



乡村振兴不能“留死角”

□ 博雅

现在,乡村振兴正在各地如火如荼地展开。一些地方认真落实乡村振兴战略,扎扎实实推进各项工作,而一些地方急于求成,采取“速战速决”“立竿见影”“碎片化”行动。在乡村振兴中,这种速战速决的心态要不得。

实施乡村振兴战略,是党的十九大做出的重大决策部署,是新时期做好“三农”工作的总抓手,事关决胜全面建成小康社会和全面建设社会主义现代化强国全局。关于乡村振兴,中央有着清晰的目标:到2020年,乡村振兴取得重要进展,制度框架和政策体系基本形成;到2035年,乡村振兴取得决定性进展,农业农村现代化基本实现;到2050年,乡村全面振兴,农业强、农村美、农民富全面实现。目标宏伟,需要全国上下一盘棋,分阶段分步骤加快推进。要抓重点、补短板、强弱项,实现乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴,推进农业全面升级、农村全面进步、农民全面发展。

但是,一些地方在推进乡村振兴工作中仍然存在雷声大、雨点小的问题,口号喊得响,文件发得多,会议开得勤,但是在具体落实中却大打折扣。一些地方把乡村振兴重点放在几个典型示范村上,集资金、人力、物力打造几个乡村振

兴“样板村”,“以点带面、以带扩面”。这样的工作思路原本没有错,但问题是一些地方往往止于建设这样几个“样本”,在后续“以点带面、以带扩面”工作中,缺乏足够的动力和热情。这也容易造成乡村振兴的“两极分化”,发展好的乡村越来越好,发展不好的乡村依旧在原地踏步,特别是一些偏僻的乡村容易成为“被遗忘的角落”。

改革开放40年来,我国农村已经发生了翻天覆地的变化,然而,这种被“选择性遗忘”的乡村还有一些。几十年了,一些地方的一些乡村还是老样子,没有什么变化,基础设施依然落后,环境脏、乱、差问题依然严重,“露天厕、泥水路、压水井、鸡鸭院”的现象依然普遍存在。这些乡村已成为乡村振兴中难啃的“硬骨头”。

全国有几十万个乡村,乡村振兴是一场攻坚战,更是一场持久战。天下难事,必作于易;天下大事,必作于细。需要各级政府把各项政策实实在在地落到实处,让所有乡村、所有农民享受国家乡村振兴战略的阳光雨露。要坚持遵循乡村发展规律,规划先行、分类推进、加大投入、扎实苦干。除了要把那些已经发展得很好的乡村发展得更好,更要把发展重点放在那些难治的乡村、落后的乡村,一个村一个村地发展,真正做到不留死角。



热扎克的庄园梦

本报记者 马呈志

近日,记者来到新疆维吾尔自治区昌吉回族自治州奇台县西北湾镇二屯村,看到村民热扎克·玉素普在果园里忙碌,为成群的黑鸡、白乌鸡、芦花鸡喂食饮水。“估计今年林下养殖能收入20多万元,现在我满脑子都是庄园梦!”置身热闹的果园,热扎克兴奋地说。

今年52岁的热扎克·玉素普有3个孩子,所在的二屯村人多、地少、水少,收入主要靠种植和养殖。“刚开始担心没有经验,养不活黑鸡。在驻村工作队的帮助下,我才坚定了搞林下养殖的信心。”热扎克说。

去年,昌吉回族自治州质量技术监督局驻二屯村“访民情、惠民生、聚民心”工作队了解到热扎克想发展林下养殖,但苦于没有资金和技术。于是,工作队积极筹措资金,帮他修鸡舍、搭围栏,并从陕西购买了600多只黑鸡鸡苗,还邀请技术人员现场讲解饲养技术。临近出栏,工作队又帮助联系销路。随着600多只黑鸡销售一空,热扎克首次尝到了林下养殖的甜头,有了2万多元收入。

“要是没有工作队,我的果园不会利用得这么好。”热扎克感慨地说。



在昌吉回族自治州质量技术监督局“访民情、惠民生、聚民心”驻村工作队的帮助下,热扎克·玉素普将荒废的果园改造成了养鸡场。图为热扎克(右)与驻村工作队队员探讨养殖经验。 杨昌峰摄

执行主编 王薇薇 责任编辑 秦文竹

联系邮箱 jrbcs@163.com

“ 为了迎接即将到来的我国首个“中国农民丰收节”,各地各行业已经做好了充分准备。亿万农民庆丰收、成果展示晒丰收、社会各界话丰收、全民参与享丰收、电商促销促丰收等丰富多彩的活动,旨在把每个地方的特色挖掘展示出来,让全社会共同感受丰收的喜悦



山东省临沂市郯城县马头镇农民在晾晒玉米(8月30日摄)。

房德华摄(新华社发)

9月23日我国将迎来首个“中国农民丰收节”,各种活动丰富多彩

共享丰收喜悦,约吗?

