

# 便民村路缘何不便民?

□□ 侯馨远



只有农民群众真正成为村路建设管护的受益者、参与者、建设者、监督者,类似“便民村路不便民”的尴尬才能有效化解。

村内主干道路上,路边杂草树枝向路中蔓延,路面宽度比刚修建时窄了约1米,导致往来车辆通过时常被树枝刮蹭,且错车困难,车辆之间磕磕碰碰时有发生;临沟路段道路本就不宽,路边却没有安装任何防护措施,村民开车通过时生怕车轮不小心陷入沟里;有些路修在少有人通行的地方,笔直的水泥路上几乎看不到行人和车辆通过,路面上杂草和尘土随处可见……“十一”期间,笔者在乡村走访时看到的这些情况,体现出一些农村道路建设管护方面的问题。便民村路不便民,亟须引起重视、有效应对。

农村道路,村民天天都要走,是和村民日常生活息息相关的民生设施。而在笔者看到的这些路段中,村民日常出行只能走得小心翼翼,若是再遇到意外事故,心里添堵不说,还可能引发人身伤害和财产损失。当然应该看到,这些路在刚修建的时候,都是出于便民的目的,可能在起初一段时间也起到了便民的效果,但为什么没能持续便民,反而给村民出行带来不便,甚至埋下交通安全隐患?笔者分析,背后的原因可能有两个方面。

其一是因为村庄内部道路存在重建

轻管问题。笔者沿着村路出村,走到村外的柏油路上,能看到路面平坦宽阔、整洁漂亮,与路边杂草丛生、路面越来越窄的村内水泥路形成鲜明对比。村外道路的良好路况,显示出近年来我国农村道路建设的成效,但村内村外路况的反差也提示我们,目前村庄内部道路的管护还存在短板,管护责任的落实还不够到位。有村民告诉笔者,村内主干道路是靠政府出资和村民筹资共同建好的。由此可见当地政府部门和村集体并非不重视村路建设,但重建轻管的问题仍比较突出。对此,相关部门应加大政策支持力度,加强和村集体沟通联系,把谁来负责、由谁管护、管护什么、钱从哪来等可操作的细节明确下来,执行到位。

其二是因为村路规划虽然征求了村民意见,但村民知晓度和参与度还不够高。有村民告诉笔者,个别水泥路几乎没

人走,是因为道路规划时就出了问题,对于这条路为啥要修、是谁修的、何时完工,一些村民甚至并不知情。其实,村路建还是不是建、建多宽多长、经过哪里,都应该紧紧围绕村民和村庄发展的实际需要来决定,提前做好科学合理的规划设计。如果脱离了村庄实际和村民需要,路修得再宽再好,也只能造成资源浪费。现在道路等乡村基础设施修建前,往往会通过召开村民代表大会、联系党员代表等方式了解村民需求,但在此基础上,也应考虑到一些在外务工人员、老年人和孩子等特殊需求的农村居民,精准细致做好后续沟通,不断完善乡村道路建设问需于民、群众参与的环节。毕竟村路主要是村民用,村路修不修、如何修应该主要由村民说了算,村路修得好不好,关键要看村民满不满意。

其三是因为村路建设与管护的监管

机制还不够完善。不可否认,村路管护存在资金不足的挑战,但从笔者所见,有的路没人修、有的路没人走,说明问题也不完全出在资金不足上面。至少经过前期充分调研和科学规划,没人走的路或许可以不修,把省下来的资金投入常用道路的管护上面。这提示相关部门,要加强对乡村基础设施建设项目的管理和监督,不能只是“拔钱了事”,而是要严格落实项目建设流程,资金到位后,还要做好后续服务管理,确保每一分钱都能花在刀刃上,确保把切实解决好群众急难愁盼问题排在优先位置,确保便民路能持续便民。

当前城乡公共基础设施建设差距还比较大,乡村需要花钱的地方还不少。在这种情况下,笔者见到的便民村路不便民问题就尤为让人心疼。要解决好这些问题,避免类似问题的发生,还应秉持“为农民而建”的原则,充分尊重和考虑农民的意愿,不断提高农民群众的参与度。只有农民群众真正成为村路建设管护的受益者、参与者、建设者、监督者,类似“便民村路不便民”的尴尬才能有效化解。



本期关键词  
跨界“卖粮”

最近,我国某知名运动品牌宣布将逐步退出运动鞋服业务,未来优先、重点做大做强粮食业务。对此,有许多网友表示,粮食产业市场广阔,期待该品牌未来发展迈上新台阶;也有人质疑,在运动服饰上专长的公司,主攻粮食业务缺乏行业优势,恐怕不易。对此,你怎么看?

