

[耳听八方]

新疆:

育出高含油量
甘蓝型油菜新品种

日前从新疆农科院经济作物研究所获悉,该所科研人员成功培育出甘蓝型油菜新品种“新油22号”并进行示范推广,其产油率达47%至48%,较新疆目前的主栽品种“新油17号”亩增产15%。今年,该品种在新疆自治区内外推广示范种植面积达2000亩。此甘蓝型春油菜新品种丰产性稳定,生长期为110天,亩产可达220公斤至230公斤。研究团队首先将该所过去长期积累的油菜种质材料,以及从国内外引进的油菜亲本进行田间种植并观察,并借助分子标记技术进行实验室分析、研究优良基因,筛选出上百种综合性状好的油菜育种材料,相互组配杂交,进一步选育性状较好的油菜品种,提高其杂种优势。

浙江:

商品有机肥
推广应用成效显著

近期,浙江省开展全省商品有机肥生产、销售和应用情况大调研。调研结果显示,商品有机肥推广应用成效显著。下一步,该省将进一步完善有机肥产品质量控制体系和推广应用政策,推动6个国家级有机肥替代化肥示范县和30个省级有机肥替代化肥示范区建设,不断加大有机肥推广应用力度,着力构建政府补助引导、企业规范生产、主体安全使用的有机肥生产应用“三位一体”新格局,助力农业高质量绿色发展。

河南:

选派2500名
骨干教师支教“两区”

近日,河南省教育厅公布2018—2019学年“两区”人才支持计划教师专项计划方案,决定选派2500名骨干教师前往边远贫困地区和革命老区支教。支教以全日制工作形式为受援地提供服务,时间为一年,鼓励延长支教时间或留任工作。按照要求,支教受援范围为国家确定的连片特困地区、国家扶贫开发工作重点县、省级扶贫开发工作重点县及各地确定的其他深度贫困地区。支教教师选派要重点向深度贫困地区倾斜,不得将支教教师派往非贫困地区。

将打造区域农业品牌与乡村振兴相结合

[封面人物观点]

作者简介

吴雪

东北财经大学博士

[核心提示]

区域农业品牌是在一定地域范围内形成的具有一定规模、市场占有率以及社会影响力的农业经营品牌的总和。结合我国区域农业品牌建设的具体状况,对打造区域农业品牌与乡村振兴的结合点进行论述,可以进一步明确乡村振兴战略背景下,我国区域农业品牌建设的具体思路。

将打造区域农业品牌与乡村产业振兴结合起来

农产品区域品牌是指以独特的自然资源及悠久的种植、养殖方式与加工工艺历史的农产品为基础,经过长期的沉淀而形成的被消费者所认可的、具有较高知名度和影响力的名称与标识。如何彰显区域特色、突出产品品质、塑造良好的区域特色农产品品牌形象,是现代农业发展面临的重要问题。在激烈的市场竞争环境下,农业强必须走农业品牌建设之路。通过积极打造区域农业品牌,可以给我国乡村产业发展注入新的活力,推动农业强、农村美、农民富。在乡村振兴战略的指引之下,打造区域农业品牌必须与乡村产业振兴、乡村组织振兴、乡村人才振兴结合起来。

2018年4月13日,习近平总书记在海口市石山镇施茶村视察时指出:“乡村振兴要靠产业,产业发展要有特色”。习近平总书记关于乡村产业发展的指示,就是要求各地在发展农业的过程中,必须注重特色农业、品牌农业、优势农业的发展。因此,从这个角度

来看,打造区域农业品牌是落实乡村产业振兴战略的基本要求。

区域农业品牌是在一定地域范围内形成的具有一定规模、市场占有率以及社会影响力的农业经营品牌的总和。结合我国区域农业品牌建设的具体状况,对打造区域农业品牌与乡村振兴的结合点进行论述,可以进一步明确乡村振兴战略背景下,我国区域农业品牌建设的具体思路。

目前,我国一些乡村产业特别是农业产业发展水平还相对较低,直接制约着区域农业品牌的打造。第一,农业产业组织经营规模较小。目前,我国很多地区农业生产和经营仍然以家庭单位为主,这种小规模经营方式,不利于提升农业经营的组织化程度和市场化程度,这就削弱了农业在市场竞争中的竞争力,使得当地农业不符合区域农业品牌建设的“市场条件”。第二,农业产业的集群效应差。目前,一些偏远地区的农业缺乏集群效应,没有充分发挥当地的自然资源、种植、

养殖优势,形成在市场上有影响力的农业产业集群,这实际上也不利于农业品牌的打造,使得当地农业不符合区域农业品牌建设的“资源条件”。

区域农业品牌建设与我国农业产业发展水平紧密相连,同时二者相互影响、相互促进。在我国传统农业发展模式,主要是依赖高资源消耗、高人力投入的方式进行发展,农业的集中经营程度较差,产业规模效应不足。进入新时代,我国农业产业发展必须转型升级,将农业产业的发展集中在质量和品牌方面,以此来推动我国农业产业水平向更高层次迈进。通过农业产业的转型升级,进一步优化农业资源配置,发挥优势资源在促进农业发展中的作用,淘汰落后农业,集中精力发展优势农业和现代化农业,带动区域农业布局重新调整,提升我国农业生产、经营的标准化、规模化、集中化水平,全面提升农业发展质量,为区域农业品牌的打造创造有利条件。

