高质量改善农民住房条件 以新型农村社区建设为统揽

陈峰 徐静

近年来,我县严格落实省委、省政府《关于加快改善苏北地区农民群众住房条件推进城乡融合发展的意见》精神,认真贯彻省、市改善农民群众住房条件专题会议要求,按照城乡融合发展的要求,坚持把农房改善工作作为乡村振兴的龙头工程,在2016年6月份启动推进农村康居工程先行先试的基础上,加大力度、纵深推进,取得阶段性成效。

截至2019年底,全县累计改善农房11302户,新建农村新型社区49个、房屋3680户,规划发展村庄原址改造3224户(含1939户四类重点对象危房改造)。截至2020年9月中旬,全县已改善农房13718户,40个新(扩)建农村新型社区、2168户住房在建;其中,进城入镇796户、进新型农村社区2305户、货币化安置7555户,四类重点对象农房改善工作已全部完成。特庸王村、海河旭日、洋马贺东、千秋沙港被列为省新型农村社区示范项目,千秋镇沙港村、黄沙港镇洋中居、洋马镇贺东村、海河镇烈士村成功列入盐城市第一批特色田园乡村试点。

一、新型农村社区是改善农民群众住房条件的科学选择。

近年来,我县经济社会发展势头良好,连续四年入选全国县域经济百强县;即使是在不同寻常的2020年,全县经济社会发展仍然稳中有进、亮点频现。但不容回避的是,全县农村居住形态离散化、基础配套碎片化、发展不平衡化,仍然是制约农村群众改善住房条件、改变生产生活方式的主要因素;同时,农村整体就业吸纳能力远远低于城市,回农村创业、就业的成功概率低于城市或经济发达地区,农业的低附加值使得包括青壮年劳动力在内的生产要素持续向城市流动;城镇完善的基础设施配套、优质的公共服务资源,很难辐射到广大农村群众。加之我县农村人均可支配收入不高,农村留守人口老龄化现象逐渐严重,更多农民群众进城入镇购买住房不符合实际。

结合实际情况,综合考虑农民群众家庭负担、经济承受能力、生产生活方式,改善农房意愿等诸多因素,建设新型农村社区这种"既不离土又不离乡"的就地城镇化安置方法,是广大农民群众最乐于接受、经济负担最小、改善住房条件效果最好的一种选择。从城镇化体系结构来看,新型农村社区是多层级城镇化体系的末端,以基础设施城镇化、生活服务社区化、管理方式多样化为表征,是农民共享现代化成果的重要路径。从基础设施公共服务配套来看,推进新型农村社区建设,改变广大农村原有分散居住现状,集中居住既可以优化农村居住布局,促成一定规模的人口聚集,也使得公共设施资源服务半径相对较小、服务效果便于呈现、服务质量便于保证,更加有利于基础设施配套建设,更加有利于开展文化惠民、基层党建等集体活动,不断地造浓崇德向善的良好社会风气。从改善农村人居环境来看,新型农村社区建设是改善农村人居环境的重要抓手,可以有效改变我县部分村庄整体规划不足、教育资源短缺、医疗资源瓶颈、社会保障滞后、养老水平较低等短板问题,通过集中建设新型农村社区的道路、亮化、绿化、污水设施、公交站台、电子监控等基础设施,可以有效解决农村污水收集、垃圾清运、秸秆焚烧等问题,加快建设"美丽射阳",不断提升广大农民群众的幸福感、获得感。

二、正视农房改善工作推进中的短板问题。

1、工作碎片化问题比较明显。我县农房改善工作涉及发展改革、资源规划、财政、民政、住建、交通水利、农业农村等多个职能部门,少数工作的推进上存在瑕疵。具体表现为:土地的精细化使用程度不高,重建新、轻拆旧现象依然存在,土地复垦及验收工作较滞后。同时,基层熟悉项目选址规划和工程质量监管的专业技术人员严重不足,属地镇区工作整合能力偏弱;已建成入住的新型农村社区,重建设、轻管护现象比较明显等。

2、特色产业发展相对滞后。缺少配套产业支撑的新型社区,在群众"稳得住、能致富"方面存在风险,极有可能"二次空心化"。农村地区土地市场中介服务组织不足,在信息来源、土地价值评估、规范服务等领域活动有限,导致土地流转效率普遍较低,在一定程度上抑制了社会资本到农村投资。受制于农村地区市场发育程度不足和社会组织化程度低的现实问题,农业龙头企业、种养殖大户、专业合作社、激励措施、就业创业平台普遍偏少。此外,针对基层政府培育和引进的部分现代农业经营主体经营管理人员少、发展后劲不足等问题也普遍存在,很难同农户结成真正意义上的经济共同体关系。

