

改革论坛

“新村民”下乡 别光把自己当“过客”

【核心提示】不只是乡村赋予“新村民”美好生活,“新村民”的到来也给乡村带来了更多的发展机遇。不管是“新村民”还是老村民,本质上都是乡村建设和发展的一分子,我们乐见新老村民通力协作,共同为乡村注入多样化的思想活力。

□刘诗麟

前不久,笔者下乡调研,发现到访村庄里有许多来自全国各地的城市居民,他们来到乡村长期创业生活,被统称为“新村民”。“新村民”之所以被称为“新”,是为了与此前就在村里生活的老村民作区分,实际上近年来这一群体越来越多,城市居民下乡生活早不是新鲜事。就在前不久,一则高学历村民在上海水上村落抱团生存10年的报道刷了屏。报道中的村落由于生态环境优美、距市区近等原因,在10多年间吸引了一大批城市“新村民”入住。“新村民”数量越来越多,尤其是高学历的“新村民”比例一直居高不下,引发许多关注和疑问:乡下生活好在哪里?

“绿遍山原白满川,子规声里雨如烟。”诗中所描绘的田园美景,让人仿佛置身初夏时节的江南农村,是当下许多人向往热爱的世外桃源。当人们在城市看惯了冷冰

冰的建筑物,对乡村有温度、有生机的田园生活就更加憧憬,回归自然的渴求也更加强烈。一位福建“新村民”告诉笔者,乡村生活让她找到内心的平静,收获心灵的成长。从生活方式上看,在乡村种粮种菜、自给自足,生活成本更低,还能摆脱大城市的快节奏生活压力,因此许多网友表示想逃离城市的喧嚣,去乡村追寻不可及的美好。

实际上,不只是乡村赋予“新村民”美好生活,“新村民”的到来也给乡村带来了更多的发展机遇。笔者调研的村子在几年前是接近凋敝的空心村,闲置房屋几乎变成残垣断壁,村委会将村宅租给“新村民”,由他们出资修缮,租金收益归老村民所有,改建后的村子恢复了活力,许多本地村民慢慢回流,返乡参与家乡建设。除了帮助激发乡村内生发展动力,还有许多人带着资金、人脉来到乡村扎根生活,有的帮忙出资修缮学校、建立养老机构,为提升乡村“软服务”贡

献力量。

然而,看到一些高学历群体离开职场来到乡村,也有许多人表示质疑,认为这种表面恬静、舒适的生活,实际上传递的是安于现状、追求安逸的价值观,造成人才的浪费。实则不然。人才下乡创业生活,做出选择的出发点和含义都不尽相同,不能一概而论。就拿自由职业者来说,其中不乏学历水平高、工作经验丰富的职场人,来到乡村通过开民宿、自由写稿、制作手工艺品等方式保持输出,还有的化身“新农人”流量博主,帮助打开当地农产品销路,让农民实现增收。

还有人认为,来到乡村隐居是资金雄厚的职场人逃离城市的退路,这种田园梦幻的“乌托邦”是大部分普通人可望不可即的。不可否认,有许多事业有成的职场人来到乡村避世隐居,但这并不意味着乡村只能容纳携带资本的职场人“提前退休”。换个角度来看,乡村有

许多闲置村宅出租成本低、出租时间长,当下有许多人正是基于这一点来到郊区农村或者山区乡下租用民宅,有的还将村居改造成独栋别墅,收获了质量远高于城市的生活。事实上,乡村与城市只是生活节奏不同,乡村不是逃避压力的“躺平”退路,要想在这里过上较好的生活,同样需要付出辛勤劳动,而非就此游手好闲。

“新村民”群体受到热议,反映着社会对乡村的关注,然而,比起争论“新村民”的生活方式和选择,我们更应该将目光转移到老村民身上来,毕竟“新村民”下乡后在乡村生产生活,离不开与老村民的“对话”。尤其是长期在乡村生活的“新村民”,需要就地解决落户、住房、教育、医疗等问题,不免要与老村民深度交流,在适应生活习惯等方面同样需要老村民的帮助。但是也要看到,在城市居民“下乡”热的同时,还有一部分人或是因为一时兴起,或是因为把乡村当做短

暂的“避风港”,来到乡村后,发现乡下生活不是自己理想中的美好模样,有的在当地发展的项目没做完、与老村民的合作进行到一半就离开,给老村民留下一地“烂摊子”。个别的此类“前车之鉴”,也影响了老村民与“新村民”的信任关系,长久看待双方都有损失。因此,如果真是抱着为乡村出一份力的良好愿景,就要对发展前景、投入产出、可能遇到的困难等有充分预判,这样才能真正让好心办成好事。

