

駐鎮書記拚財政三年猛增40倍

瀋陽大黑崗子鎮打通農產銷路 集體經濟走上快車道

脫貧攻堅 收官故事

「農產品推銷員、業務員、策劃人、產業帶頭人」——「75後」李俊峰用這4個身份來概括自己在駐鎮第一書記崗位上的成長軌跡與蛻變。伴隨着身份的轉變，李俊峰所派駐的遼寧省瀋陽市遼中區大黑崗子鎮也發生着翻天覆地的變化，鄉鎮財政收入從2017年的年均不足10萬元(人民幣，下同)，到今年預計達到406萬元的規模。增長約40倍的背後，離不開李俊峰多點帶動，突破重重困境，逐步成長為產業帶頭人。

香港文匯報記者

于珈琳 瀋陽報道



駐鎮書記李俊峰在大黑崗子鎮的農地裏幹農活。受訪者供圖

李俊峰(右)和村民在一起。受訪者供圖

今年11月豐收時節，李俊峰(左)和村民捧起豐收的玉米。香港文匯報記者于珈琳攝

李俊峰在他策劃發起的「紅色鄉村第一書記展覽館集市」上向參觀市民介紹大黑崗子鎮的優質農產品。受訪者供圖

2018年3月底，東北農村，春寒料峭，李俊峰接到派駐任務來到大黑崗子鎮出任黨委第一副書記。「初到鄉村對一切都感到新奇，但是隨着深入了解，卻發現存在的困難超乎我的預想，壓在心頭簡直都成了我的心病。」李俊峰在自己的駐鎮日記中這樣寫道。

為百萬斤積壓農產找銷路

壓在李俊峰心頭的，正是積壓在鄉村笨榨工廠中的上百萬斤花生和花生油，以及滯銷的近十萬斤無公害大米。「農戶整個春節都沒過安穩。」如今提起剛上任就遇到的大考，李俊峰仍愁眉難解。2019年，因為簽約種植採購的廠商單方面毀約，這裏172戶農民的近百萬斤花生嚴重積壓，「當時村書記為了緩和農戶的不理解情緒，就把這些花生都集中起來，建了個手工笨榨的花生油廠，但榨好的花生油還是無人問津。」這也帶來了他第一次的身份轉變，「為了找銷路，我來了之後就變成推銷員和業務員，帶着花生油的樣品回到瀋陽市內，找大超市推廣。」

這是一個痛苦的過程，沒有經驗的他，一次次鼓起勇氣上門推介，卻遭遇一次次的閉門羹。李俊峰開始冷靜反思，「我一邊在網上學習農產品銷售的知識，一邊聯繫買家了解需求，終於找到了滯銷的癥結所在，那就是要重新對花生油進行產品定位，改良包裝設計。」調整思路後，他又當起了「策劃人」，周末休息時間，他回到市內考察各大批發市場中的花生油包裝，同時聯絡多家設計公司，對外包裝做精細的設計與修改。為了拓展花生製品的銷路，他召開座談會探討如何豐富花生深加工的產品品類……

花生油壓榨廠邁向現代化

「酒香也怕巷子深，好的農產品沒有人知道，又怎麼能賣得出去？」利用曾經在政協宣傳部門的工作經驗，李俊峰決定「對症下藥」，策劃一場農超對接會，將商家和媒體記者請到大黑崗子的田間地頭來。當年的6月初，大黑崗子鎮舉辦了一場大型農超對接會，香米、雜糧、花生油等設計獨特、品質上乘的特色農產品包裝上架。

正是在這樣的努力下，大黑崗子的農產品終於走出了大山，進入到十多家瀋陽商超，到2108年底，李俊峰不僅解決了積壓花生的銷售問題，更將原來花生原油工廠的7個3噸儲油罐擴建為27個。如今，擴建一新的花生油壓榨工廠正不斷嘗試向現代化工廠改造，「今年我又給車間門口安裝了紫外線消毒設備，保證工廠生產的衛生安全。」

接連策劃農超對接展銷會

「把花生賣出去，更要把新觀念帶回來！」農超對接會讓李俊峰對駐村責任更多了一份思考，同時擔任瀋陽市選派幹部管理組副組長的他，決定搭建更多平台，他接連策劃了「紅色鄉村第一書記展覽館集市」、「紅色鄉村聯營大集」等近十個年度農超對接展銷會。到2019年，大黑崗子鎮農產品的電商銷售額就已累計達1,500萬元，農戶每畝地的收入增加近600元。

引進新項目壯大集體經濟

一邊是農產品走入穩定的銷售渠道，一邊李俊峰又開始籌劃起招商引資的工作。「大黑崗子鎮是遼中區的貧困鄉鎮，財政收入寥寥無幾，我就主動請纓認領了招商引資的任務。」然而他面臨的依然是上門推介一次次被拒絕又一次次重整旗鼓的困境。「功夫不負有心人，2018年8月，我和鎮上同事奔波了多個辦事部門後，第一家企業順利落戶。」今年，他又成功引進了一家投資3,000萬元的飛地項目，讓集體經濟的壯大走上快車道。

如今，回想起從農產品業務員一路成長為鄉村產業帶頭人的經歷，李俊峰在駐村日記中這樣寫道：「讓貧困農民擺脫困境，實現『兩不愁、三保障』是總書記提出的要求……這就要求我們選派幹部要下得去、融得進……通過千千萬萬個第一書記的努力，促進農業全面升級、農村全面進步、農民全面發展，讓一個個貧困鄉村舊貌換新顏。」



