四川全面推行省市县乡村五级田长制

本报讯（农民日报·中国农网记者 张艳玲）7月20日，四川省人民政府新闻办公室举行《关于全面推行田长制的意见》（以下简称《意见》）新闻发布会。记者从会上了解到，日前，四川省委办公厅、省政府办公厅正式印发了《全面推行田长制的意见》，《意见》明确到今年底，初步建立省、市、县、乡、村五级田长制责任体系，耕地和永久基本农田保护责任全覆盖，每一块耕地均由田长负责守护；到2025年底，田长制责任全面压实，工作机制健全完善，工作格局基本确立。全面推行田长制，是四川深入贯彻习近平总书记关于耕地保护系列重要指

示批示精神和对四川在新时代打造更高水平“天府粮仓”重要指示的具体举措。

在责任体系上，《意见》提出分级设立田长，省级设立总田长，由省委书记和省长担任；设立副总田长，由省委专职副书记担任；设立省级田长，由其他省级领导按联系指导市（州）分片负责。市、县、乡三级设立田长、副田长，由同级党委、政府主要负责同志任田长，相关负责同志任副田长，结合实际分片分区负责。村级设田长，由村级党组织书记担任；在村级党组织书记统筹下，本村（社区）范围内设置网格员，由村级“两委”委

员、村（居）民小组组长、村级事务代办员等担任。

《意见》明确了五级田长职责及田长制工作机制。省、市、县三级分别设立田长制办公室（设在同级自然资源主管部门），主任由同级政府分管自然资源工作的负责同志兼任，办公室副主任由1名同级政府副秘书长或政府办公厅（室）负责同志和自然资源、农业农村、林草等部门主要负责同志担任，同级有关部门为田长制办公室成员单位，其主要负责同志为办公室成员。建立起多部门参与的协作制度，共同做好耕地保护工作。

贵州要求落实稳岗就业各项措施和奖补政策

本报讯（农民日报·中国农网记者 刘久锋）为巩固拓展脱贫攻坚成果，加强脱贫人口稳岗就业增收工作，日前，贵州省乡村振兴局召开工作会议，要求各级乡村振兴部门全面落实乡村振兴“五大行动”和“六个专项行动”，牢牢守住不发生规模性返贫的底线，确保脱贫人口实现增收。

脱贫不稳定户、边缘易致贫户和突发严重困难户等困难群体是规模性返贫的最大风险点，也是贵州守住规模性返贫底线的最大难点。会议提出，在统筹推进“五大行动”“六个专项行动”的基础上，突出抓好“进村入户把脉服务”、强化收入动态监测和帮扶、对低收入家庭进行重点帮扶、防汛救灾、中央和省考核发

现问题整改五项重点工作，稳住和提高上述群体的收入。

贵州省乡村振兴局要求全省各地要落实好脱贫人口稳岗就业各项措施，发挥好劳务协作机制作用，继续加强有组织劳务输出，确保完成今年全省脱贫人口务工就业规模稳定在320万人以上。统筹用好公益性岗位和按规定落实好就业帮

“螺蛳壳”里做出农业高质量发展“大道场”

（上接第一版）农民用手机记农事，线上开具产品码；消费者一扫二维码，便可知晓产品“前世今生”；此外，农户还能“无感授信”，零距离获取普惠金融。

数据显示，截至去年底，浙江化肥和农药使用量连续8年实现“双降”，畜禽粪污资源化利用率和无害化处理率达91%，秸秆综合利用率达96%，农药包装废弃物回收率稳定在90%以上，废旧农膜回收率达93.3%。精耕细作，让浙产农产品更精更优。

更智能，科技机械添双翼

在位于东阳市的浙江省农业科学院玉米与特色旱粮研究所内，数百个玉米品种齐亮相，口味佳、品质优、抗性好，代表着全省乃至全国玉米生产的最高育种水平。此类展示一年一度，成了参展企业与种植大户们的“嘉年华”，也让这里成了玉米种业的一块高地。

