

广府办函〔2024〕8号

广元市人民政府办公室  
关于印发《广元市消费帮扶重点产区建设  
工作方案》的通知

各县（区）人民政府，市级各部门，广元经济技术开发区、市天然气综合利用工业园区、广元国际铁路港管委会：

《广元市消费帮扶重点产区建设工作方案》已经市政府同意，现印发给你们，请结合实际认真贯彻执行。

广元市人民政府办公室

2024年4月18日

# 广元市消费帮扶重点产区建设工作方案

为深入贯彻习近平总书记关于消费帮扶工作的重要指示精神，按照国家发展改革委《关于做好消费帮扶重点城市和重点产区建设方案编制相关工作的通知》精神，积极推动消费帮扶领域机制和模式创新，全面提升我市消费帮扶工作质效，切实助推农民群众增收致富，结合我市实际，制定本方案。

## 一、总体思路

### （一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神和习近平总书记对四川工作系列重要指示精神，坚持以人民为中心的发展思想，深入实施“1345”发展战略，以县域为重要切入点扎实推进城乡融合发展，引导推动全市优势特色农业和文化旅游产业结构优化升级、产品服务质量提升、品牌效益更加凸显、农民群众持续增收，着力建设消费帮扶新样板、新标杆。

### （二）总体目标

1. 预期目标。2024年底，通过消费帮扶工作探索，形成一批助推广元优势农特产品和文化旅游等服务扩大销售、提升质量、培育品牌、产业升级等方面的工作模式和创新机制，进一步畅通本地特色优势产品和服务上行外销渠道，推动产业结构不断优化、产业效益持续提升，全面激发脱贫群众持续发展内生动力，促进群众持续稳定增收。

## 2. 具体目标

(1) 农业产业初具规模。深入实施现代农（林）业园区建设行动，大力发展农业特色优势产业，持续完善联农带农机制，加快发展农产品初加工、精深加工和综合利用加工，加快农业骨干企业培育和农民专合社、家庭农场等新型经营主体培育提质，全面提升农业特色产业规模化、高质量发展水平。力争到 2024 年底，培育县级及以上农民专业合作社示范社 650 个、省级及以上农业产业化龙头企业 47 家，农产品加工业与农业总产值比重达到 2.2:1，农村居民人均可支配收入增长 7%。

(2) 品牌建设成效凸显。持续开展知名区域品牌、特色产品品牌、企业名优品牌联创，引导生产主体打造优势自主品牌，加强品牌经营管理，着力破解“有产品无精品、有品牌无名牌”等问题。力争到 2024 年底，全市 20 个农业品牌入选省级及以上农业品牌目录；培育绿色食品 135 个，基地 18 万亩；有机认证产品 380 个 49.5 万亩；地标产品 71 个 445.3 万亩；打造名特优新农产品生产基地 8 个 100.55 万亩、9.6 万群；建设标准化示范基地 66 个 243.8 万亩。

(3) 文旅产业蓬勃发展。加速推进文旅资源优势向文旅产业优势转变，全力打造蜀道保护利用新典范、景区二次创业新样板、旅游设施配套新品质、康养产业新高地、文旅管理营销新标杆。力争到 2024 年底，创建全国 A 级旅游景区和全国乡村旅游重点村镇 53 个，年接待游客 2178 万人次，年旅游总花费 335 亿元。

(4) 消费渠道持续拓宽。谋划开展一批具有影响力、吸引力的文旅、体育、展销活动，打造一批有规模、有深度的消费场景、消费活动，进一步改善消费环境、完善消费政策、提升消费服务。力争到2024年底，通过消费帮扶方式销售农副产品18亿元，同比增长5.9%。

