛出海记

叶晓楠　鹿方舟

从印尼雅加达市区向东南行驶37公里，在位于勿加泗市的中国·印尼经贸合作区内，很容易就可看到挂有“YoyiC”标志的蓝白相间的现代化厂房，这是中国蒙牛乳业在东南亚设计建造的“蒙牛YoyiC工厂”。

2018年11月29日，这里举行了“蒙牛YoyiC工厂”建设竣工暨投产庆典仪式，这是蒙牛继新西兰雅士利工厂后建成的第二家海外工厂，也是中国企业在东南亚布局的首个乳制品生产基地。

印尼工厂的开设，是蒙牛“出海”进程中的重要里程碑。至此，蒙牛的全球版图再次扩容。

早在2006年，蒙牛就已制定国际化发展战略，开始布局全球。随着“出海”进程稳步推进，如今的蒙牛已经拥有了国际化的股东治理结构、创新研发体系及国际化的市场布局。

布局海外市场

2018年7月，荷兰合作银行（Rabobank）发布了2018年全球乳业20强排行榜，蒙牛凭借88亿美元的年营业额，继续占据全球第10名。

作为全球前十的乳制品企业，蒙牛近年来“出海”动作频频，雅士利新西兰工厂，便是蒙牛“出海”的第一站。

早在2009年，蒙牛乳业控股的雅士利集团就已经开始了与新西兰奶源的合作。2013年9月，蒙牛雅士利宣布在新西兰投资建厂，两年后，新西兰工厂建成投产，这意味着蒙牛奶粉业务布局正在接近完成，蒙牛迈出了“出海”过程中的关键一步。2016年4月，蒙牛—雅士利新西兰公司在当地生产的奶粉已进入新西兰第一大城市奥克兰的8家主要连锁超市中。

现在，蒙牛已在澳大利亚、新西兰打通了从奶源到生产销售，从研发到质量管控的全部环节，构筑了一条完善的全球产业链。

此外，蒙牛的顺利“出海”，还与国际合作伙伴的“帮助”密不可分。

自国际化战略启动以来，蒙牛陆续引入中粮、丹麦Arla、法国达能三大国际化战略股东，中粮在战略上推进蒙牛全产业链布局，丹麦Arla带来牧场管理经验，而法国达能则提供技术支持，三者助力蒙牛建立起国际化的牧场管理标准和研发体系。与此同时，蒙牛还继续深化与欧洲、大洋洲、北美等国际伙伴的合作，稳步推进研发、奶源、加工技术、牧业技术、质检体系建设。

现如今，蒙牛的“出海”征程正以势不可当的气势向前进发。目前，蒙牛与美国、法国、澳大利亚、白俄罗斯等近30个国家都开展了不同层面的合作，蒙牛的国际化布局已初具规模。

打造世界品质

中国企业“出海”要想取得成功，必须打好“品牌”和“品质”两张牌。

有着80多年历史的世界杯，与牛奶一直毫无关联，直到一家中国乳业企业的出现。

2017年12月20日，蒙牛集团与国际足联联合宣布，蒙牛正式成为2018年世界杯全球官方赞助商。至此，蒙牛成为世界杯史上首个乳业赞助商，世界杯迎来“第一杯奶”。

牛奶的一小步，却是蒙牛“出海”战略的一大步，借助这一平台，蒙牛第一次在世界杯的舞台展示了自己的品牌形象。在世界杯举办地俄罗斯，蒙牛的名字和商标出现在全球赞助商矩阵，通过各种社交媒体传播，吸引了全球亿万观众的目光。作为世界杯全球官方赞助商，蒙牛旗下的全系列产品，都获得了世界杯官方产品的称号，这让海外消费者不仅可以了解“中国品牌”，而且还能体验来自中国的“世界品质”。

“牛奶与足球一样，能够为大家带来健康与快乐。成为国际足联世界杯全球赞助商，是国际足联对蒙牛品牌及产品品质的高度认可。对于蒙牛来说，这是一次走向世界的商业机遇，更是向全球展现中国乳业的重要机会。所以这不但是蒙牛的骄傲，也是整个中国乳业的骄傲。”蒙牛集团首席执行官卢敏放这样说。

“世界品质”的背后，源于蒙牛在整条产业链的各个环节都以最严最高的标准对标。

为了保证让每一“点滴”更加优质，蒙牛建立了一整套从研发、牧场到工厂、检测的航天管理体系，目前蒙牛总体奶源中，规模化牧场达100%，同时引入新西兰AsureQuality、法国Danone、丹麦Arla等国际乳企先进的牧场管理体系以及管理经验，融合东、西方牧场管理体系，将国际化的牧场管理体系落地到蒙牛。此外，蒙牛还启动了“牧场主大学”项目，覆盖1500多个牧场，培训乳业从业者近1.5万人次，进一步提升了乳业竞争力。

“我不是天生强大，我只是天生要强。”2018年世界杯期间，蒙牛提出的品牌新主张，正是蒙牛追求世界品质的生动写照。

承担社会责任

蒙牛实施“出海”战略，既是践行者也是受益者。

从海外市场到国际产业链再到世界舞台，“出海之路”为蒙牛注入了“世界品质”因子，蒙牛获得了更强的竞争力。如今，蒙牛的产品已出口到多个国家和地区，在新加坡喝一盒特仑苏，在马来西亚买一盒纯甄，在缅甸来一个蒙牛蒂兰圣雪冰淇淋，已经变成了现实。

在“出海”进程中，蒙牛也积极融入当地，造福民众。

蒙牛在新西兰的投资合作项目，投资额超过11亿元人民币，直接为当地提供了800多个就业岗位。

未来5年，蒙牛在印尼的YoyiC工厂，预计将为本地提供1000余个就业机会，目前已有约100名印尼籍员工在岗。

大企业承担大责任。蒙牛在“出海”过程中不忘社会责任，发扬先行者的领航作用。

值得一提的是，除了国际化合作和市场拓展之外，依托产品品质提升和积极参与国际性乳业大会，中国乳业在全球的话语权也在逐步提升。今年7月，卢敏放当选全球乳业论坛组织首位中方董事，同时，蒙牛等中国乳企多次受邀出席IDF、全球乳制品大会等国际乳业峰会，在国际乳业平台上的角色越来越重要。

与发达国家相比，目前中国乳业依然存在较多问题，要想撬动潜在的市场空间，中国乳企必须扬帆“出海”，融入国际舞台。

在2018年11月6日上午举行的首届进博会国际乳业合作论坛上，卢敏放在演讲中指出了“目前全球乳业发展不平衡、不均匀”的问题，并提倡建设“全球乳业共同体”，希望能够实现全球乳业的共生、共治、共享、共赢。

“经济全球化和贸易自由化是大势所趋，我们必须不断开放，坚持创新，汇聚全球资源，依托高质量奶源和高水准研发，打造一流的产品与服务、打造卓越的品牌和企业。”卢敏放说。