事实上，东阳并非玉米主产区，而这正是浙江的独到之处。同样让人想不到的是，风靡全国的茭白新品种，竟有六成出自金华农科院的茭白科研团队。目前，该团队已育成7个茭白新品种，年增经济效益超过2亿元，北至黑龙江，西至新疆，均有其身影。

一直以来，为提高农业生产效率，浙江从未放弃对生产模式的调整，向“机器换人”要效益，提高生产效率，向“微笑曲线”两端，即产品研发与市场开拓要效益，农业现代化才得以破茧成蝶。

正因为劳动力紧缺，十多年里，浙江坚持将农机化推至前台，从最为迫切的粮食生产突破，

抓住关键环节，用机械化减轻劳动强度、扩大生产规模、提高经济效益，从而调动种粮积极性。同样，针对十大农业主导产业，浙江为其量身定制，研发、引进和推广配套适用的设施装备。

在这背后，当然也离不开各类农机服务组织，他们承担了浙江七成以上的机械化工作量，并逐渐走向全程化作业。与此同时，“机器换人”和“设施增地”的联袂互动，不仅让更多智能化设备有了用武之地，还拓展到加工和储藏保鲜等领域。

以慈溪为例，将全市136个50立方米以上冷库“搬上云”，除了主体自用，关键在共享。有了这些项目，农产品可错峰、错时、跨季销售，收益提升一半以上。西蓝花等果蔬不再着急出货，台风天来了，也能及时抢收、贮存进库，产业增效十分显著。

去年，浙江启动农业“双强”行动，高质量发展由此再提速。仅半年多时间，浙江统筹资金超过40亿元，总共实施科技协作攻关项目115个，产业技术推广项目326个，研制推出30余种农机新产品。其中，4.4亿元为省级财政新增补资金，用于专项支持全省194个农业“双强”项目。

浙江作为茶叶大省，每到采摘季，用工荒始终是个体大难题。为此，近几年，中国农科院茶叶研究所专门围绕如何优质、轻简、高效栽培，并将技术集成示范。最近，一场现场交流会在金华市婺城区婺江丝雨茶业公司举行，演示采用型采茶机及其配套技术。据介绍，它不仅可以采茶，还能用于茶树修剪和茶园耕作，效率提升颇为明显。

保供和提效益的统筹答题

经营模式和二、三产反哺一产的策略。过去20年，随着上海人工成本等经营成本不断增加，带着“野蛮生长”基因的蔬菜规模经营户原地踏步的多，无力为继的也不少，像润晨农业这样经营额、效益稳步增长，每天为上海15万人提供“菜篮子”服务的企业，实属凤毛麟角。

王印告诉记者，同样是围着一棵菜，同样是B2B规模化经营，如果不能广泛联合有技术有经验的菜农形成特色规模经营，即便企业勉强维持着，对一个地区产业振兴的贡献也是很有限的。

过去十年，王印和他的团队通过三产配送服务、二产净菜预制菜加工所得利润反哺种植端，在青浦区太来村形成了大叶蓬蒿、米苋等小品类绿叶菜的规模化，走出了一条稳步增长高效增长的路子，沉淀下了润晨菜绿、太来菜绿两大品牌资产。2021年，“一棵菜成就三产融合”获得第五届上海市农村创新创业大赛成长组一等奖，随后获得第五届全国农村创新创业项目创意大赛总决赛三等奖，由此可见，润晨的经营模式和策略，已经在乡村振兴时代得到八方回响。

而润晨农业能以绿色发展为产业底色的青浦区蔬菜经营同行中青出于蓝而胜于蓝，得益于青浦区农业农村委员会的品牌化理念和坚定不移培育品牌资产的有效行动。

培育品牌资产 构建区域产业联合体

松江大米、松林品牌生态闭环全产业链经营模式确保了松江区超过一半的大米和每年近15万头生猪，得到全国各地、各界人士的认可。松江猪粮高质量发展模式却没有有效推广，即便在上海，目前也只有松江区种养结合的家庭农场稳定获利，不得不说这是推动农牧业绿色高效发展进程中的遗憾。分析其原因，本质是缺少区域农业产业品牌资产和强势品牌引领下的规模化联合。