3、社区治理经验面临不足。原搬迁村落和农户多为没有交集的独立生活单元和利益群体,常住人口大多都呈现静态的低度流动性状态,原村级公共事务相对单一。集中居住后的新型农村社区人口规模较大,打乱了原有的熟人社会关系和情感纽带,或多或少地造成社区建设规划、人口搬迁、拆迁补偿安置、土地流转、集体收益分配等问题集中呈现,急需新型农村社区在文化建设、环境保护、基层党建、社区搬迁居民心理融入等方面加快职能转变。

三、科学施策助力搬迁居民共享改革发展成果。

一是科学选择新型农村社区建设模式,不断提高社区治理能力。本着"地缘相近、人缘相亲、利益紧密、联系方便、村民自愿"的原则,综合考虑管理幅度设置的科学性,目前可采取的建设模式包括"一村一社"、"一村多社"、"多村一社"等多种形式。就我县实际情况而言,"一村一社""一村多社"适用范围较小,操作不当易导致重复建设。建议选择靠近集镇、交通便利的行政村为中心,整合吸纳零散居住的其他村落、危旧房屋住户、靠近污染源、水源地、生态红线的农户,打造全新的"多村一社"的新型农村社区,并将其建成为搬迁居民共享基本公共服务的平台。同时,积极探索社区物业自治与村两委统筹管理相结合的模式,推动管理人员、管理方式、经费来源等问题有效解决,健全社区治理组织体系,促进社区治理组织规范化建设。

二是优化社区基本公共服务配置,着力增强搬迁居民获得感。作为基本公共服务重要组成部分的村居,社会保障起步晚、统筹层次低、保障力度小,如不能有效应对农民年老体弱带来的经济风险,将直接降低农民群众的主观幸福感。为此,在优化新型农村社区基本公共服务配置时,要严格落实《江苏省"十三五"时期基层基本公共服务功能配置标准(试行)》,明确基层基本公共服务配什么、谁来配、如何配,并按照"设施配套集约齐全、公共建筑适度实用"的原则,努力实现以标准化推动均等化、提高普惠性的预期目标。需注意的是,由于搬迁至新型农村社区的农户老年群体比例较高,须充分尊重农村老年人口生活习惯和服务需求,突出服务"养老"主题,保障社区老年居民安享晚年,让群众真正享受到现代小区的便捷舒适。

三是培育发展现代产业,切实带动搬迁居民增收致富。以土地规模化、集约化使用为总体思路,建立健全县、镇、村三级土地流转服务中心,在信息收集与发布、政策咨询、指导合同签订、纠纷调解等方面的发挥管理和服务功能。利用连片土地资源,调整优化农村产业结构,适度引入社会资本拓宽农业功能,延长农业产业链,推动农业的"接二连三"发展。通过,精准落实"省50条""市20条"等惠企政策,促进生产要素由城到乡回流,在部分规模较大的新型农村社区周边合理规划建设产业园区、创业园区和农业示范园区,以镇为单位推广"特色产业+"模式,结合射阳特色产业,因地制宜打造"药材+"、"蚕桑+"、"稻米+"、"渔业+"等产业布局,力争把新型农村社区打造成城归人员返乡创业的示范点,加快形成"一镇一产业、一点一特色"的产业配套格局。此外,通过扶持农村的非遗传承人、民间艺人、民间文化的保护和发展,特别是一些历史文化名镇(村)、农业文化遗产、传统村落、古树名木的保护和旅游发展,深度融入红色文化、农耕文化、渔港文化等元素,打造射阳的区域品牌。

四是发挥基层党建作用,深度推进搬迁农民参与社区治理。认真贯彻和落实《中国共产党农村基层组织工作条例》,发挥农村的自治作用,动员群众参与乡村治理的能力,增强其主人翁意识,主动参与、维护、推动农村的和谐、稳定、发展。通过对"枫桥经验""马庄经验"的学习和借鉴,继续推进射阳基层党建阵地标准化规范化建设,引导农村新型社区基层党组织在围绕"聚焦聚力强动能、善治善为强作风、在践行'两海两绿'路径中谱写射阳新篇章"的目标下,强化基层党群服务中心整体功能,发挥纪检监察组织的监督巡视工作,保证农村基层的有效运转,全面落实"四议两公开",着力将新型农村社区打造成我县基层党建新标杆。

