

浙江乡村振兴先行密码背后的启示

□□ 程赅

近年来,浙江在乡村产业发展、和美乡村建设、促进强村富民等方面,探索了浙江模式、树立了浙江品牌、打造了浙江范本。浙江以深入实施“千万工程”为抓手,推动数字乡村、乡村治理、共同富裕等全面过硬、全域提升、全程领跑,全面打造乡村振兴浙江样板。探寻浙江乡村振兴先行密码,能够为各地推动乡村全面振兴提供启示和思考。

优化配置有限资源,拓展发展空间

浙江是典型的农业资源小省,人均耕地面积0.34亩,仅为全国平均水平的24%。但浙江全省上下重农抓农氛围浓厚,通过优化资源配置,找准突破口,做强存量、做大增量、激活变量,乡村发展空间不断发展。

做强农业资源存量。浙江开展全域土地整治,强化系统治理理念,推进高标准农田改造提升示范区建设,全面提升耕地质量与建设水平。高标准推动现代化农事服务中心建设,推动“三农九方”科技联盟实质性运作。实现优化配置,浙江在全国率先推动农业“标准地”改革,旨在通过标准建设、控制性指标设置,提升地块的资源利用能级、产出效益,推动政府部门“事后提要求”向“事先定标准”转变、主体用地从“找政府”向“找市场”转变、项目招商从“单向选择”向“双向选择”转变,农业发展向“高质高效”发展。不断拓展农业发展空间。利用国内外展会平台促外贸,推动农优产品“浙里出发”。大力发展“地瓜经济”,创新形成市场和资源“两头在外”的高增长模式。据不完全统计,约30万人在浙江省外承包300万亩土地,实现总产值约400亿元,相当于浙江农业产值的1/4。

做大乡村产业增量。把产业做精做深。浙江是高效生态农业的代表,做深做精仙居杨梅、塘栖枇杷、磐安中药材等一批乡村“土特产”文章。把链条做长做强。浙江注重把产业链做长、做强,深化“百链千行”行动,已建成100条超10亿元的全产业链、10条超百亿元的全产业链。例如常山县充分挖掘胡柚多重价值,走好全要素链、全价值链、全产业链融合发展之路,胡柚、香柚、“双柚”产业总产值突破40亿元。把品牌做大做强。建立健全品牌培育保护机制,做好西湖龙

井茶、安吉白茶、金华两头乌猪等农产品地理标志,打造一批信譽度高、竞争力强、影响力大的“浙字号”农业区域公用品牌,挖掘优秀传统文化农耕文化,依托农事节庆、农业展会等活动,讲好品牌故事。

做活要素支撑变量。浙江深入推动数字经济创新提质“一号发展工程”,加快“乡村大脑+浙农系列应用”建设,农业农村信息化发展总体水平全国领先,数字农业已蔚然成风。实施农业领域“四换三名”,推进腾笼换鸟、机器换人、空间换地、电商换市,培育农业名企、名品、名家。大力推进乡村营商环境优化提升,畅通人才、资金、技术等要素返乡入乡渠道,持续扩大农业农村有效投资规模。优化项目用地、环评等审批流程,制定发布招商引资指引,推进项目落地。

推进和美乡村建设,提升宜居宜业内涵

从理念看,20多年来,浙江不断拓展深化“千万工程”的内涵与外延,从“千村示范、万村整治”引领起步,到“千村精品、万村美丽”深化提升,再到“千村未来、万村共富”迭代升级,加快绘就“千村引领、万村振兴、全域共富、城乡和美”的新画卷。从整体看,天蓝、地净、山绿、水清成为浙江乡村最亮眼的标识,全省90%以上村庄建成新时代美丽乡村。浙江城乡基础设施基本实现同规同网,基本公共服务均等化水平全国领先,农村等级公路比例100%,城乡饮水同质基本实现,最低生活保障实现域域城乡同标,城乡居民基本养老保险每人每月达450元,农村“30分钟公共服务圈”基本形成。

