

农民集体是农地农用的“守门人”

■农民集体做农地农用的“守门人”具有很强的现实性和实践性,能较好地减少农地被征占、被挤占现象,维护农民利益

■使农民集体在农村土地流转中正确发挥作用,到位不越位、到位不缺位,是当前推进农村土地所有权、承包权、经营权三权分置改革的重要环节

□瞿长福

农村土地流转正不断升温。据农业部最新数据,截至今年6月,我国2.3亿农户中流转土地的农户超过7000万,达30%以上。那么,在流转比例不断增高、适度规模经营不可阻挡的情势下,作为农村土地所有权代表,即以村委会为主的农民集体,在这一过程中如何发挥作用?发挥什么样的作用?就成为一道紧迫而重要的问题,必须明确回答。

中办国办最近下发的《关于完善农村土地所有权承包权经营权分置办法的意见》对这一现实问题给出了答案。《意见》在重申“始终坚持农村土地集体所有权的根本地位”这一原则后,对农民集体在土地流转中的职责作出了具体界定。综合《意见》提出的“有权对承包农户和经营主体使用承包地进行监督,并采取措施防止和纠正长期抛

荒、毁损土地、非法改变土地用途等行为”及其他具体要求,农民集体在土地流转中的突出作用,就是做好农地农用的“守门人”。

农民集体做农地农用的“守门人”具有很强的现实性。按现有法律政策,我国实行的是二元土地制度,即城市土地为国有,农村土地为集体所有。这一制度设计,使得农村土地流转中,无论地方政府还是国土部门,对流转土地具体用途的监督要么鞭长莫及、要么有心无力,甚至有的存在私心作怪,引发农民反感。而农民集体与农民一样对土地有天然依赖,守好村里的几亩地是本能担当,加上与土地朝夕相处,掌握农地是否农用是分分钟的事。所以,在维护农地农用上,农民集体具有其他部门没有的优势。

农民集体做农地农用的“守门人”具有很强的实践性。农户流转土地,有的是缺少劳动力无人耕

种,有的是随大流,有的是条件改变或者因承包地很少流转出去而无所谓。无论哪种情况,多数农户只能关心流转费用高低,对土地流转出去做什么、怎么做则难以关心、无力关心、无法关心,而农民集体既有监督责任,也有分散农户不具备的监督能力,能有效减少农地非农化现象。

农民集体做农地农用的“守门人”能较好地减少农地被征占、被挤占现象,维护农民利益。这些年,非农用地需求很大,征地成本较低,在各种由头的占地压力下,农户对承包地的维护很困难。农民集体作为土地集体所有权的权利主体,无论是直接维护农地农用,还是协商征地价码,都能通过增加征地成本从而减少农地占用,促进节约用地。

现实中,总体上农民集体在土地流转过程中对确保农地农用、保障粮食安全、维护农民利益发挥了

很好作用。不过,也有不少农民集体摆错了位置,不能正确行使农地农用工用监督职能。这些问题突出表现在两个方面,一是越位。农民集体是农地农用的“守门人”、监督人,但不能越俎代庖,不经同意就把农民承包地流转出去,或者以收回承包地要挟农户流转土地,或者要求农户只能把土地流转给谁,等等。权力越位,是造成土地流转矛盾的重要原因。

另一个问题是缺位。有的农民集体软弱无力,或者片面理解放活土地经营权,对长期抛荒、损毁土地,甚至非法改变土地用途现象听之任之,对流转土地搞非农经营或者变相改变农地用途现象睁一只眼闭一只眼。近年来曝光的违法违规改变农地用途事件,很多是因为农民集体涣散缺位,监督不力甚至带头“毁田”导致农地得不到有效保护。

因此,使农民集体在农村土地流转中正确发挥作用,到位不越位、到位不缺位,是当前推进农村土地所有权、承包权、经营权三权分置改革的重要环节。三权分置改革能否顺利进行,坚持农地农用的是试金石;而做到农地农用,农民集体是很好的“守门人”。

正的农产品。

在这个风口上,政府所起的作用至关重要。对于已经比较成熟的“互联网+”和物流体系,政府有责任广泛培训农民学会运用;对于产品的规格和产量,政府需要做好指导和协调工作,帮助建立农民合作社等自组织;对于销售途径和城市管理,政府不妨加强引导,拓宽市场空间,协调好与城市管理之间的矛盾;对于农民进入市场的风险,政府可以联合银行和保险等行业进行有效兜底。总之,农民进市场急需政府与时俱进的政策和制度支持,建立起行之有效的体制机制。事实上,这也是各级政府实施精准扶贫的宽广舞台。