近百个家庭农场主加盟松林猪肉、松林大米品牌闭环，种养结合的家庭农场主们因此每年共享了1000万元养猪收入，加盟松林大米品牌的家

保供和提效益的统筹答题

庭农场主们分享了600万元订单农业带来的稳定收入。松江大米品牌联合社成员也获得了高产高效，一是松江大米品牌和松林品牌资产辐射能力强，二是在松林这个强势品牌的效益激励下形成区域联合经营模式。

记者发现，不少地方不是不想推广松江区的猪粮模式，而是培育区域产业品牌资产需要时间，强势品牌引领下的规模化联合需要信任，信任的培育也需要时间。

金山区廊下镇勇敢村的产业振兴便是一个鲜活例子。

菌菇是廊下镇的传统产业，去年年底，农业农村部农产品质量安全中心认定廊下蘑菇为全国名特优新农产品。金山区85个经济薄弱村超过1.6亿元的集体资金投入了菌菇产业，确保年返利息6.2%。要不是2010年廊下镇引进并坚定不移培育“联中”企业品牌和“联中1号”产品品牌，要不是2018年之后在政府引导下通过品牌引领模式探索联合经营，勇敢村能不能成为全国乡村特色产业亿元村不好说，85个经济薄弱村分享“联中1号”品牌附加值，肯定是不现实的。

廊下镇党委书记沈文非非常看好廊下蘑菇小镇的前景，他全程参与了上海联中食用菌专业合作社的引进和品牌培育过程，是他为“联中1号”品牌通过品牌联合扩大规模效益提供了思路，即政府通过工厂化设施投入帮助村企合作兴产业。

“联中1号”以其当天采摘当天送达市民餐桌的优势而成为上海市场上双孢蘑菇第一品牌，占了地产双孢蘑菇97%以上市场份额。但是，勇敢村8家蘑菇专业合作社加盟之后，“联中1号”品牌产品所占上海市场的比率才超过20%，今年合作社新的生产线投产后也不超过30%，市场潜力相当大。“联中1号”品牌占据天时地利人和，只要政府、企业、蘑菇种植户联合起来，通过原料、技术、加工、销售、价格、品牌“六统一”的经营模式，复制蘑菇亿元村不是问题。而通过联合，联中合作社不仅

《意见》明确了田长的五项主要任务，包括坚决守住耕地保护红线；严格永久基本农田特殊保护；巩固提升耕地质量；加强耕地监测监管；深化耕地保护改革创新。

据了解，为确保田长制落实落地，四川省自然资源厅正抓紧制定出台相关的配套措施，将逐步出台《田长巡田工作制度》《田长制工作督查制度》《田长制工作考核办法》等，探索建立激励机制和补偿机制，对在田长制工作中成绩突出的地区、单位和个人，按规定予以表彰奖励，对工作不力、责任落实不到位的，依规依矩依法追究相关责任。同时积极构建“空、天、地”一体化动态智慧监测监管新模式。充分应用卫星遥感、无人机航拍等现代化信息技术，建立田长制数字化网格化管理平台。设立统一规范的电子保护桩，开发田长巡田软件，辅助日常动态巡查，做到耕地“非农化”“非粮化”等行为早发现早制止。

扶车间奖补政策，确保公益岗位、帮扶车间吸纳脱贫人口和监测对象就业规模较上年只增不减。建立返乡回流脱贫劳动力跟踪服务机制，落实帮扶责任，力争回流一个、安置一个。配合人社、教育等部门开展“雨露计划+”就业促进行动，积极帮助“雨露计划”毕业生实现就业。组织脱贫人口、监测对象积极参与以工代赈项目，优先吸纳脱贫人口、监测对象务工。