通过创新模式赋能乡村。打破行政区划,实现组团发展。浙江乡村建设探索组团式发展,通过一体化规划、项目化运作、集成化示范、片区化共享,打破行政区划、促进资源整合,实现“化学连锁反应”。如淳安县下姜村带领周边村抱团发展,成立下姜乡村振兴联合党委,建立党建引领、规划统筹、共联共享等机制,打破行政壁垒,从“各自为战”向“抱团发展”转变,全方位推进下姜区域文旅产业融合,走出“先富帮后富、区域共同富裕”的乡村振兴新路子。打造个性特色,突出乡村运营。推广“运营前置+设计、采购、施工+运营”等村庄运营模式,将乡村运营前置,以差异化、个性化、特色化的品牌思维,挖掘乡村特色资源,找到自身发展之路。

以文明善治铸魂乡村。激活基层治理微单元,浙江乡村治理走在全国前列,注重乡村建设的“铸魂”,通过抓党建促乡村振兴,实施基层党建“百县争创、千乡晋位、万村过硬”工程,全面推广“四治融合”,推进“一中心四平台一网格”建设,探索推广“数字乡村一张图”,形成了“枫桥经验”“后陈经验”“余村经验”等一批乡村治理经验。提升乡土文化软实力,发挥农村文化礼堂作用,实施“文艺星火赋美”工程,开展“百村争鸣”评选活动,加强历史文化村落和农业文化遗产保护利用,挖掘重要农业文化遗产资源,让乡村成为“望山见水记乡愁”的文化符号,做好绿水青山间的“人文经济学”。

强化先富引领,夯实共同富裕根基

浙江高质量建设共同富裕示范区,探索建立先富帮后富、推动共同富裕机制,县域经济发展走在全国前列,村级集体经济和农民收入领跑全国。2023年,浙江农民收入突破4万元大关,连续39年位居全国省区首位。

做强县域经济,统筹城乡发展。经济强县领跑,浙江“千亿县(市、区)”已扩容至28个。赋能山区弱县,浙江通过一系列举措,推动山区26县经济发展,不断缩小地区差距。县域经济的高质量发展,极大地吸纳了农民就地就近就业,促进了农民增收致富,2023年浙江农村居民人均工资性收入达23825元。

壮大集体经济,带动农民增收。强村公司引领,浙江成立强村公司2278家,入股行政村达11280个,有效盘活了乡村沉睡的资源、资产、资金,壮大了村级经营性收入。片区组团发展,巧借行政推动,与市场有机互动,打破地域界线,进行跨村联动,让散落的景点连片成线,关键是通过利益联结,形成命运共同体。飞地共建共享,以资源禀赋不足、集体经济相对薄弱的村为重点,将村级扶持资金和建设用地指标等资源,集中配置到条件相对优越的地区,采取异地共建项目、联合发展物业经济等方式,增强“造血”功能。目前,浙江村集体经营性收入50万元以上的行政村占比超56%,村集体经济收入30万元且经营性收入15万元以上的行政村占比达94%。

培育新型主体,提升引领能力。一批农创客活跃在乡村,启动“十万农创客培育工程”,支持更多农创客经营乡村、点亮

乡村、带动农民,成立长三角农创客发展联盟,累计培育农创客6.8万名,其中“90后”“00后”占55%、本科及以上学历占43.14%,平均每名农创客带动18名农民就业。一批“新农人”汇聚在乡村。浙江将拥有新理念、新知识、新技能的“新农人”作为重点,重塑省级农民大学、市级农民学院、县级农民学校、基层农民田间学堂“四位一体”的培训体系,不断拓展培训内容,开展全方位培训。一批特派员扎根在乡村。浙江累计派遣科技特派员3.9万人次,引进新品种19013个、推广新技术19658项,助力农民增收63.53亿元。

浙江“三农”发展的蓬勃态势,源自新理念的强大引领力、新主体的无限创造力和“新农人”的高效执行力。浙江创新创造的精神值得学习,久久为功的坚守值得借鉴,共富为民的理念值得发扬。