不管是“新村民”还是老村民,本质上都是乡村建设和发展的一分子,我们乐见新老村民通力协作,共同为乡村注入多样化的思想活力。从这个意义来说,“新村民”不应只将自己当“过客”,老村民也应该在“新村民”下乡生活适应环境等方面提供帮助,携手推动村庄建设。达成这样的“双向奔赴”,方能让新老村民更好“对话”,共同打造和美乡村。 (摘编自《重农评》)

观察与思考 各抒己见

补上休耕期农民收入短板

□郭珍

党的二十大报告提出,健全耕地休耕轮作制度。耕地休耕轮作是统筹当前与长远、协调生产与生态、兼顾用地与养地的制度性安排,对协调推进农产品供给动态调节和农业生态综合治理具有重要意义。

一段时间以来,我国在休耕轮作适宜区域实施了耕地休耕轮作试点,并不断调整优化耕地休耕轮作规模和范围。通过推行休耕轮作,实现耕地用养结合,休耕轮作地区在有效提升耕地可持续性生产力、农业发展质量和综合效益等方面取得了明显的成效,实现了经济效应和生态效应的同频共振。可以说,经过几年的耕地休耕轮作试点,我国已初步形成了一套有效的组织方式、技术模式 and 政策框架。

要推进耕地休耕轮作制度化常

态化,须在整体推行休耕轮作制度时,汇聚各方力量,坚持政府主导、农民主体、社会参与。

我国有悠久的休耕轮作传统,比如北方的代田法、区种法、套田法等耕作法就具有休耕的效果,南方稻田也有普遍的冬季休闲制。老百姓习惯于通过施行禾谷类作物与豆类作物、旱地作物与水田作物等轮换种植的方式,保持耕地的土壤肥力。因此,应提高耕地休耕轮作技术模式的实用性和有效性,将蕴藏在农业文化遗产中丰富的、卓越的休耕轮作经验与现代科技结合起来,注重生产与生态相衔接、区域与作物相搭配,探索出适合不同区域、不同土壤类型的休耕轮作技术模式。

各级政府应以市场供需关系为导向,动态确定休耕规模和范围,选择轮作目标作物,通过“有效市场+有为政府”提升耕地休耕轮作的科

学性和精准性,引导农户调整优化种植结构。政府需完善耕地休耕轮作的配套服务,协调落实休耕轮作所需的种子、肥料和配套机具等生产资料。地方政府应根据实际需要,对农户开展必要的耕地休耕轮作技术指导,让农户熟练掌握休耕轮作技术要领,切实提升耕地休耕轮作效果。有条件的地区,还可以扩大农业保险范围,探索新型农业保险,进一步降低农户轮作面临的自然风险和市场风险。

就耕地休耕来说,如果是全年休耕,农户主要靠领取政府发放的休耕补贴来治理耕地,扣减掉治理成本后,农户获得的纯收益较为固定;如果是季节性休耕,农户收益则由两部分组成,一部分是种植收益,一部分是休耕补贴。当然,休耕期并不意味着耕地不能产生经济效益。一些地方通过引入市场化的公

司承包运营休耕地,规模化种植油菜等绿肥作物,达到培肥地力和增加休耕农户收益的双重效果。可见,实行休耕轮作地区完全可以引入市场主体,在保障与提升休耕农户收入的同时,引导农户应休尽休。从耕地轮作试点效果看,农户是否采用轮作方式主要看种植收益。一些试点地区,虽然农业农村部门与农户签订了耕地轮作协议,但农户随时可能改种其他作物。只有让农户收益不减少甚至有所提高,农户才会自愿自觉主动轮作。耕地轮作要给农户提供适宜的技术模式和配套服务,更要注重作物间的收益平衡。政府部门除了给予农户轮作补贴外,还可以通过品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产,提高耕地轮作的经济效益,以此激发农户优化种植结构的内在动力。 (摘编自《中国乡村发现网》)

□郑建钢

日前,浙江省宁波市农业农村局开发出“走在乡村1.0版”应用程序,根据市民不同消费需求设置功能模块,市民通过扫二维码就可登入,一键获取游玩方案。今年国庆黄金周投入试运行以来,后台累计访问量达到13.5万人次,开启了农旅融合的数字经济模式。

今年以来,宁波市着力推进数字乡村“大脑+应用”集成建设,把农旅融合作为其中一个重要的数字化应用场景进行谋划打造。“走在乡村1.0版”投入使用,作为数字赋能农业农村领域的一种探索,既能满足常态化疫情防控形势下市民对市域休闲游玩的刚性需求,又能推动农业与旅游、生态、文化、教育、康养等深度融合,满足了不同人群的多样化旅游需求,推动了乡村旅游的高质量发展。

