

聚焦乡村人才振兴

各类人才在农村广阔天地大显身手

本报记者 李晓晴

推动乡村全面振兴,关键靠人。要强化乡村振兴人才支撑,加快培育各类新型农业经营主体,打造一支强大的乡村人才队伍,激励各类人才在农村广阔天地大显所能、大展才华、大显身手。

本版采访了几位乡村人才,他们是创办新型农业经营主体的实践者,是发展乡村新产业新业态的先行者,是应用新技术新装备的引领者,他们活跃在农业生产经营一线,书写着各自精彩的人生故事。

——编者

种粮大户陈龙—— 靠科技种田,几百亩地管起来轻轻松松

早晨5点开始学习,6点半安排人手下地干活,白天随时抽空回答农户提问,晚上还要上网课、复习考试……这是山东省临沂市郯城县归昌乡种粮大户陈龙一天的安排。40多岁的他时常感慨:“一天24小时,不太够用啊!”

流转经营230亩地,托管服务2000亩地,育秧、插秧、打药、飞防,陈龙一年到头在地里忙活。但他却认为如今种地是件轻松的事。“以前无论是田间划锄、灭虫,还是浇水,全都要亲自上阵,现在这些工作机器都能干,靠科技种田,几百亩地管起来轻轻松松。我可以腾出更多精力放在掌握新技术、新经营方式和技术推广上,带动更多乡亲跟上农业现代化的步伐。”

专注学习新技术,还要从2014年陈龙参加新型职业农民培训说起。“培训真让我开了眼,原来种地可以用上这么多机械。”陈龙一细数,“就说打药吧,原来雇人得花不少钱,进田里的人多还容易踩踏庄稼。用上无人机打药,比人工省水、省药,一台机器一天能作业200多亩,相当于八九个人干的量,效率高了,成本降了。”

勇于尝试的陈龙,“毕业”回家注册了农家庭农场,成为县里第一个用上无人机打药的农民。

“参加培训后,明白了一个道理,种地也要

与时俱进。”陈龙积极拥抱智慧农业。2015年开始,他又在自家农场开辟了一块试验田,引进可视化大田监控系统,用上智能灌溉设备。“大田里有了物联网,现在点手机就能远程控制浇水,方便极了。”陈龙说。

科技种田,陈龙从未停下学习的脚步。近几年,只要能报上名的培训,他几乎场场不落,学习科技和经营管理,向更优秀的职业农民请教。去年底,陈龙被青岛农业大学成人教育植保专业录取函授学习,他给记者看自己的网课页面,除了种地用得上的《普通昆虫学》《土壤肥料学》,他还选修了《大学英语》《中国近代史纲要》等课程。每晚收工后,陈龙便对着电脑学习充电,“种了这么多年地,我越来越相信,农民没知识可不行。”

如今,陈龙成了临沂市农民培训讲师团成员。他的微信朋友圈里,大部分是十里八乡的粮农,发的动态里一条条也全是种粮经验:“高温高湿,得少撒点氮肥,不然烧苗”“机械插秧后要抓紧除草,不能错过最佳除草时间”。

乡亲们平时在地里遇到问题,就在微信里向陈龙咨询,“什么时候可以揭膜”“什么时候田里该打药”……只要得空,他都会及时回复。

“当前,我国农业科技进步贡献率达到61%,种粮大户的农业科技应用整体水平不断提升。”北京师范大学中国乡村振兴与发展研究中心教授张琦表示,“一大批种粮大户借助现代科技优势,打造智慧农业示范基地,实现精准化生产和全过程管理,为提升农业现代化水平、守护好大国粮仓发挥重要作用。”

电商达人栾波—— 销路品质两手抓,让好产品飞出深山

“我们的苕粉,既可以下火锅、烧汤,还可以做烧烤,看看这宽粉多弹,快来下载吧……”看到下单量蹭蹭上涨,栾波笑得合不拢嘴,这么久的辛苦总算没有白费。

栾波是重庆市武隆区栾氏食品有限公司负责人,他和苕粉的缘分还要从8年前说起。本来开货车的他,回乡做起了苕粉加工生意。在武隆的不少乡镇,每到农闲,家家户户都忙着做苕粉,但大多是手工制作。“手工制粉,效率低。”敢于“吃螃蟹”的栾波一直想着用机器

