【第七届中国慈展会报道之综述稿】

写在第七届中国慈展会开幕之际——

脱贫攻坚的大国战略

善翁 墨攻 金柝

党的十八大以来，脱贫攻坚战全面打响。中国慈展会与这一波澜壮阔的国家战略同频共振。六届展会成果丰硕，七年探索催人奋进。2018至2020年，中国慈展会连续三年聚焦脱贫攻坚，在当代中国谱写人类反贫困的非凡篇章中，做出重要贡献。

9月20日，第七届中国慈展会如约而至。没有“才露尖尖角”青涩，没有“七届之痒”的困扰，本届慈展会从筹划之初便重兵投入、聚焦“脱贫”。七年沉淀，中国慈展会已经成为观察中国慈善，读懂中国温度的窗口。

01

某些事，本以为只是“日拱一卒，功不唐捐”，却没有料到每走一步，都在创造历史。

减贫是一个世界性难题，数据显示“中国方案”成效卓著：过去近40年，中国有7亿多人摆脱了贫困，对全球减贫的贡献率超过70%。最近5年，中国平均每年减少农村贫困人口超1300万人，可以说创造了世界减贫史上的奇迹。

毋庸否认，中国减贫成就的取得首要得益于经济增长，但更为重要的是，在中国的政治、社会文化语境里，追求平等一直是一个重要基因。作为执政党，中国共产党更是把实现公平正义、共同富裕融入骨子和血液，将其作为使命，将脱贫攻坚提升到了治国理政极其重要的位置。

按照党的十九大确定的脱贫“时间表”，到2020年要坚决打赢脱贫攻坚战，实现国家现行标准下农村贫困人口全部脱贫，贫困县全部摘帽，解决区域性整体贫困，做到脱真贫、真脱贫。在方法论上，党的十九大报告明确指出，要动员全党全国全社会力量，坚持精准扶贫、精准脱贫……

“人民对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标。”坚持以人民为中心的发展观，致力于提高人民群众的获得感、幸福感，中国共产党想人民群众之所想，急人民群众之所急，自然也就能获得民众发自心底的认同与支持。有例为证：

8月底，第七届慈展会组委会收到一封特殊的信函，它来自1800公里之外的安徽阜阳，里面有一元钱，一段话，信的主人是当地鹿城镇第六小学一位学生的家长，原来这是他捐给“一村一幼为爱守凉山”项目的一份心意。

不错，一块钱很少，但心意无价。尤其值得说明的是，写信人所在的鹿城镇属于阜南县，一个国家级贫困县。根据安徽省脱贫攻坚“春季攻势”动员会的部署，安徽将争取2019年摘帽9个国家级贫困县，而阜南县正是其中之一。

一个国家级贫困县的普通民众，通过99公益日“一元捐”表达善心，去帮助国家深度贫困地区之一的凉山州……面对国家吹响的扶贫攻坚“集结号”，一封信背后显然代表了一群人的共同选择，那就是“扶贫路上，有我一份”。

更进一步来看，普通民众对国家扶贫策略的知、信、行，这也从一个侧面印证与彰显了中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信……

02

众所周知，慈善一个重要功能是通过社会财富的再分配，缩小贫富差距。因此，在一定意义上说，扶贫是慈善的终极价值之一，扶贫所扶的不仅是经济贫困，更有能力贫困、观念贫困。前段时间的一个案例，可谓对此绝佳的诠释。

“一家人风雨飘摇，求求领导帮帮我这可怜的家庭吧！”云南省昭通镇雄县一网友通过地方领导留言板向该县委书记反映家庭困难。了解实情后，却遭到“婉拒”，原因在于当事人整天无所事事，在家安心“啃老”。诚如当地政府所言，国家扶贫更多的是扶志，但绝对不会养懒汉。

授人以鱼，不如授人以渔；而授人以渔，不如授人以欲。所谓“欲”，指的是内心改变和行动的意愿，如果不能从内心深处激发改变的动力，一切恐将无从谈起，扶贫也就成了一句空话。

抛开案例不论，这其实事关一个重大议题，那就是“如何聪明地做慈善”。慈善不仅要给予，而且还要让给予最有价值，既能解当下之急，又能破长久之困。

以贫困人口的重点人群残疾人为例，因身体原因导致的就业技能欠缺、就业机会不均等以及设施欠缺等原因，极大地抑制了这一群体的就业。尤其是西部贫困地区，重度残疾人就业更是难上加难，极易陷入贫困状态。

