

分类施策消除土地弃耕现象

王海娟

三
农
时
评

近期,一些地方政府出台相关文件,强调不得弃耕抛荒。这是在新冠肺炎疫情背景下,各地积极加强粮食安全保障的重要举措。一些地方政府在采取改善基础设施、推进土地流转等常规治理方式之外,还作出了惩罚性规定。农村土地抛荒问题成因为何?治理的难点和关键何在?要想弄清这些问题,需要深入分析土地抛荒的内在逻辑。

土地抛荒分为季节性抛荒和全年抛荒,地方政府侧重解决的是后一种类型的问题。主要有两种地区容易产生全年土地抛荒问题。一是土地生产率很低的高山山区,这类地区自然条件差、土地贫瘠、地块细碎、难以实现机械化耕作,土地效益较差。这些地区往往被纳入国家生态保护和退耕还林的范围内,只有小部分地区的农业效益并不低,即便小农户因为土地规模小而效益不高,也可以将土地流转给新型农业经营主体耕种,本不至于产生抛荒问题。土地适合耕种地区产生土地抛荒问题主要有以下三个方面

的原因。

其一,土地细碎化和基础设施不配套,导致土地无法耕种。低山山区和丘陵地区的土地非常细碎,一户农民往往有十几、二十几块土地。因为地形复杂,此类

在土地制度改革中发挥基层组织的土地整合作用,克服土地细碎化问题。借助“三权分置”改革,基层组织可以以农民家庭为单位,将农民分散的地块调整到一个位置;也可以在农民不愿意耕种土地的时候,将土地经营权集中连片流转出去。

地区修建机耕道、渠道等基础设施的成本较高,农民进行机械化操作、水利灌溉、农产品运输等比较费力,在农业效益日益降低的情况下,农民更愿意外出务工。这些地区的老年人一般只耕种1-2亩口粮田以满足自给自足的需求。

其二,农民宁愿抛荒也不愿意低价流转土地,导致土地流转困境。部分农民想要获得过高的土地流转费,否则宁愿抛荒土地。而不同农民之间的土地相互交叉在一起,部分农民不愿意流转土地,导致全村或者全村民小组的土地都难以流转。笔者在一个城郊村调查发现,一些农民要求每亩不低于500元/年的土地租金才愿意流转土地,但种植粮食作物的新型农业经营主体支付不了这么高的租金。由此,我们看到一个悖论:新型农业经营主体想要获得更多的土地,但是农民的土地却抛荒了。

其三,一些工商资本流转土地遭遇挫折后,又不愿意退出土地。从2008年左右开始,一些地方政府鼓励工商资本下乡大规模流转土地。笔者在一个中部地区的省会城市调研发现,工商资本

流转的土地面积占全市耕地总面积的40%。一些工商资本在遭遇经营挫折后,很多又没有退出土地,这些土地基本都抛荒了。一方面的原因是工商资本遭遇挫折后亏欠大量的土地租金,与农民存在矛盾纠纷,在矛盾纠纷处理好之前村集体和地方政府不好收回土地。另一方面

的原因是,一些工商资本想等待政府出台更多的优惠政策,不愿意退出土地。

针对不同类型的土地抛荒问题,应进行分类治理。土地不适合耕种的山区应采取退耕还林政策,主要发挥土地的生态效益。地方政府要重点解决的是土地适合耕种地区的土地抛荒问题。

实际上,一直以来地方政府都将解决土地抛荒问题作为政府的工作任务之一,一般从改善基础设施、推进土地流转、调整产业结构、进行财政补贴等层面着手,也起到了积极效果,但是有时作用有限。例如,推动土地流转却遭遇农民不愿意流转土地的问题,调整产业结构面临“政府让种什么,就亏什么”的困境。要有效破解土地抛荒问题,还需要采取更多更有效