提高效率。

正当他为缺资金、缺技术发愁,好政策来了。2016年,武隆鼓励家庭农场发展农产品加工,栾波拿着10万元补贴,置办了干锅炉和烘干机,开始了机械化生产苕粉的新尝试。效率高了,收益明显见长。想要扩大再生产的栾波,又从当地农行申请了助农贷款,一下子补齐了全套生产线。不仅实现了全自动生产,苕粉品质也提高了。

产得出,还得卖得好。栾波四处奔走找订单,苕粉卖进大城市的商超后,又开始琢磨能不能搭上电商销售的快车。去年底,在专业人士帮助下,他的网店上线了,但销售状况不太好。“不了解网店的门道,但有市商务局组织的各种活动,让我获得了不少信息。”今年4月,栾波的店铺迎来销售额的爆发式增长,如今月销售额突破百万,还在以每月10%的速度增长。

销售火爆的背后,得益于号准了市场的“脉搏”。栾波体会:“现在网上产品琳琅满目,面对广大消费者,想要提升竞争力,就不能再像原来那样,苕粉下了生产线,简单包装一下就运往餐饮公司。”紧急联系包装公司、设计师,扩建生产线,开发适合零售的产品,小小一包红薯宽粉被开发出各种吃法,栾波说,“我们先做火锅粉,然后做烧烤粉,把烧烤蘸料也给配好,还有干拌粉,稍微热一下就可以吃,完全瞄准现在年轻人的生活方式跟口味,销路一下打开了。”

尝到电商甜头的栾波,也没忘记周边的乡亲。如今在他的网店里,不光卖自家苕粉,还把乡亲们的玉米、土豆、鸡蛋收购来,统一包装后卖出去,“生鲜产品的包装需要特别仔细,玉米得用泡沫箱,还要加冰袋,面条得用保鲜袋缠起来,避免进虫子,还有防震袋、中转箱等,我们如今服务的农户大小小有数百户。”

最近,栾波刚接到重庆市乡村振兴局的邀请,参加2022年鲁渝消费协作农村电商带头人培训班。他很珍惜这次机会,“可得好好学,给自己的网店销售再加一把‘火’。”

“我国农产品精深加工水平与发达国家相比存在差距,重要原因就是核心技术和高级人才短缺。”张琦表示,“未来应当鼓励农产品精深加工,重视农业品牌化发展,通过创新驱动,培育一批懂品牌、有信誉、经营理念现代化的农村经营型人才。”

产业带头人黄勇锋—— 依托产业一线培育,田间地头长出“土专家”

这两天,在广西壮族自治区岑溪市大隆镇福隆村,坚果加工厂正在加紧建设。“过几天就可以建好,到时候能向种植户收购更多坚果。”岑溪市绿马农业发展有限公司负责人黄勇锋说。

黄勇锋是福隆村人,也是当地的坚果种植大户。“种坚果不容易,大部分品种产率低,收益难保证,我就是想尝试怎么能培育出好品种。”2008年,黄勇锋带着一腔热忱,种了1000多株“桂热1号”和其他坚果新品种。

干一行,钻一行。黄勇锋开始种植坚果后,只要有不懂的地方,就打电话向各科研机构的专家请教。3年后,果树开始产果,然而存活下来的不到200株,这可愁坏了黄勇锋。“多亏专家提供技术指导,怎么种植管理,怎么保果、育苗,果园才渐渐走上正轨。”他坦言。

种坚果时间长了,渐渐了解了果树特性,掌握了改良、嫁接技术,黄勇锋的果园效益慢慢好起来。可就在2013年,他又遭遇了客户退苗,果子上长了黑斑,出现坏果。这种情况就连专家也没遇到过。为了找出“病因”,黄勇锋连续几个月蹲守在树旁,观察有无害虫出没。功夫不负有心人,终于找到病因,开展针对性防治,解决了坏果的难题。

正是凭着这种严谨、务实的精神,黄勇锋和团队一点点积累坚果种植的技术、经验。而今,黄勇锋的坚果园每年产果40万斤,产值270万元,在广西、广东等地发展了4个育苗基地,年出圃坚果苗量达200万株,还先后将9项国家发明专利收入囊中。

2019年,黄勇锋被国家林草局聘为乡土专家,如今他经常到福隆村及周边的坚果园进行现场技术指导,帮农户把关种苗质量、品种纯度,还统一收购,解决了坚果种植户“果树不结果、产品无人收、市场价格低”等问题,带动种植户增产增收。

“田秀才”“土专家”“乡创客”……各地围绕特色产业构建农业科技人才“蓄水池”。张琦表示,“青年科技人才投身乡村,成为农业科技的‘传播者’和创新创业的‘领头羊’,有利于推进科技与产业深度融合,通过人才背后的科研机构、高校或企业的力量共同投入农村发展,形成功能互补、良性互动、协同开放的全产业链创新格局。”

优质服务送到乡亲们家门口

本报记者 高云才 常钦

正值“三夏”大忙,安徽省蒙城县小涧镇小涧社区,机播的玉米苗身挺拔,植保无人机一键升空,实施飞防作业,种植大户蔡丽感慨:“建行裕农通帮助购置农机,种田用上了高科技,省钱还省力。”

近年来,中国建设银行主动担当作为,2019年设立乡村振兴金融机构,以新技术、新方法让优质服务下沉到乡村。截至今年5月末,建行涉农贷款余额2.7万亿元,较年初新增2594亿元,增速10.61%;普惠型涉农贷款余额3382亿元,较年初新增428亿元,增速14.49%。

创新机制,为产业发展提供资金支撑

金融暖风,吹进了千家万户。

“七叔,今年养鹅有什么资金困难?去年狮头鹅销售情况怎么样?”江西省赣州市全南县龙源镇“七叔生态产业园”种养基地,建行全南支行工作人员廖雪与种养大户肖华东拉起家常。

“今年,农场扩大养鹅规模,资金出现了周转困难,我正发愁,银行上门服务,给我授信贷款,送来了‘及时雨’。”肖华东说。建行授信贷款20多万元,解了他的燃眉之急。

3年前,肖华东带着妻子返乡创业,借助建行的“赣农振兴贷”等贷款,开始发展养鹅产业。去年,农业园的肉鹅年出栏量达5万多只,种鹅产蛋量近3万枚,年收入达200多万元,带动了周边不少村民养鹅致富。

“农户发展产业不容易,银行主动走进村上门服务,推出‘赣农振兴贷’‘赣南脐橙贷’等产品,用金融活水激发产业发展新动能。”建行全南支行行长陈彬介绍。截至今年4月底,建行全南支行为农户发放贷款共计2859万元,为乡村产业发展提供资金支撑,促进了农村发展与农民增收。

金融服务创新,通过新机制助力乡村产业。长期以来,由于信用评价难、合格抵押物少、成本收益不匹配等原因,融资难融资贵问题困扰着农户及各类农村生产经营主体。建行紧抓产业“牛鼻子”,有效对接金融需求,围绕粮食、蔬菜、水果、肉牛等产业链条,通过系统、产品和服务模块化装配,打造具有鲜明特色的乡村金融服务,助力农业全产业链发展。

转变方式,为农民提供高效服务

乡村金融来到家门口,农民贷款方便又实惠。“这台机器不仅能帮助咱买农资、购农机,还能帮咱卖鸭梨、缴电费话费,不出村全能办理!”在河南省安阳县韩陵镇梨园村的裕农通互动屏前,业务员李少华一边帮村民张秀萍办理缴费业务,一边介绍。

建行安阳分行裕农通服务小分队,走村串乡、上门服务,细化分工、流水作业,手把手现场指导裕农通业主,确保村民能够自主操作完成业务办理。

梨园村番茄种植基地面积4000余亩,产值8000多万元。“大家都说没想到这么方便,金融服务送到家门口,太安心了。”梨园村党支部书记李顺平说。

目前,建行安阳分行建设村两委数字化普惠金融服务渠道2912个,入驻特色农业企业244家,可为农民提供14项综合金融服务,实现了乡村地区服务全覆盖,为村民提供了低成本、高效率的金融服务。

乡村金融广覆盖,农业农村发展获得精准资金支持。

踏着青石板,循着水波涟漪的河流,仿佛置身山水间。近日,广州市从化区刚落成的独具岭南风格的乡村振兴特色服务网点,吸引了不少人前来打卡。

2020年,建行广东省分行与省农业农村厅签订合作协议,全面支持现代农业产业园、农业龙头企业与“一村一品、一镇一业”特色产业发展。截至今年一季度末,该行涉农贷款余额已近1300亿元,服务农业企业超2000家,助力产业升级,纾解农户难题,金融春风吹向田间地头。

放眼全国,建行每年为超过4700万农户提供惠民、便民交易近1.7亿笔服务。建行发行“乡村振兴·裕农通卡”1836万张,为村民提供助农取款、转账汇款等基础金融服务,还设置社保、医保、申领惠民惠农补贴、民生缴费等功能,大大方便了村民的生活。

本版责编:常钦
电子邮箱:rmbxnc@126.com

丰收的喜悦

近年来,江苏省宿迁市宿豫区大力发展生态藕种植,选用早熟、中熟、晚熟品种错峰上市销售,提升种植效益。目前,宿豫区生态藕种植已达两万多亩,成为乡亲们致富产业。

图为宿豫区生态藕种植基地内,喜获丰收的藕农正把刚挖出的早熟藕运出,准备装车销售。

孙东城摄(人民视觉)

话说新农村

把农产品金字招牌擦得更亮

王浩

品牌是农业农村现代化的重要标志,是兴农强农的重要手段。从“有没有”向“好不好”升级,适应消费需求转型、实现更高层次的供需平衡,离不开农业品牌化

群山环抱的湖北省秭归县,橙红树绿,果香阵阵。“果子按照标准种,品质达标后,统一使用‘秭归脐橙’区域公用品牌。好品牌让好产品身价上涨,价格能翻一番。”秭归县沙镇溪镇三星店村果农颜勇说。目前全县脐橙综合产值超85亿元,品牌价值超31亿元。

靠着品牌兴农的新路子,秭归脐橙飞出大山,成了致富乡亲的“金果果”。放眼全国,五常大米、天津小麦、天水花牛苹果……一大批信誉好、品质优、叫得响的农业品牌不断涌现,丰富了百姓餐桌。数据显示,目前全国绿色、有机和地理标志农产品数量累计达到6.2万个,省级重点培育的区域公用品牌3000多个,脱贫地区品

牌农产品平均溢价超过20%。农业品牌数量快速增长,品牌效益显著提升,有力地带动了产业发展和农民增收。

品牌是农业农村现代化的重要标志,是兴农强农的重要手段。一方面,培育农业品牌可有力促进乡村产业提档升级,优化市场供给,提升农产品价值。另一方面,从“有没有”向“好不好”升级,广大消费者更加看品牌、重质量、求个性,适应消费需求转型、实现更高层次的供需平衡,离不开农业品牌化。但要看到的是,农业品牌总体上竞争力和影响力还不足,市场上农业品牌不少,但叫得响、实力强、带动范围广的大品牌还不多。深入推进品牌强农,

需要脚踏实地、久久为功,把农产品金字招牌擦得更亮。

龙头牵引带动,做强做精农业品牌。让牌子响亮起来,不是简单地换包装、开直播,而是需要长期精细管理维护、日复一日地打造。农业产业化龙头企业可发挥实力强、市场大的优势,在稳定提升产品品质的同时,在品牌名称、企业标识、推广标语上做足特色,并制定长远的品牌发展规划,建立专门的管理运营队伍,不断创新营销方式。只要坚持市场导向,下足“绣花功夫”,定能培育出市场知名度、消费忠诚度高的农业品牌。

政策精准发力,加快补短板强弱项。培育农

业品牌离不开资金、技术、人才的支持,这恰恰是农业农村较为短缺的资源要素。各地可把农业品牌培育纳入全面推进乡村振兴中统筹推进,项目资金向品牌培育主体倾斜,完善激励机制,利用国家现代农业产业园、优势特色产业集群等平台建设,在壮大产业中聚要素、育品牌。更重要的是,应建立健全农业品牌保护机制,维护好区域公用品牌,严厉打击冒牌、套牌等行为,维护健康清朗的市场环境。

好品牌的背后是硬品质。培育农业品牌,更需要农业产业全链条变革。只有品质之“根”扎得深,才能涵养品牌之“叶”更繁茂。要选用优良品种、开展标准化、绿色种植,让一产优起来。攻克技术难题、研发多元产品,让二产强起来。改善物流运输,完善冷链设施,让流通畅起来。总之,要通过补链强链,提升乡村产业竞争力,延长价值链,增强品牌影响力。

推进农业品牌建设,是引领农业高质量发展的的重要途径。培育更多好品牌,让农产品优质优价,促进消费提质扩容,不断满足人民日益增长的美好生活需要,农民的腰包也会越来越鼓。