经过这几年农旅资源的开发,农家乐、民宿产业不同程度地出现了粗放型、同质化发展问题,缺乏竞争力,面临着“成长的烦恼”,游客对千人一面的农家乐、民宿的新鲜感出现了退潮现象。

是游客休闲度假不再需要农家乐、民宿了吗?当然不是。游客需要的,是能够满足不同人群多样化消费需求的具有差异化竞争格局的农家乐、民宿,而不是缺少自己特色的农家小院的集合且来了就后悔、“吃喝玩,不乐”的农家乐、民宿。

因此,在迭代升级“走在乡村”平台,加快数字化建设步伐,打造时尚潮流消费场景的基础上,农家乐、民宿经营者更要顺势而为,充分依托平台优势,更好地培育农旅融合新业态,不遗余力地打造风格鲜明的农家乐、主题民宿,提高乡村旅游资源利用率,实现乡村民宿从注重规模到提升质量的转变,让农家乐、民宿成为促进农旅融合与新兴旅游消费的新引擎。 (摘编自《南方农村报》)

“桂花经济”火了 花卉经济需要“锦上添花”

□丁慎毅

秋风起,桂花香。除了可以赏桂、品桂之外,这份专属于秋天的甜香,也被各大商家玩出了新花样。桂花米酒、桂花蛋糕、桂花酒酿……秋日限定桂花风味系列新品纷纷上市,吸引消费者闻香而来。除了尝桂花美食、品桂花美酒,不少市民还将桂花买回家养护观赏,线上线下的桂花小盆栽销售,都迎来了高峰。

近年来,花卉经济持续升温。即使近几年疫情反复,但在某种程度上反而促使同城配送成为零售刚需,进一步推动人们消费习惯的迁移。据中国产业研究院调查统计,2021年我国花卉零售市场达2205亿元规模,相比2020年,同比增长17.5%。预计到2031年,我国花卉年市场消费需求可达5000亿元。

花卉经济持续升温的背后是花

卉使用场景的延伸和人们消费观念的改变。全国各地正以花卉产业作为标签,将花卉产业向餐饮、电商、会展、文创、旅游等全产业链延伸,助力经济高质量发展。

我国花卉行业产业链分为三个环节,产业链上游参与主体为花材供应企业,产业链中游参与主体是花艺产品制作与花卉产品零售商,下游则是花卉消费者。数据显示,我国现存鲜花相关企业41.47万家。从区域分布来看,江苏以5.06万家鲜花相关企业排名第一,其次是广东、山东等。从城市分布来看,广州有1.78万家鲜花相关企业,位列第一,其次是深圳、南京等。

以广州为例,广州素有“花城”的美誉,是我国重要的花卉产销集散地之一。近年来,广州市推进乡村振兴战略,做大做强花卉产业,促进了观光农业和花卉产业的发展。

政府部门又进一步通过税收减免、政策扶持等方式助力花企稳步转型,在增加花卉附加值上下功夫,使得花卉产业链条不断延伸,以花卉产业为特色的旅游项目和服务体系正在形成,促进了一二三产业融合发展,拓宽了农村增收致富渠道。《广州蓝皮书:广州城乡融合发展报告(2022)》显示,2021年,全市花卉实现产值66.98亿元,同比增长27.0%。

花卉消费逐渐从“节日性礼品”转化为“日常消费品”,为花卉经济带来新的商机。但也要看到,花卉种植端的不可控因素较多,重要节日、极端天气及突发灾难,花卉时效性导致的物流成本较高等,都会导致鲜花脱节、鲜花销毁现象的出现,甚至引发价格飙升或暴跌,对整个行业造成重创。另外,花卉市场的同质化竞争问题也影响花卉经济的

高质量发展。

这尤其需要科技赋能,实现生产端与市场终端的有效沟通和供需平衡,进而实现产业链的延伸,形成良性循环。比如,以技术创新等维度推动人工智能大数据等技术在供应链物流领域的应用,缩短鲜花出库到送达时长,减少物流损耗,完善鲜花供应端。同时,以科研推动花卉种类的丰富性,像浙江大学师生创造选育的七彩油菜花和彩色大麦构成的“油麦画”走红,说明了科技在赏花游中的重要性。

在延长产业链方面,要将花卉产业发展成全链条产业,利用智慧大棚和植物材料保鲜库让鲜花种植和销售四季不断档,同时,一些鲜花可制作成美食,干花可加工如精油香薰、口红、精油皂、鲜花茶等芳香植物以及药品,获得更高附加值。 (摘编自《重农评》)