慈展会支持的项目“集善扶贫健康行·互联乐业”却打开了这个“死结”：在线客服、语音客服、大数据标注等，属于轻体力劳动，比较适合残疾人，这些工作多集中在东部，但却可以通过互联网大范围转移。如今，该项目已在甘肃张掖、宁夏银川、山东淄博和广西桂林建立基地，将互联网就业的岗位从东向西引到就业不充分的区域，让贫困地区的残障人士有机会做东部发达区域的工作。

这样的项目对于中国慈展会并不是个案。慈展会聚焦贫困人口最迫切的需求，探索利用“互联网+公益”等新渠道、新手段，强化“线上项目众筹”与“线下资源服务”，致力于将每一个脱贫攻坚的良好愿望，转化成惠及贫困人口的实际行动，高效整合社会资源助力打赢脱贫攻坚硬仗，汇聚脱贫攻坚的中国力量。

03

不难发现，国内的传统慈善，有着鲜明的“内敛”特质，即往往以亲缘和血缘为纽带，止于家庭、家族内部，难以抵达陌生人社群。在现代社会，这种以“差序格局”为基本遵循的慈善格局显然已经不再适应时代。

同样，古老的贫困话题，如今正面临新的制度环境，传统的慈善于脱贫攻坚而言，已然乏力，无疑需要新动能、新内涵和新技术的注入。而政府的强力动员和主导推动，让这一切变得高效和丰满起来。

第七届中国慈展会，由民政部、国务院国资委、国务院扶贫办、全国工商联、中国红十字会总会、广东省政府、深圳市政府、中国慈善联合会共同主办，联合作战、高效推动，正是政府强大组织动员能力的体现。

但政府主导不等于大包大揽，在场亦不等于时时亲力亲为，而是聪明地设置议题、制定规则、确定边界，让渡空间，让市场和社会的力量携手跨入。一言以蔽之，那便是“政府掌舵、民间划桨”。

党的十九大报告明确了打赢脱贫攻坚战“总体思想”，即动员全党全国全社会力量，坚持精准扶贫、精准脱贫。坚持大扶贫格局，注重扶贫同扶志、扶智相结合，深入实施东西部扶贫协作，重点攻克深度贫困地区脱贫任务……

扶贫成为国家战略，慈善扶贫自然也就“若网在纲，有条而不紊”。以本届慈展会为例，从全国2100家报名机构中遴选出的791家机构、896个项目、917种消费扶贫产品参展。着眼于“打赢”，本次慈展会更聚焦“三州三区”等深度贫困地区和特殊贫困群体脱贫需求，激发政府、企业、社会组织和公众四个层面的供给侧叠加效应。在今年的中国公益慈善项目大赛中，约90%的项目关注贫困地区或贫困人群的需求，服务区域在“三区三州”及罗霄山、百色、河池等地区的项目占比约40%。

展示之外，慈展会上研讨会议脑力激荡。紧扣脱贫攻坚时代主题，探讨减贫脱贫的前沿趋势、智慧经验与案例模式。国际公益主题研讨会、分议题研讨会、互动沙龙……海纳全球减贫的高端智慧，分享脱贫攻坚的中国实践，鼓励社会公众建言献策，凝结脱贫攻坚的中国智慧，为深度贫困地区的脱贫攻坚提供及时有效的实战经验。

04

随着政府治理理念的日趋成熟，志愿与慈善精神将在柔性的社会治理中发挥越来越重要的作用。调动了多元的市场、企业力量，我们也就有了解决社会问题的万千武器。中国慈展会历年的沉淀，愈发精进与精到的实践，无疑给了我们这样的信心与底气。

坚持以人民为中心的发展观，把人民利益摆在至高无上的地位，让改革成果更多更公平惠及全体人民，实现共同富裕，可谓这个时代国人最大的价值追求。如此，扶贫攻坚则无异于锚定了当代中国慈善的价值坐标。“小康路上，一个都不能少”，这既是对初心的恪守，也是在国际窗口上对扶贫路上大国责任的重申与昭告。

费正清先生云，“在中国的黄河上逆流行舟，你往往看到的是曲弯前行的船，而没有注意到那些在岸边拉纤的人们。”如今，千帆过尽，那些在岁月里埋头“拉纤的人们”，这个社会已经留意、关注并且尽可能地去提供帮助。

“稳暖皆如我，天下无寒人”。期待终有一天，中国温度将无远弗届，温暖每一个有需要的人。中国慈展会，还请加油！令人欣慰的是，同行路上，有你有我……