经济日报·中国经济网记者 乔金亮

9月16日,首届中国农民丰收节全国系列活动的首场活动——第二十一届中国(象山)开渔节,在浙江省宁波市石浦渔港举办。当日12时,北纬35度至26度30分之间的黄海和东海海域正式开渔,标志着今年全国伏季休渔全面结束。开渔节上,渔民们尽情抒发喜悦,展现对大海的感恩与敬畏,表达着祈福农丰渔富、促进乡村振兴的美好心愿。

“书法之乡”浙江绍兴兰亭镇的农民书法创作、“年画之乡”天津西青区杨柳青镇的木板年画展、“唐卡之乡”青海同仁县吾屯上庄村的唐卡展……从9月中旬起,全国“十镇百村”以“丰收”为主题,让热爱绘画、书法、民俗的农民一起进行现场创作,画丰收、写丰收、展丰收,一些知名画家、书法家、民俗艺术家也积极参与到现场的创作中。

9月23日,农历秋分,我国将迎来首个“中国农民丰收节”。为此,中央农办、农业农村部、中央文明办、国家民委、文化和旅游部等17部门联合成立了“中国农民丰收节”组

织指导委员会,指导推出丰收节主题标识、主题歌、纪念邮票等。

在丰收节前后,各部委、各省区和相关农业企业、电商平台将组织丰富多彩的庆丰收活动,活动宗旨是“庆祝丰收、弘扬文化、振兴乡村”。

“中国农民丰收节”组织指导委员会办公室主任唐珂说,此次设计了“1+6+N”总体活动安排。1是在北京设一个主会场,在有关省份设立6个分会场,N是策划了100多个系列活动。其中,主会场活动和分会场活动于丰收节当天举办,若干系列活动在9月中下旬至10月上旬陆续开展。综合考虑传承农耕文明及地域文化传统等因素,这6个分会场分别是:浙江省安吉县余村,这是“两山”理念的发源地;陕西省杨凌,这是我国的农业高新技术产业示范区;安徽省滁州市,这是农村改革的发源地;黑龙江省绥化市,这是黑土地、大粮仓的代表;四川省成都市都江堰,这是我国农业水利工程的标志性工程所在地;广东省梅州市,这

是我国热区农业和岭南农业的大本营。

“农耕文化最体现地域特色,‘1+6+N’只是提供一个基本范式来引导。”农业农村部副部长屈冬玉表示,这是此次活动思路上的创新、工作方式上的创新,希望把每个地方的特色挖掘出来,推向全国,让别的地方农民和政府可以借鉴,让消费者、城里人愿意去,实现全民受惠。通过组织开展亿万农民庆丰收、成果展示晒丰收、社会各界话丰收、全民参与享丰收、电商促销促丰收等各具特色的活动,以及举办各种优秀的农耕文化活动,让全社会都感受到丰收的喜悦。

为便于消费者在中秋、国庆假期期间到广大农村去走一走、看一看,体验农耕文化、品尝农村美食,农业农村部推出了“5×100”:一是100个品牌农产品,关注终端农产品和品牌;二是100个特色村寨,让大家可以知道这段时间去哪儿玩;三是100个乡村文化活动,充分展示我国各地优秀的传统文化传承,把这

些有特色的乡村文化活动推荐到全国;四是100种乡村美食,让大家找到家乡的味道;五是100个乡村旅游线路,提供休闲旅游参考。

据了解,首届“中国农民丰收节”还引入了全民购物节的概念,同时也发挥传统的零售批发作用,为此策划了相关活动,特别是针对贫困地区,促进产销衔接。线上,由知名电商企业牵头开展农产品网络促销活动。线下,由中国农产品市场协会牵头组织全国批发市场、带动商超,开展南北丰收大集促销活动,适当减免农产品流通过费用,营造节日氛围。

“乡村产业要把农产品变成商品,也可以通过环境消费把乡村景观从公共产品变成有价值的商品。只有这样,乡村产业才能形成。”屈冬玉说,庆祝活动要将重心放到县乡村,做到农民主体、政府引导、因地制宜、突出特色,通过节日提供的大平台,实现产销精准对接,帮助生产者和消费者互相发现价值,最终既要让农民满意,也要让市民满意。

电商打造线上“庆丰收全民购物节”

京东发布最受消费者欢迎中国电商农产品品牌榜单 阿里启动“农业双11”

延伸阅读

本报讯 记者黄鑫报道:为了迎接首届“中国农民丰收节”,京东、阿里、苏宁等电商纷纷举办各种活动推动更多企业和消费者参与农民丰收节。

农业农村部副部长屈冬玉表示,中国农民丰收节引入了全民购物节的概念,这需要两个力量,即传统的批发零售和网购,线上线下要互相支持、形成互补。

购物节注重线上线下互动。在日前召开的京东庆丰收全民购物节启动仪式上,京东集团执行副总裁兼

首席公共事务官蓝烨介绍说,京东将在线上推出大促庆丰收、食品超级品类日、生鲜超级品类日、中秋国庆双节庆丰收等系列活动,确保线上氛围浓厚。京东金融小站将开展1000场地推活动,让更多消费者参与到庆丰收购物节中。

