

高粱满山岗 酒香大溪边

——大溪边乡蹲点调研手记

偏远山村如何走好强村富民之路,是开化实施乡村振兴战略亟需思考解决的一大难题。今年3月16日,在大溪边乡宣讲党的十九大精神、交流乡村振兴战略时,专题了解了乡里关于红高粱产业发展情况,曾经和乡里的同志说,期待未来出现一个“高粱满山岗、酒香大溪边”的红高粱小镇。8月27日,再次来到大溪边乡,蹲点调研红高粱产业,看现场、聊现状、谋举措、话发展,启发很大。

高粱红了——染红了千亩山岗

走在上安梯田的田间小道,看到层层梯田里种植的全是高粱,远远望去,绿叶红穗、碧水青山、蓝天白云、素墙古亭,呈现的是一幅自然和谐的乡村画卷。与其他乡镇不同的是,两侧的梯田,红绿相间,基本没有抛荒的田地。

乡党委书记姜美鸿介绍,该乡从2015年在上安村开始试种200亩红高粱,经过3年的探索和实践,已经发展到了今年的810户2138.3亩。目前,全乡12个行政村中有10个村种红高粱,已然成为大溪边乡的第一产业。

从无到有,从少到多,3年种植面积增加10倍,扩大了这么多当然令人欣喜,但我更关注的是,这个过程是如何推动的,老百姓是怎么自发加入的。

姜美鸿告诉我,这个过程并不难,主要把握了四个方面的积极因素。第一,党员带头种。种红高粱刚开始是新鲜事,农户不敢尝试,所以最初是发动党员带头试种。2015年上安村种了200亩,其中16名党员就带头种了140余亩。到目前,全乡种红高粱810户中,党员占了106户,种植面积占四成多,党员先上,农户就会跟上,有了党员带头,农户种得放心。第二,政策推动种。为了激发广大农户的积极性,乡里在县农办支持下出台了扶持政策,每种植一亩红高粱补助200-500元;同时,村里还以1.5元/斤保底价收购,有

了补助加保底,农户种得安心。第三,职能部门指导种。县农业部门专门成立了组团联村专家服务团,不仅每周二定时上门服务,而且农户在种植过程中遇到什么技术难题,专家也会随叫随到。农技干部郑校平成了大家的老朋友,总是第一时间上门服务,农户种得顺心。第四,良好效益激励种。发展新项目最关键的还是收益,种红高粱投入成本低、劳动强度不大,但收入不错,尤其是酿制高粱酒效益更好,农户有效益,种得开心。

高粱红了——浸红了百姓心田

上安村72岁的余献虎是个地道的农民,夫妻俩去年种植红高粱3.5亩,总产量4270斤,酿制红高粱酒1620斤,收入40500元。上安村书记余雄富给我介绍了他村里一位普通农户的例子,表示现在种红高粱的收益非常可观。

他简单算了一笔账,一亩红高粱平均收成800斤,若直接让村里保底价1.5元每斤收购,再加补助200-500元,每亩收入在1500元左右。但农户很少直接出售,而是用来酿红高粱酒,出酒率40%左右,一亩可出320斤酒,当年酒售价25元每斤(存一年则翻一倍),收入8000元;除去每斤高粱代加工费6元,折算下来纯收入6000元左右,再加上一季油菜收入1000元,平均每亩也有7000元,种的好的一亩地甚至年收入近万元,这比种水稻、其他旱粮作物都要好。

余雄富还说到,农户种出来的红高粱基本都拿到酒厂、酒作坊酿酒了,现在有些酒厂高价收红高粱都收不到,市场是供不应求;这么高的收益,相信以后种红高粱的人会更多,规模还会更大。

我想,种红高粱是一条促进山区农民增收的实路子,大溪边乡先行先试,取得成果之后,农业部门应该作个调查研究,其他乡镇是否可以学习借鉴推广,能否出台县级层面的专项扶持政策,促进种植、

加工氛围的形成,加快全县红高粱产业的发展。

高粱红了——催红了集体经济

红高粱可以带动农民增收,那对集体经济发展作用如何?现在几个村发展红高粱都是哪些模式?在村支部书记座谈会上,我首先提出了这个问题。

在座的几位村书记纷纷表示,他们村党支部已经通过“村种”“村收”“村加工”等多合一的模式来发展红高粱产业,探索壮大村集体经济新路径。

上安村党支部自2016年以来,就把外出创业农户闲置的田地统一租来,由村集体种植红高粱,租金200元/亩,种植了100多亩,村集体年收入每年增加了10多万元,既完成了消除集体经济薄弱村任务,又解决了土地抛荒难题。