### (三) 重点产区建设期预期目标及具体指标

指标名称(单位)	现状值			预期值
	2021年	2022年	2023年	2024年
县级及以上农民专业合作社示范社数量(个)	608	617	634	650
农产品加工业与农业总产值比	1.9: 1	2.0: 1	2.1: 1	2.2: 1
省级及以上农业产业化龙头企业数量(个)	42	47	两年评定一次	47
通过消费帮扶方式销售的农副产品规模(亿元)	15.2	16.1	17	18
通过消费帮扶方式销售的农副产品增速(%)	1.3%	5.9%	5.6%	5.9%
省级及以上农业品牌目录,绿色、有机、地理标志、名特优新农产品生产基地和标准化示范基地建设情况(个、万亩)	绿色食品102个15.2万亩;有机认证产品340个45万亩;地标产品71个445.3万亩;名特优新农产品生产基地1个45万亩;标准化示范基地66个243.8万亩	省级及以上农业品牌目录12个;绿色食品117个16.5万亩;有机认证产品365个49万亩;地标产品71个445.3万亩;名特优新农产品生产基地4个90.55万亩;标准化示范基地66个243.8万亩	省级及以上农业品牌目录13个;绿色食品127个17.49万亩;有机认证产品370个49.2万亩;地标产品71个445.3万亩;名特优新农产品生产基地5个90.55万亩、9.6万群;标准化示范基地66个243.8万亩	省级及以上农业品牌目录20个;绿色食品135个18万亩;有机认证产品380个49.5万亩;地标产品71个445.3万亩;名特优新农产品生产基地8个100.55万亩、9.6万群;标准化示范基地66个243.8万亩
A级旅游景区和全国乡村旅游重点村镇数量(个)	50	49	49	53
年接待旅游人次(万人)	未统计	1496	国家统计局数据未出	2178.94
年旅游总花费(亿元)	未统计	236.6	国家统计局数据未出	335.07
农村居民人均可支配收入(元)	15925	16881	增速7.2%	增速7%

## 二、重点任务

### （一）深入实施农副产品质量提升工程

1. 推动特色农副产品适度规模发展。以建设全国脱贫地区特色产业高质量发展引领区为牵引，深入实施现代农（林）业园区建设行动，坚持“一县一业、一镇（乡）一特、一村一品”，因地制宜建设一批生产方式绿色、种养结合配套、基础设施完善的现代农（林）业园区和生产基地，全力做大做强茶叶、猕猴桃、核桃、肉牛羊、土鸡五大百亿农业特色产业。引导龙头企业、电商企业、农产品批发市场、大型超市采取“农户+合作社+企业”模式，大力发展订单农业，增强特色优势农副产品持续供给能力。力争到2024年底，建成肉牛标准化规模养殖场340个、肉羊规模养殖场170个、家禽规模养殖场110个。（责任单位：市农业农村局、市林业局，排在第一位的为牵头单位，下同）

2. 大力推动农特产品网络营销。持续提升农村电商基础设施网络化、数字化、智能化水平，整合农村电商站点、快递站点、商超、物流等资源，统筹建设综合服务网点。深入挖掘一批“广元造”名优特产品，积极运用各类电商平台、社交新媒体、网络直播平台等加大宣传推介力度，依托“农村张富贵”“乡野小夫妻”等本地直播带货力量，打造一批优质电商品牌和“网红产品”。持续打造贯穿全年的川陕甘直播电商节、广元直播电商节、“云上秦巴”电商年货节等电商活动，以电商活动为抓手培育壮大直播电商，促进农特产品线上销售。（责任单位：市商务局、市农业农村局）

3. 持续加强特色农产品品牌建设。深入实施品牌强农战略，围绕绿色、有机目标，深入开展“一县一品一特”创建行动，探索建立“公用品牌+企业品牌+产品品牌”经营机制，打造一批地域特色突出、国内外知名、市场竞争力强的绿色有机公用品牌、企业品牌和产品品牌。力争到2024年底，绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证有效数保持在587个以上，培育省级以上农产品品牌20个，入选全国名特优新农产品8个以上。（责任单位：市市场监管局、市农业农村局）

4. 切实加强农特产品质量安全监管。坚持严格执法监管和推进标准化生产两手抓、“产”出来和“管”出来两手硬，全过程强化农产品质量安全监管，加强农业投入品管控，加快农产品质量安全追溯体系建设，建立农产品质量安全大数据监管平台，推行承诺达标合格证制度，推动食用农产品带证上市，加强农产品质量安全检验检测能力建设，确保农产品质量安全检测合格率稳定在98%以上。（责任单位：市农业农村局）