的措施。

第一,在土地制度改革中发挥基层组织的土地整合作用,克服土地细碎化问题。借助“三权分置”改革,基层组织可以以农民家庭为单位,将农民分散的地块调整到一个位置;也可以在农民不愿意耕种土地的时候,将土地经营权集中连片流转出去。国务院部署到2022年全国建成10亿亩高标准农田的任务,基层组织可以借助这个机会进行有效的调整,实现土地集中连片耕种。

第二,在农村公共品供给中发挥基层组织的作用,解决“最后一公里”难题。当前国家成为农村公共品供给的主体,但是普遍遭遇“最后一公里”难题。这是由于国家难以深入到农村社会内部与一家一户农民打交道,很难识别个体农民的需求,也难以协调农民之间的矛盾纠纷。发挥基层组织的作用,可以有效表达农民的需求、协调公共品供给中的利益矛盾纠纷、对公共设施进行有效管护等,从而让公共品供需实现更高效率的对接。

第三,提高地方政府的政策瞄准率,给予种粮食的经营者更多财政支持。近年来,中央政府为推进农业发展提供了大量财政补贴。然而,在实践中,也存在不种地的土地承包者、工商资本,不种粮食的农业经营者等获得财政支持的情况。地方政府应提高政策瞄准率,将财政支持向真正种植粮食的经营者倾斜。



绘图:朱慧卿

据媒体近日报道,现在有些村干部“平时居住在城镇,忙时回村干工作”“白天工作在村里,晚上住宿在城里”,大家管这叫“两栖”村干部。虽说“两栖”村干部的形成,有不同的原因,但在乡村治理事务密集的当下,“两栖”能否保证村干部仍可凝神致力于乡村事务,在不少人看来要打上一个问号。

这正是:

职住分离跨城乡,“两栖”干部真奔忙。
影响效果费精力,优化机制站好岗。

文 @十八刀



更多“三农”评论,敬请关注农民日报社评论部微信公众号:重农评。

“滥创新”莫如“精落实”

韩朝辉

近日,有媒体刊文批判过基层不切实际的“滥创新”乱象:文必见“创新”、言必称“创新”、行必举“创新”。

在一些地方,创新也是必须要完成的既定目标。或者是因为当地领导想搞一些亮点、挖一批典型,以突出工作成绩,便把创新挂在嘴上;或者是因为上级领导明确了标准,下达了指令,要求下面抓创新,基层不得不把创新提上日程。其实,不管出于哪种原因,只要创新立足实际、切实可行,能够落实,有利于工作的推动,也是值得肯定的。但问题就出在,有些创新根本就是假创新、乱创新,不但不能推动工作的开展,有的甚至还成了工作落实的障碍。

说起基层“滥创新”的乱象,无外乎两种。一种是流于形式的假创新。这类创新偏于“纸上创新”,多是无用的“文字游戏”,简而言之,就是用“新瓶装旧酒”,把一些原有的工作用文字包装一下,取个琅琅上口的新名称、新叫法。另一种则是离于实际的乱创新。这种政策创新可不是简单的“文字游戏”,而是实打实关乎工作的推进,但由于创新缺乏针对性和可行性,多半是半途而废、不了了之,甚至是劳民伤财、自损信用。

说到底,创新的真正目的应该是推进工作的开展落实,而要切实发挥这一实效,必然离不开实际调研。因为只有在真正掌握工作实际的基础上,提出的创新思路和想法才是切实可行的,那些闭门造车、异想天开,甚至是拍脑袋作决定的创新,多半是“面子工程”。所以,与其搞一些花里胡哨的“泛滥创新”,倒不如来点有针对性和可行性的“精准落实”,毕竟“兵在精而不在多”,质量为王的创新才更有利于工作的开展。

“直播成为新农活”,如何走得更远?