与此同时，各地也将逐户研究低收入家庭情况，按照“一户一策”的要求，精准制定、落实帮扶措施，并进行收入监测分析，及时查缺补漏，确保脱贫人口收入有增加，巩固拓展脱贫攻坚成果。

力全开，钓上来的小龙虾可打包回家，也可直接烹饪，游客在享受垂钓乐趣的同时，农民收入也有所增加。

绿色生态也好，科技赋能也罢，最终还要靠市场检验。简单说，就是高不高效，农民“钱袋子”能不能鼓起来。通过种养结合，浙江既稳住了“米袋子”，又保住了“钱袋子”。数据显示，去年，浙江粮食播种面积、总产量和亩均产量均创六年来新高，其中稻渔综合种养推广面积超55万亩，亩均效益超3000元，最高可达1.8万元。

除了经营模式的多元化，十年来，浙江一直推崇全产业链经营，通过赋予农耕多元功能，通过精深加工、农旅融合、品牌营销等，提升附加值。在其背后，政府搭平台、办节庆，力推区域公用品牌等，为主体唱戏、百姓致富提供各种便利。现在，浙江正积极探索“农业产业大脑+未来农场”发展模式，以数字化变革催生新动能。

正因为这些脱胎换骨的变化，浙江农业堪称创新创业热土，引得工商资本和青年、乡贤广泛追捧。传化集团最近就启动了共富乡村行动，并在杭州萧山区浦阳镇打造了首个生态农田项目，方向就是三产融合，总投资达10亿元。浙江作为民营经济高地，投资农业几乎成了名企们的共同追求。

而代表着最活跃新生力量的大学生，十年中同样快速崛起，成为浙江农业现代化的新奇军。“他们理念活、思路广，本科生、‘90后’几乎占了‘半壁江山’，让传统农业创意无限限。根据计划，到2025年，浙江将培育10万名农创客，届时可辐射带动百万农民。

“明年村里还有大发展”

（上接第一版）农村环境变美了，产业振兴蓬勃发展。“过去把樱桃卖出去才能换回票子，如今挂在树上让城里人采摘，一张门票二三十元，比得上过去卖五六斤的价钱了。”村民姜素珍乐开了花。目前，姜庄村依托120亩的樱桃、30亩的葡萄特色产业，办起了采摘园，搞起了乡村游。

“富了的农民也需要反骄破满，不能小富即安。”村党支部书记姜德强说，今年下半年，县、乡将投入600万元专项资金为姜庄村、十里铺村建设蔬菜温棚，“我们的好日子一定会芝麻开花节节高！明年你再来，姜庄村还有大发展。”

田头建冷库 联农聚合力

（上接第一版）产业延伸 发展田头村促增收

花椒保鲜是第一步，销出去才是硬道理。记者来到位于李市镇双河村的俊博食品有限公司时，经过生产线加工后的保鲜花椒正入库冷藏。这是由村集体经济组织为股东之一的俊博食品有限公司，与龚培勇花椒种植家庭农场、画眉湾家庭农场、双塘边农民专业合作社、品聚蔬菜种植合作社等4家主体联合建设的冷藏设施，库容量1万立方米。

“在花椒销售过程中，有的主体和农户有冷藏需求，但多多少少面临用地、资金等问题。”公司负责人周洪告诉记者，联合建设的冷藏设施不仅能满足储户需求，实现旺储淡消、降本增效，花椒储存相对集中，还吸引了越来越多的客商闻风而来，促进了田头市场的形成。

目前，俊博食品有限公司自有九叶青花椒基地300余亩，每年收购加工新鲜花椒2000余吨，形成了花椒油、花椒调料等产品矩阵，吸引着全国各地的花椒销售商到田头市场采购，成为江津花椒区域性集散中心。

“我们和周边农户签订了订单收购协议，为椒农解决销售的后顾之忧。”周洪告诉记者，“通过将毛椒分选为净椒，达到保鲜椒的加工标准，每公斤能够增收两元左右。”2021年，公司辐射带动周边群众1200余户，交易花椒1300余吨，户均增收1000余元。

