

金山“稻花湾”大米品牌的突围之道

□□ 农民日报·中国农网记者 胡立刚

“借着乡村振兴的时代春风，金山大米有信心追上松江大米、崇明大米，我们‘稻花湾’品牌愿意为金山区大米品牌注入新价值竭尽全力。”拥有“稻花湾”品牌所有权的上海盛致农副制品有限公司总经理岳桂元说。

“卖稻谷”向“卖大米”转变是上海市农业供给侧结构性改革的重要抓手，占了天时地利人和优势的松江大米、崇明大米品牌日益受到上海市民青睐，而金山大米则因为金山化工区形象过于深刻、区域公用品牌探索实践成效不明显两大主要原因，陷入突围无方、追赶无门的困境。

盛致公司是金山稻米产业化联合体牵头企业，岳桂元满怀信心追上松江大米，崇明大米品牌的底气来自哪里？2023年首次上市的“稻花湾”品牌经历了怎样的品牌积累？“稻花湾”品牌凭什么能为金山大米品牌注入新的价值？日前，记者走进位于金山区朱泾镇新泾村的盛致公司，问道“稻花湾”大米品牌突围。

从“金山岛”到“稻花湾”，品牌理念“拨乱反正”

过去十多年，金山区各级党委、政府和农业经营主体齐心协力树立起金山农业“小而美”的形象，为上海都市现代农业高质量发展培育了一道亮丽风景，主打有机的“金山岛大米”品牌建设，一度为“金山味道”区域公用品牌注入了高品质元素，大有“丑小鸭”蜕变为“白天鹅”的味道。

遗憾的是，随着形势的变化，“金山岛大米”也退出了消费者的视线。曾经为“金山岛大米”品牌建设倾注大量精力财力的盛致公司，则以创建“稻花湾”大米新品牌的方式“从头再来”。从“金山岛大米”品牌到“稻花湾”大米品牌，是一种什么样的心路历程？

“公司参与‘金山岛大米’品牌建

设的探索实践，付出了很多，收获的是农产品品牌建设的正确理念，即同质化严重的品类，特别是猪肉、大米等品类，一定要在企业品牌、产品品牌建设上下真功夫，只有足够强势的企业品牌、产品品牌，才能托起区域公用品牌。”盛致公司负责人陈建宇说。

记者多年来跟踪报道金山区农业品牌化进程中，发现各类“小而美”农业品牌或农产品品牌，构建起符合金山区农业高质量发展要求的品牌生态系统，就不会留下类似昙花一现的“金山岛大米”品牌实践遗憾。

“稻花湾”品牌从初创至今，前后不过3年，品牌辐射的水稻种植面积便达到了3万亩，充分证明了大米类农产品品牌对于一个区域稻米产业的重要性。

那么，企业品牌创建者厘清了构建金山区大米品类品牌生态系统的思路，包括金山区农业农村委员会、朱泾镇政府在内的各级管理部门，是否也支持企业经营者的理念和实践呢？

陈建宇介绍，在记者采访盛致公司当天上午，朱泾镇镇长石达祺专程登门调研“稻花湾”品牌建设，并表达了政企携手提升“稻花湾”品牌影响力，让更多水稻经营户共享品牌附加值的期待。金山区农业农村委员会则采用项目扶持的方式，为“稻花湾”品牌创设核心竞争力提供机会，政企协同引进柔性切削大米加工技术，保障“稻花湾”品牌大米在口感等品质上形成核心竞争力。

“按照上海地产大米市场竞争现状及未来态势，引导扶持具有强势品牌潜质的企业品牌、产品品牌，是朱泾镇促进广大水稻种植户增收、助力‘金山味道’区域公用品牌建设最好的抓手。”石达祺

在调研后向记者表示。

跳出同质化窠臼，新技术构建品牌“新壁垒”