5. 持续完善消费帮扶利益联结机制。加大龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、专业大户等农业经营主体培育力度，在龙头企业推荐、合作社评定、产业化项目安排方面给予倾斜。支持“企业+基地+农户”“合作社+农户”等产业发展模式，鼓励龙头企业、新型农业经营主体与小农户开展“联合式”“入股式”“托管式”“代养式”“订单式”等合作经营，建立健全大户带小户、先富带后富机制，实施低收入群众增收攻坚行动，不断提升农牧业经营主体发展水平和带动能力。力争全市农村居民人均可支配

收入增长 7%。（责任单位：市农业农村局）

## （二）深入实施产品服务对接帮销工程

6. 畅通长期稳定产品销售渠道。加大与国内、省内大型商超和市域内中小超市对接力度，按照“超市+专业合作社+农户”“超市+家庭农场”“超市+企业+专业合作社”等模式，在各类商场超市设立本地特色产品集中展销区和专柜，引导批发市场、连锁超市、农产品流通企业、电商平台采取市场化手段与市内农民专业合作社、联合社、家庭农场、农业产业基地等建立长期稳定的直供关系。（责任单位：市商务局、市农业农村局、市供销社、市投发集团）

7. 打通产品出山出村节点通道。完善农村物流配送体系，积极整合商贸流通、交通运输、邮政、快递等服务业资源，搭建供销、邮政、企业“三位一体”农村采购和销售一体化流通平台，逐步形成全方位、多层次、一体化的物流格局，实现县城物流公共配送中心、乡镇快递物流服务全覆盖，切实降低物流成本，提升产品上行能力。（责任单位：市交通运输局、市供销社、市邮政管理局）

8. 搭建对接平台强化产销对接。主动对接杭州、深圳、济南等消费帮扶重点城市，探索消费帮扶双向合作新路径。充分利用博览会、交易会、展销会等渠道讲好品牌故事，加大宣传营销力度，提升品牌溢价能力，拓展我市特色农产品品牌知名度和市场占有率。依托“川货全国行”、西博会、农博会、“广供成都”“广供杭州”等活动，扩大签约订单规模，让广元特色农产品走出四

川、走向全国。力争到 2024 年底，农产品产销对接率达 20%以上，农产品电商销售比例达 15%以上。（责任单位：市商务局、市供销社、市农业农村局、市贸促会、市投发集团）

### （三）深入实施产品滞销风险防控工程

9. 持续强化产品滞销监测预警。充分调动互联网、大数据、云计算等新技术新平台在农产品产销监测领域的信息化优势，抓好优质农产品生产、销售信息监测，探索建立农副产品滞销监测预警机制和多方联动应急处置机制。完善农业特色产业保险机制，主动防范农产品滞销风险，引导支持龙头企业建设加工车间和原料基地，就地就近解决农副产品滞销问题。力争到 2024 年底，农产品初加工率达到 72%以上。（责任单位：市农业农村局、市商务局、市发展改革委）

10. 建立完善滞销应急处置方案。结合我市农产品监测具体情况，坚持“市场主导、政府引导、分类处置、分级负责、社会参与、农民自救”相结合原则，建立市、县分级响应处置机制。进一步完善《广元市农产品滞销应急处置方案》，分类做好农产品滞销监测预警和应急处理。（责任单位：市农业农村局、市商务局、市发展改革委）

### （四）深入实施文旅产业提质增效工程

11. 持续完善文旅产业服务配套设施。建强全链条服务体系，丰富旅游要素，完善配套服务，推进景区“二次创业”。加快剑门关翠云廊景区提质扩容、昭化古城基础设施等项目建设，推动剑门关—昭化古城连片建设世界级旅游景区、米仓山创建国家

5A 级旅游景区。大力提升“金戈铁马古青溪、熊猫彩林唐家河”品牌影响力，积极融入大九寨旅游环线。实施曾家山高端酒店及精品民宿集群、休闲度假产品培育等项目，建设曾家山国家级旅游度假区。推进月坝、红军渡等旅游景区服务质量提升。〔责任单位：市文化广电旅游局、各县（区）人民政府〕