“互联网+”激活电商产业添动力

7月，也是橄榄采收季。“前些年没有人来收，几乎都烂在了地里。”但是今年，石蟆镇正林村二社72岁的村民周勇却一点儿也不担心，“今年种了21亩橄榄，在冷库存到明年3月价格还能从3元涨到20多元。”

这一改变，要从“90后”女孩何春梅返乡创业说起。石蟆镇是江津区的农业大镇，但花椒、橄榄、柑橘等农产品因缺少销路，在当地并不值钱。见此情景，何春梅甚是心疼，决心辞掉工作返乡创业。

通过电商平台，何春梅将家乡的农产品销到了全国各地，但因缺少冷藏保鲜设备，迟迟难以降低的损耗率成了销售的短板。

利鹃家庭农场农产品产地冷藏保鲜设施建设项目解了何春梅的燃眉之急。2021年，在镇党委的引导下，何春梅的聚乡村电商平台利用利鹃家庭农场农产品产地冷藏保鲜设施，并与其他家庭农场、合作社等建立合作，使鲜货农产品储存量能够达到540吨以上。“合作后电商销售额今年预计实现1500万元，带动企业增收250万元。”谈到冷库带来的收益，何春梅满脸笑意。

“冷藏保鲜设施的建设，能够大大延长农产品存放周期和销售时间，结合‘互联网+’农产品出村进城工程试点能够达到‘1+1>2’的效果。”江津区农业农村委负责人杨栋群表示。

据介绍，下一步，江津将进一步结合优势生鲜农产品产业布局，提升农产品产地冷藏保鲜能力、商品化处理能力和服务带动能力，推动农产品出村进城更加优质、顺畅，为乡村产业振兴奠定坚实基础。

合作社、企业一定是强势产品品牌引领下的高增长高效益。

记者了解到，两位品牌创始人已经各自在整合产品品牌创建资源，他们的路径也是不谋而合，即通过科技赋能，为预制菜品牌、新产品品牌注入新价值，构建竞争壁垒，赢得附加值。

同样的，已经成功构建了猪肉、大米全产业链的松林品牌创始人王龙钦，也已经着手布局包括松林鲜肉包子在内的米面产品品牌，更重要的是，松林集团已经决策投资生猪—蔬菜绿色循环全产业链，继续复制特色高质量农产品品牌成长模式。

宝山区农业农村委主任孙晋分析总结该现象后指出，英雄所见略同，政府、经营主体如果不尽快形成差异化竞争意识，不强化品牌引领，一不能服务好“米袋子”“菜篮子”，二无法振兴区域农业产业。

基于这样的认知，宝山区已经着手挖掘、培养宝山特色农产品，并明确这一工作要结合永大菌业子品牌创建工作，联手延伸品牌价值链，丰富全产业链。

记者由此联想到，在上海振兴农业产业的探索实践中，以强势品牌主导粮食蔬菜全产业链建设已经到了开花结果的时候。最近两年，在上海社区新零售领域迅速崛起的浦东清美鲜家，继去年形成500家门店规模的基础上，2022年再增设500个门店，短短两年时间就在浦东建起了5000多亩蔬菜基地，是二、三产反哺一产经营策略的又一个成功案例。自2020年以来，浦东探索以品牌引领、主体联合产销对接、利益共享为特征的浦东新区农业产业化联合体模式，该模式因为能更好地满足上海市民的口碑，更有效地实现经营者的附加值而广受欢迎。截至目前，跟“米袋子”“菜篮子”相关的联合体已经达到25个，辐射面积近10万亩，其中水稻品牌化经营比例近15%。

这些现象背后是同一个供求趋势，即未来区域农业产业竞争是基于区域农业品牌资产和全产业链的竞争，未来生鲜农产品的市场竞争则是基于强势品牌主导下的竞争。也就是说，通过提升品种、品质、品牌和标准化能力，延伸并完善区域主导产业的产业链，构建竞争壁垒。