

## 浙江杭州临平区积极探索职业经理人参与乡村运营——

# 村里来了“CEO”

姜丹华 苏润原

东园载酒西园醉，摘尽枇杷一树金。当前，浙江杭州临平区的枇杷陆续成熟进入采摘期，金灿灿的枇杷点缀在绿叶间，个头硕大压弯了枝丫，清甜可口的滋味令人向往。

一年365天，枇杷热销期只有短短半月，其余的日子靠什么过？位于京杭大运河畔的临平区，来了一群特殊的“CEO”，他们是

农村职业经理人。正是靠他们，即便没有枇杷，日子照样红火。

近年来，临平区积极探索职业经理人参与乡村运营，加大资源统筹力度，激活集体经济“造血”功能。截至今年4月，全区共有“乡村CEO”12名，运营项目57个，预期经济效益2000余万元。

收益的“现金流”，是以村集体为主导的多元经营主体根据乡村资源禀赋，因地制宜运用市场化手段盘活乡村内外部资源，促进科技、资金进乡村，吸引青年、乡贤回乡村，打通“绿水青山”向“金山银山”转化的通道。

乡村运营有效地将“美丽乡村”转变为“美丽经济”，产业的发展与经济的繁荣又能回过头“反哺”生态环境整治，为其提供必要资金支持，实现乡村建设投入和产出良性循环，充分激活乡村发展内生动力。

乡村运营，人才为要。农村职业经理人不仅要具备组织管理与沟通协调、资源分析与整合、产品营销与品牌策划、产业策划经营与业态招商、资金运营管理、建设工程管理、新媒体及电子商务运营、数字乡村建设管理等方面的知识和能力，而且要有懂农业、爱农村、爱农民的情怀。

为此，临平区不断健全人才招引机制，科学下发年度经营目标任务。对内，通过竞争性申报方式，引导镇、村

一级开展乡村运营需求调查；对外，通过竞争性市场薪酬，以优厚的绩效福利待遇，吸引青年人返乡，让专业的人干专业的事。

崇贤街道鸭兰村职业经理人冯胜万精准聚焦红色文化和两大非遗元素，自主编制《鸭兰村文旅概念规划》，打造“鸭兰薪火”文化品牌，推出红色研学路线、非遗绣花体验，统筹村域文旅融合。2022年6月，为纪念中国共产党杭州市首个村支部——中共鸭兰村支部成立95周年，鸭兰村启动大运河1927红旅文化节，崇贤街道有了自己的节庆品牌。获评“浙江省美丽乡村特色精品村”后，村集体经营性收入达254.1万元，同比增长80.2%，每年吸引各界约5万人前往参观学习及开展社会实践。

同一街道的三家村职业经理人吴景顺把大运河畔的和园、三家村渡口、藕遇公园、三家村藕粉非遗工坊体验点等串珠成线，打造运河文化示范带，通过农旅研学、丰收节、农事体验等活动，以及创建直播电商中心等，带动村庄增收、村民致富。

近两年，临平区农村职业经理人新增报考人数400余名。他们有着多元化背景，是来自各行业的精英；熟悉市场运作方式，善于链接资源；深谙乡土文化，富有情怀理想。在乡村振兴战略的号召下，“乡村CEO”成为带动农业、农村、农民实现共建共享的“领头羊”，是共同富裕道路上的逐梦人。

### 赋能农村职业经理人

引进人才是开始，留住人才是关键。临平区常态化开展座谈分享、资源对接、部门联动，赋能农村职业经理人，给予其一定经营决策权，支持职业经理人列席驻点村社班子会议，全面了解村社事务和发展情况，充分发挥经营才能。

崇贤街道沾桥村毗邻大运河，村内古桥林立，为典型江南水乡。在村庄沾桥西面有一定数量的闲置独立房屋，加上周边水乡风貌，共4万多平方米。职业经理人袁小萍提出要盘活这片资源，打造文创园区。然而，这片区域房屋产权、行政归属复杂，还有多幢危房，需要多部门统筹协调，仅靠村内无法解决。随即，袁小萍向街道和周边乡镇汇报情况，最终区农业局出面协调，沾桥村文创园区的用地权属问题得到解决，危房得以改造。通过新媒体平台，闲置的30余间商铺用市场化招商方式，成功吸引商超、企业项目、舞蹈培训等10余种业态，招租率达100%，为村集体增收100余万元。

同一街道崇贤村职业经理人陈李波在日常乡村运营中发现，一个村庄单打独斗并不占优势，不如以“平台共建、资源共享、产业共兴、品牌共塑”，实现区

域联动、抱团发展。

引入专家团队论证后，崇贤街道绕城城北八村以整镇连片的方式，打造“崇贤共富联合体”。由崇贤村、鸭兰村、沾桥村共同出资注册“崇贤礼赞”区域品牌，目前接待了21批次的省内外调研、考察、驻村实习等团体，增收共计约46万元。一种多村联动的全能型农文旅业态实践初具规模。

“乡村CEO”为乡村经营、产业发展带来新理念新气象，但也存在“水土不服”的现象。有的反映所学理论难以指导实践，有的到农村后找不到发展方向，还有的难以适应乡村创业环境，最终又回到城市。针对这些问题，当地政府与高校、企业联合，从涉农财政资金中划拨一部分专项资金，大力组织“乡村CEO”培训计划。每年举办乡村运营高级研修班，邀请知名学者专家授课，同时学习标杆强村的先进理念，为培养孵化更多优秀农村职业经理人创造条件。自2022年相关政策出台以来，已开展农村职业经理人培育活动20余期，拨付培育经费400余万元。

### 用好考核“指挥棒”

在培育“乡村CEO”上，如何实现机制设计与基层实践的“双向奔赴”？这是临平区一直在探索的。

除了提供广阔的施展能力的舞台，激发创业新动能还要用好考核“指挥棒”。临平区不断健全农村职业经理人考核评价体系，完善考核内容，在两年的首期期内，通过不同村庄之间发展样态的横向比较，以及职业经理人业绩的纵向比较，科学评估“乡村CEO”对村集体资产和收入的增值贡献。

当地出台《临平区农村职业经理人培育实施细则（试行）》，按照“适度自主，实绩为先”的原则，鼓励“乡村CEO”领衔组建自己的运营团队，采用“师徒制”的形式一对一培育新一代具有实操经验的“准乡村CEO”。目前全区超60%的农村职业经理人成立了团队。

同时，制定运营团队“10+1”评价指标，从日常管理、经营成效、个性指标等方面综合评价经理人和运营团队，根据量化考核结果，对于表现突出的团队，给予每年最高20万元团队经费支持；对于表现突出的职业经理人，优先推荐参选各界代表、参评各类先进，充分激发人才干事创业的积极性。

此外，在个人体检、子女入学、节假日福利等方面为农村职业经理人提供支持保障，解除人才后顾之忧。

面向未来，临平区将持续赋能“乡村CEO”的招引、培育、考评和激励机制，充分发挥职业经理人在乡村运营中的“领头雁”作用，激发乡村内生发展动力，助力共同富裕“加速度”。

实现共同富裕的新征程中，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。以农村职业经理人的方式探索乡村共富新路径，实质上是村庄整治的过程转变为开发利用乡村特色优势资源、发展特色产业的过程，以进一步增强农民的获得感、幸福感、自豪感。充分赋能职业经理人群体，高度重视乡村经营工作；出台系列支持举措，为“乡村CEO”保障兜底；拓宽“乡村CEO”职业发展路径，为人才干事创业提供便利条件，更多村庄将成为充满生机活力和特色魅力的富丽乡村。

（姜丹华，系杭州师范大学讲师；苏润原，系杭州师范大学助教）

## 民生新事



心理健康指导站的老师在龙泉驿区石灵社区开展心理辅导。 龙泉驿区委统战部供图

本报（刘娜）“听了老师的讲座，孩子没那么焦虑了，精神状态越来越好！”四川省成都市龙泉驿区居民冯女士说，这得益于家门口设立的心理健康指导站。该指导站由龙泉驿区新的社会阶层人士联谊会（以下简称“新联会”）倡导与培育，是四川省首创新阶人士“心灵驿站”，整合了专业机构、大中小学、社会组织中的新阶人士59人，组建起以新阶人士为主的顾问团队、专家团队和志愿者团队，梳理完善区域心理健康人才库、信息库、档案库，构建线上与线下相结合、咨询与教育同推进的心理健康服务体系。