将打造区域农业品牌与乡村组织振兴结合起来

区域农业品牌建设需要依靠一定的组织载体,由相应的组织负责区域农业品牌建设的所有工作。但从当前我国一些地方农业品牌建设的具体状况来看,组织困境也是阻碍区域农业品牌打造的重要因素。一方面,企业在区域农业品牌建设中的动力不足。区域农业品牌是无形资产,其不能在市场上进行交易。同时,农业产业具有投资大、回报慢、产业链长等特征,而且面临着市场风险和自然风险的双重威胁,使得农业产业与其他产业相比,呈现出弱质性的特征。正是因为如此,企业在区域农业品牌建设中的动力不足,很多企业不愿意在农业品牌建设中进行大量的投入,这导致的结果是区域农业品牌建设的企业组织载体不强,

不利于区域农业品牌进行标准化、产业化、规范化管理,限制了区域农业品牌建设的“生产条件”。另一方面,单个农户无法承担区域农业品牌建设的组织功能。与农业企业相比,单个农户在区域农业品牌建设方面的资金投入、运营经验、人力资源投入方面十分有限,其难以完全承担区域农业品牌建设的组织功能。因此,打造区域农业品牌需要重新振兴组织载体。

基层组织是乡村振兴的组织依靠,乡村振兴就是要求党组织带头,要求政府带头。在乡村振兴过程中,基层党组织、基层政府都必须敢于挑大梁、担重任,坚决落实党中央的各项政策和方针。就打造区域农业品牌而言,

基层党组织大有可为。第一,基层政府、党组织要充分认识区域农业品牌建设的战略意义。必须让基层政府、党组织的党员干部充分认识到区域农业品牌建设是关系农业振兴的重大问题,是关系特色乡村产业发展的重大问题,在精准扶贫过程中,将打造区域农业品牌作为一项重要工作来抓,实现以农业品牌带动农业经济发展,带动农民收入增长。第二,加大对农业企业参与区域农业品牌建设的激励。农业企业是区域农业品牌建设必须依靠的市场主体,可以针对特定的区域农业品牌建设项目,出台相应的财政、税收支持政策,激励更多农业企业主动参与区域农业品牌建设,承担区域农业品牌建设的组织功能。

将打造区域农业品牌与乡村人才振兴结合起来

习近平总书记指出:“要推动乡村人才振兴,把人力资本开发放在首要位置,强化乡村振兴人才支撑。”功以才成,业由才广,人才是实现乡村振兴的重要条件。从区域农业品牌建设所需的条件可以看出,区域农业品牌建设和管理是一项系统工程,需要营销、公关、广告宣传、品牌管理等多方面的人才,才能完成品牌的创建和维护工作。与企业品牌建设相比,由于农产品种类繁多,同质性竞争现象较为严重,导致农业品牌的创建难度更大,这就更加需要投入专业的品牌管理人才到区域农业品牌的创建过程之中,才能给区域农业品牌建设提供充足的智力支持。但是由于我国农业资源都分布在农村地区,一些偏远农村地区对优秀人才的吸引力不足。而从事农业生产和经营的很多是农户,其没有条件聘请优秀的品牌管理人才负责当地的农业品牌建设工作,直接限制了区域农业品牌建设的“品牌管理条

件”。因此,缺乏专业化的人才,也是打造区域农业品牌面临的困境之一。从这个角度来看,打造区域农业品牌也呼唤乡村人才振兴,只有通过乡村人才振兴,让更多优秀的人才热爱乡村、扎根乡村,区域农业品牌建设才有足够的人才支持。

人才是区域农业品牌建设的智力保障,只有配备专业化的人才,才能确保农业品牌建设的顺利实施。第一,出台人才激励政策,吸引优秀人才。在区域农业品牌建设区,政府可以通过出台住房补贴、薪酬、晋升等激励政策,吸引市场营销、企业管理、品牌设计等方面的优秀大学毕业生到区域农业资源聚集地就业,以为区域农业品牌的创建提供人才储备。第二,注重对新知识型农民的培养。农民是区域农业品牌的直接受益者,因此,农民对于区域农业品牌的创建有着强烈的需求,但限于知识背景,难以完成区域农业品牌的创建和维护

工作。针对这种状况,政府可以组织“送知识下乡”活动,要求农业品牌建设方面的专家或企业家,到乡村对农民进行农业品牌方面的知识培训,以培养一大批懂农业生产、懂品牌管理、懂农业营销的新知识型农民。第三,创建乡村农业科研基地,吸引科技人员下乡。政府可以与高校合作,创建一批乡村农业科研基地,鼓励高校科研人员到乡村开展农业科学研究,将科学研究真正扎根于乡村的土地上。如此可以给区域农业品牌建设提供更多的技术支持,同时也有助于提高农业产学研机制的运行效率,化解了我国乡村科技人才缺乏的困境。

(本文摘编自《人民论坛网》)

