

衡阳乡村振兴的求索之路

■王柏新
(作者系市社科联主席)

产业兴旺的重点在于因地制宜、扬长避短选择优质农产品，发展新型农业；新型农业发展的关键在利益分配，只有互惠互利，才能可持续发展。

党的十九大从新时代新征程的战略高度，提出了乡村振兴战略，强调要坚持农业农村优先发展。中国的乡村怎样振兴，带着这个问题，笔者走访了一些农村和涉农企业，已在农村奋斗了十年的湖南大三湘油茶股份有限公司，其十年耕耘与探索给了我们许多有益的启示。

一、乡村振兴的基础是产业兴旺

乡村落后，主要就是产业落后。人地矛盾突出、小农经济长存、自然条件恶劣是农业发展的三座大山。这“三座大山”使中国农业长期在低水平徘徊。要改变中国农业的面貌，就要走中国特色的农业产业新路子，积极“培育农业农村发展新动能”。该公司的发展，笔者认为就是奔向农业发展产业的一个新动能。

二、产业兴旺的重点在新型农业

中国农村的现状决定了产业兴旺的出路只能是农业。在我国目前的国情下，中国只能走具有中国特色的农业现代化道路，以供给侧改革为突破，以现代化经营为纽带，大力发展优质高效新型农业。如何发展新型农业？

既要保证粮食生产，又要提高经济效益，这使我国农业发展选择范围十分有限，只能科学地去利用农田空闲的时段和山地、水面。从湖南和衡阳地区来看，油茶不失为一种最佳的选择。

2010年，中国茶油产油量为28.1万吨，同年中国食用植物油消费量超过2500万吨，茶油只占1.12%。这说明茶油生产大有可为，且茶油树不占田地，管理相对简单，应该是南方，特别是湖南农业供给侧改革的最佳突破口。该公司先后投资1亿余元，历经十余年，现已拥有油茶种植基地40万亩，带动农户近5万户，生产茶油1600吨/年。

三、新型农业发展的关键在利益分配

该公司的经验告诉我们，初建之创就把农民的利益与公司的发展紧紧捆在一起，值得推广。每户农民在油茶初种期，每年可增收1—1.5万元，在茶油盛产可创收10—15万元。2018年，该公司又更改运作模式，由农民自发组织起来，形成一个个油茶庄园。包技术、包融资、包收购，充分发挥农民的自主权，同时又最大限度地让利于民，尽量扩大油茶的受益面，形成“漫山桃树无需偷，遍地花开无人摘”的局面，进一步挖掘了油茶的延伸产品，把茶油的利润全部让与农民。

四、利益分配的根本在心中有民

做农业实体经济必须要有情怀，要心中有民，只有为农民谋利益，创业之路才会越走越宽广。在这方面，该公司是这样做的：

服务农民：发展产业扶贫。建设了40万亩

油茶种植基地，通过租地农民返聘扶贫、公司领办合作社扶贫、发展林下经济等多种方式，已带动4.8万多农户参与种植管护，家庭年收入提高到3—4万元；开展助学兴教。以公益基金会等形式发起“千校千茶园”公益项目，为贫困乡村小学建起一个百亩油茶园，既可以作为教学实践基地，又可以持续帮助学校增收。

教育农民：培训农业技能。从育苗开始培训农民种植油茶树，包括种植、剪枝、施肥等农业技能，提高油茶的产果率。传授管理经验，油茶庄园的管理模式，能让农民学习先进的农业经验、运作模式和营销方式；教育农民如何构建生态循环经济，建设现代化农业、品牌运营等农业经验。提倡自食其力，过去，是送钱送物帮助贫困户，现在，贫困户须到公司参加义务劳动领报酬。

造福农民：实现增收创收。采取“公司+农户+合作社”的形式，提升农民收入。目前已带动基地上万户农户参与种植管护，家庭收入提高了3—4万/年。捐助贫困学子，公司目前已陆续出资300多万元，资助了300多位贫困学生，其中2016年11月成立的专项基金总规模将超过5000万元。

总之，要落实乡村振兴战略，首先是产业兴旺、产业兴、百业兴；产业兴旺的重点在于因地制宜、扬长避短选择优质农产品，发展新型农业；新型农业发展的关键在利益分配，只有互惠互利，才能可持续发展；而利益分配的根本在于心中有民，将农民的利益置于心中，为民谋利、与民共享。