健康不仅指身体健康，还包括心理健康，后者也非常重要。近年来，随着中国经济和社会的快速发展，人们的生活节奏变快，工作压力加大，群众心理健康问题受到更多关注。自2022年10月揭牌成立以来，新联会下设的心理指导站着力打造“1+N”服务网络，形成“1”个心理健康中心，以及机关、企业、学校、社区等N个心理健康站点，常态化、分类式开展心理辅导、公益讲座、职场关系培训、创业就业指导等活动，将心理健康服务送到办公室、工厂、课堂和家庭中去，每年开展心理健康主题活动20余场，服务2000余人次。同时，与当地团委、妇联、检察院、民政局等部门深度链接、深入合作，针对青少年、妇女儿童、老年人等特殊群体，提供全生命周期的心理健康服务。

## 「家门口」接受心理健康服务



吴景顺在三家村藕粉非遗工坊体验手削藕粉传统技艺。 袁昕摄

陈季波（右）在崇贤村葡萄种植园与农户一起察看葡萄长势。 钱丽君摄

“生产日期藏得这么严实，是怕被人找到吗？”不少人在商场、超市购物时遇到过这样的困扰：想确认食品包装上的生产日期，却好像在“捉迷藏”——从标签上密密麻麻的文字中搜寻“线索”，“见封口处”“见包装袋”“见瓶身”……好不容易找到生产日期字样，却又因印刷不清晰、字太小，或混杂了其他意义不明的数字和字母，难以辨认。

随着人们对高品质生活和高质量食品的需求不断增长，消费者向市场监管部门反映食品标签上生产日期和保质期“不好找、看不清、不易算”等问题逐渐增多。

生产日期“捉迷藏”，怎么破？不久前，国家市场监督管理总局印发《关于鼓励食品企业优化预包装食品生产日期和保质期标签标识的公告》（以下简称《公告》），提出包括“采用‘见包装物某位置’的形式标注生产日期和保质期的，其位置应当清晰明显、描述准确、易于查找”“以白底黑字

## 食品生产日期不能“捉迷藏”

孙懿

等背景颜色与日期颜色对比明显的形式清晰标注生产日期和保质期”在内的8条规范，以鼓励企业优化标签标识，方便消费者清晰辨识相关信息。

食品包装上的标签是食品的“身份证”，上面呈现着食品的生产日期、保质期、配料成分和生产厂家等各种信息。其中，生产日期与保质期一直是消费者选择食品的重要指标之一。然而对于这些本应该让消费者一目了然的关键信息，为何一些食品企业却要遮遮掩掩搞些“小操作”，让消费者难以查看和辨识呢？

究其原因，成本因素或许是主要考

量。有经验的消费者一定清楚，超市货架码放食品，往往是按照生产日期从近到远的顺序，越靠里的越新鲜。如果一眼就能看到生产日期，消费者便总会优先选择最新生产的食品，导致临期食品无人问津。此外，一些食品企业为了快速吸引消费者眼球，往往把更多资金、包装版面用于设计、印刷突出产品特点的内容，过分追求包装的美观度，对生产日期和保质期的标注，仅满足字号大小的最低要求。

食品生产日期是否被清晰地标出来，是关乎百姓“舌尖上的安全”的大事。事实上，中国对食品标签的标注有着明确的法

律规定。食品安全法明确要求，食品和食品添加剂的标签、说明书应当清楚、明显，生产日期、保质期等事项应当显著标注，容易辨识。去年3月1日起施行的《食品相关产品质量安全监督管理暂行办法》规定，食品相关产品标识信息应当清晰、真实、准确，不得欺骗、误导消费者。可见，生产日期“捉迷藏”涉嫌违法违规，应依法予以处罚并勒令其整改。只有正确发挥标签的应有作用，才能为百姓的食品安全保驾护航。

从企业角度讲，让食品生产日期、保质期易找到、看得清，是企业尊重消费者

知情权和选择权的表现，也是企业责任之所在。此次《公告》在现行法律法规基础上作出更为具体的规范，为企业如何优化标签标识打了个样。《公告》发布后，一批产业基础好、产品销量广、改进意愿强的食品企业，已率先优化预包装食品生产日期和保质期的标签标注。能够设身处地站在消费者立场去优化改进，又何尝不是赢得消费者信赖、促进企业长远发展之道呢？

食品安全无小事。相信在市场监管部门、企业和消费者等社会各方的共同努力下，生产日期“捉迷藏”的问题一定会得到有效治理，营造出一个让百姓看得清楚、吃得放心的食品消费环境。

## 社会 杂谈