坚持守正创新,在久久为功中迭代升级。浙江保持“一张蓝图绘到底、一任接着任”的战略定力,以笃行践初心,在创新中迭代、在迭代中创新,聚焦农业农村面临的政策性、制度性重大共性问题,统筹推进农村政务服务增值化、农村土地制度、农村产权制度等领域改革,从“单兵突进”到“系统集成”,把城市和农村作为整体来通盘考虑、一体设计、系统推进,以缩小“三大差距”为主攻方向,让城市与乡村双向奔赴。坚持市场逻辑,用有为政府促有效市场。浙江在改革开放进程中,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。同时,面对深化进程中出现的新问题、新需求,不断制度化推进体制改革,积极转变政府职能,形成了政府与市场良性互动、有为政府与有效市场相辅相成的经济社会发展机制。着力厘清政府与市场的合理边界,实施营商环境优化提升“一号改革工程”,推动浙江成为全国审批事项最少、管理效率最高、服务质量最优的省份之一。充分激发市场主体活力,切实打好民营经济这场“金字招牌”。全省市场主体达1040万户。坚持系统观念,以“破圈跨界”构产业生态。运用系统思维,着力构建互促共进的生态系统,推动资源小省发展成经济大省。实施数字经济创新的“一号发展工程”和“地瓜经济”,提能升级的“一号开放工程”,打破区域分割、空间圈层、产业边界,不断提升乡村发展活力与韧性。

(作者系安徽省农业农村厅党组成员、总农艺师,现挂职浙江省农业农村厅党组成员、副厅长)

以深化改革激发乡村发展活力 加快建设特色农业强省

□□ 李琼

近年来,云南省以改革激活发展动能,以改革增进民生福祉,农业基础更加稳固,农民收入持续增长,农村面貌改善提升。新时代新征程,云南省深入学习贯彻党的二十大精神,谋细抓实农业农村改革重点任务,统筹推进城乡融合发展和乡村全面振兴,推动特色农业强省建设,为农业强国建设贡献云南力量。

做优做强高原特色农业

聚焦“1+10+3”重点产业,健全“六个一”工作机制,壮大生态农业、设施农业、高效农业、共享农业,提升农业综合竞争力,促进农村居民持续稳定增收。一是打造“高原粮仓”。坚决扛牢粮食安全政治责任,健全种粮收益保障机制,推进良田良种良机良制融合,确保粮食面积、产量稳定。树牢大农业观、大食物观,大力发展林下经济、草食畜牧业、特色产业,构建多元化食物供给体系,丰富全国人民的“菜篮子”“肉案子”“果盘子”。二是做强种业“芯片”。加强种质资源保护利用,加快推进种质资源基因测序和重要性状表型鉴定,把资源优势转变为产业优势。加大对种业研发、基地建设、良种推广支持力度,高水平建设种子种业实验室,打造国家高原南繁育制种基地,振兴“滇系”种业。三是推进产业优化升级。集中政策和资源,抓好设施农业、农产品加工、冷链物流、数字农业、“农业+旅游”,推进中药材等重点产业科研、种植、加工、营销、品牌等全链条培育,推动产业延链补链强链,集群集聚发展,把传统产业培育成为一流现代产业。四是完善产业联农带农机制。坚持以增收效果为导向,大力培育农业经营主体,推进农业龙头企业“三个全覆盖”,健全新型农业经营主体扶持政策与带动农户增收挂钩机制,总结推广更多如孟连牛油果“334”、蒙自蓝莓“622”的联农带农典型模式,让“小农户”链接“大市场”,更多地分享产业发展红利。