王石川

木耳等农产品,网上平台的日均成交量达100余单。在今年的“3·15”直播特卖活动中,当日成交量超过了700单。今年2月,柞水县和陕西其他28个县区退出了贫困县序列。

柞水县脱贫,金米村致富,再次说明电商助农,乃至推动乡村振兴,大有可为,也有作为。商务部前不久发布的数据显示,2019年全国农产品网络零售额达到3975亿元。这是一个令人欣喜的数据,既让人看到了电商的力量,也告诉我们电商助农还有潜力可挖掘。

“手机成为新农具,数据成为新农资,直播成为新农活。”有人如此评价当前农村兴起的新气象。4月19日,国务院联防联控机制召开新闻发布会,农业农村部有关官员表示,今后将加强与电商企业合作。此前,国家发改委、商务部等部委也提到了电商在乡村振兴中的重要作用。种种案例表明,进一步发挥电商等新业态的效力,要从两方面着手。

一方面,要善用电商等新业态。近年来,新零售和新业态快速发展,利用网络直播、短视频等形式促进农产品销售已经

成为新潮流、新亮点,是农产品营销的创新,对于缓解卖难、助力产业发展和促进农民增收都发挥了积极的作用。但是总体来看,网络零售占农产品流通的比例还不足10%,仍然有较大的发展空间,需要不断挖掘。日前召开的中央政治局会议强调,要培育壮大新的增长点增长极,牢牢把握发展主动权。新的增长点增长极怎么培育壮大?疫情突如其来,给我国的经济社会发展带来不利因素,但是也孕育着机遇。一个重要体现就是,数字经济迈上新台阶,电商发展迅猛。这是推动农产品营销、带动乡村振兴的契机,也是中国经济新动能的重要组成,有关方面当因势利导,通过更有力的制度安排,推动电商平台再上新台阶。

另一方面,要会用电商等新业态。数字经济、线上经济的发展,离不开政府的有效推动,但是政府和市场的力量如何结合,至关重要。需看到,农产品电商,营销在线上,功夫在线下。当前,我国农产品的标准化程度不高,冷链运输条件落后、电商人才缺乏等瓶颈还比较突出。尤其是在一些中西部贫困地区,

虽然有好的产品但是缺少电商的严格锻炼,市场意识和能力还比较薄弱。这些问题如果不抓紧解决好,会影响电商的长远发展。农产品直播越是发展得如火如荼,越要稳下心智修炼内功。在这方面,政府相关部门要切实把握好农产品电商发展的规律性要求,加强和电商平台、物流企业、合作,把社会各方面的关注和推动,与整个农业现代产业发展结合起来,各司其职、通力合作。例如,就当前突出存在的农村电商人才短缺问题,据澎湃新闻4月21日报道,过去一年,全国已有6万多农民做起了淘宝主播。如果针对农村多一些接地气的培训,一定会涌现出更多的“李旭璞”,乡村振兴就会走得更稳健。

现代农村是一片大有可为的土地,也是一片充满希望的田野。今年是全面建成小康社会目标实现之年,也是脱贫攻坚收官之年,广大农村实现脱贫致富,既要找准产业,还要找到发力点。“电商推动乡村振兴是大有可为的”提醒我们,必须用好新业态,主动作为,让田野更有希望,让乡亲更有盼头。



30多年前,在德国留学时,听到了一个新词:有机产品。问德国教授师啥意思,他举例子说,那些外表颜色黯淡,可能吃到虫子的,并且价格高出一两倍的苹果,就是有机苹果。从他的语气,就知道他的态度。

现在,在我国,有机食品这个词,已经相当普及了。只是大部分人的理解都不怎么准确,把有机食品当作最安全的农产品。

有机农业概念的提出,始于上世纪三四十年代的欧洲,主要是针对大量使用化肥所产生的土壤板结、水土流失和土壤肥力下降的情况。

关于有机农业的理解和表述,有很多种。1972年成立的国际有机农业联盟(IFOAM),组织了专门的专家组,花费了3年的时间,提出了一个定义。大意是,有机农业是一个保持土壤、生态系统和人的健康的一种生产体系,其依赖于适应当地条件的生态过程、生物多样性和循环圈,而不使用有不良作用的投入品,把传统、创新和科学结合起来,以利于共享的环境,促进所有参与者的公平关系和良好的生命质量。

联合国粮农组织(FAO)也有一个关于有机农业的定义,也是强调促进和强化农业生态系统,包括生物多样性、生物循环、土壤生态活动,不使用来自农业外部的投入品。

直白地说,有机农业是一种生产方式,其不使用任何化学投入品,包括化学农药、种衣剂、化肥、抗生素、生长激素等,也不用转基因种子。如果是作物产品,土壤中不能有化肥农药等的残留;如果是肉禽蛋奶产品,其饲料也必须是有机产品。

这种生产方式,本质上就是100多年前我们的老祖宗所采用过的方法。当然,现在的有机农业,在技术上还是有所进步。例如,在除虫方面,发明了物理灭虫方法,包括灯光和黄板诱捕。在生物技术方面,也有不需要转基因的技术,例如,通过生物技术分析,发现有的水稻品种含有特殊的基因,种植这种水稻,不打农药,也不会发生稻瘟病。

有机农业经过了几十年的实践,有了一定的发展。但在整个农业中所占的份额,仍然非常有限。根据IFOAM的最新统计,全球共有186个国家280万农民在7150万公顷的土地上从事着有机农业生产。其中,三分之二为畜牧业用地,20%为大田作物,其余为多年生的果树等。

全球有机农业占用耕地和耕地的比例,均为1%左右。列支敦士登最高,达39%,奥地利为20%,瑞典17%,瑞士13%,欧盟平均为6.2%,美国为0.6%,我国为0.3%。人均有机食品消费额最高的国家是瑞士和丹麦,为312欧元。

推动有机农业发展的力量,来自三个方面。首先是生产者。有机农业的倡导者,认为过度使用化肥和农药,不利于农业本身的可持续发展,主张保持传统农业的生态循环特点,把农场当作一个有生命的有机体。

其次是政府。认为通过有机农业,不使用化学品投入,能够减少对土壤和水体的污染,有利于保护生态环境。

最后是消费者。没有消费者的认可,有机农业就无法存在和发展。消费者愿意购买高价格的有机产品,主要原因有三:一是有说有机产品更安全,二是有说有机产品更有营养,三是有说有机产品更好吃。

IFOAM和FAO的有机农业定义中,并没有明确涉及有机产品的安全和质量问题。推崇有机农业的人,是从有机农业的生产方式,推断出有机产品更好的结论。

有机农业产量低、成本高,因此,必须卖出高价。如果不能认定有机产品更安全或质量更好,就卖不出高价。

有机农业能够存在和发展,证明了一些消费者相信有机产品更好;而有机农业迄今只占用了1%左右的农地,则说明大部分消费者仍然对这个结论保持怀疑,或者觉得有机产品价格太高,物非所值。

有机产品的质量到底如何?发达国家学者进行了很多研究,基本结论是,无法得出可靠结论。在口味方面,只有个别产品,如有些有机水果,比常规水果含水量更少一些、味道更浓一些。

在我国,对于有机产品的推崇,主要是来自对农药和添加剂的惧怕。尽管根据现有检测情况,只要生产者严格遵守规定,常规产品与有机产品具有同等的安全性,但消费者还是更相信天然的产品。

在口味方面,认为有机产品的口味更好,也不准确。决定农产品口味的关键因素,对于作物产品来说,是品种和自然条件;对于畜禽产品来说,是品种和养殖时间长短。例如,五常大米好吃,原因是稻花香品种好,当地自然条件合适;“土鸡”肉好吃,是长得慢,饲养时间长,使得肌肉纤维粗,肌肉脂肪和芳香性物质积累较多。

