

“科技特派员+”助推安徽粮食产业提质增效

本报讯(记者 杨丹丹)近日,在科技部科技特派员制度推行20周年总结会议的通报表彰中,安徽粮丰工程首席专家、安徽省农业科学院吴文革名列其中。“十二五”以来,安徽省建立“产、学、研、推、用”一体化研发、协同推广粮食丰产科技的长效机制,在原有四级农技推广体系的基础上,充分吸纳科研院所的技术力量,组织科技人员带着科研成果加入技术示范推广队伍,创建了适应新形势和新经营主体多元需求的“科技特派员+”的技术推广新模式,不仅加快了安徽稻麦丰产科技进步,加速了科技成果转化,而且打造技术成果转化的快捷通道,带动基层农技推广服务能力的明显提升,促进了安徽粮食提质增效和产业升级,为安徽粮食产业可持续发展、保障国家粮食安全作出了重要贡献。

据悉,“十二五”安徽粮丰工程实施以来,安徽将项目实施与科技特派员选

派相结合,积极探索粮丰技术研发与示范推广结合的长效合作机制和新方法,建立具有可复制、可推广的农业技术推广新模式。先后印发《安徽省粮食丰产科技工程科技特派员工作站建设意见》《安徽省粮食丰产科技工程科技特派员选拔管理意见》等文件,完善一系列支持政策,精心组织开展选派工作,组建18家粮食科技特派员工作站。通过国家“三区”人才计划、科技计划项目等加大支持力度,依托涉农高校院所,共选派省、市、县级粮食科技特派员600多名,创建了“科技特派员+”多元技术推广新模式,变科技特派员“单兵作战”为“团队协作”。

“科技特派员+”模式突出4个结合:“科技特派员+示范样板田”是在18个主要示范区建立千亩核心区、万亩示范区和百万亩的辐射区,建设优质粮食生产基地,加快粮丰技术示范应用;“科技特派员+农业新型经营主体”是在安徽三大

粮食主产区培育、培训210家新型经营主体,促进技术规模化示范应用;“科技特派员+粮油企业-品牌粮”是特派员入住企业,协助创建企业,开发知名产品与品牌;“科技特派员+地方优质粮产业”是拓展产业链与服务链,创建区域公共品牌、行业品牌,带动区域粮食产业优化升级。

“科技特派员+”多元推广服务模式运行以来,在服务成效上实现“四个促进”。促进了技术创新,创新优化了水稻秧苗/钵苗机插、精量机直播、一种两收、优质专用小麦精确机条播、高畦降渍等高产高效或避灾稳产增效技术模式5套,集成江淮三大粮食生态区稻麦周年绿色丰产优质增效栽培技术体系8套,制订省级技术标准28套;促进了先进技术成果转化,2016年-2018年3年稻麦丰产增效技术成果在安徽省12个市累计推广应用面积达9178.8万亩,增产粮食216.25万吨,增产增效55.6亿元,节约成本68.5亿元,

新增累计纯收益达124.1亿元;培育了粮丰科技人才和科技推广服务技术骨干,壮大了安徽粮丰科技队伍。“粮食丰产科技创新团队”“土壤肥料与资源环境”等2个团队被批准为安徽省重点人才工程“115”产业创新团队,4人入选国家及省级人才工程,16人获得国家及省级粮食生产表彰,1人获得2019年全国优秀科技特派员荣誉称号,项目组织各级培训班500场次,培训10万余人次,其中基层农技员5000人次,种粮大户1万余人次,培育新型经营主体210多家;促进了粮食产业升级,与企业合作开发出新型育秧基质、江淮稻麦专用控释、控失肥等新产品,打造了“白湖香软米”“青草香”“万乐稻米”“雁湖面粉”等知名粮食品牌,创建“含山大米”“南陵大米”“怀远糯稻”“霍邱虾田米”等一批区域公共品牌、行业品牌,带动区域粮食规模化种植、标准化生产和产业化经营,促进一二三产融合发展。

广西柳州市柳南区：种桑养蚕成脱贫重要产业

本报讯“我今年养了1万张小蚕,一共收益260余万元!”近日,在广西柳州市柳南区流山镇流山村的小蚕共育示范基地里,养蚕大户韦海波正忙着给蚕喂食桑叶。种桑养蚕是流山镇的传统产业,也是最主要的脱贫产业。该镇桑蚕业主要分布于流山、流塘、广荣、大石、正兰等村,现有标准化小蚕共育示范基地1个。近年来,当地坚持把发展桑蚕业作为实现农业增效、农民增收的一条脱贫致富门路,不断引导和鼓励农民大力发展桑蚕产业。当地还通过调整产业结构,建设标准化小蚕共育示范基地,并以小蚕共育、农村党校技能培训为主要功能推广使用先进养蚕技术,充分发挥科技引领、示范引领作用,使群众种桑养蚕的产量和质量稳步提高,贫困户的收入也不断提高。目前,全镇桑叶种植面积达到1.5万亩,共有养蚕户3000多户,约占全镇总户数的50%,全年桑蚕产值超亿元。

