

嘉定安亭镇赵巷村探索农村环境卫生“托管”模式

村委花钱买服务 农村环卫市场化

□通讯员 龚妍

本报讯 嘉定区安亭镇赵巷村紧邻方泰集镇，周边工厂林立，200多幢民房住着4000多名来沪人员，和许多“城中村”一样，存在着违法建筑、群租、环境卫生难整治等一系列社会问题。去年1月，赵巷村率先在全村5个村民小组中的两个小组，试点代理农户空置房出租业务，

统一管理村民的出租房。虽然在治安、违章搭建、无证无照经营等方面取得了良好成效，但对于整体环境卫生水平的提升却收效甚微。为此，村委会将农村环境卫生通过“托管”方式，将环卫工作实行市场化运作，“代理出租房”与“环卫托管”双管齐下，真正解决了农村环境卫生治理难的问题。

过去村里的保洁员大多是乡里

乡亲，难免有出工不出力，“三天钓鱼、两天晒网”的现象，保洁效果难以保证。如今，村委会以35户配备一名保洁员的标准，购买保洁岗位7个，每年出资21万余元，将保洁服务“托管”于上海池林物业公司。物业公司按照村户数量比例配备保洁员，对村内主次道路及两侧、宅前屋后、排水沟、河道及河岸周边、公共厕所、公共区域及绿化带进行清扫

保洁和垃圾收集清运，以及对村内电线杆、墙体张贴“黑广告”等有碍村容村貌的乱贴乱图进行粉刷清理。做到垃圾日产日清、垃圾桶每日清洗，实现农村托管范围内无缝隙保洁的标准。

新的管理模式下，赵巷村环境卫生“管理”与“作业”分离，村委会的职责是制定工作目标和保洁标准，负责监督考核和验收。村委会建

立由党员代表、生产队长及村民代表组成的监督小组，每月对保洁员进行考核，每季度实行考核排名，村委会根据保洁员考核情况，有扣除考核奖及解聘保洁员权利。物业公司制定保洁员制度，每日由组长负责监督保洁质量，每月开展一次安全生产和卫生保洁专业知识培训，同时物业公司对保洁员也实行月考核。不仅提升了保洁人员工作水平，也使农村环卫工作走向了专业化、规范化道路，实现了新形势下农村环境卫生的长效管理。

赵巷村村委会通过购买服务，卫生托管的方式，农村卫生保洁工作定人、定岗、定时、定量，保洁人员每天5小时全天候在岗在位，有效解决了农村普遍存在的“垃圾围村”

去年整治清理不规范畜禽养殖150户

金山区农村环境专项整治取得成效

□通讯员 沈晋

本报讯 最近，金山区朱泾镇大茫村村民沈老伯的日子过得比以往舒心不少：家门口几十米处一个有上千头猪的不规范养猪场终于得到整治，出门放眼望去不再是散乱的窝棚和污水横流的地面，而是一片青葱的小麦苗，原先空气中的浓浓异味也被泥土的清香所替代。“以前从来不敢开的前窗，现在终于可以放心打开了！”

从2013年6月开始，金山区至今已连续开展两轮不规范畜禽养殖专项整治，取得显著成效。去年全区共整治清理不规范畜禽养殖150户，完成本轮整治任务的97%，不规范养殖行为得到有效遏制。金山区农委负责人表示，预计今年将整治不规范畜禽养殖100多户，全区整治工作将基本完成。

一年四季臭气熏天，夏天时成群的苍蝇往家里飞；污物直接排放进附近的小河以至河水发黑冒泡，

走过都得捂着鼻子……沈老伯回忆，他家门口原来是一片水稻田，几年前被其他村民转包给人养猪。“将土地出租给不规范养殖户的收益并不大，但产生的问题却不小。除了环境问题，治安、人口管控等也都让村民头疼。”金山区农委相关负责人表示。

去年，朱泾镇经过排摸，将3户养鸡户和8户养猪户列入年度整治目标，涉及养殖棚舍总面积54577平方米。沈老伯家门口的养猪场，被列为11个严重破坏农村生产生活

环境质量的不规范养殖点之一。

不规范养殖现象容易回潮反复，为巩固整治成果，一系列长效机制相继出台。朱泾镇出台了关于种养业规范土地流转、促进健康发展的若干意见，使土地利用更加规范，同时在整治后迅速组织人力、物力对整治区域土地整理复垦，及时播栽各类农作物。此外，朱泾镇还将整治工作纳入镇、村级干部年度考核，与镇、村干部的年终奖金分配挂钩，对整治不力的村主要领导进行问责。吕巷镇在整治后安排专人巡查，建立节假日值班制度；山阳等镇已将专项整治工作列为村级年度考核指标，奖先惩后，促使相关村更注重长效常态管理。