过去几年,京东针对各地多次出现的农产品滞销问题,积极帮助卖难地区销售滞销农产品。借助此次“庆丰收全民购物节”契机,京东将这一工作机制再次升级,把原有的“农产品滞销帮助中心”升级为“京东农产品产销对接中心”,希望更好地发挥这一平台的作用,在推动乡村产业兴旺、助力乡村振兴中发挥更大作用。

又讯 记者袁勇报道:9月13

日,阿里巴巴举办“丰收购物节”启动发布会,阿里巴巴集团希望把丰收购物节打造成一个农特产品领域的“双11”,让消费者得实惠,让农民增收,同时帮地方打造农产品品牌,提升地方农业电商生态水平。

阿里巴巴乡村事业部总经理王建勋表示,阿里巴巴将以农产品为主,推出“大促庆丰收”“中秋双节庆丰收”“千城万店庆丰收”等活动,淘宝、天猫、农村淘宝、聚划算、1688等线上业务,以及零售通、大润发等新零售业态将一起参与。

“我们将进行5万场网络直播,传递丰收喜庆景象,举办的淘宝直播晚会将邀请10位县长和10位淘宝直播招牌主播一对一组队,推介各地

农产品。超过300款精选的农产品将通过直播进行实时销售,我们还将联合正大集团等在内的各大农资品牌厂商,向农户推出‘购农资让利千万惠农政策’等活动。”王建勋说。

举办“农业双11”背后,阿里巴巴4年来积极推行“电商兴农”。2014年10月,阿里巴巴启动阿里农村战略,推出农村淘宝项目,以电商平台为基础,与各地政府进行“扶贫兴农”合作。王建勋介绍说:“目前,阿里巴巴农村淘宝项目已经覆盖了全国30个省、977个县,拥有3万多个村级服务站和6万人的乡村基础服务队伍。截至2017年底,阿里巴巴平台成长起超过100万名农民网商,农产品年销售额超1300亿元。”

江西萍乡武功山旅游发展带动当地村民致富

绿水青山添人气聚财气

本报记者 康琼艳

“这里的帐篷节深受驴友推崇。”来自湖南长沙的驴友张先生说,今年的武功山帐篷节吸引了近万名驴友来此露营,帐篷非常难订,近千顶帐篷未及开幕即被抢订一空。

武功山的“灵气”不仅给所在地江西省萍乡市增添了“人气”,更为当地的经济发展带来了“财气”。萍乡市武功山风景区管委会负责人介绍,今年上半年,武功山景区累计接待游客50.1万人次,旅游收入4.2亿元,吸纳完成投资3.7亿元。

凭借着这样的绿水青山,当地群众的日子越过越有奔头。

坐落于武功山脚下的龙王潭村,很长一段时间里连个像样的村委会

办公场所都没有。2015年,在驻村帮扶工作队的带领下,龙王潭村的村民决心跟上武功山旅游开发的步伐——民宿就是第一步。工作队负责人说,为了鼓励村民参与,政府对发展民宿的村民给予资金补助和信贷扶持,并无偿改造民居,同时委托有经验的经营者集中管理和统一经营,最大化盘活闲置资产。

在政策引导下,村民刘树发将自家闲置房间腾换出来,改造成时下流行的民宿。目前,龙王潭村90%的村民从事旅游服务。据统计,武功山景区内农家乐、民宿等小型游客接待点有300余家,年均营业收入10万元以上。

随着游客人数的逐年递增,当地的农副产品也打开了销路。

借助各大电商平台,当地农户的家常食品:竹笋、豆腐和冬笋等成为“网红”小吃,被游客当作伴手礼赠亲送友。互联网的推动让村民们看到了广阔的市场前景,部分村民由此走上了创业道路。谭新萍原是萍乡市万龙山乡(垦殖场)职工,垦殖场改制后,她失业了。为谋生计,她打过工、摆过摊。2014年,谭新萍抓住武功山旅游开发的机会,创办了“舌尖武功”这一品牌。为了争取政府支持,她积极与扶贫工作站对接,乡政府先后投入300万元建造了占地面积5亩、经营面积1000余平方米的“武

功山电商扶贫站”。3年来,“舌尖武功”总销售额近千万元,网罗了整个武功山近50种农特产品和旅游商品,有效解决了当地农副产品“好女愁嫁”的难题。

去年,谭新萍注册了“画眉垅上种养合作社”,并制订了严格的生产标准。只要达标,村民家的农副产品就可以冠上“舌尖武功”的品牌统一销售。合作社一成立,就有78户农户加入。今年第一季度,合作社销售各类农特产品52万元。

以山为媒,以水为介。如今,越来越多的村民分享到武功山旅游发展的“红利”,一大批农民就业问题得到解决。