巩固拓展脱贫攻坚成果

严格落实“四个不摘”要求,聚焦重点地区和重点群体,分类施策精准发力,不断增强脱贫地区和脱贫群众内生发展动力,牢牢守住不发生规模性返贫底线。一是健全防止返贫动态监测和帮扶机制。充分发挥防止返贫监测帮扶系统和云南省政府救助平台作用,健全完善“政府找”“找政府”预警排查机制。建立农村低收入人口分层分类帮扶制度,推动防止返贫帮扶政策和农村低收入人口帮扶政策衔接并轨,把符合帮扶条件的农村人口全部纳入精准帮扶。二是坚持把促农增收作为工作导向。以产业和就业为主攻方向,拓宽农民群众增收渠道。大力做好“土特产”文章,按照“巩固、升级、盘活、调整”原则,分类推进帮扶产业提质增效。坚持劳务输出与就地就近就业相结合,大力培育劳务品牌和致富带头人,扶持帮扶车间发展,因地制宜扩大以工代赈范围,促进农村劳动力充分就业创业。三是加强对重点地区的支持帮扶力度。聚焦欠发达地区、革命老区、边境地区、易地搬迁集中安置区、国家重点生态功能区等重点区域,建立健全更精准、差异化、可持续的帮扶措施和长效机制,持续改善发展条件,不断夯实发展基础。四是持续深化合力帮扶。持续用好东西部协作、定点帮扶、驻村帮扶和社会帮扶等力量,抓实特色产业提升、产业集群打造、消费帮扶助农增收、劳务协作提升、深化教育、医疗领域协作帮扶,拓展科技、金融等领域的协作,吸引更多优秀人才投身帮扶事业。

推进宜居宜业和美乡村建设

深入推进学习推广浙江“千万工程”三年行动,整治提升3万个村庄,建设一批乡村振兴示范村,集中力量抓好办成一批抓得住能见效、群众可感可及的实事。一是加强农村基础设施建设。强化村庄规划引领,统筹开展农村供水、道路、能源、信息和住房安全等建设,全面提升农村供水水质保障能力,建设“四好农村路”,确保农村危房和农房抗震改造应改尽改,促进农业生产经营、农村社区管理等涉农公共信息协同共享。二是深入推进农村人居环境整治提升。加快推进农村厕所革命和农村生活污水垃圾治理,深入实施绿美乡村三年行动,推进村村村容貌整治提升,让乡村干净起来、美丽起来、文明起来。加大传统村落集中连片保护利用,打造一批美丽乡村休闲旅游精品线路,持续擦亮“有一种叫云南的生活”亮丽名片。三是有力有效提升乡村治理水平。坚持党组织领导下自治、法治、德治相结合,不断健全和强化县、乡、村三级治理体系功能,完善积分制、清单制、网格化、数字化、接诉即办等治理方式,提高乡村善治水平。加强农村精神文明建设,深入开展“听党话、感党恩、跟党走”宣传教育活动,持续推进农村移风易俗,真正让农村社会和谐稳定、充满活力。四是深化农村基本经营制度。有序推进第二轮土地承包到期后再延长30年试点,深化承包地所有权、承包权、经营权分置改革,发展农业适度规模经营,健全便捷高效的农业社会化服务体系。发展新型农村集体经济,巩固提升集体产权制度改革成果,盘活农村闲置资产,构建产权清晰、分配合理的运行机制。

(作者系云南省委农办主任、云南省农业农村厅厅长)

优化农业社会化服务平台体系建设

□□ 杨付 周林峰

农业社会化服务是适应中国农业“小生产、大市场、多需求”产业特征,促进农业高质量发展的的重要举措。当前,以中国农业社会化服务平台为主,各省市农业社会化服务平台为辅的平台化服务体系已然建立,随着农业社会化服务平台的进一步推广和应用,优化体系作用还需进一步推动平台建设、平台运维、服务标准、服务质量等方面的升级。

从升级需求来看,农业社会化服务平台建设尚存在几个亟待解决的问题。一是平台重复建设。当前部分地方和社会化服务企业建立了多个农业社会化服务平台,用户不仅需要适应多个平台的相关操作,还要在不同的平台进行重复资质认证和产品需求发布,增加用户的使用成本和相关平台的监管成本。二是功能设计不强。许多农业服务平台在具体功能设计上呈现较大差别,并且在用户注册、企业产品展示、网络响应等方面还有短板,降低了农业经营主体的使用意愿。三是用户画像问题。年龄较大农户对使用平台进行操作较为排斥,导致平台的访问量和成交量较低。四是数据安全问题。要防止部分农业社会化服务龙头企业利用相关数据优势产生市场支配行为,给农业发展和农民权益带来损害。五是运维问题。目前平台发展定位差异较大,缺乏市场化的运营体系,尚未形成平台和用户价值共创的良性循环。