黄谷村书记方先荣说,今年村集体在山坡地上种了280亩红高粱。山地有一定坡度,不易积水,更有利于高粱生长,目前长势良好;同时村里还打算以每公斤高于市场价1元的价格,向全村种植农户收购红高粱,再加工成红高粱酒,由村里统一经销。

今年,阳坑口村、下湾村等村也都由村集体统一流转了100多亩土地,同样实行“村种、村收、村加工”,管理有序加上天公作美,预计种植肯定不会亏本,如果加工成高粱酒,村集体年收入将达到10万元以上。

但在提到全乡红高粱种植面积还可增加多少时,却得知全乡适合种植的地方总共也不会超过3000亩。受到空间环境的限制,我提出乡里村里在继续扩大种植规模的基础上,关键还是要向二产、三产拓展,延伸产业链。目前,大溪边只有两家酒作坊稍具规模,加工能力不足,村集体正考虑利用现成闲置房产,建酒作坊,加工销售或者租给大户经营,增加经营性收入。

高粱红了——唱红了小镇梦想

今年以来,大溪边乡党委把打造“红高粱小镇”作为实施乡村振兴战略的主抓手,实施“1+X”产业发展计划,即以红高粱为主,因地制宜发展香榧、清水鱼、中药材、油茶、水蜜桃等,培育长短结合、种养结合、产销一体的产业格局。

目前,乡里正筹备“丰收钱江源 美丽大花园”为主题的开化县首届红高粱文化节。同时还谋划打通大溪边乡墩南至淳安县汾口镇坦村的公路,把红高粱产业向淳安汾口镇、枫树岭镇延伸,使上安梯田景区与千岛湖下姜景区紧密对接,开发“上安下姜”旅游线路,推进两地产业、人文融合发展……

对未来的红高粱小镇,乡村干部和广大农户充满了信心,一致认为这是践行“两山”思想的成功实践,是富民强村的有效路径,是乡村振兴的重要载体。我也提出要加快步子,多条腿走路。要策划好红高粱文化,实现文化、故事、景观、产品相互交融,一二三产融合发展。要打响品牌,可以考虑成立红高粱产业协会,注册统一品牌商标,把品牌发布纳入文化节。要加强种植、加工、销售等技能培训,针对加工能力不足的问题,可以遴选一批乡村干部出去培训,或请师傅进来指导,培养一批种植、酿酒、销售骨干,积蓄人才资源力量。还有村企结对帮扶、标准体系建设、校地合作等方面,都可以统筹考虑,同步推进。由此想到,无论强村还是富民,关键乡村两级党组织要开动脑筋,因地制宜,只要有责任心,真正当做自家的事来干,办法总比困难多。

高粱红了,一个“高粱满山岗、酒香大溪边”的红高粱小镇正向我们走来。也期待更多的强村富民产业在好地方各个角落开花结果。

中共开化县委副书记、政法委书记
余尧正

开化“乡村发布会”探索文明实践新模式

——开化县音坑乡姚家村蹲点调研报告

新时代的新思想怎样更加鲜活地讲进百姓心里?社会主义核心价值观如何让百姓熟知践行?基层治理怎样更加有效地带动百姓互动参与?当前,新时代文明实践在全县火热开展,如何用好文明实践载体,问需于民,服务于民?带着这样的疑问,5-7月份,我多次到音坑乡姚家村蹲点调研,与村两委共商破题之计,设计了“姚家发布”的工作载体。

一、问需于民,架设“乡村发布会”连心桥

开化县音坑乡姚家村位于音坑乡东北部,距离乡政府5公里。全村辖2个自然村,12个村民小组,356户,1204人,其中在外务工700余人,常住人口以老人和妇女儿童为主。调研中发现,村民对传统媒体的新闻内容关注不多,觉得内容相对滞后、不够及时。虽然现在智能手机已经很普遍,但村里的老人有的不多、用的更少,因为“麻烦”“不好用”,对外获取信息更多地还是靠口口相传。而年轻一代虽然通过网络、智能手机畅通了信息获取渠道,他们对有效信息辨识度不高,容易偏听偏信、以讹传讹。另外,对村里的大事小事,“大家都关心,但不好了解,了解到也不及时”。面对这种种现象,我意识到,如何打通主流声音进乡村的“最后一公里”,架起上级精神与百姓需求的“连心桥”,可以成为文明实践一个很好的切入点。举办“乡村发布会”的想法便逐渐浮出水面。

