

# 杭州余杭区:村里来了职业经理人



位于杭州市余杭区中桥村的一家西餐厅内景 新华社记者马剑 摄

春节将至,浙江省杭州市余杭区永安村出品的一款农产品新年礼盒,行情开始走俏。“米浆、米酒、米线、酱鸭,今年我们主打‘有福同享’,带动了周边7个村的农产品销售。”38岁的刘松笑着透露,去年春节礼盒卖了2000多盒,其中还包含余杭区结对帮扶县的农产品。

刘松是永安村聘请的农村职业经理人。2020年9月,他通过选聘成为余杭区第二批“乡村CEO”。初到永安村,刘松面对的是村干部口中没有资源的窘境——这个位于杭州城西的村子97%的土地属于永久基本农田保护范畴。

“没有资源怎么办?”经过几个月的调研,刘松在一片稻田中着手解答这道必答题,绕过资源短板探索从场景突破。“集思广益,我和团队创新开发了‘稻梦空间’数字化应用,重点打造稻田认

养、研学活动两大场景,推动集约化订单种植。”刘松说,农业全产业链数字化发展带动该村亩均收入由2000元提高至6000元。

现如今,这一片稻花香不仅为永安村带来了超过10万人次的接待游客,也带动周边7个村、3万亩永久基本农田集中连片发展。刘松和其团队的农村经营性人才培养已在业内小有名气。

刘松在永安村的突破,是余杭区2019年以来探索引育农村职业经理人模式的缩影。通过出台招引政策、明确职能职权、强化培养激励等举措,余杭区持续探索破解乡村人才缺口、经营困难、管理无序三大难题,进一步激活乡村发展的组织细胞。截至目前,该区共有28位农村职业经理人在岗在职,累计接洽引入项目95个,累计吸引投资金额2.28亿元,所在村集体经济增幅明

显。

在村域面积不到10平方公里、主打“农文旅”融合发展的中桥村,山东姑娘肖萃2023年2月作为农村职业经理人来到村里,首先面对的是如何提升人气的难题。“当时村里的人气并不旺,农家乐雷同性较高。”肖萃花了半年时间对现有资产资源开展调研,决定开发闲置宅基地和闲置农房,积极发展研学基地、露营地等新业态。

环境好起来,人气旺起来,“七山一水两分田”的中桥村开出了颇受年轻人欢迎的西餐厅,2023年村集体经营性收入更是突破150万元。24家精品民宿、农家乐在与村子的协同发展中尝到了甜头。“我们的客户群体基本都是文一西路上的年轻人。”59岁的周永生经营着一家精品民宿,24小时6800元的团建包场很受欢迎。

余杭区农业农村部门的统计显示,2023年,在农村职业经理人的助力下,全区累计盘活闲置农房256宗,面积约21万平方米,带动村集体和农户增收逾1.2亿元。“从顶层设计到落地,他们有自己的思考在里面,弥补了我们的思维局限。”中桥村党委书记王晓晨毫不吝惜地夸赞。

在这场稻田里的“实验”中,余杭区努力厘清村委会与农村职业经理人之间的关系。“一定要让专业的人来干专业的事。”径山村党委书记俞荣华对此颇有感触,“人和人之间难免会有不同的想法,要建立良好的沟通渠道,相互尊重,加强沟通,寻找共识。”

“80后”的唐文铭正是在与小古城村党委书记林国荣合作过程中,找到了聚力共谋的智慧。“我们农村职业经理人只是乡村运营的一环,相信随着这项试点规模的扩大,一定能找到乡村振兴的最优解。”唐文铭说。

2019年,唐文铭回到家乡径山镇时,整个径山范围内只有1家咖啡店,而现在仅他工作的小古城村就分布着4家咖啡店。“常住的咖啡消费群体多起来,这至少能从一个侧面说明,越来越多的年轻人回来了。”他说。 来源:新华网

## 年味渐浓,年货市场“旺”起来

踏进腊月门,年味铺满集。连日来,南京各大商超年货礼盒、年货饰品组团“上新”,年货市集上“硬货”满满,电商平台玩出“新花样”……无论是线上还是线下,处处洋溢着迎新年的喜庆气氛。

### 红红火火囤年货

1月19日下午,记者来到南京金桥广场,一进门,浓浓的年味扑面而来,售卖春联、中国结、红灯笼等年俗饰品的商铺,吸引许多市民驻足选购。

“采买年俗用品是我们每年迎新的‘必备节目’,把家里装饰得红红火火的才叫过年。”市民张晨选购了一些含有“龙”元素的窗花和春联,还给儿子买了两个龙玩偶。

“今年‘龙’元素的各类年俗饰品都卖得很好,比如福字、春联、彩灯、玩偶等。”商铺老板雅南说,今年饰品的种类很丰富,单单“福”字自家店铺就有近50款,既有传统纸质的,还有烫金、绒布、毛绒的,都很受欢迎,“现在不少年俗用品都出现断货情况”。

各大商超纷纷开启“年货模式”,琳琅满目的商品与喜庆的装饰无不展现出浓浓的年味。“我们从全球甄选出超百款年货新品,以新奇特商品为会员打造灵感新年。”山姆会员商店南京雨花客厅店相关负责人介绍,如迪士尼授权的魔术嘉年华套装、888片的福禄寿新年新春拼图、“自由财富号”的积木玩具等,全家参与,兼具趣味性和互动性的新潮年货受到会员们的喜爱。

位于南京汉中的鲜花批发市场内,各种蝴蝶兰和北美冬青占据商铺“C位”。

“临近春节,市场内客流、销量都有所增加。”汉中门花卉市场总经理倪志翔介绍,元旦以来,市场切花整体采购量约150箱/天,每箱1500支,均价2元/支,预计年三十当天采购量可达250箱。

### 年货市集聚人气

1月20日,南京都市圈“8+2”城市商务部门协同举办的“2024南京都市圈网上年货节”在南京举办。现场各类摊位前人头攒动,吆喝声此起彼伏。在这里,市民不仅能够买到本地年货,还可以“足不出市”购买湖南张家界、陕西商洛、青海西宁等对口帮扶城市的农副产品。

“我们自家有一个1000多亩的农场,所有产品都是纯手工制作,绝对不用冻品冻货。”钱记生态酒店的摊位前围了不少人,一袋袋腊肉整齐地摆在摊位上。酒店总经理沈峰介绍,这次来参与市集主要是想进一步宣传品牌,让南京百姓品尝到生态有机的新春农副产品和一些年货土特产。

不远处,一罐罐茶叶吸引记者的注意。摊主正一边介绍产品,一边邀请市民品尝。“莓茶有消炎、祛痰功效,像喝水一样直接饮用即可。”张家界甘小果农业发展有限公司总经理王志刚告诉记者,由于张家界独特的地质地貌和独有的气候条件,产出的莓茶幼嫩茎叶中总黄酮平均含量超26%,在当地被称为“长寿藤”。“此次来南京参加市集,主要是想拓宽产品销售渠道,寻找新的合作伙伴,同时也让本地市民更多了解莓茶。”

### 动动手指备年货

除了线下传统年货节活动,线上的年货节也满屏年味。

“3、2、1,上链接……”在悦购钟山的年货嗨特购直播中,主播们使出看家本领,让手工豆干、手工粉条、天然菌菇、杂粮、农家菜籽油等苏北特产,通过“云端”走向全国各地。“线上产品主要围绕省内24个帮扶地区的农特产品,以地区专场的形式开展,每场活动仅限1—2个地区产品。”江苏钟山电商公司总经理钱晓波说,本次线上促销活动中,商品整体毛利率从15%左右降低至5%—8%。

“2024年‘孩子王年货节’围绕龙年氛围,主推过年聚餐场景、营养补充场景、儿童生活场景、寓教于乐场景、潮酷出街场景等五大特色的各类龙年限定款新年礼盒。”孩子王公共事务负责人王琳说。本次年货节,参与品牌共计1000多家,万元单品近百款,爆款单品上万款,线上线下全渠道补贴超千万元。

“我们围绕吃住行游购娱多方面需求,推出年货外卖、共享团圆餐、特价团购等促销活动,涵盖外卖、美食、生鲜零售、酒店/民宿、丽人/生活服务200多个品类。其中,年货‘次日达’服务覆盖全国2000个市县。”美团相关负责人表示,活动期间还将推出超级品牌日、超级门店日等活动,并将在苏州、南京等城市推出超省好物节,联合本地商户共同发放消费券。

值得一提的是,南京本地的农副产品、特色美食及文旅产品走进抖音东方甄选“百城百味——南京专场”直播间,让更多的网民了解、购买南京产品,以进一步释放“商文旅”多元消费新潜能。 来源:《新华日报》