李俊峰重新設計和包裝的花生油，如今已成為當地農產品品牌。受訪者供圖



大黑崗子鎮簡介

隸屬遼寧省瀋陽市遼中區，位於遼中區西北邊陲，距瀋陽市中心105公里。共有9個行政村，36個自然屯，4,200戶，1.5萬人口，耕地面積60平方公里。這裏曾是遼中區的貧困鄉鎮，財政收入在全區17個鎮中最少。2018年以前只有3家個體小規模油坊。2017年，鎮財政收入年平均不足10萬元(人民幣，下同)，佔該區最好鄉鎮財政收入的0.12%。2018年，鎮財政收入增至73萬元。2019年，鎮財政收入達到83萬元。2020年，預計鎮財政收入可達406萬元。

朋友圈發文為癱瘓老人募輪椅

特稿

「特困的農民需要尊嚴，駐鄉鎮的第一書記也需要！」2019年李俊峰在微信朋友圈的一則求助信息接連刷屏。「當時為了幫助張家村特困農民張廣學，我就和鎮上的同事決定放下尊嚴，向大家求助！」他在走訪村鎮中了解到，這位特困農民由於沒有五保手續，後續的生活、就醫成為亟待解決的問題。

送老人進養老院

「張廣學家庭困難，無房、無收入，當時還得了腦血栓，生活不能自理。我去看他，他就提出『想要一個輪椅，這樣我就能出去曬曬太陽了』。一個簡單的請求，深深觸動了李俊峰。當他進一步了解這個貧困家庭時，他愈加難以釋懷，「腦血栓癱瘓之前，張廣學還在照顧他哥哥的兒子。這個孩子剛剛11歲，卻在幾年裏先後經歷了父親腦出血死亡、精神病患者母親出走、相依為命的奶奶離世的重重打擊，張廣學癱瘓後，反倒是這個11歲的孩子來照顧他。」

了解到這種情況後，李俊峰和村書記決定先由村裏安排人員照顧這一家人。「癱瘓在床的張廣學由於沒有五保手續，無錢就醫，村鎮兩級政府多方協調之下，把他送到了養老院。但作為貧困鄉鎮的大黑崗子鎮以及所在的張家村，卻承受不起張廣學的治療費用。」於是這條在朋友圈刷屏的求助信息成為他唯一的辦法。他在朋友圈寫

道：「真心地希望各位有慈善之心的各界人士能夠伸出援手，來幫幫張廣學，我為圖片和文字的真實性負責，如有可能請大家轉發！」

送孩子到孤兒院

最終，通過多方求助，李俊峰為張廣學募得了一個全新的輪椅，住院費用也在愛心人士的慷慨解囊中慢慢緩解，「最後不夠的部分我來兜底，終於讓張廣學住進了醫院。」而最令他牽掛的11歲孩子，也在各級部門的協調幫助下順利送入瀋陽市孤兒院，後續的就學和生活問題得到了解決。

李俊峰就任後的2年裏，他在深度研研大黑崗子鎮經濟社會發展狀況的同時，對殘疾、孤兒、低保、五保家庭、16歲以下兒童進行摸底，並利用瀋陽市慈善總會的資金，給予70人每人2,000元生活補助，總計協調資金14萬餘元，用實際行動溫暖了貧困村民的心。



李俊峰在特困戶家中幫忙照顧老人。受訪者供圖

農產品賣出附加值才是實力

從沒有銷售額的一籌莫展，到如今銷售額增長突破700萬元的強勁勢頭，大黑崗子鎮張家窩棚村書記、遼中區鴻騰雜糧種植專業合作社負責人程亮，親身經歷了農產品搭上互聯網翅膀後的魔法效應。

合作社成立遇難題

從村會計成長為村書記，程亮是地地道道的「村裏人」，過去的十多年來，他眼見面朝黃土背朝天的老鄉們辛勤勞作卻收入微薄，更難敵天災帶來的顆粒無收。「我們也想到了要改變，2017年我們就成立合作社、流傳了2,000多畝地，打算統一管理、統一經營。」然而，這個覆蓋了幾乎全村百餘戶、600口人的合作社，卻在成立後就遭遇到難題。「當時我們考慮得很簡單，就是種水稻，賣大米，但走到市場上就賣不出去了。」一輩子守着田地的程亮和村民們怎麼也想不通，好東西怎麼會沒人買？

這種局面一直持續到李俊峰下派到了大黑崗子鎮。「現在回想，李書記來了，不僅僅給我們帶來了經濟效益，關鍵是帶來了新的想法和視野。」程亮感慨萬分，針對張家窩棚的情況，李俊峰將這裏的大米包裝統一設計，強化

品牌形象，並帶到了多個農超對接會、年貨大集的現場。2018年開始，這裏的春暉山谷牌綠色無公害大米、麵粉以及各種雜糧產品開始走入市場。

李書記打開產銷路

跟着李俊峰跑商超、見採購商，程亮積累了銷售經驗，並漸漸獨立支撐起合作社的經營銷售。「到今年11月，我們的農產品年銷售額累計超過700萬元。」如此爆發式的增長背後，是一條明確而清晰的農產品銷售之路。「第一年李書記是在幫我們打品牌，農超會、年貨大集的線下銷售，讓我們的品牌慢慢有了知名度，去年底我們開始在淘寶、拼多多、阿里巴巴等平台銷售，迎來了銷售額的爆發增長。」

回顧張家窩棚村短短3年的變化，程亮也開始用自己的思考籌謀未來。「過去幾十年，我們老百姓的重點就在種植，李書記剛來的時候提出很多想法，一些股東不理解，他就告訴我們要轉變思路，農產品要賣出附加值才能致富。」如今，這個膚色黝黑的合作社帶頭人把眼光放得更長遠，「合作社是我們村的支柱，未來我們的重點是線上銷售，做強做大品牌。」