应加快农业社会化服务人才培育。加快培育农业生产标准化管理、农业建设规划管理、农资农技农机管理等管理人才。通过产学研合作培育土壤改良、新品种培育、病虫害防控、良种配套栽培、农用机械设备应用等农业技术人才和农业信息化、自动化、大数据专家人才。鼓励社



更多三农评论,敬请关注农民日报社社论部微信公众号:重农评。

准确理解大食物观 构建食学知识体系

□□ 周立

悠悠万事,吃饭为大。解决好吃饭问题,始终是治国理政的头等大事。当前,为应对多变的国际形势,筑牢长治久安的坚实根基,践行大食物观,建设多元化食物体系具有重要意义。

“民以食为天”一方面强调食物至为重要,另一方面也表明食物范围广泛。我们理解践行大食物观,就要弄清楚“大食物”的范围,可以从三个层面来理解。

第一个层面是以提升谷物自给率为主的大粮观。就是强调以粮食安全奠定食物体系的基础。历史上由于食物短缺,我们长期倚重主粮解决能量来源问题。谈起食物,就将其与等同于粮食。粮食安全所指的“粮食”,主要是谷物,有时包括豆类,甚

至包括薯类。我们强调的粮食安全,常用谷物安全来衡量。主要是如下五个指标:粮食总产量波动系数、粮食自给率或粮食对外依存度、粮食库存水平、人均粮食占有量、低收入人口的粮食供应水平。所以,大粮观主要是从粮食安全角度考虑问题,以提升和稳定谷物自给率为主,进行食物体系建设。

第二个层面是以建设多元化食物供给体系为主的大食物观。千百年来,我们在吃饭问题上想了很多办法,“靠山吃山,靠水吃水”“一方水土养一方人”,养人的食物,肯定不只是谷物。大食物观就跳出了一般的谷物概念,更强调食物多元性及其来源的多样性,从而建设多元化食物供给体系。宜粮则粮、宜经则经、宜牧则牧、宜渔则渔、宜林则林,形成同市场

需求相适应、同资源环境承载力相匹配的现代农业生产结构和区域布局。例如在福建这样“八山一水一分田”的地区,更加要向森林要食物,依山而居开发“森林粮库”,向海洋要食物,傍水而栖打造“蓝色粮仓”。还要打好“特色牌”、壮大“土特产”。

第三个层面是以食事问题的整全观念和自主知识体系来理解践行大食物观。若要进一步理解大食物观,更要“跳出食物谈食物”。毕竟,大食物观关注的不仅是食物本身,还包括其背后生态、社会、文化、教育等多种功能。在大食物观的推动过程中,需要从整体论、还原论进一步走向系统论,推动大农业、大食物、大生态、大社会、大安全,甚至大博物,形成一个“开放的复杂巨系统”,以整全的系统科学观念,来理解食

物、理解农业、理解乡村。

建立系统科学观念,需要构建食事研究的自主知识体系,如中国人民大学成立食学研究中心。食学体系研究的是作为客体的食物学,作为主体的食者学和作为主客体关系的食序学,构成了“食学三角”。以“食者需求、食物获取、食事秩序”构成的三角结构,在“三农”问题基础上,围绕大食物观提出“三食”问题,并着手进行“三食”问题系统治理研究,提出整体解决方案,是进一步增进大食物观理解深入、拓展大食物观知识体系的良法。在此意义上,大食物观不仅要端牢饭碗、吃出健康,还要实现自身的可持续发展,以保障食物安全。

(作者系中国人民大学农业与农村发展学院教授)

以“三位一体”理念引领中国特色农业品牌化

□□ 胡立刚

农业强国建设需要优良的农业品牌生态体系支撑。当前,中国农业品牌建设形成了以农业区域公用品牌、农业企业品牌、农产品品牌为主的农业品牌生态体系。不少品牌化成效显著的地方甚至把构建区域公用品牌、企业品牌、产品品牌三位一体的品牌生态体系作为农业品牌化的抓手。