如何让会议新闻“和蔼可亲”

■段玉贤
(作者现供职于衡阳日报社)

会议新闻要学习群众语言、熟悉群众语言、善用群众语言、增强新闻语言的时代感、现实感，拉近新闻报道与群众的距离。

文章自古贵创新。古人所讲的“惟陈言之务去”“文章须自出机杼，成一家风骨”等都是谈文章如何创新出彩的。会议新闻也不例外，也需要推陈出新。那么，如何让会议新闻变得“和蔼可亲”呢？

长期以来，会议新闻报道已形成了自己固有的模式和套路，内容领导化、写作模式化、语言机械化等，给读者留下的印象难免枯燥、缺乏生活气息。导致出现会议新闻领导很重视，读者却不爱看，宣传效果大打折扣的情况。

要写好会议新闻报道，首先内容要“实”。特别是对于领导活动和会议报道，要合理取舍，给受众提供有价值的信息、观点，突破以往会议报道过于“全面”的问题。比如，在会议中，我们通常对会议的程序及所有方面进行“全面报道”，但结果很可能是受众对这些方面一个都没记住；或是对某个方面感兴趣，想深入了解，但新闻中一句话带过。因此记者要跳出会议新闻抓新闻，把参会领导的重要观点拎出来，同时把与群众生活密切相关的热点内容抓出来。

另外，很多会议新闻是将来时叙述，但对于将来这些目标能否实现很少体现。笔者认为，应采用跟踪报道的方式，报道目标落实情况 and 进展程度，一来可以增加读者的关注度、提高吸引力；二来可以起到督促有关部门兑现承诺的作用，从而使会议新闻报道更加“实”和“亲民”。

语言求“俗”。通俗、大众化的语言是会议新闻联系读者的一条“纽带”。会议新闻的语言越通俗和大众化，读者读起来越亲切。要让读者一读就懂，因此写会议新闻要学习群众语言、熟悉群众语言、善用群众语言，增强新闻语言的时代感、现实感，拉近新闻报道与群众的距离。这其实也是使会议新闻更有亲和力，在群众中造成深刻印象的有效方法。特别是专业化强、工作化的语言，一定要虚心求教，并做好注解，切不可照抄照搬。

标题求“动”。标题就是会议新闻的一双“眼睛”。“眼睛”亮不亮，关系会议新闻有没有吸引力，关系到读者爱不爱看。因为读者先看标题，标题有吸引力，才会往下看。标题求“动”，就是少用形容词，多用动词，“动”起来的标题，才会让人过目不忘。比如，2012年12月南岳高速开通，会议报道标题《高速路，高速度》；再如《让太平官不再太平》《小课堂带来大教育》《差五毫米当不了公务员》《注重第一时间和最后一公里衡阳市提前预判、科学应对强降雨，力保零

伤亡》等。

导语求“活”。导语是引导读者去阅读会议新闻的一扇“门”。导语写得精彩，会议新闻才会有读者，才能吸引读者眼球。要善于从读者的视角写导语，把与读者生活息息相关或老百姓最为关注的内容提炼到导语中来，激发读者的阅读兴趣。

开门有声。把声响、象声词灵活地写进导语，如，“嘟嘟嘟——正在开会的民警李军腰间的对讲机响起来。他马上接通，与呼叫人通话。原来呼叫人是他辖区内的居民，有困难求助民警。”

开门见景。即导语的第一句为背景。如消息《足不出户方便购物（引题）邮政开办邮购新业务（主题）》的导语：记者从今年我市召开的中国邮政邮购商品展示会上了解到，消费者只要有一本邮购商品目录，足不出户就可以买到货真价实的商品。

开门见问。消息一开头，就抛给读者一个大问号，这是很能抓住读者心理的一种手法。如：春节一天天近了，快递包裹的柜台前一片红火。人们在年关前寄出的是什么？又如：看到到过商场购物需要排长队，但你听说过收银员点钞竟把手指磨破皮的吗？这一幕近日记者在某商场亲眼目睹。