(作者单位:县政府办、县委党校)

日前,县委党校组织教师开展"你好,支书!"现场实境微党课竞赛,精彩的业务练兵活动提升了教师的备课和教学能力,展现出党校老师的朝气和活力。 刘勤磊 摄

日前,县委宣讲团成员、县委党校负责人在县行政中心二楼东会议室宣讲县委十五届六次全会精神。 陈芳 摄

对射阳大米产业品牌建设问题的调查与思考

陆玉维

近年来,随着城乡居民人均可支配收入增加,人们已越来越重视品牌消费,倾向于选择那些影响力大、品牌形象好、营养价值高、化学农药少的绿色有机农产品。那么,我县作为连续多年获得"全国粮食生产先进县"的全国超级产粮大县,面对消费者消费理念的变化需求,面对激烈的市场竞争形势,该如何利用自身优势,立足立稳市场?如何抵御风险,实现农产品增值?如何形成持久品牌竞争优势,朝着更具规模化、品牌化、产业化方向发展?这些值得我们深入思考研究。因此,本文拟结合我县大米产业品牌建设的创建优势和问题,提出几点建议。

一、"射阳大米"品牌建设的创建条件。

1.自然条件优越。得天独厚的土地资源与优越的水资源及气候环境,成就了我县全国产粮大县的地位;独特的气候环境和水土资源,造就了我县大米优良的品质和别致的风味。射阳属于典型的海洋性湿润气候,四季分明,是江淮气旋入海口,夏季冷暖空气交汇频繁,春夏回温慢,作物生长期长,特别适宜稻米生长。我县境内水网纵横,水系合理,排灌分开,功能完备,使农作物旱涝保收,土壤有富钾的特性。我县的水资源丰富,独具的区域特点、独特的气候环境、独有的水土资源,因成就了射阳大米富含营养、晶莹剔透、香醇绵甜、安全健康,且糯而不粘,有"北有五常、南有射阳"的美誉。

2.社会知名度高。我县正在以绿色书写生态,以生态构建和谐来优化产业布局。不同的生态种植模式,已让我县"农"字牌渐变成我省农业的"金"字招牌。2019年,"射阳大米"入选中国农业品牌目录,成为中国地理标志产品。今年9月初,"射阳大米"又一次成功入选2020年江苏农业品牌目录。16年来的筚路蓝缕,16年的玉汝于成,"射阳大米"这些多项国字号、省字号桂冠的取得,给大米企业增添更多的效益、给种植户带来更多的收入,绘就了一幅产业化服务、标准化生产、规范化经营的壮丽画卷。

3.政策优势明显。"射阳大米"成绩的取得,是县委、县政府始终坚持把大米产业作为我县促进农业结构调整、农民增收致富、农村经济发展的一项重点工程来扎实推进的结果,更是县大米协会多年努力的结果。根据进中扬优原则,要把射阳放在长三角一体化战略布局中进行全面考量,找出差别竞争、以特致胜的着力点。当前,射阳大米产业已从自给自足发展到供给全国各地。从2017年的60家大米加工企业,发展到今年的62家,从2017年的年生产能力的200万吨,产销量80万吨,发展到今年的300万吨与100万吨的产业集群。"射阳大米"已在上海、浙江、昆明、四川等地10多个省市设立300多个直销窗口,已进入20多家国内知名网站和跨地区超市、卖场。

二、目前"射阳大米"品牌建设存在的问题。

1. 品牌的市场竞争力需进一步加强。作为已享有"生态射阳、天下粮仓"美誉的老牌产粮基地,我县一些企业目前虽然也享有比如"中国名牌产品"、"中国优质稻米基地"、"中国农产品区域公用品牌"等这些"国"字牌称号,但是面对不断变化的市场需求,还需百尺竿头,再进一步。目前我县还缺乏一批具有竞争力和带动力的产业品牌龙头企业,还需更多的企业上下联动引领,需要更多的龙头企业与配套企业形成相互支撑的局面,产业才能协同发展,才能协同建设有竞争力的现代农业产业体系,而我县大米存在的生产管理水平偏低、营销能力薄弱等问题是市场竞争力差的主要原因。