目前,我国有机食品的市场份额还很小,一是因为价格太高,二是消费者不太放心有机食品的真实性。把这两个问题解决好,我国的有机食品市场还是有一些发展空间的。

从长远的角度看,减少化学品的投入,最有效的出路是通过生物技术,研发出有特殊优良品质的种子,能够抗虫抗病,能够提高肥效。如果这个思路能够为有机农业所接受,那么,有机农业的发展前景会更广阔。

根据过去几十年有机农业的发展情况,未来相当长时期内,有机农业产量低、成本高的特点,难以有根本性改变,有机农业的发展仍然是非常有限的。

不过,有机农业亦即传统农业的好做法,例如秸秆还田、有机肥料、轮作休耕、稻虾共作等完全可以为现代农业所用,作为现代农业技术的补充和部分替代。

做“三农”调查研究更要坚持

薛瑞宁

基层是“三农”工作的主战场。农业农村部党组始终高度重视干部下基层工作,按照习近平总书记“在全党大兴调查研究之风”的指示要求,分级分类开展了形式多样的干部下基层活动。青年干部春节回乡调研就是一项开展了11年的学习调研品牌。11年来,农业农村部一以贯之、坚持不懈,久久为功、汇涓成河,努力打造青年干部“走基层、接地气”的重要平台,不断探索青年干部“守初心、担使命”的成长路径。

在农家炕头的闲聊中,掌握“三农”实情。从2010年开始,利用新春佳节探亲的机会,看一看家乡的新面貌,体验下农业农村的新变化,写一篇调查研究的文稿,就逐渐成为农业农村部青年干部的“新民俗”。在走访友家中,在与儿时同伴的闲聊中,在与老乡的唠嗑中,把农民喜欢什么、反对什么、盼望什么记在了心间,把基层农村的现状、农业的实情、农民的需求印在了脑海,真正做到了干部走下去、一手材料拿上来。有的青年干部连续多年跟踪了解同一农户的生活情况,详细记录农户收入支出等,看到了农民生活点点滴滴的可喜变化;有的青年干部时隔几年再次聚焦合作社主题开展调研,对合作社的发展又有了新的认识和感受,对基层的情况也有了新的理解和判断;有的青年干部在调研农产品卖难的老问题中,切身感受到了农村电商的迅猛发展,对社会变迁有了更深刻的洞察。

在田间地头的奔走中,厚植“三农”情怀。身至才能心至。韩长赋部长手把土地

教青年干部,调查研究要“到农民家里坐一坐、到农田里走一走、和基层干部群众聊一聊,会了解得更真切、理解得更透彻、把握得更准确”。为了了解春耕备耕情况,有的青年干部到田间地头查苗情、测墒情;为了摸清非洲猪瘟的影响,有的青年干部深入养殖场,面对面听取养殖户的诉求;为了搞清楚农资价格的走势,有的青年干部拿着调查问卷一家店一家店地问;为了掌握农村“厕所革命”的实情,有的青年干部直接去查看粪池,不怕脏、不怕臭。一枝一叶总关情,在田间地头的奔走中,青年干部体验了农民的辛苦、稼穡的艰难以及农业农村发展成果的来之不易,进一步厚植了与农民群众的感情,坚定了为“三农”事业奋斗的初心。

在伏案案头的思索中,提升“三农”工作本领。麦黄不收,有粮也丢。返回岗位后,青年干部认真梳理总结所见所闻所思,联系本人岗位职责,认真撰写调研报告,不断从感性认识上升到理性认识,从点上现状上升到政策思考。11年来,共有3000多名青年干部参与了回乡调研,形成了一大批有情况、有分析、有建议、富特色、接地气、重实效的调研成果,很多调研报告都直接呈送到部领导的案头,许多对策建议进入了领导决策。操千曲而后晓声,观千剑而后识器。“三农”工作者只有先下田头再回案头,作出的决策才更有准头。青年干部在鲜活的调研实践中,学习思考、锻炼成长,进一步增强了做好“三农”工作的能力水平。