总之，会议新闻报道需要改进的地方还很多。新闻记者只要不断总结经验、勇于创新、改进文风，就一定能写出满意的会议新闻报道。



群音荟萃



■黄群慧 中国社会科学院



■刘培林 国务院发展研究中心



■盘和林 中国财政科学研究院



■朱云来 金融专业人士



■董希淼 中国人民大学

一个国家的经济现代化过程是工业化与城市化互动发展的过程，工业化成为城市化提供了经济基础，而城市化成为工业化提供了优质要素和广阔的需求市场。

随着我国进入到工业化中后期，城市化进程也不断加快，对工业化进程牵引需求作用明显。在处理工业化与城市化关系过程中，尤其要注意两个方面的问题，一是要提高城市化质量，避免城市化与实体经济脱节，要让城市化进程真正发挥对实体经济转型升级的需求引导作用；二是要不断提高服务业效率和促进服务业结构升级。城市化是服务业成长为经济运行中主导部门的必要条件，科学的城市化战略和高水平的城市管理，对于促进服务业效率提升至关重要。当前，我国医疗、教育、养老等事关社会民生的服务业质量和效率还有待提升，在一定程度上反映了我国城市化质量水平还不够高。而且，由于工业化后期产业结构升级和工业化进程深化，需要高质量的生产性服务业支持，提高城市化质量、促进服务业效率提高和服务业结构升级亦是深化工业化进程的必然要求。

城市发展，“解放”人比“抢人”更重要。那么如何衡量？直观笼统的说法是“人尽其才”。仔细思考一下什么是人尽其才？可能需要从人的能力差异出发，来界定什么是人尽其才。人和人的能力是有差别的，达到什么样的状态才算是人尽其才呢？我觉得应该是这样：潜在的企业家和创新者能够充分地成长起来，像熊彼特强调的那样，他们一代接一代不断拓展人类知识边界。而其他的不具有企业家和创新才能的、只具有作为普通劳动者才能的人，则在给定的知识边界下按照新密所强调的逻辑：深化分工，凭借热能生巧的效应，把既有的知识边界所容纳的全部生产率潜力充分释放出来。两者当中激发企业家才能和创新精神是难点。

从本质上来说，一二线城市的所谓消费降级，其实是消费阶段从质的消费快速向感性的消费迈进，消费者更加追求最能表现自己个性和价值的商品，更加看重感性的情绪体验。而很多三四线城市还在从量的消费向质的消费过渡。从总体上看，我国仍然处于消费升级的进程中，这与“低欲望社会”的特征不符。

鉴于我国社会的复杂性和地区之间情况的差异性，在过去很长的一段时间里，地区间经济都是以阶段性的步调往前发展，而这种发展态势很有可能在未来继续保持。所以，部分城市出现的某些现象并不等于整个经济社会的普遍现象，我们应当全面地看待“低欲望社会”问题，复杂地而不是简单地看待理解中国社会。

我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。增长速度快是好事，但我们的发展已经到了要重视质量的阶段，有质量的发展才有更长远的意义。即便是有比较快的发展，如果质量不好，将来也有可能出现更大的问题和风险，所以应该有辩证思维，要有平衡。

经过长时间发展以后，现在已经有了相当的基础了。也正因为有了这个基础，我们更需要有策略地来发展，不必那么着急。因为如果你做得太快，又难免欠缺系统完整的论证，在未来可能会产生一定风险。所以，有时候需要以退为进。一个经济体里要想救所有的生产单位，有的经营已经有问题了还是去救的话，不但没有把它救好，反而会把原来做得好的也拉下来了。所以，需要有全面的、综合辩证的考虑，要强调更多地由市场来决定经济的走向。

党的十九大报告提出，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度。长租公寓对租购并举的住房制度建设有重要意义。有关方面应高度重视其中的问题，尽快出台相关办法，集中整治和规范管理。首先，健全住房租赁市场监管制度。一是明确相关部门职责分工；二是加强统一管理，抑制过快扩张；三是细化制度安排。对存在严重违法违纪行为的机构，应加大惩戒力度，引导有序退出市场，净化市场环境，保护好租客权益。

其次，加强住房租赁信贷审慎经营。要以深入开展互联网金融风险专项整治工作为契机，加快取缔无资质的借贷平台，杜绝野蛮“租金贷”。此外，租客自身应提高风险防范意识和能力。在租房时擦亮眼睛，尽量选择经营规范、实力较强的中介机构；签订合同时，要仔细查看各类协议文本，谨慎签字并妥善保护个人信息，谨防掉入披着“贷款”“分期”外衣的“租金贷”陷阱；如有信贷需求，应通过正规金融机构申请。

■全荃
(作者现供职于衡阳新闻网)

谣言止于智者，主动向网民把事情的情况、原因、解决办法等说清楚，并且积极主动地把问题解决好，谎言、谣言将不攻自破。

随着互联网在我国的迅速发展，网络媒体已经成为传播业重要组成部分，其信息丰富、传播及时、涵盖范围广、互动性强等特点，让网络媒体迅速发展成为最大的信息传播平台和最具影响力的舆论集散地。

2018年8月发布的第42次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2018年6月，我国网民规模为8.02亿，手机网民规模达7.88亿，每天多达数亿人在网络社交平台上发表言论。

一、网络时代舆论引导工作面临更大压力

在互联网迅猛发展的今天，宣传思想工作既面临着机遇，也面对着挑战。一方面，互联网能为我所用，成为宣传思想工作的新阵地、新平台、新窗口；另一方面，互联网也可能成为有害信息传播、负面舆情泛滥的源头。

近几年来，随着改革向纵深推进，一些社会矛盾时有激发，一些突发性事件和负面舆情也时有发生，且这些舆情事件往往或首先发声于网络，迅速传播于微博、朋友圈，

一时间炒得沸沸扬扬。

互联网的交互性、虚拟性和快捷性，从某种意义上来说助推了当今公民的“个性表达”等，同时也让各级党委、政府的工作“公开化”“透明化”。可以说，网络舆情犹如一把“双刃剑”，用得不好，当然皆大欢喜；用得不好，则压力更大。

二、当前网络负面舆情偏多的原因探析

一些业内人士认为，中国自网络出现之日起，网络舆情就体现出一种偏激和非理性。为什么会出现这样的情况？笔者认为，有以下原因：第一，年青人有着较为强烈的个人意愿表达的需求，而网络的交互性和虚拟性，则为满足他们这种需求提供了极好的平台。第二，有相当一部分网民存在“无脑喷”的情况，有时网上出现负面舆情，他们就会恶评如潮，即使有些是不真实的，他们亦如此。

三、要以开放的思维应对网络舆情

目前，随着国家越来越注重网络管理，我们必须清醒地看到，互联网不可能一点负面的东西都没有，也不可能无休止地去删帖。因此，必须要以开放的思维认真看待、积极应对网络舆情。

（一）要主动正视网络舆情。事实上，网络舆情不能回避，也无法回避。要善于利用网络的相关部门，主动征求网友的意见，改进自身工作，让网友体验其工作的复杂性和艰巨性，这样就会赢得网友的好评。

（二）要变“堵”为“疏”。古人有句话，叫做“防民之口甚于防川”。在当今网络社

会，要想网友不说话、不挑刺确实很难。但从另一方面来看，这也有利于改进工作，有利于整个社会的民主法制建设的进步。谣言止于智者，主动向网民把事情的情况、原因、解决办法等说清楚，并且积极主动地把问题解决好，谎言、谣言将不攻自破。

（三）要变被动为主动。在网络上发声，方式方法需要考究，被动发声和主动发声效果不一样。目前，我市不少职能部门都选出了自己单位的新闻发言人，举办新闻发布会就是一种不错的传播手段。它往往能够率先发声、赢得主动，这样正面的声音形成了，负面的东西就炒不起来。

（四）官微公众号也要做好“段子手”。在网络上发声，“阳春白雪”和“下里巴人”所产生的效果也会不一样。如共青团中央的新媒体，他们的应用工作就十分值得学习——在微博、微信，乃至短视频平台上，自称“团团”的官方账号不仅紧跟时事，而且在重要网络舆情上从未缺席；“人设”风格上既要得了宝，也卖得了萌，当然会引起积极反响。数据统计，其“呼叫团团”通道，目前以点赞、留言、评论等各种形式的互动，相加起来每天能够达到2500万次。

可以说，通过转型，共青团中央展现给大家的形象不再是一个高高在上、冷冰冰的工作机构，而是一个充分展现亲和力、与年轻人交朋友“段子手”。而我们也希望，这样愿意经常与群众交心的机构、媒体越来越多，将中国的网络空间营造得如徐徐之清风、皎皎如明月。