2.品牌的保护机制需进一步健全。由于企业资金实力有限,同时受企业性质、企业规模、企业经营者素质、管理模式等因素限制,我县的水稻农产品很难能在短时间内产生品牌效益,在品牌认知上也存在困难。此外,大多数企业管理人才和企业家都是由农民成长起来的,他们对现代化的管理理念认识不足。面对复杂的市场形势,他们难以承受突如其来的危机,集群企业就难以形成组团出击、抱团联合、集中打响品牌的合力。为此,这些都需要政府对品牌给予一定的支持和保护,及时制定科学、严密和全面的品牌保护方案,帮助企业实现更高的经济效益,更好地应对市场挑战。

3.品牌的内在品质需进一步打造。如今市场竞争激烈,要建立持久的品牌影响力,就必须占有较好的市场,提升产业的关联度,不断推动产品创新,以及严格把控绿色大米的生产质量。但目前仍有个别企业重利益、轻品质,科研投入和开发费用占比偏低,规范化、标准化的生产与管理不能有效落实,产品质量得不到有效保证。有些企业仍然使用简陋的机器设备进行产品加工,对于建立标准化的管理、智能化的生产、品牌化的产品重视程度不够,产品可替代性很大,这样势必影响产品销售,更难以赢得更大的市场空间。

4.品牌的外界形象需进一步提升。目前射阳大米网络推广渠道仍须完善,很多企业只重视线下销售,排斥线上订单。传统营销渠道可以实现绿色大米的销售,但随着"互联网+"与大数据时代的来临,网络营销、网络推广已经成为许多企业推广销售的方式之一,且越来越受到企业的重视和应用。而对于把电子商务引入地理标志产品进行销售的问题,我县有很多企业认为很有必要,但也有一些企业或个人不认可,觉得引入电子商务可有可无,短视认为网店需要投入过多的人力物力财力。此外,品牌产品的相关法律法规不够健全,惩罚力度、质量监管保障措施存在缺位现象,认证产品管理水平不高也都会在一定程度上影响品牌的美誉度与认知度。

三、射阳大米品牌建设的几点建议。

1.一以贯之为品牌"梳妆打扮"。

精准定位大米市场。积极引导企业与农户实施大米分级包装,积极推荐大米"三品一标"认证;重视品牌大米的分级,改变过去将大米划分为"特等、标准一等、标准二等和标准三等"的方法;消费者平时食用的大米是有等级之分,要通过品牌一级、二级、三级之分,让消费者感受到企业的专业和贴心关怀,包装、计量也要实行多样化;持续不断地开发新品,在有机米、富硒米、胚芽米、生态米的基础上开发儿童米、孕妇米、粥米、综合营养杂粮米;围绕品牌价值核心,有目标、有计划、有重点的,以标准体系来规范和引领品牌大米生产,并推动品牌大米发展要素优化配置。

建立产销对接模式。产品销售要从"集市"走向"大型超市",加快建设专卖店、标准化连锁加盟店等经营场所,扩大品牌的熟识度和影响力,提高产品的忠诚度;与在市场上有良好声誉的销售商建立直接关系,与大型超市签订合同,进行专柜销售,形成产销对接;让超市担任向消费者保障粮食品质的第三人,同时让消费者通过对有良好声誉的销售商的信任转嫁到对粮食企业的信任,让优质农产品既要产得出、产得优,更要卖得出、卖得好。

加大品牌推广宣传。政府要为绿色大米产业发展提供更多支持,帮助大米经营企业建立营销网络、拓宽营销渠道;企业根据企业实际情况,可通过公共媒体、互联网、展销会等多种方式进行产品活动宣传、品牌特色宣传、品牌文化宣传等;适时制定和实施网络营销,加大品牌宣传推广力度,尽早建立网络品牌;加强传统渠道的完善工作,充分利用各种展销会等活动的契机,提高销售量,也可利用团购等形式,薄利多销,扩大产品知名度,提升大米品牌的美誉度,不断提升品牌外界形象;充分利用公共关系资源进行口碑营销,如赞助公益活动、捐款等,树立良好的品牌形象。

构筑质量诚信体系。质量信誉是营造良好发展环境的根本要求,质量信誉是品牌赢得顾客忠诚的源泉,有了诚信,质量品质才有保障。居民购买大米时最看重的是品牌,因为品牌本身就代表着优质的产品。因此,企业一定要以诚信为本,建立诚信体系,从"要我讲诚信"向"我要讲诚信"转变,使企业、个人自觉规范经济行为,形成诚信自律机制,用诚信打造品牌形象,赢得消费者的信赖和认可。

