

学思想 强党性 重实践 建新功

杨凌:发挥农科优势 打造农民就业“金名片”

从果树嫁接到栽培新技术,再到电子商务、网络直播……隆冬时节,在陕西杨凌揉谷镇太子藏村村委会活动室内,三四十名村民正围坐在一起,利用农闲时间参加由杨凌农业高新技术产业示范区(以下简称“杨凌示范区”)组织的“杨凌农技师”培训班。

乡村振兴,关键在人。第二批主题教育开展以来,“如何以人才振兴进一步推动乡村振兴”成为杨凌示范区关注的主要问题。

“大力推动劳务品牌建设,能够有效带动就业、促进农民增收,让更多农民实现高质量就业,达到以人才振兴促进乡村振兴的目标。”杨凌示范区相关负责人表示。第二批主题教育中,杨凌示范区以擦亮“杨凌农技师”劳务品牌为抓手,推动主题教育持续走深走实,以学促干,真正惠及“三农”。

以“中国农科城”著称的杨凌拥有丰富的农业科教资源:有着近90年办学历史的西北农林科技大学、一所职业技术学院,以及70多个省部级以上科研平台,汇集了7000多名农业科教人才。多年来,大量科研成果在此率先试验推广。

“得天独厚的科教优势和密集的技术交流活动,使杨凌培养出了一批批擅长农技服务的‘土专家’‘乡秀才’和大量从事嫁接服务的‘铁娘子’‘红娘子’。”杨凌人力资源中心市场负责人告诉记者,这些掌握精湛农业技术的乡土人才,以劳务服务的形式不断走出杨凌,将最新最优的农技服务带往全国各地,也凭借过硬的技术赢得了良好口碑。

52岁的李晓云正是这样的农技师。17岁开始,她便在西农的试验田里务工学技术,现在她带领的“云儿嫁接队”规模已近100人。和杨凌的大多数外出务工群体一样,“云儿嫁接队”的队员个个“身怀绝技”,娴熟掌握着从果树到蔬菜、花卉各个品种的嫁接技术。队员们跑遍了大半个中国,找上门来的订单都干不完。

2022年5月,杨凌开始打造“杨凌农技师”这一劳务品牌。

“政府出面,打造品牌,让我们这些‘打工仔’有了组织,出门干活也更有底气!”在2023年12月底太子藏村村委会的农技培训现场,培训人员穿戴蓝衣、蓝帽,利落的工装上绿色

的“杨凌农技师”标识格外醒目。杨凌“铁娘子”嫁接队长赵亚利高兴地说,“杨凌农技师”不仅统一服装、统一标识,还享受统一的技术培训和政策支持。

支持力度在2023年9月第二批主题教育开展以后再次加大。为了让“杨凌农技师”这一劳务品牌叫得更响,杨凌出台了一系列扶持政策,组织多项活动扩大品牌影响力。如完善职业资格、技能等级认定、专项职业能力考核等多元化评价方式;建设了一批技能大师工作室、专家工作室,打造出一批具有一流水准、引领行业发展潮流的“杨凌农技师”高技能人才培养基地,对符合条件的给予高技能人才培养补助等。

“第二批主题教育开展以来,示范区已开展各类农技培训88场次,7000余农民从中受益。6场农民技术职称考试中,有184名学员获得农民技术职称证书。全国骨干科技特派员(杨凌)培训基地也落户杨凌。”杨凌示范区科技局职业农民培训中心负责人介绍。

示范区搭建起的杨凌农业人力资源区共享服务平台,进一步解决了农技师群体与市场的精准对接问题。

打开手机,轻点平台App,一个全新的农业专业信息服务平台展现在眼前:在这里,可以高效找到专业对口的务工农技师、领取适合自己的农技师信息,还可以为自家农产品找到适销市场、加入农技培训或请教生产难题……

通过线上数据、线下精细化服务的精准匹配,平台为全国农人架起了沟通合作的“桥梁”。目前,平台已汇聚各类农业人才近3000人,整合涉农培训机构292个,新型农业经营主体365家。每日匹配信息100多条,匹配成功率41%。

与此同时,新落成的杨凌人力资



源服务产业园最近启动运营。入驻的17家企业享受园区提供的创就业、场地补贴,工商、金融等“一站式”服务的同时,为劳务品牌的有组织输出发挥着推动作用。

截至目前,“杨凌农技师”劳务品牌从业人员已超过1万人,业务拓展至虫类养殖、集成水肥、植保、无人机应用、设施农业技术服务等领域。

这两天,赵亚利正忙活着召集人手,“已经接下两个大单!开春就去新疆”。

高级农技师马新世带领农技师团队,将红景天种植技术带到了临近县,带着农民干、做给农民看,掀起当地群众对农业新技术的学习热潮。

李晓云的农技直播课也越开越火,粉丝量一路飙升至13.3万人,她还建起36个微信群,随时随地为农友传播技术、答疑解惑……

在更广阔的杨凌沃野,越来越多的农民正受益于“杨凌农技师”劳务品牌,走出家门,靠劳动收获成功和自信。

“‘杨凌农技师’劳务品牌的建设,已使杨凌劳务输出从散发组织、技术单一、无序流动,转变为在党委领导、政府统筹下,有组织、有目标、有保障地向多行业、多地区有序输出。”杨凌示范区相关负责人表示,主题教育开展后,他们深入调查、查摆问题、找准发力点,示范区将进一步构筑农科人才高地,将具有地方特色的“农字号”劳务品牌,打造成为促进农民增收致富、落实就业优先战略、推进乡村振兴的农民就业的“金名片”。

(来源:中国青年网)

杨陵区召开2023年四季度重点项目亮点工作“晒比评”会议

记者 梁方方 1月10日,杨陵区召开2023年四季度重点项目亮点工作“晒比评”会议。会上,13家参评单位以PPT演示加现场解说的形式展示了2023年度重点项目和亮点工作。经现场测评打分,随后通报了“晒比评”结果,排名第一的单位进行了经验交流,排名靠后的单位作了表态发言。示范区党工委委员、杨陵区委书记李函,杨陵区委副书记、区长李朝喜出席会议。

会议强调,在新的一年里,杨陵区各级各部门要牢固树立“项目为王”理念,持续深化拓展“三个年”活动,强化工作举措,坚持以“作风提升”凝聚干劲,全力以赴抓项目、优环境、谋发展。要加快项目进度,严格执行区级领导包抓、重大项目专班推进,以及周调度、月推进、季观摩等工作机制,全面推进项目建设提质增效。要强化服务意识,各要素保障单位要提高效率、强化协作意识,主动配合做好手续办理和水电气配套保障,最大程度缩短项目前期工作周期。要加强招商引资,充分利用产业链招商、以商招商等方式,围绕预制菜、农产品加工等特色主导产业,在引进龙头、完善链条、打造产业集群上出新招、问实效。要强化经济调度,紧盯2024年目标,以“开局就是决战”的拼劲,强化运行监测,全力抓项目、促消费、稳增长,奋战一季度,确保“开门红”。

会议要求,要坚持把学好用好浙江“千万工程”经验与特色现代农业“1123”工程、城乡融合发展三者有机结合,扎实推进乡村发展、建设、治理等重点工作,力求在农民增收、城乡融合、县域经济等方面取得创新突破。要巩固拓展主题教育成果,推动广大党员干部将焕发出来的学习工作热情转化为大抓项目、大抓发展的强大动力,坚定信心、乘势而上、持续求进,全力投入到经济建设的主战场,为全区经济高质量发展奠定坚实基础。

杨凌樱桃番茄新品种 广东“打擂”获金奖



记者 李俊辉 新年伊始,从广东(茂名)冬种大会暨第三届樱桃番茄擂台赛上传来消息,陕西杨凌培育的樱桃番茄新品种“禧越19-2”获得金奖。

1月4日,广东(茂名)冬种大会暨第三届樱桃番茄擂台赛在茂名新华农场举行,经过层层筛选,优中选优,最终17个新优品种分别获得金、银、铜和优秀奖,成为了广东(茂名)冬种大会暨第三届樱桃番茄擂台赛推介品种。位于杨凌的陕西特美达种业有限公司参赛的禧越19-2樱桃番茄脱颖而出,喜获金奖。

番茄育种专家、陕西特美达种业有限公司法定代表人王健人告诉记者:“广东的这次擂台赛,全程采用盲评的评选形式,所有品种均进行田间编号,隐藏品种名称;品种果品也于评选当天由工人采摘,按照编号提供给评审团,以保证评选公平公正。严谨科学的评选方式,让我们见证了一场精彩的樱桃番茄田间‘大比拼’!”

特美达种业技术骨干、全程参与“禧越19-2”培育工作的王志梅介绍,这个品种从材料分离到F1杂交组配,再到品种推广历时5年之久,该品种属无限生长类型,果形呈短椭圆形,果色粉红色,色泽靓丽,口感极佳,并且高抗TY病毒,抗南方根结线虫,抗镰刀菌根腐病,适应性广,计划2024年大面积进行推广。

陕西省政府办公厅出台意见

推动预制菜产业高质量发展

陕西日报记者 崔春华 日前,《陕西省人民政府办公厅关于加快推动预制菜产业高质量发展的意见》(以下简称《意见》)发布。《意见》旨在推动引导、加快培育我省预制菜产业健康有序、高质量发展,提高农产品精深加工水平,推动食品工业转型升级,促进一二三产深度融合。

《意见》明确,坚持高起点谋划、高效能协同、高质量推进,不断延伸产业链、优化供应链、提升价值链,全力打造一批辐射面广的特色基地(园区),持续培育一批示范带动力强的龙头企业,积极创建一批具有市场竞争力的知名品牌,加快形成一批掌握关键核心技术、质量标准体系和特色主打产品的产业集群,建设西部预制菜产业发展示范高

地。力争到2027年,全省预制菜综合产值突破千亿级规模,建成全国有影响力的预制菜产业大省。

《意见》列出了9项重点任务,分别是建立原料供应基地、培育壮大产业链群、发挥示范领跑效应、加大金融支持力度、提升物流仓储水平、建设协同研发平台、构建完善标准体系、打造专业人才培养队伍、拓宽品牌营销渠道。

其中,在建立原料供应基地方面,鼓励各市、县、区因地制宜、统筹资源,依托陕西“3+X”特色农业布局,加快推进蔬菜(含食用菌)、畜禽、水产品、粮油、调味品等预制菜原材料基地建设,通过发展“企业+合作社+农户”、订单农业等模式,打造高品质预制菜原材料供应基地,确保产业前端可持

续稳定供应。

在培育壮大产业链群方面,鼓励有条件的市、县、区,充分利用当地特色资源禀赋优势,立足现有预制菜产业基础,依托“开发区”“园中园”模式发展预制菜产业,强化用地要素保障,引导产业加工生产、物流配送等相关配套企业集中进区入园发展,培育链主企业,延链补链强链,规划布局产业集群。

在拓宽品牌营销渠道方面,鼓励预制菜企业走出去发展。支持国家、省、市三级老字号品牌企业经典菜品、各级餐饮(食品)非物质文化遗产传承技艺转化发展预制菜,打造一批具有市场竞争力、影响力的特色品牌。全面实施信息赋能,丰富数字消费场景,拓展全业态营销渠道。