俯瞰中国特色农业品牌化版图,可以归纳为“三种色块”。最受关注的是通过农业品牌化实现了高质量发展温暖的色区域,主要分布于农业发达地区及“弯道超车”地区;其次是冷色区域,覆盖了跟区域优质资源禀赋不匹配、跟不上农业品牌化时代步伐的区域;剩下的区域呈现中间色,区域内农业品牌化发展情况不算出挑也不落后。理念引领实践,存在三种色块的根本原因,在于决策者、主导者、实践者有没有理念共识和实践共识,即是否以“三位一体”理念引领中国特色农业品牌化,是否科学实践区域公用品牌、企业品牌、产品品牌“三位一体”理念。

众所周知,品牌化实践和人类各个文明阶段相依相随。在西方现代商业文明的品牌生态体系里,主要是企业品牌、产品品牌(包括服务品牌),农业区域公用品牌从概念的提出到成为中国农业品牌生态体系的重要组成部分,是中国特色。因此,只有在中国,农业品牌化才需要“三位一体”理念,应统筹考虑三类品牌的建设,认清三类品牌在不同发展阶段的功能作用及归宿,合理分配有限的品牌建设资源,呵护农业品牌化进程中的生态体系。

如何正确理解“三位一体”农业品牌理念及实践?从特征来看,农业区域公用品牌建设由政府主导,所有权及经营权大多归行业协会。品牌属性决定了农业区域公用品牌的归属是区域文化品牌,其功能作用主要是服务企业品牌、产品品牌,为区域农业背书。只有那些由法人公司拥有并运营的区域公用品牌,才有可能直接参与市场竞争。农业企业、农产品品牌是强势品牌,领导品牌的绝对主角;农业企业、农产品品牌既能相互背书,功能作用还能合二为一;农业企业、农产品品牌与农产品区域

公用品牌的作用殊途同归。做强品牌,最终是要做强农业企业品牌和农产品品牌。因此,为了完善农业品牌生态体系,不同的品牌建设角色要有不同的实践方法论。

政府部门遵循“三位一体”的品牌建设理念,首先要具备服务型政府的意识,即担起责任,主导区域公用品牌建设的同时,充分认识农业企业品牌、农产品品牌是农业品牌化的中流砥柱。要通过扶持政策、搭台措施,把资源向农业企业、农产品品牌引流,激励并帮助经营主体建设农业企业、农产品品牌。

作为农业经营者,在农业品牌实践中践行“三位一体”理念,主要围绕如下三个方面开展。首先,认清区域公用品牌的功能作用,用共同富裕的理念武装并丰富企业品牌、农产品品牌的内涵。特别是在农业资源有限的区域,共同富裕的理念能整合资源团结农业经营主体,从而突破农业资源瓶颈的难题,为企业品牌、农产品品牌做大做强夯实产业基础。其次,正确理解农业企业品牌和农产品品牌在农业品牌生态体系里的定位和作用。农业企业品牌

的最佳形象是一头顶起区域公用品牌,另一头扶起产品品牌并培育更多的产品品牌。而农产品品牌如果能在企业成长的不同阶段扮演好强势子品牌、战略性品牌的角色,就能获得应有的品牌形象和地位。再者,要充分发挥企业品牌、农产品品牌的价值。所谓有为才有位,在区域公用品牌比较弱,无法为企业品牌、产品品牌背书的阶段,企业品牌、农产品品牌要积极体现出引领产业发展、农民致富的价值,并为提升区域公用品牌影响力赋能。特别是在区域公用品牌缺位的情况下,要积极主动承担起一定的区域公用品牌的功能作用。

仔细分析中国特色农业品牌化版图以及背后的实践,充分证明了中国特色农业品牌化,最大的特色是践行“三位一体”理念,在实践中有机培育农业区域公用品牌、农业企业品牌和农产品品牌。在展示三类品牌风采的进程中完善农业品牌生态体系,成就区域农业的竞争力,做强做大区域农业。

(作者单位:农民日报社)