2.一着不让为品牌增加"含金量"。

从选种、培育到生产全过程严格把关。品牌质量是品牌核心价值的基础,精细化生态种植是产品质量的保障;积极推进大米标准化生产,只有生产出有品质保证的大米产品,才能形成优秀的大米品牌;建立优质育种基地、全力推行标准的水稻绿色生态种植技术,统一提供优质秧苗,坚持优选南粳系列优良品种,普遍推广标准化生产,将绿色、有机、无公害"三品认证"覆盖整个稻作区;有效减少农业面源污染,在农药残留、化肥用量上要远低于国家食品安全指标,在肥料使用上要突出绿色生态;对水稻的播种、栽培进行合理规划,既要做到用地、养地结合,还要采取秸秆还田、增施有机肥、种植绿肥及稻豆轮作等方式增加土壤肥力,严格进行减排指标考核,量化生态效益,实现经济效益与生态效益相统一。

从储藏、加工到运输销售全过程保证质量。为品牌提质升级,就要从品种的选择一直到大米加工的全过程都要保证质量,品质为上;在储藏、加工过程中,大力推动标准仓容建设,制定高于国家标准的射阳大米地方标准体系,在直链淀粉、胶稠度等理化指标上要高于国家优质大米标准;在大米加工管理中,要引进先进的科学技术,采用先进的网络和信息化管理,使加工企业在质量监管的过程中实现规范化、程序化、透明化;要重视产业全环节、全产业链的全程质量监控管理,加大资金投入,不断完善和调整大米标准,推行大米认证体系,推进大米质量安全标准检测体系建设,完善大米标志制度,通过对品种价值、品质价值、营养价值、口感价值、功能价值和市场价值的打造,让品牌走得更高、更远;在大米运输销售中,还要注意拓展销售渠道,提高品牌市场认知度,加强与专业运输公司合作,保证稻米运输的安全性和效率,减少流通环节和交易成本。

3.一心一意为品牌"保驾护航"。

品牌保护需要政府与协会的共同作用。从政府角度来说,要帮助大米经营企业建立营销网络,通过优化品牌布局,以行政手段为大米营销提供渠道;政府还要制定农产品质量标准,制定农产品品牌建设法规,规范农业企业和农户的行为,要强化大米品牌使用中的内在自律和品牌使用的外在保护与监管,通过增强品牌使用者的品牌意识,使之明确大米品牌滥用的后果。大米生产企业也应健全完善多渠道营销网络,网上网下,双通道营销;大米协会要担负着实施建立健全行业自律性管理制约机制,以规范市场秩序;当然协会也要助力企业品牌建设,从多方入手切实保证射阳大米产品质量安全,工作既要着眼于心,服务于大局,也要强化自身功能,履行好责任,主动担当做好服务。

品牌保护需要接受消费者的信任督查。消费者是企业品牌经营者的上帝,以市场为中心,也就是以迎合消费者需求为中心。假冒品牌产品,事关消费者的合法利益,事关社会和舆论关切,我们要在大米品牌营销与保护工作中,让消费者能够通过便利的渠道识别和购买到真正的品牌大米,也要能够将真正的射阳大米品牌展示给市场和消费者,把已具备地理标志产品保护认定、中国驰名商标认定的品牌大米,集中展示在政府官网醒目位置,通过大米全产业链可追溯体系,接受消费者网上查询和监督;品牌经营者也要建立完善的市场监察系统,随时了解市场上消费者的需求变化状况,及时地调整自己的产品,使品牌在市场竞争当中获胜,从而能够让企业保持和提升品牌竞争力,使品牌更具活力和生命力。

品牌保护需要提升企业内在自律水平。主动向社会公开有关信息,增加透明度,接受社会各界的监督;落实服务承诺制度,公开服务内容、服务标准、服务责任,以塑造良好的品牌形象。创新是企业品牌的灵魂,是企业活力之源。只有不断创新,才能让企业品牌具有无穷的生命力和永不枯竭的内在动力,发展和壮大企业品牌。企业内部也要成立打假办,有组织地进行打假,积极配合政府执法机关或协会开展打假工作;加强自身品牌商标的管理,制定专门的商标管理制度,把商标管理纳入全面质量管理之中。对商标的使用、标识的印刷、出入库、废次标识的销毁等,都要进行严格管理。企业要配备熟悉商标知识和商标法规的管理人员,使他们成为品牌的捍卫者。

(作者单位:县委党校)

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn