

农村“股改” 农民要学习做股东

□南都 据媒体报道，一场由农业部牵头，中农办、国家林业局等多部门联合推进的农村集体资产股份合作制改革，正在按照“试点先行”的原则稳步推进。据专家介绍，本次由农业部联合中农办等方面确定的试点共有29个县（市、区），试点的期限是2017年底，最主要的做法是将农村集体资产“折股量化”，让农民成为村集体的“股东”。

熟悉中国农村情况的人都知道，农村集体资产的规模十分庞大。据农业部调查，截至2013年底，全国农村集体资产账面总额高达2.4万亿元。这笔资产中既包括土地、森林、水面等资源性资产，也包括以村集体名义建设的物业、厂房等非资源性资产，还有以集体名义投资入股的各种经营性组织等。如此庞大的一笔资产，究竟归谁所有？如字面所示，“集体所有”。但一个界定模糊的“集体”如何行使其所有权呢？于是这

里出现了一种现实的尴尬：在全国多数地方，除农地、宅基地、林权之外，其余名义上归集体所有的资产因为都处于尚未量化确权的状态，其实均由“村集体干部”掌控。

这种现实的尴尬带来了一系列严重的问题。农业部专家披露，由于农村集体资产归属不清、管理不严而导致贪腐、资产荒废、闲置等问题当下相当严峻。让农民成为村集体的“股东”，使他们名义上的产权实体化，解决长期以来农村集体资产不明晰、所有权被虚置等问题，这无疑启动农村集体资产“股改”的一大动力。

而如果从积极的一面思考，农村集体资产“股改”还有诸多利好。一旦确权完成，农民可以动用股权进行抵押贷款、流转交易，从而增加农民的财产性收入。尤其重要的是，作为“股东”的农民能够没有后顾之忧地持股进城，这对城市化进程将起到极大的促进作用。舆论把农村

集体资产“股改”称为继家庭联产承包责任制、乡村集体企业改制后的农村经济体制改革第三次重大突破，良有以也。

改革就是利益的再调整，本轮农村“股改”利益牵涉之深广，从一些试点地区人头攒动办理户口以争取成为股东的场面中即可见出。可以想象，一些特殊人员如“外嫁女”、“回迁人员”等的股东资格确认将成为工作中的难点，“股改”后如何运作则是人们关注的最大热点。

针对这些热点和难点，首先需要透明、公开、妥善地处理各种利益诉求，其次则应该建立董事会、监事会等行之有效的现代治理结构。一言以蔽之，农民既然成为了股东，那么是否尊重股东权益显然就是判断“股改”成功还是失败的关键。而农民如何利用“股改”机遇，直接或间接参与村集体资产的经营管理，推动村集体及个人资产增值，则是一个需要长期面对的课题。

乡村旅游不能仅靠真人秀

□刘强 从2013年开始播出，现在已录制和播出到第三季的湖南卫视的“爸爸去哪儿”节目，在捧红一众小萌娃的同时，也因其拍摄地主要在农村的缘故，而为拍摄地的乡村旅游带来了重要契机，但带来契机并不等于一定能带来商机。近日有媒体刊文，陕西子洲县王阳洼村在拍摄“爸爸去哪儿”第三季后乡村旅游并不如当地农民所愿，游客零散、消费低，农民很失望。而在此之前，因“爸爸去哪儿”第一季走红黑龙江雪乡景区（位于海林市大海林林业局辖区内），则被爆出一个土炕标间一晚上3200元、一个土坡立个牌子就要收费的乱象。其实，“爸爸去哪儿”的拍摄仅仅是为当地乡村旅游带来了发展的契机，之后当地的乡村游能不能就此进入大发展的轨道，还需要做许多工作，包括规划、管理、服务提升等等。

据国家旅游局数据，目前我国每年国内旅游达36亿人次，其中18亿人次在乡村，农民直接接待的至少在6亿人次以上，也就是说，每年国内游的一半人次是到农村。乡村旅游对促进农民收入提高、转变农村农业发展方式、提升国人旅游和生活质量的意义是不言而喻的。但相比较传统的文物景区旅游（如故宫、十三陵）、自然风景区旅游（如黄山、泰山），乡村旅游对规划的要求更高，道理很简单：文物和风景区本身就是旅游景区，而乡村旅游则是把本来不是旅游景区的地方改造成旅游景区。但目前我国乡村旅游的规划式发展并不都尽如人意，以“爸爸去哪儿”为例，其拍摄地现在乡村旅游搞得比较好的，如黑龙江雪乡、北京门头沟灵水村（“举人村”）都有规划在其中，而有些如陕西子洲县王阳洼村则规划甚少。

乡村旅游要想得到更好更持续的发展，具备严格科学的管理体系是一个基础条件。目前，我国很多乡村旅游资源通过承包的方式进入私人手中，变成民营的形式。这种投资形式，好处在于能最大程度地吸收社会资本来参与和投资乡村旅游产业，但同时也会带来弊端，如过分甚至单一追求经济利益，而忽略了服务和社会效益。因此，乡村旅游要想能有一个更好的发展，就必须要建立起一套完整科学合理的监督管理体系。这个体系包括服务标准、餐饮和住宿标准、景区收费标准、考核标准、举报网络设置等等。

乡村旅游需要在提升服务上下功夫。目前，我国每年有6亿人次的乡村旅游人员是由农民直接接待的，虽然没有统计接待这6亿人次的农民到底是多少，但想来这个数据不会太少。多少年来，我国农民的主业一直是务农，并不会旅游接待。大多数农民事先也没有进行过旅游接待方面的学习和培训。在这种情况下，加强对农民的旅游业务培训就显得非常必要。

提升服务还需要对乡村旅游进行一些项目和关联旅游产品的设置。陕西子洲县王阳洼村之所以旅游不尽如人意，其中一个原因就是没有更多的附属活动，游客在看完几个窑洞后就只能离开，留不下自然就产生不了更多的旅游收益。事实上，“爸爸去哪儿”到一个村子里进行拍摄，带来了明星和萌娃效应，这对当地的旅游是个很好的契机。但光有这个契机还不够，要在这个契机之上，按照旅游的规律来进行演绎创造，以此来带动和提升当地旅游业的发展。

人才与物流制约农村电商发展

近日在四川安岳、青神、射洪、盐亭等地调研发现，电子商务已成为吸引农村人口就业的又一重要渠道，“互联网+”正在农村掀起创业高潮，但电子商务人才的缺乏和物流发展滞后却严重制约了农村电商的发展。

□陈地 吕庆福

电商正成为农民就业创业的新途径

四川青神县汉阳镇小三峡村的刘成均，现在的工作就是坐在轮椅上，手里抱着电脑，“砰砰”的敲击键盘。刘成均说，他现在是3家淘宝店的客服兼美工，每天从早到晚都忙个不停。

刘成均今年30岁，十年前务工时不慎从高空坠落，导致高位截瘫，一直赋闲在家。去年11月青神县电子商务协会组织了第一批共35名残疾人电商培训，刘成均便是其中之一。

“现在农村电商发展这么快，人才需求很大，发展残疾人来做电商是最合适的。”协会秘书长郭志义说，“残疾人特别‘稳定’、‘上心’，在其他行业没有竞争力，但电子商务需要花费很多时间，而这正是他们的优势。”

据了解，第一期培训35个人都是青神县农村里的重度残疾人，在经过一个多月的电商培训后，有的自己开店，有的帮人管理，绝大多数都有了属于自己的新职业。

目前青神电商协会正在着手准备第二期残疾人培训，让更多农村残疾人加入到这一行业当中，既帮助农村电子商务的发展，也让他们找到生命的价值。

青神县瑞峰镇中岩村28岁的吴勇智只有初中文化，当兵退伍后做了5年厨师，日子却依然清贫。后来小吴自己养起了土鸡，并利用时下最流行的微博销售。由于语言俏皮生动，土鸡生态味美，“眉山小吴土鸡”一下在网上火了起来。目前，吴勇智的土鸡一年销售超过10万只，不仅收入增加了，还购买了一辆小轿车。

“小吴内向、还有些结巴，以前找对象困难，但现在不少女孩都主动追他。”青神县信息化办公室主任滕薇介绍，小吴的成功带动了很多农村青年，纷纷加入了农村电商创业大军。

据青神县商务局副局长鲁成洪介绍，青神县20万人口，有80%是农村人口，但目前已聚集了500多家网店，直接从事电商就业的2500人，今年以来新增了500人。

在安岳、青神、射洪、盐亭等地发现，电商正成为当地农民就业、创业的新途径。据了解，今年年初，四川安岳、仁寿、资中等县被列入“电子商务进农村国家级示范县”。

农村电子商务仍受多重因素制约 尽管电子商务使得部分农村地区就业传统发生改变，但农村电子商务要真正发展、带动更多

农村人口就业，仍面临人才和物流等多方面因素的制约。

“巧妇难为无米之炊。农村要发展电商，主体还是要靠人，没有人才，电商又怎么发展呢？”遂宁市射洪县常务副县长蒋勇说。

在射洪县金家镇云霄村，该村常驻人口中，几乎清一色都是65岁以上的老人。金家镇党委书记赵汝义说，镇上近3万人的户籍人口，目前在家的只有几千人，且多是40、50后，老龄化、空心化十分突出。

然而，即便在有年轻人的农村地区，电子商务高端技术人才匮乏的现象依然十分严重。鲁成洪说，青神县一家销售腊肉香肠的网店，出12000元高薪聘请网站运营和美工人员，但仍难以招到合适的人。

许多基层商务工作者认为，农村地区条件艰苦，难以留住高学历的技术人才，因此农村电商带动的就业往往比较低端，这就限制了农村电商的进一步发展。

安岳县是四川7个“电子商务进农村国家示范县”之一，柠檬产量占全国的80%。安岳县柠檬商会会长谢培强说，尽管该县柠檬产业十分发达，电子商务也在做，但大部分企业仍只着眼于线下，线上销售并不多。

安岳县龙台镇鑫柠乐果业公司总经理蒋雄介绍，目前公司做了一个网站，但仅仅是对企业一个简单的介绍，并不能展开销售，要接受电子商务这种新兴业态仍需一个较长过程。

“现在对于电商这一块，往往是政府和领导比较重视，但农户、合作社、生产企业本身却比较忽视，最主要的问题还是因为不太懂。”谢培强说。

物流发展滞后也是制约农村电子商务发展的重要因素。“毫无疑问，物流水平是农村电子商务发展中极为重要的一环，同时也是带动农村人口就业的重要方式。”四川省商务厅电子商务处处长苏代林说。例如，在金家镇购买网上商品，但要取件却必须要驱车20公里到达县城才能提取。

据了解，目前四川绝大部分农村地区，物流很难达到乡镇一级，村一级就更难，还只停留在抵达县城一级的水平。仅有的包括青神在内的几个“电商进农村国家示范县”有着相对完善的物流体系，但即便是示范县，物流到村仍很困难。

发展农村电商需破人才和物流瓶颈 开展农业电子商务，需要农民卖家精通电子商务技术，同时又要掌握一定的农业知识和食品



安全知识，了解农产品特点和市场行情，并能在网购客服中及时解答客户提出的问题，这是农村电商在产品“外销”上的最大挑战。此外，从网购方面而言，农村地区有电脑的家庭不是很多，懂得网购交易的人更少。要实现农产品的外销，既要开发市场，又要维持运营和提供售后服务，大多数农民的能力和精力根本达不到。

许多农村电商企业对人才十分渴望，四川多地都展开了“电商学院”的人才培训。许多县基层干部和农村电商都呼吁，应当加强对本土人才的培训力度，投入资金让更多学员到先进地区交流学习，少理论、多实践，对工作感到枯燥的当地年轻工人是理想的培训对象。

苏代林认为，要在农村把电商做起来，除加强对本土人才的培训力度外，首先是要调动打工返乡人群、大学生村官、农村商户，这些人对网络的接受程度比较高，也很愿意借助网络来发家致富。就如很多农村电商所坚持的那样，利用村镇的门户网站吸纳当地人成为网络村长，并借助这些人进行落地营销，构建起覆盖全国的农村电商网络。

据调查，近年来，随着经济社会发展和互联网技术的普及，网络已经逐步遍布我国广大农村地区，大力发展农村电子商务条件已经趋于成熟。然而，在不少农村地区，没有村级电商服务点的情况比较普遍。建立村级电子商务服务点，是发展农村电子商务、带动农民参与网购或从事电子商务创业、促进地方农副产品营销、增加农民收入的现实需要，有利于鼓励和扶持农民创业、增收致富。农村地区往往山高路远、交通不便，因此在农村建立村级电商服务点，重点是打通物流运输的“最后一公里”，解决好网购包裹配送和快件收取问题。

苏代林、蒋勇、谢培强等人认为，解决农产品电商物流难题，一是要加大对基础设施的投入，大力推进农产品冷链物流建设；二是全面优化农产品物流网络。应从供应链管理的思维出发，优化农产品物流路径和节点设计，并对农产品供应链中的加工、包装、库存、配送等环节统一制定实施符合现代物流技术的标准，有效提高物流的效率；三是探索创新农产品电商物流模式。当前，不少企业对农产品电商开展了积极的探索。政府应对其进行积极鼓励，出台税收、金融方面的专门扶持政策。

村特色。

在农村做好美育，除了加强师资力量以外，还可以开展农耕文化、乡村旅游等方向的美育，引导学生从审美的角度去体察、总结农业农村的美。另一方面，可以建立城乡学生美育的互动交流模式，让城市学生到农村体验农业文明，也让农村学生到城市去发现博物馆、科技馆等现代科学和艺术的美。以城带乡，以乡促城，共同做好城乡学生的美育教育。

农村学校美育要突出乡村特色

□王小川 近日，国务院办公厅印发《关于全面加强和改进学校美育工作的意见》，提出要重点解决基础教育阶段美育存在的突出问题，缩小城乡差距和校际差距，让每个学生都享有接受美育的机会。

加强农村美育的呼声由来已久，但如何提升农村美育却值得思考。与大城市相比，农村学校在美育师资方面存在先天短板，在突出的升学压力下快速弥补这一短板并不现实。在这种背景下，加强农村美育就需要创新美育方式，突出乡