□短讯

上海方塔园又添新绿

日前，上海方塔园举办了一场“绿化走近你我，绿色改变生活”主题活动。

活动期间，驻松某部的六位战士走进方塔园，铲土填坑，培土扶苗，与公园职工们一起种下珍珠梅、花桃等151棵花灌木。当天，园方还向市民赠送了袖珍椰子等100盆小盆栽，并为市民提供了家庭养花方面的咨询服务。

通讯员 王颖斐



品牌背后的故事

PINPAIBEIHOUDEGUSHI

主办：东方城乡报 上海市郊区经济促进会 上海市农业产业化办公室

优质农产品 · 优质农产品 · 优质农产品 · 优质农产品 · 优质农产品 · 优质农产品 · 优质农产品



□记者 杨清悦

上海雪榕生物科技股份有限公司：航天科技还原生态之美

上海雪榕生物科技股份有限公司(以下简称“雪榕生物”)是一家以生物技术为依托、以工厂化方式生产农产品的现代企业。曾经，它仅局限于产品出口的保鲜蔬菜种植和加工。然而，一个果断决策，雪榕生物将工厂化生产食用菌作为突破口快速崛起，以金针菇、蟹味菇、海鲜菇、白玉菇等工厂化产品多项发展，并率先完成了全国五大区域战略布局，不断推陈出新，好几十项专利开创行业生态标准，至2014年底，雪榕工厂化食用菌日均产量已达到330余吨，成为全球规模最大的食用菌生产企业。

牵手航天事业 坚持走品牌化发展之路

谁变得更大，谁就有可能赢。杨勇萍看到，有技术和品牌支撑的规模，才能有效益。一直以来，食用菌行业品牌意识较为薄弱，然而早在2010年杨勇萍就意识到了品牌对企业发展的重要性。谈到雪榕生物启动品牌升级战略时，杨勇萍指出“开始建立和强调品牌运作是时机成熟的必然选择，就像竹笋一样，时机成熟后必然会破土而出，成长为参天竹子。”2012年对于雪榕生物来说又是一个重要的里程碑，雪榕生物率先将品牌经营理念引入食用菌行业，联合中国国家体操队启动新品牌战略，借助奥运营销打响了行业品牌战略第一枪，随后又成为中国航天事业战略合作伙伴，并将航天质量管理体系引入到“科技还原生态之美”的品牌理念中，大力提升“生态菇”的科技含量，为消费者提供绿色高品质的食用菌产品，并于2013年在长春成立了首家中国航天级食用菌研究所，为航天技术转换为民用技术开辟了一个新的食用菌合作领域。

杨勇萍坦言，成为中国航天事业合作伙伴，也使雪榕品牌价值有

了飞跃性的提升。早在神舟九号发射前，航天员就都吃上了雪榕生物提供的鲜菇产品，这让每一位雪榕员工都感到自豪。“现在，雪榕公司的产品包装上都印有‘航天品质’四个字，这更多的是一种鞭策与责任，时刻提醒每一位雪榕人，不能辜负‘航天’二字。”杨勇萍这样说道。

企业文化 提升品牌核心竞争力

谈及“技术、规模、品牌，三者之间，谁是第一位？”杨勇萍答道：“相对这三点来说，我认为技术是先导，规模是优势，品牌是手段。因为只有技术好了，才能降低成本，提高质量，实现规模化生产。而建立在技术和规模基础上，才可能有品牌。但真正的重中之重应该是企业文化。”杨勇萍指出雪榕生物企业文化核心是“中正”，“中正立而万变通，源于《周易》。”杨勇萍解释到“所谓中正为公平正义、刚柔并济、阴阳平衡，万物都不可以将其改变，对于企业营销来说又代表物质与精神高度统一，物质与精神双丰收。”而在雪榕的企业文化中，“榕树精神”也是一个独特的存在，“独树自繁千枝茂，众根垂系又成

林”诠释着雪榕事业集团的各个分支、历史传承的各个阶梯、产业链条的各个干系都具有极强的生命力和战斗力，众志成城又能独当一面。从上海到吉林再到四川、广东、山东，雪榕生物全国布局快速成长，就如同榕树一样，只要有一点生长条件，就能扎根壮大。

近年来，随着食用菌健康、益智等特点逐步被消费者认可，市场对食用菌的需求也呈现出逐年稳步增长的趋势。据了解，目前世界食用菌市场每年增速约6.1%，我国也成为全球最大的食用菌生产消费国，占世界年总产量的70%以上。当前，我国食用菌越来越多的品类在由传统的农户生产模式向专业的工业化生产模式过渡，国内食用菌工厂化在未来10年的发展空间依然非常广阔。

谈及这些年取得一些成绩，杨勇萍笑言：“除了政府给我们颁的那些荣誉，我认为这些年雪榕取得的最大成绩就是获得了消费者的认可。”他表示，未来雪榕生物仍然会以市场为导向，依托自主创新和科技进步，引领产业结构调整，大力发展生态农业，全力确保食品安全。