12. 聚焦聚力打造特色优质文旅品牌。全力建设“剑门蜀道女皇故里”核心区，加快打造唐家河生态文化旅游体验区、曾家山生态康养旅游区两大重点区，有序开发米仓山山地生态旅游区、嘉陵江生态文化旅游区、红色文化展示体验区三大潜力区。加速旅游市场需求端和产品供给端有效对接，打造蜀道三国穿越之旅、女皇故里城市休闲之旅、温泉山水康养度假之旅、最美乡村度假体验之旅、红色经典缅怀之旅等五大主题旅游线路产品。深入挖掘本地特色历史文化资源，组织开展文艺精品创作，打造一批能够代表本地形象、具有本地特色、深受群众喜爱的文艺精品。〔责任单位：市文化广电旅游局、各县（区）人民政府〕

13. 多措并举繁荣文旅消费市场。开展抖音、微信、微博等新媒体营销，加强网络直播、热门 APP 等新营销手段应用，打造营销矩阵。创新举办古蜀道徒步游活动、中国（广元）女儿节等地方特色节会活动，陆续在济南、兰州、西安、重庆等地开展“游大美蜀道 品广元好茶”文化旅游和茶产业推介活动，以节会促经济、以节会促发展。通过“走出去、请进来、奏和声、建矩阵”，持续巩固传统客源市场、拓展中远程市场，不断提升“剑门蜀道、女皇故里、红色热土、康养胜地”城市品牌知名度和影响力。落

实《广元市旅游营销优惠政策》，通过“航空+旅游”“高铁+旅游”“直通车+旅游”等途径吸引更多游客。探索跨区域旅游新模式，与汉中等周边城市签订合作协议，实现市场共建、文旅共兴、互利共赢。结合“广元七绝”等特色农产品，在苍溪红心猕猴桃、广元黄茶等优势特色产品包装、营销推广上植入蜀道文化、武则天历史名人文化等元素，打造一批旅游消费品，培育“农文旅”融合消费市场。〔责任单位：市文化广电旅游局、市妇联、市商务局、各县（区）人民政府〕

14. 推动传统文化在保护中发展。深入贯彻落实习近平总书记来川视察时关于“要把古树名木保护好，把中华优秀传统文化传承好”的重要指示精神，赓续历史文脉、坚定文化自信。以传承发展中华优秀传统文化为指引，加强蜀道文化等地方文化研究阐释，积极开展文艺作品创作、文旅产品供给。坚持保护第一，深度挖掘文化遗产多重价值，举办中国蜀道论坛、中国蜀道文物展等学术研讨交流活动，推进市博物馆迁建，加快建设大蜀道博物馆、中子铺遗址博物馆、青川博物馆。实施非遗记录工程，积极申报国家级非遗代表性项目和传承人，建设非遗保护传承基地、非遗展示馆，实施传统工艺振兴计划，争创文化生态保护实验区。〔责任单位：市文化广电旅游局、市林业局、各县（区）人民政府〕

### 三、工作举措

（一）深入开展消费帮扶促进行动。把消费帮扶工作纳入巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接重要内容，深入实施农

副产品质量提升、产品服务对接帮销、产品滞销风险防控、文旅产业提质增效“四大工程”，优化特色产业全链布局，做大做强农特产品加工流通，拓展文旅产业服务功能。深入开展“消费提振年”行动，因地制宜发放文旅、零售、餐饮、夜市等领域消费券，进一步释放消费潜力，激活消费市场，持续带动区域经济增长。不断完善创新消费政策，改善消费环境，强化政策协同性、组合性、有效性，着力破除消费领域痛点、难点、堵点和体制机制障碍，增强群众消费信心，提升消费动力。

