

【耳听八方】

山东

全国畜禽屠宰质量标准
创新中心落户诸城

日前,全国畜禽屠宰质量标准创新中心(以下简称“中心”)建设推进会在山东省诸城市召开。会议围绕“中心”对畜牧业高质量发展的作用,“中心”如何规范引领产业发展方向,如何组织建立产学研用一体的协作攻关机制等进行了研讨,并为“全国畜禽屠宰质量标准创新中心”成立揭牌。据介绍,我国是世界上最大的肉类生产国和消费国,建设“中心”能够示范引领全国屠宰行业标准化,提高全产业链肉类消费品质和质量安全管理水平,解决标准化覆盖面有限、屠宰加工集中度不高、冷链配送体系不够完善等问题,提升我国肉类产品质量水平。

福建

搭建农产品展销平台
推进对口援疆工作

口感浓郁的葡萄酒、天然纯正的新疆牛奶、香脆可口的馕饼……来自新疆的各种美食吸引了众多福建福州市民品尝购买。日前,福建省供销社合作社“闽昌情·供销社”新疆昌吉农产品展示展销会在福州启动,现场汇集了昌吉州供销社精心组织的55家农业企业、农业专业合作社以及农户代表带来的众多新疆特色农产品。活动现场,福建供销社名特优农产品展示展销中心、福建当地一家食品公司与来自新疆的18家公司进行了签约,签约金额共1.2亿元。

浙江

全省稻虾种养技术模式
现场观摩培训举行

日前,浙江省农业技术推广中心和浙江省水产技术推广总站联合举办的全省稻虾种养技术模式现场观摩培训会在海盐召开。培训会上,总体介绍了浙江省新型稻虾绿色增效模式示范与推广的情况,3位来自海盐、桐乡、瑞安的种养大户作为代表跟大家交流了稻虾种养经验。与会代表还观摩了海盐县望海街道新福家庭农场、桐乡市崇福镇宏望生态农业有限公司“稻-小龙虾”轮作种养基地。

创新乡村治理模式 书写美丽乡村“网红”名片

【封面人物观点】

作者简介

柯珍堂

黄冈师范学院
商学院副教授

【核心提示】

互联网时代,如何创新乡村治理模式、丰富治理手段和方式,成为时下乡村治理主体必须面对和解决的问题。“网红村”就是乡村依托互联网发展的一条创新探索之路。乡村可以依托网红代言人知名度和号召力,推广乡村社会特色品牌、用美丽乡村书写“网红”名片、精心培育“网红产业”,为乡村社会发展注入源头活水。

【 依托网红代言人知名度和号召力,推广乡村社会特色品牌 】

如何创新乡村治理模式、丰富治理手段和方式,成为时下乡村治理主体必须面对和解决的问题。互联网时代,一根网线串联城乡,乡村已不再封闭。近年来,互联网助推一大批网络新人走红,在各个领域都起到了很好的示范效应,不仅创造了“网红”经济,引领了民众的消费潮流,促进经济社会的发展,而且形成品牌文化效应,促进人们文化娱乐发展,满足人民群众精神文化生活需求。“网红村”就是乡村依托互联网发展的一条创新探索之路。

乡村可以通过发展网红代言人,推广乡村社会特色品牌,吸引更多人关注,帮助乡村发展,从而提高乡村社会知名度,形成良性发展的循环效应。

一方面,对接明星发挥带动效应。当前,

尽管一些乡村结合当地原生资源,通过自身独特的发展方式,各项工作都取得不错的成绩。但是,乡村发展所形成的示范效应不明显、知名度不高、影响力不大。因此,地方政府应根据地域特点、产业分类、文化特色,通过联系一些明星、网红或有一定知名度的人对口支援乡村建设,通过明星或名人的社会影响力,给乡村建设带来人才、资源、技术等。例如,某网红、明星在“双十二”直播为贫困乡村卖农产品,短短几分钟卖空了四十万斤大米、五万罐核桃、十二万袋燕麦面,为贫困乡村的人民群众创收。可见,明星或网红的示范效应和影响力远远超出了人们预期,其带来的“流量经济”也是惊人的。

另一方面,打造本地网红新人。直播“高

流量”带来的效应是巨大的,潜力是无限的,网红主播具有强大的号召力。打造本土“网红”,通过直播的方式参与乡村经济社会建设和农产品品牌推广,可以极大促进农产品销售,提升乡村社会知名度。例如,2019年天猫“双11”当晚,多名贫困县县长走进直播间,借助直播平台售卖当地特色农产品,取得了良好的效果。安徽砀山“网红县长”朱明春4次上淘宝直播推介农产品,销售额达257万元;江西寻乌“美女副县长”米雅娜直播卖百香果,两个半小时售空2万多斤。各个乡村治理主体应主动挖掘当地懂技术、营销、宣传的人才,通过精心包装,专业培训,实战锻炼,打造成为本地化的网红新人,助力乡村社会的可持续发展。

【 合理有序开发乡村旅游资源,用美丽乡村书写“网红”名片 】

乡村地区自然风光优美、特色美食众多、民俗风情别具一格,这些都使乡村成为城市居民向往和憧憬的理想胜地。大力发展乡村旅游,打造“网红”旅游村,可以有效利用乡村社会自然资源,深入挖掘资源背后的价值,带动乡村形成相关产业链,促进乡村经济社会发展。

实施村容村貌整治工程,用美丽乡村书写“网红”名片。发展乡村旅游资源,首要的就是改善乡村容貌环境。近年来,乡村在市场经济高速发展的带动下,城市的一些资源反哺助力乡村发展,使乡村在发展的同时也产生一些问题,在利益至上的驱使下出现资源开发无度、破坏原始生态环境等现象,造成了一些乡村社

会自然资源浪费,原始村容村貌遭到破坏,民风民俗日渐瓦解,群众文化精神生活困乏,等等。这些问题损害了乡村的形象,不利于“网红村”的打造和推广。因此,在乡村开发过程中,合理、有序开发自然资源,重点实施村容村貌整治工程,做好乡村整体建设规划,改善道路交通,加大绿化覆盖率,实施垃圾集中处理、厕所革命、危房改造等一系列措施,进一步改善乡村环境、卫生、生态条件,提升旅游环境的竞争力,以及游客旅游的体验。通过建设美丽乡村,提升旅游舒适度、满意度,塑造“网红”旅游村的正面、靓丽形象。

开发旅游休闲度假项目,为“网红”旅游村注入丰富内涵。旅游休闲度假项目不仅能创

造大量的就业岗位,充分利用农村富余劳动力资源,也可增加农民家庭经济收入,还能进一步带动农村传统美食、民俗文化、特色产业的发展。例如,西藏拉萨柳梧新区达东村过去是典型的半农半牧村,在实施发展旅游休闲度假项目后,利用抖音、快手等新媒体平台,通过旅游达人小视频和网红直播等方式,大力宣传推广当地旅游资源,吸引了大批游客慕名而来,极大地促进了当地乡村社会发展。当然,开发旅游休闲项目,在利用好“网红”效应的同时,政府也应因地制宜,做好顶层设计,合理引进社会民间资本,统筹人才、技术、资金等资源,实现各个参与主体的互利共赢。

【 利用互联网平台和乡贤优势,精心培育“网红产业” 】

乡村振兴靠的是产业振兴,产业是乡村社会可持续性的重要保障。近年来,在我国经济发展带动下,乡村产业逐渐由单一依靠农产品种植业扩展到旅游业、餐饮业、畜牧业、服务业等多个产业,并与一些新兴产业进行融合,由此诞生了一批“网红产业”。所谓“网红产业”,就是指区别于传统产业,具有明显当地特色,通过互联网产生规模化、品牌化,拥有流量经济特点的产业。当前,应充分利用互联网的优势,构建一体化服务平台,复兴一些传统特色产业和拓展新兴产业,精心培育一批“网红产业”,共同为乡村社会发展注入源头活水。

充分利用“互联网+”产业模式,打造品牌效应应明显产业。当前,互联网已经融入社会经济生活的各个方面,优化了资源配置和信息交互方式,极大地促进经济社会发展。在互联网时代背景下,广大乡村治理主体要紧跟时代潮流,积极引入互联网,学习互联网发展模式,借助互联网助推地方产业发展;农民主体要打开发展思路,积极学习互联网知识,掌握“互联网+”产业发展技能,转变传统产业发展思维,利用好互联网平台和技术;各级政府要加强互联网设施建设,推广、普及互联网应用,进一步降

低互联网进入农村的成本和费用,使广大农村感受到互联网的便捷性和高效性。通过互联网,产品和服务信息才能真正传递给全国各地消费者,特色和新兴产业才能真正形成规模,最终形成强大的品牌效应,成为“网红产业”。

吸引乡贤复兴传统特色产业,厚植具有地方特色的产业。传统产业是乡村发展的基础,也是乡村发展的命脉所在。激活复兴传统乡村特色产业,既是传统乡村发展必然要求,也是乡村振兴的必经之路。乡村社会的传统特色产业,多半是农业,复兴特色农业势在必行。一方面,要在农业种植和规模,农产品种类、推广、销售,农产品产量和品牌方面整合资源,提高传统农业产品种植规模和效率,拓宽传统农业产品销售渠道,打响传统农业特色产品高质量的品牌;另一方面,政府要制定相关政策,号召和支持乡村贤才或有一定资源的人员重返故乡兴办企业或合作社、通过采用资源入股等形式,提高农民参与的积极性和创造性。通过合作所生产的产品和服务才能形成规模效应,具有规模才能形成产业,才能在数量、特色、品牌方面形成一定的影响力。

搭建产业服务一体化平台,打造具有口碑

效应产业。增强乡村产业可持续性和知名度,必须要搭建“产业+服务”一体化平台。通过产业服务标准化的一体化平台,提高产品服务能力和水平,提供及时消费售后服务,有利于打造口碑化产品,提升产品服务的知名度。搭建“产业+服务”一体化平台,首先应提高品牌意识,在产品生产、销售、推广、服务过程中,确保每一个环节、每一个步骤,每一个细节,控制质量和安全,为社会提供天然,安全无害,健康有益的产品;其次应通过与专业物流企业合作,做好运输保障工作,为人们提供及时、新鲜、健康的产品和服务;最后应做好售后服务,及时处理、解决人们在销售及使用产品或服务的过程中出现的问题,提升消费者的消费体验。只有建立产业服务一体化平台,服务才会有保障,才能形成良好口碑的传播,进而让“网红产业”“网红村”长红。(摘编自《人民论坛》)