1.设计“姚家发布”。“新闻发布会”我们都熟悉,但一般只开到县一级,广大农

村也可以有“发布会”。“姚家发布”应运而生。我们选取每周五下午村民聚集时段,在农村文化礼堂这一现有阵地,通过群众喜闻乐见的形式,用当地土话、用群众语言,论时事、讲案例、说故事,传播思想、沟通村务、联接内外,寓教于乐、成风化人。

2.把握整体定位。就是“把新闻发布开到村里,把新思想讲进百姓心里,把矛盾化解在沟通里”。本着“民有所呼、我有所应”的原则,“姚家发布”以信息发布为出发点,以解决思想问题和现实问题为落脚点,将思想政策精准传给村民,将村务信息实时传给村民,对村民关切的大小身边事务解疑答惑,提升乡风文明、助推治理有效。

3.确定发布内容。主要有三方面:一是习近平新时代中国特色社会主义思想及相关党的创新理论、政策和时事要闻,提高村民思想认识水平。二是县乡党委、政府近期涉村工作安排、村委重点工作,增强村民自治的积极性,拉近干群关系。三是村内贴近村民生活实际、发生在村民身边的大事小事,增进村民间互帮互助氛围。

二、深读民意,探索“乡村发布会”运行模式

1.组建团队、合力共管。由村支委、村委会成员组建“姚家发布”编辑部,村妇联主席担任发布人,县文明实践中心办公室、音坑乡文明实践所负责每期“姚家发布”内容审核。要求每周四之前编辑完成发布内容。

2.丰富形式、浓厚氛围。按照“语言通

俗易懂、形式喜闻乐见”的要求,发布会以“发布+沟通”“娱乐+教育”“线上+线下”“思想+信息”的方式进行,并在每次发布会之前教唱、演唱村歌、红歌等文艺实践,达到寓教于乐的目的,做好发布会氛围铺垫。

3.规范程序、扩大受众。每周五下午3时,在文化礼堂举行“姚家发布”,解答反馈村民提出的村情村务、基层治理问题,时长约15分钟。同时,将“姚家发布”实践内容上传村乡贤微信群,第一时间将发布内容传送给寓外乡贤。后续,通过“听发布在姚家”微信公众号推送“姚家发布”内容。

三、紧贴民情,放大“乡村发布会”社会效应

1.宣传群众。如何创新工作载体和方法,让新思想和党的创新理论“飞入寻常百姓家”?和百姓照本宣科、干巴巴地讲大道理,肯定行不通。“姚家发布”能够“接地气”,在发布内容上下了功夫,不当“复读机”、当好“翻译机”,把新思想融入时政要闻中、融到典型案例里、融进大小身边事,再用当地土话来讲,让农民爱听、听得懂。在第7期“姚家发布”中,围绕习总书记在浙江省委关于“八八战略”实施15周年情况报告上作出的重要指示,发布人结合村里的实际情况说道:“在习总书记的嘱托下,我们老百姓的生活过得越来越红火。村里的红窑里以前是污染环境的砖厂,现在是吃得住的好去处,我们的日子越来越有奔头!”

2.教育群众。教育不是灌输,而是要

用润物细无声的方式,通过道德感召、新风化人,让社会主义核心价值观入耳、入脑、入心。“姚家发布”向村民讲述身边的好人故事,邀请“最美人物”到村民身边现身说法,传播正能量、引导向善心。用周边实际案例向村民宣扬婚丧简办的好处,封建迷信的坏处,提升村民认同感,自发从小事着手,不断扬新风、除陋习。针对留村多为老人儿童的特点,传播教授实用知识,比如防溺水知识、急救知识、诈骗辨识、老年保健知识等,既实用又有启迪。

3.服务群众。随着“姚家发布”不断深入开展,为民解忧、回应关切的作用不断凸显。村民通过网格收集、发布现场、微信群表达诉求,比如“什么是一户多宅”、土地确权政策等等,这些问题在“姚家发布”现场,由发布人一一解答,5月至7月间解答各类问题36人次、化解矛盾纠纷7次,为10天内拆除“一户多宅”5户、2238.6平方米奠定了民意基础,搭建了沟通互动桥梁和矛盾化解平台。针对社会热点问题,发布人也第一时间回应村民关切、和村民互动,最大化消除负面信息的负面影响。

“姚家发布”运行以来,基层反映内容接地气、形式鲜活,群众接受程度高,取得了比较好的效果。经在全县推广,当前已形成“姚家发布”“说说翁村”“高合小喇叭”等16个各具特色的“乡村发布会”,实现全县15个乡镇(办事处)全覆盖,“乡村发布会”这朵“文明花”正在钱江源“大花园”不断绽放。

中共开化县委常委、宣传部长 周玲娟