## 对企业转型不必大惊小怪

□□ 苗云辉

从运动鞋服业务跨界到粮食业务,看似是“八竿子打不着”,但实际上,据该公司公报信息显示,其2022年粮食贸易主营收入为10.66亿元,占比为50.54%。可见该公司具备粮食业务的发展基础,此次提出转型并非“拍脑袋”决定,不必大惊小怪。

近年来,许多公司在经营业务上“百花齐放”,不同经营领域相互促进,取得不俗成绩,也有来自不同行业的企

业开展跨界合作,推出不少联名产品,以打破常规的方式收获消费者好评。对该运动品牌来说,未来优先重点做大粮食业务,一方面可以凭借其品牌影响力,吸引以往的消费群体购买新产品;另一方面,还可以借助此次转型引起的讨论热度,把关注者转化成产品消费者。当然,要实现这些目标,还需企业专注研发创新和品牌营销,推出优质产品来留住消费群体。

## 做好行业研究和管理转型

□□ 傅光明

企业业务转型会面临技术支持、产品创新、管理变革等多方面挑战,该企业要从运动行业转型,长期深耕粮食业务,还需重点把握以下两点。

一方面,要对粮食行业做好全面深入研究。粮食种植环节受气候等自然条件影响较大,不同地方适种品种不同。在选址种植之前,应对各地适种品种充分了解,对地方气候变化规律有所预判。在粮食加工环节,还要钻研初加工

和深加工等不同技术,根据粮品种以及市场需求,生产出市场欢迎的产品。另一方面,要做好企业管理方式的转型。比如为了提高粮食生产者的积极性,保障粮食产品的优良品质,就要加强与农户之间的利益联结,确保农户获得应有的种粮收益,能够安心种粮、用心种粮。同时,不妨多向其他企业取经,把一些行之有效的管理方式、合作模式、分红思路借鉴过来。

## 发挥品牌营销长处

□□ 罗成友

该品牌在运动鞋服市场曾多年屹立不倒,说明其具有品牌塑造、营销的经验,如果能把这优势用到粮食产业上,将有利于打造出亮眼的粮食品牌。

发挥固有的品牌营销长处,一方面,企业要通过加强市场调研,回应好大众对食品消费更绿色、安全、方便、美味的

多元化追求,研发创新出消费者喜爱的产品,让好产品为好品牌提供持续支撑。另一方面,要充分发挥企业品牌营销的能力和既有品牌影响力优势,敢于创新、发挥想象力,加强对粮食产品的品牌宣传营销,让更多优质新产品走进大众视野。

## 传承非遗不妨多用市场思维

□□ 丁慎毅

据媒体报道,在刚刚过去的双节假期里,内蒙古、重庆、江西等多地打造了非物质文化遗产体验展,让游客近距离感受非遗文化魅力,还有地方推出了特色非遗文化表演,创新了非遗文化的表演形式,受到观众喜爱。假期“非遗热”反映了当下人们对非遗文化的喜爱和追求,激励着更多非遗文化走到台前、走向大众。

近年来,随着传统文化的创新形式越发丰富,加之越来越多的人对优质旅游方式有所追求,让以往一些小众的非遗文化被更多人熟知,非遗文化在旅游热门地“唱主角”的现象也越发普遍。假期“非遗热”也表明,传承非遗可以更多运用市场思维和手段,将非遗的传承创新和发展产业结合起来,逐渐形成产业规模优势,在创造经济价值的同时,让收益反哺非遗传承人和非遗文化本身。近年来,一些地方尝试“非遗文化+”的传承模式,如“非遗+文创”“非遗+旅游”“非遗+直播”等,让传统非遗文化被赋予了新的表现形式。许多人习惯在景区购买非遗文创产品留作纪念,也有很多人在电商直播间购买非遗手工艺品、食品表示支持。这些创新形式不单为传承人和地方带来经济效益,还实现了非遗文化的活化传承,值得借鉴发扬。

要注意的是,随着大众的消费喜好变化,以及对多元化消费产品和服务的需求,非遗产品、表演如果一成不变,也很难赢得人们的持续喜爱。因此,要做好内容和形式创新,深入挖掘非遗文化特色与消费市场需求的连接点,推出有独特性、时代性的产品和服务。对有非遗文化资源的乡村来说,要积极拓展非遗文化应用场景,推动非遗文化与地方特色产业结合,赋予非遗文化更多发展可能,给乡村发展增添文化魅力。



《退不了休?》

作者:王铎

据媒体报道,某地一农民工在办理退休手续时,得知其与公司没签订劳动合同,且公司缴纳的社保年限不够,不能如期办理退休。之后,该农民工在工会帮助下申请了劳动仲裁维权,劳动人事争议仲裁委员会认定其与公司存在劳动关系。目前,该农民工已经补缴社保,并成功办理了退休手续。

该农民工的经历并非个例。现实中,有的公司因法律意识不足或故意节省用人成本,没有与农民工签订劳动合同,导致劳动关系确认难、社保待遇享受难。虽然本案例中,农民工的应有权益最终得到了保障,但维权的奔波折腾毕竟平添不少烦扰,类似问题也给农民工劳动权益保障埋下隐患。

建议有关部门对农民工劳动权益保障情况开展定期检查,主动发现农民工群体在拿工资、办退休时遇到的困难,帮助他们申请法律援助,解决难题;还要加强对农民工群体的普法力度,宣传好工会维权的途径和办法,提升农民工群体的法律意识和维权能力。

这正是:

没签合同退休难,仲裁维权解难关。  
定期检查加普法,劳有保障心更安。

文@双生

## 乡村生态应各美其美

□□ 周其森



“拥有财产的群体中,家是一个基本群体,它是生产和消费的基本社会单位。”一直在某一块土地上劳动,一个人就会熟悉这块土地,这也是对土地产生个人感情的原因。”“草根工业的根深深扎在泥土之中”……

上述语句出自《江村经济》(《草根工业》)等著作。可能连其作者费孝通先生也未曾想到,这些由江村引发的思考,几十年后的今天,又化身成江村原型江苏省苏州市开弦弓村的一道风景,被精心制成一块块文化标牌,装点进村民房前屋后的小菜园里,既美化了村庄生态环境,也实现了费孝通先生“从哪里得到的营养,应当让营养再回去发挥作用”的理论夙愿,成为独具特色的乡村生态文化景观。

传统的乡土田园生态和浓郁文化气息的融合,产生了良好的乡村生态文化

效应。开弦弓村“老树开新花”,庭院生态文化魅力不断扩散,远近游人纷至沓来,先后获得“江苏省美丽乡村示范点”“江苏省生态文明建设示范点”“中国美丽休闲乡村”等荣誉。“生态江村”与“经济江村”“文化江村”交相辉映,融汇为这个江南名村的靓丽名片。

然而,与开弦弓村庭院生态绿化的成功实践相对,近年来乡村生态建设中也存在一些问题,突出表现为以城市建设思维模式推进乡村生态环境治理。这不禁令笔者思考,乡村生态文明到底应该怎么搞?是统一标准、一个模式?还是差异化发展、个性化孕育?

产生上述问题的根源,在于对乡村生态培育和环境美化的理解偏差。乡村生态美化既是一种生态改良,也是乡土文化建设,折射着人们的生态观念,反映着人们的审美文化水平,体现着对乡村农耕文化综合体的整体性认知和价值取向。无论是自然生态,还是文化艺术,都应应以丰富多彩、绚烂多姿为价值追求,简单划一、单调乏味只能成为美的对立面。

大自然之所以美,是因其多姿多彩的湖光山色,草原的辽阔、海洋的浩瀚,都是美的物象,各不相同、各有其美。正是由于各具特色的不同风景,才汇聚成祖国的山河壮丽、诗意之美,如果全部疆域都变成一种生态、一种景观,这样的诗意也就不复存在,美也就无从谈起。

文化同样以开放、多元为其生命力所在。文化作为人类与自然互动的产物,反映出自然界的丰富多样性,创造出多样性的文化成果。这些形态中,有物质文化形态,比如我们衣食住行所需的生活用品;有的是思想形态

的文化,诸如诸子百家、各种流派学说;有的是介于二者之间的文化形态,比如各种艺术,可以借助一定的物质形式表达出审美思想。这三大形态构成无比丰富的人类文化系统,表现出无限生动开阔的文化张力,构成文化的多元魅力。如果失掉了多元魅力,文化也就失去了发展生机。

乡村是农耕文化的赓续和综合载体,是自然生态与人文创造协作共振的结果。每一个村庄形成的过程本身就是地域文化产生、积累和变化的过程,往往呈现出一村一味、各具特色、丰富多彩的生态文化特征。这些弥足珍贵的生态文化资源,需要我们在推进乡村振兴中倍加珍惜、有序开发、合理利用。要尊重村庄内在结构和发展规律,善于发现每个村庄蕴含的独特生态文化价值,充分彰显每一个村庄的生态特质和文化魅力,力求村庄生态文化建设能百花齐放、各具其美,建设新时代宜居宜业和美新乡村。

(作者系山东社会科学院研究员)

## “标准化农机维修服务”可推广

□□ 冯新

“打个电话就能叫来维修人员,而且速度特别快。”据媒体报道,湖南省长沙市新建成12个区域性标准化农机维修保养服务站,每个维修服务站可辐射相对集中的5—8个乡镇,为周边农户提供上门维修农机服务。眼下正值秋粮抢收之际,这样的服务创新值得推广。

农业机械在生产中能提高效率、增加效益,但机械设备“累”了也要歇一歇,“病”了也要治一治。从供给端来看,目前一些地方提供的农机维修服务还不够便利,农户维修农机要把机器开到或拖运到县城等待售后维修,或者等待厂家派人上门维修,如此既耽误时间,农忙时节也容易影响生产。

基于此,标准化农机维修保养服务站恰能切中农户需求、解决实际问题。首先,维修保养服务站经过合理布局,可以就近解决周边农户修机需求,以最快速度提供上门服务;其次,依托服务站,可以将本地维修服务资源统一调度起来,提高整体服务效率;最后,标准化的维修方式能确保维修服务的专业性和统一性,让服务过程

更加规范。建议各地借鉴标准化服务思路,完善农机维修服务,有条件的地方可以建立统一平台,将本地维修农机资源调度起来,提高服务效率。此外,还可以把农机培训搬到田间地头,开设“专家门诊”,解答农户在使用、维修、保养农机中的难题,通过现场指导示范,延长农机使用寿命。



更多三农评论,敬请关注农民日报社论部微信公众号:重农评。