农民进市场,和市民的携手至关重要。从深圳发生的这次“偶然”合作中,关心农民的各级政府和

有位基层干部坦言,县里推广黑山羊扶贫项目,有贷款、有市场,试点效果不错,可有的贫困户就是干不了。有人家里缺劳力,照顾老人、孩子抽不出身;有人家庭负担重,上学的、生病的,月月都要现钱,而养山羊1年后才能出栏见钱。因此,精准扶贫不是在办公室里规划出来的,新模式、新思路需要接地气,一户一策,把工作做实、做细。

产业项目好不好,得让脱贫实效说话,让贫困户说了算。挤出产业扶贫水分,要完善考核机制,不能光看表面,要多听听农民的感受,同群众一起算账,让群众认账。对拿着扶贫资金搞“数字脱贫”的严格问责,对享受扶贫政策弄虚作假的企业从严处罚。

授人以渔才能拔掉“穷根子”,产业扶贫要多在“实”上下功夫,多些精准发力。

土壤重金属污染防治亟待加强

□杨维忠

当前,我国土壤环境总体状况堪忧,部分地区污染较为严重,已成为全面建成小康社会的短板之一。其中,农村土壤重金属污染防治与修复问题更为突出。土壤质量是农产品安全生产的第一道防线,关系着百姓“舌尖上的安全”。因此,必须加强农田土壤重金属污染防治与修复。

一是加强法制建设,严控污染源污染。坚决实施《土十条》,严格执行重金属污染综合防治“十二五”规划,结合产业转移和升级,调整优化产业结构布局,防止新的土壤污染源产生。

二是严格土壤重金属污染物的监测,防治非点源扩散。将农用化肥、农药、农业废弃物等纳入随机监测范围,确保农产品质量安全。对重点区域农田土壤,开展长期的定期监测,严格防止污染区域土壤中重金属污染物的非点源扩散。

三是支持科技研发,增强治污能力。加大土壤污染防治的科技投入,支持土壤环境监测、污染场地调查与评估、土壤污染防治科学研究和技术开发、污染土壤修复与综合治理示范工程建设等,引导和鼓励社会资金参与土壤污染防治。

四是加强土壤环境保护科普教育工作,引导公众参与防治。建立土壤环境宣传资料信息库,引导全社会积极主动参与土壤污染防治和治理。防止生活垃圾、废旧家用电器、废旧电池、废旧灯管等随意丢弃造成土壤污染。

发展乡村游 应力避同质化

□周荣光

时下,乡村旅游很火。走进各地乡村,满目可见小吃文化、民俗文化、民居文化等乡村美景,采摘赏花、民俗体验、田园休闲吸引了大量游客。不过,欣喜之中也略有遗憾,因为有些乡村旅游点让人有雷同之感,模仿抄袭者甚多,经营上也无特色,基本是销售几样农家小吃,甚至有的在营销特色和主打商品上追求城里味道,失掉了农家特色和传统乡村风味。如何避免同质化,成为发展乡村旅游的一道新考题。

乡村旅游,应张扬其独有特色。比如,应发挥乡土优势,尝试打动人心,唤起游客特定的乡村记忆或者田园生活想象。这就需要引入具有鲜明个性的农耕文化元素,进行乡土展示,拓展休闲农业内涵,提升从业人员综合素质。再如,提供餐饮、休闲时,要在有乡土特色的菜肴上下功夫,围绕“舌尖上的乡愁”做文章。

发展乡村旅游,还应在乡村文化上做文章。乡村文化是历史文化的重要组成部分,是人们根深蒂固的情结。中国有着几千年的农耕文明,蕴涵着尊重自然、改造自然、追求天人合一的传统自然。唯有保护、传承和发挥好乡土特色,让游客找回不一样的“乡味”,乡村旅游才能彰显其独特魅力。

现象评说

为农民铺好进市场的路

□罗文

近日,因为一张和一堆土豆的合影,青海的马大爷在深圳“红”了。网传马大爷的土豆遭批发市场拒收,无奈流落街头,在土豆堆旁睡了9个晚上。11月14日,朋友圈里帮老农“吆喝”卖土豆的信息被大量转发,原本无人问津的几十吨土豆一天之内几乎卖完了。

一车土豆32吨,堆在路边连续9个晚上鲜有人问津,经过朋友圈转发之后,一天之内卖光——新媒体的力量可见一斑。网络提供了海量的信息,也让每一条信息都经历了海量的阅览和接收,这种传播力是任何线下活动都难以匹敌的。朋友圈更像是中国传统的熟人社会,在朋友圈里发布的消息,因朋友关系

的稳固性更具有可信度和号召力,也更容易产生行动上的一致性。邻居朋友三五成群,或者共同委派小区代表前往买土豆,就是朋友圈的独特魅力。

尽管在城市里,陌生人社会依然占据主流,但深圳市民一天之内买完一车土豆,依然让人感觉到爱心以及人与人之间相互的道德感召力。“其实他们根本不为买土豆,是特意来帮忙的,我知道。”农民的知恩感恩和市民的爱心接力相遇,暖人心房。

较之大多数农民,马大爷是幸运的,因为农民直接跨入市场,现实中的这一步并不好迈。只要产品规格、产量控制、物流支持、销售渠道、政策保障乃至城市管理任何一个环节卡壳,农民进市场就要面临陷入

困境甚至满盘皆输的风险。

让我们感到乐观的是,近年来“互联网+”和物流业的极速发展,为农民甩开层层中间商,直接对接消费者提供了事实上的便利。很多胆子大一点、脑子活一点的农民,已经在这条道路上闯出了名堂。一些社会组织如南开大学的农梦成真团队,也通过互联网尤其是朋友圈为各地的大枣、苹果、猕猴桃、脐橙等农产品打开了广阔的市场。更有些义工组织直接深入农村,通过教会农民上网,用手机发朋友圈发微博,使用现代物流手段,足不出户就将自己的产品卖到千里之外的消费者手里。这种农民主导的直销,不仅使多年来中国工农业产品剪刀差的不公平情况得到了一定的缓解,消费者也得到了更新鲜、更便宜、更纯

产业扶贫不要“编故事”

□平子

脱贫离不开产业,时下有种产业扶贫却令人担忧。

日前参加一个扶贫现场会,企业负责人来介绍经验:公司流转贫困村的土地建基地,搞食用菌大棚,贫困户以扶贫资金入股,黏在产业链上,有土地租金、打工薪金、分红股金,变身“三金”农民。算收入账,一年就能脱贫。

代表们热热闹闹观摩,半小时上车走人。笔者留下到村里细问,发现情况并非真如刚才所见。全村105户贫困户,在基地打工、有分红的只有20户,少数掩盖了大多数,其他贫困户有意见。另外,股金分红只分3年,按公司说法,3年后贫困户学到技术,可以租种基地大棚,也可在房前屋后自己发展。一位村干

部道出缘由,县里定下2017年提前脱贫,3年分红正好管到这个点。贫困户以后真能稳定脱贫?许多人表示:“技术难、投入大,一个棚光菌棒就要3万多元,想接手不容易。”

如此扶贫,表面看公司带上了贫困户,实际上,贫困户融入难、持续发展难,产业再好,也跟他们关系不大。脱贫不是为了一时摘帽,而是要实现稳定脱贫。这样为了完成任务“编故事”“算脱贫”,是搞弄虚作假的形式主义,注定扶富难扶贫。

在基层采访,这种现象不是个案。其背后凸显了一些干部头脑“贫困”、政绩冲动。脱贫攻坚,各级政府大幅投入,但钱多了,有的地方不会花了。上产业没有好思路,“给钱给物”不行,任务完不成不行,于是就想走捷径。扶贫资金在企业里一转,部分以分红的名义分给了贫

困户,脱贫效果“立竿见影”。名曰产业扶贫,实则玩“数字游戏”,这种“跑偏”的政绩观必须纠正。

产业发展不易,扶贫产业更难。贫困地区基础薄、条件差,贫困人口文化素质偏低、年龄偏大、生产能力偏弱。找准产业、对准人头,既要立足当地资源禀赋,又要适合扶贫对象特点;不能过度追求“高大上”,也不能设置过高的门槛;既要考虑短期,又要兼顾长远。这需要干部沉下身、抓对方,让贫困户真正参与其中,干得了、干得起、长受益,这样的产业扶贫才能变“输血”为“造血”,增强他们的自我发展能力。

农村的事有自己的规律。当前的贫困,致贫原因多样、需求多元,靠以往“一招就灵”的办法很难奏效。一些地方提出,“家家有项目、户户有产业”,大有盲目冒进之嫌。