（二）持续深化农村土地制度改革。进一步放活土地经营权，有序开展第二轮土地承包到期后再延长30年试点。支持小农户和新型农业经营主体通过自营、租赁、互换耕种、代耕代种、入股合作等多种形式开展适度规模经营。积极稳妥开展农村闲置宅基地和闲置住宅盘活利用，鼓励利用闲置住宅发展具有乡村特色的休闲旅游、餐饮民宿、文化体验、电子商务等新产业新业态。审慎稳妥推进农村集体经营性建设用地入市改革。按照全省统一部署，稳妥推进全域土地综合整治试点。探索组建一批土地股份合作社，积极稳妥发展土地股份合作经济。

（三）强化产业发展财政金融支持力度。创新金融支持产业发展模式，建立财政投入资金改奖补、改股份、改分险机制，引导和撬动金融资金、社会资本投入产业发展。全面落实脱贫人口小额信贷政策，支持小农户发展特色产业，扩大乡村振兴特色产业贷款风险补偿金规模，鼓励政策性担保机构为经营主体提供融资担保，鼓励有条件的农业、文旅企业利用资本市场直接融资。

开发全产业链金融产品，探索土地经营权、农业设施装备和农产品订单等依法抵押质押贷款，持续推广“政担银”“政银保”等金融保险产品。

（四）创新产业人才培养使用模式。创新产业聚才模式，规划建设一批创新创业园区，吸引各类人才返乡入乡创业。创新政策引才机制，设立人才发展专项资金，依法依规建立科研人员技术入股、兼职兼薪制度，实施“财政保底+超产分红”，引导科技人员领办创办创业实体，开展特色产业技术服务。创新一线育才方式，持续开展“蜀道英才培育计划”“十大直播电商人才”等各类人才培育评选活动，建设一批“田间课堂”“农民夜校”“车间学堂”，扶持培育一批种养能手、致富带头人、经营管理人才、电商人才。

（五）建立恢复扩大消费政策机制。始终把扩大就业放在更加突出的位置，落实促进创业带动就业、多渠道灵活就业的政策措施，促进群众持续增收，提升消费能力。进一步优化消费设施、搭建消费平台、丰富消费业态、改善消费环境，分区分类打造城市商圈，有序推动夜间经济发展，加快城乡农贸市场建设，全面激发消费活力。依托区位优势，推动物流枢纽、物流基地、物流园区、配送中心布局建设，全面提升物流规模化、集约化、网络化水平，构建“空、铁、水、公、管”多式联运交通格局，推动通道优势向经济优势转变。着力培育文化消费，推进文化惠民工程，扩大优质文化产品和服务供给，促进旅游消费提质扩容，大力发展全域旅游，提升度假休闲服务品质。

## 四、保障措施

（一）压紧压实责任。进一步压实消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果工作协调沟通机制职能职责，市以工代赈事务中心统筹组织实施国家消费帮扶重点产区建设工作，持续完善职责分工明确、多部门联动协作的推进机制。各成员单位按照职能职责开展相关领域建设工作，进一步细化工作举措、拟定工作计划、强化行业指导，分步推进建设工作。各县（区）政府结合实际制定本地区建设工作方案，积极开展各类消费帮扶活动。

（二）加强考核评估。充分发挥考核“指挥棒”作用，将国家消费帮扶重点产区建设工作纳入县（区）党政和市级有关部门（单位）领导班子和领导干部推进乡村振兴战略实绩考核，采取交叉考核、群众满意度调查等方式，定期评估建设质量和工作实效。强化结果运用，对推进有力、效果显著的，按规定予以表扬激励；对推进不力、效果不好甚至造成负面影响的，按规定通报批评。

（三）强化宣传引导。加大宣传引导力度，让广大干部群众知政策、明目标，主动作为、积极参与。积极创新宣传模式，丰富宣传载体，认真总结建设过程中的好经验、好做法，全方位、多形式、立体化宣传消费帮扶经验典型、工作成效，形成一批可复制、可推广的典型案列，进一步营造消费帮扶“人人皆可为、人人皆愿为、人人皆能为”的浓厚氛围。

**信息公开选项：主动公开**

抄送：市委办公室，市人大常委会办公室，市政协办公室，市纪委监委机关，  
市法院，市检察院，广元军分区。