大米同质化是大米品牌建设最难突破的关隘之一。松江大米的差异化来自一方水土和这方水土特有的优质品种，崇明大米的差异化由生态岛独特的生态环境背书，而在稻米品种、种植模式都无法奠定金山大米品牌差异化的客观形势下，该如何构建差异化品牌“壁垒”？“稻花湾”找到了突破口——在加工环节引进专利技术形成独特竞争力。

“这不是一条普通的大米加工生产线，这是一条迄今为止非常罕见的拥有柔性切削技术的生产线，稻谷变成大米的旋转式碾磨阶段，温升往往超过20摄氏度，‘稻花湾’品牌大米加工过程的温升在5摄氏度左右，从而保证了更好的口感、营养。”金山区农业农村委员会书记沈文告诉记者。

记者通过采访了解到，为了构建以柔性分层去皮为核心技术的大米加工生产线，金山区农业农村委员会多次召集朱泾镇相关干部、盛致公司负责人到技术供应商那里考察调研，并推动盛致公司建成了“智慧型谷物粮食柔性分层处理装置”大米加工生产线的农业企业。

岳桂元告诉记者，过去3年，“稻花湾”品牌一直致力于从特色品种上下功夫形成差异化竞争力，“开花结果”为时不远了，加上这套能提高口感、保障营养、降低碎米率的生产线，“稻花湾”品牌的差异化便有了目共睹。

记者通过岳桂元了解到，这套生产线的优势除了提高口感、保障营养、降低碎米率外，还能专业化生产留胚米、半糙米等稻米衍生品。同时，富集了不同营养成分的米糠，又能为油脂级、食品级、日化级、医药级产品提供优质原料。

也就是，因为掌握了最新的大米加工技术，“稻花湾”品牌完全有能力塑造成为拥有各级各类大米产品、多种稻米衍生品、优质原料为一体的稻米品

牌。而且，把以外形美观度、食味值等作为大米品质参照的消费观念，直接指向了以数字化为特征的品质消费阶段。

从单品到产品系列，塑造品牌价值链

品牌的附加值说到底源于消费者和品牌之间形成了特定的信任，大米类产品品牌能够得到消费者信任，除了通过特定的品种、品质赢得信任，为消费者提供丰富优质的服务是获取信任缺一不可的路径。记者采访发现，“稻花湾”大米品牌在为更大用户提供丰富的产品的同时，也不忘为消费者提供稻米文化体验、研学等活动。

“公司多种规格的大米能满足各类消费群体的需求，有胚芽米、糙米、粥米等多个稻米产品供高端消费群体选择，还有米昔、米咖、大米面包等衍生品，丰富的产品为品牌传播及品牌形象提升打下了很不错的基础。”说到产品系列，擅长于产品营销的陈建宇颇为自豪。

记者发现，为了提高“稻花湾”品牌及品牌产品显示度，盛致公司毅然采取了“两条腿”走路的策略。一是借助金山区、朱泾镇著名IP，如“花开海上”生态园这一乡村旅游品牌提高了“稻花湾”品牌显示度，借助各种展示展销平台展示产品和品牌；二是通过自建的“来金山白相”线上平台、体验平台展示品牌。

在陈建宇的陪同下，记者参观了去年11月正式启用的稻米智能化观光加工厂，在加工“观光平台俯瞰四周，和上海市农业科学院合作共建的稻田科普园满园春色，即将开张的稻米体验馆准备好了各类产品体验活动。无论从硬件设施还是活动内容策划，和“稻花湾”品牌争取进入上海地产大米第一方阵品牌相得益彰。

“去年‘稻花湾’品牌大米首次亮相，我们镇上和盛致公司一起举办了新米品鉴会，效果不错，今后我们将持续支持‘稻花湾’品牌的展示活动，帮助企业完善品牌价值链。”朱泾镇副镇长张尧峰说。

山东烟台市：发展现代水果产业助农增收

□□ 农民日报·中国农网记者 孙眉

“幸亏换了树苗，不然苹果都卖不上价。”山东省烟台市莱山区莱山街道官庄村

的果农姜建宁在自家的房子旁边有一块小果园，他以前种的苹果是几元买的树苗，既无法保证产量，苹果口感也不好。后来，在莱山区国家现代农业产业园建设的推动下，姜建宁将自家果树全部换成了“烟富8”新品种。“栽的时候树苗已经带着几个分枝，还经常有技术人员指导管护技术，第二年就挂果了。苹果不用套袋，果型也好，而且糖分高，口感很不错，在采摘前就被预订完了。”姜建宁说。

近年来，素有“中国果业第一品牌”之称的山东烟台苹果红润甘甜，广受消费者的喜爱。烟台现代果业发展有限公司聚焦苹果、草莓新品种选育、新技术推广、新模式示范，实施苹果、草莓等紧推“一体化”、产学研“一盘棋”、种管服“一条龙”发展战略，现为烟台市莱山区国家现代农业产业园苹果板块建设实施单位。“目前我

们已经培育出‘烟富8’‘赞榆’‘馨元萃’等多个新品种，在此基础上，年产带分枝矮砧砧穗苹果大苗200万株。”烟台现代果业客服部主任张卓说。

莱山区国家现代农业产业园聚集资本、科技、人才、信息等现代生产要素，推进农科教、产学研联合合作，坚持以葡萄和苹果为主导产业，以培育壮大新型经营主体、推动科技研发及成果转化、探索差异化发展路径、推进一二三产融合、建设优势特色产业高地为重点，全面推进水果规模化经营、产业化发展和标准化建设，持续挖掘有限土地的无限潜能。

目前，该产业园已建成葡萄、苹果等高标准种植基地3.6万亩。其中，以瀑拉谷为中心，建成高标准葡萄种植示范基地2.6万亩，在“单干双臂”农机作业栽培、水肥一体化建设、葡萄采收机械研发等方面先行研究试验，辐射带动周边精品葡萄种植10万亩。据悉，该产业园年总产值已达44亿元，其中葡萄、苹果主导产业产值33亿元，带动了万余农民增收致富。

北大荒集团牡丹江分公司：力争今年粮食总产达75亿斤

本报讯(朱磊 农民日报·中国农网记者 刘伟林)北大荒集团牡丹江分公司坚持“稳面积、调结构、提单产、优品质”总思路，力争今年粮食总产达75亿斤。

牡丹江分公司拥有耕地720余万亩，粮食综合产能连续多年保持在73亿斤以上。2024年，分公司扎实推进黑土地保护、现代种业攻坚、智慧农业示范点建设和农业社会化服务等重点工作。

该公司以增产提质目标为导向，2023年秋收后，组织实施育秧大棚升级工程，升级改造水稻育秧棚18处，整体改造育秧棚3000栋，更换育秧大棚1848栋；新建水稻智能化双氧浸种催芽基地3处，水稻暗室叠盘育秧工厂2处，新建水稻智慧育秧大棚79栋，春季可投入使用智慧大棚累计162栋。今年，公司将持续规划建设700公

里农场级科技示范带，布设示范点达到150个，通过“科技之冬”培训、应用技术现场展示、线上农技讲座等形式，遴选集成高产栽培技术模式，推动主要粮食作物大面积单产提升。

该公司因地制宜探索垦地衣服模式，以点带面建设17个农业现代化服务试点，提供代耕、代种、代管、代收服务，整体提升各环节标准化水平。今年，计划完成土地托管面积405万亩，带动垦地合作向纵深推进。

该公司副总经理吴宝忠说：“今年，分公司将精准发力建设‘数字荒都’，统筹推进农业全产业链数字化集成应用和数字农场建设，同步打造数字农业、农服、营销、管理、水利和智慧党建文旅、城镇、牧场8个平台，将数字化、智能化触角延伸到生产经营各领域、各环节，赋能企业高质量发展。”

海南白沙县：“信用+胶农”政策服务橡胶产业发展

本报讯(农民日报·中国农网记者 邓卫哲)日前，海南省白沙县印发《“信用+胶农”工作实施方案》，提出到2025年2月5日前，依托“白沙橡胶生产销售管理平台”，试点开展橡胶行业守信激励信用应用，为诚信胶农提供涵盖政策、技术、金融等领域的便利优惠，全方位服务胶农生产。

据了解，“白沙橡胶生产销售管理平台”是该县橡胶产业发展中心为胶农、胶商搭建的销售与服务平台，完整收录了胶农的个人信息、售胶记录、信用贷款、胶商的收胶记录，以及该县农业产业发展中心的橡胶数据统计、个人中心、协会报价等信息。

为了鼓励胶农积极割胶，白沙还将新技术指导培训纳入激励内容。在“白沙橡胶生产销售管理平台”注册且干胶年均产量达到1.7吨的胶农，可参加集体讲座培训，享受专家“一对一”技术指导。

荆楚大地满满科技范儿

(上接第一版)据陶哲介绍，这台无人植保机既能播撒种子和肥料，又能喷洒农药，一次载重可达120斤，一天作业面积可达500-1000亩。还有一些农机设备和“黑科技”正在检修准备登场。

“结合这几天的农机作业情况，我们组织农机手加大对旋耕机、播种机、插秧机、育秧机等农机设备和‘黑科技’装备的保养、维护，以确保在农忙时能发挥主力军作用。”农机手李长庚说。

孝感市大悟县宣化店镇这几天也紧盯科技，掀起了春耕春耕热潮。抓住当前小麦返青拔节、油菜抽苔形成产量的关键时期，大悟县乡镇农业技术人员深入全县特色主导产业种植基地，分类指导科技示范主体、专业合作社、家庭农场等种植大户落实春季田间管理措施，搞好清沟排渍，因苗施肥，控施肥水，并将陆续开展地膜花

此次白沙实施的“信用+胶农”工作将依托该平台，让信用好的胶农享受更优惠的农业服务，以及免手续费、免年卡费、小额贷款贴息、“双奖励”“双保险”等金融服务。每户胶农要严格采集天然橡胶生产、收购和初加工的交易信息，如实录入该平台，同时向承保的保险公司提供姓名、身份证件号码、橡胶种植面积、地块、割胶面积等完整且无违法违规信用信息。

为了鼓励胶农积极割胶，白沙还将新技术指导培训纳入激励内容。在“白沙橡胶生产销售管理平台”注册且干胶年均产量达到1.7吨的胶农，可参加集体讲座培训，享受专家“一对一”技术指导。

(上接第一版)仪征粮食适度规模经营率达85%以上，不断健全的农业社会化服务体系是粮食丰产丰收的重要保障。

仪征市壮禾农机专业合作社拥有农机装备340台(套)，粮食生产全托管服务面积超8000亩，半托管服务面积超15万亩。“今年春管期间有多次冻害，我们都及时拿出了有效应对方案，确保苗情持续向好。”合作社理事长刘金伟说，合作社不仅有科学的田间管理措施，而且每年春管期间还会

生种植、水稻工厂化集中育秧、优质稻直播技术、稻田综合种养技术等多项春耕备耕实用技术培训，让科技更好地赋能农业生产。

一年之计在于春。为了打好全年农业生产的主动仗，湖北省委、省政府高度重视秋冬播和春耕春播有关工作，多次召开会议专题研究部署，强化科技支撑，畅通农资运输，做优金融服务。湖北省农业农村厅先后召开全省“三秋”动员部署视频会、油菜秋播工作等会议，组派8个工作组分区包片督促指导，压实地方责任。据农情调度，今年湖北粮食作物意向种植面积7071.01万亩，比上年增加10.56万亩，连续6年保持增长。目前，全省已提前备足春耕农作物种子、肥料，主要农药品种库存充足、价格稳定。

拿出积累资金，组织社员检修涵洞、机耕道、机耕桥等，全力筑牢粮食生产基础。

绿杨春来早，满城茶飘香。仪征是扬州“绿杨春”茶的主产地，现有茶园面积3.5万亩。在月塘镇郑营村大自然茶叶基地，工人们正抢抓农时栽插茶苗，喷灌滴灌和水肥一体化设施也在紧锣密鼓安装中。基地负责人潘斌介绍：“基地共有600亩，其中120亩今春进行品种更新和宜机化改造，配套的茶文化街和交易市场也在同步打造中。”

贵州遵义市：

乡村振兴服务站激活发展新动能

□□ 农民日报·中国农网记者 刘久锋 见习记者 刘佳兴

眼下正是高粱的育苗时节，在贵州省遵义市播州区茅栗镇乡村振兴服务站，村民们纷纷前来领取高粱种子。

“有了乡村振兴服务站，我们不仅购买农资放心省心，服务站的工作人员还经常开展政策宣传、农技培训指导，给我们农业生产提供了很多的方便。”茅栗镇金山村金山组村民卓大强拿着刚领到的高粱种子，脸上洋溢着幸福的笑容。卓大强说，他有8亩地，这次领取了12包种子，对今年的收成充满了期待。

茅栗镇乡村振兴服务站仅仅是遵义市探索“三统三分”路径，加快发展新型农村集体经济的一个缩影。去年以来，遵义市共建成乡村振兴服务站(点)281个，其中镇级乡村振兴服务站113个、村级乡村振兴服务站168个，累计联系服务群众44.87万人次，培育乡村管理人才2469人，实现经营性收入6838.27万元，净收益1244.2万元。

遵义市委组织部有关负责人表示，乡村振兴服务站不仅是一个物资发放的窗口，更是壮大村级集体经济的新载体，延伸

组织体系的新触角、联系服务群众的新纽带，是遵义市以“三统三分”路径推进乡村振兴的生动实践。它连接了干部与群众，架起了市场与产地的桥梁，让群众有渠道了解政策、反映问题、提升技能、获得实惠，更加发自内心地感党恩、听党话、跟党走。

“我们的技术师傅几乎每天都会下田，为农民解答问题，传授农业技术。最忙的时候，我们一天就有11名技术人员在田间忙碌。”绥阳县旺草镇乡村振兴服务站负责人王进自豪地告诉记者，服务站的核心工作不仅是销售农资，更重要的是提供种植技术培训指导。服务站自去年11月开业以来，累计实现销售额20万元，单日最高销售额达8000元。

据了解，乡村振兴服务站的运行主体分别是镇级整合1个或多个村股份经济合作社组建的股份合作公司或专业合作社(联合社)，也有少数乡村振兴服务站以与村级股社合股经营的个体工商户作为运行主体。

此外，播州区、余庆县、务川县等地还分别建有村级乡村振兴服务站，由村级股社作为运行主体，或由镇级乡村振兴服务站联合相应村(社区)作为运行主体，镇

级乡村振兴服务站将资源统一分配到村级服务站，经营收入再由镇级乡村振兴服务站统一分配。

汇川区团泽镇乡村振兴服务站以“便民、强农”为核心，构建了“一中心三平台”的运营布局。其中，集体经济发展中心负责统筹协调；便民服务平台提供金融代缴代办、积分兑换、“红白事”服务等多样化服务；强农服务平台开展农机、种植技术服务；人力资源信息发布及产销对接等服务事项；联系群众平台则负责收集反馈民情民意，解决群众的实际问题，加强村党组织对群众的凝聚和号召力。2023年，服务站累计实现经营性收入150万余元，净收益18万余元。

遵义市采取整合各级财政资金、村集体自筹资金、集体资产折股、引导社会资本入股等方式，着重盘活闲置集体经济资产，切实解决了乡村振兴服务站建设资金、用地问题。为保证乡村振兴服务站高效运营、科学管理，各地紧密结合实际情况，因地制宜选择董事会及监事会成员、股份经济联合社成员、村集体经济组织负责人和职业经理人组成管理团队参与乡村振兴服务站经营管理。