据了解,今年柳南区大幅度提高了对农户的产业奖补力度,贫困户种桑养蚕可获得1200元/亩的奖补资金,经过宣传发动,该镇有93户贫困户申请桑蚕产业奖补,申请资金达38.3万元。种桑养蚕已成为流山镇农民脱贫致富的重要产业。

黄永成



湖南省资兴市东江湖蜜橘产业飞速发展,获得了国家农产品地理标志认证,年产值达10亿元以上,蜜橘成为东江湖区移民的致富果。图为清江镇羊场村蜜橘收购点,客商对装箱外销的蜜橘进行最后检验。

尚光强：黄河滩里的扶贫“能人”

□□ 韩卫军 本报记者 张培奇 范亚旭

河南省新乡市平原示范区有个荒庄,曾经荒凉而贫瘠,乡亲们一直挣扎在温饱边缘。如今再次走进荒庄,红砖碧瓦,道路整洁,村民大多住上了两层小楼,家家户户安居乐业,摆脱了贫困,走上了致富路。

这一切,源于村里出了一个“能人”。他就是本村的村民、河南省人大代表、宏达集团董事长尚光强,大家都习惯称他为“老尚”。无论是每年“两会”期间,还是出差与国内外客商洽谈村生意,他都不忘问计如何帮助老家黄河滩区实现脱贫致富。

今年是宏达集团建厂25周年,自建厂初

期就认定“以人为本、科技兴企、产业报国”为经营理念的尚光强,把安置贫困群众就业、让周边群众过上好日子作为人生追求。

25年如一,尚光强充分发挥国家级扶贫龙头企业作用,多措并举,形成了“就业扶贫、产业扶贫、村企共建、科技扶贫、公益扶贫、精准扶贫”的模式,使周边近3万多名贫困群众受益脱贫,公益捐赠累计达3000多万元。

对于公司帮扶的贫困人员,尚光强安排专人对其开展志智双扶,通过思想意识引导,传播科技理念的方式方法,激发其脱贫致富的决心和勇气,促进了精准脱贫的发展。

为了帮扶更多贫困群众脱贫,老尚大力实施产业扶贫。针对周边贫困村生产技术落后和技术人员缺乏的现实,扶持周边

贫困村创办了80多家木材加工厂,无偿给予技术指导,提供资金扶持,回收其产品,使其实现自我发展的良性循环,共带动2800多名滩区贫困户实现就近就业,使上万人受益和脱贫。

尚光强还大力实施就业帮扶。向贫困群众提供就业信息,企业保证留出足够名额安置贫困群众和残疾人就业,提高贫困群众的技能水平,转变观念意识,使其快速成长为有技术、有能力、有见识的产业工人。目前,共安置1300名贫困群众和滩区农民就业。

面对家乡的脱贫任务,尚光强主动参与村企共建,与厂址所在地荒庄村达成共建协议,对荒庄村进行全方位帮扶,通过安置就业、完善基础设施、修建学校等多项措施,带动该村于2014年实现整村脱贫。

在荒庄村实现脱贫后,老尚和宏达集团仍然为村小学、幼儿园聘请的教师发放工资,儿童全部免费上学,从2012年至今共为聘请教师发放工资60万元。

尚光强还把眼光瞄向了更多的贫困群众,主动开展社会公益活动,向偏远山区、革命老区、慈善机构经常性捐款、捐赠、捐赠光伏产品,至2019年,累计捐赠达3000余万元,有效改善了受助地区的教育、生活环境。

老尚还主动与政府扶贫部门对接,积极承担了平原示范区与原阳县10个乡镇228个行政村1957户9700多人的脱贫任务,安排了60个公益性岗位和40名残疾人就业,总计人数达上万余人。

尚光强把自己活成一束光,温暖自己,照亮他人。

(上接第一版)之后相继出台《加快潜江龙虾产业发展升级实施意见》《打造“潜江龙虾”区域公用品牌行动方案》;省委把发展“稻虾连作”写进了一号文件,省政府工作报告提出培育潜江龙虾国家级品牌……

经过近20年的探索、创新和發展,潜江建成高标准稻虾共作基地75万亩,小龙虾养殖产量13.5万吨,虾稻产量45万吨,亩平均增收5000元以上。现已形成集科研示范、良种选育、苗种繁殖、健康养殖、加工出口、餐饮服务、冷链物流、精深加工、节庆文化等于一体的全产业链格局,而这其中,加工出口占全国的60%。

在潜江龙虾博物馆,一块块金色奖牌和一幅幅生动照片讲述着该市小龙虾产业的荣耀:荣获“中国小龙虾之乡”“中国小龙虾加工出口第一市”“全国农产品地理标志产品”等称号;开通武汉至潜江的“潜江龙虾节旅游专列”;“潜江龙虾”成为中国和欧盟互认认证的100个地理标志产品之一……

203.7亿!高标准严要求成就潜江龙虾品牌价值

今年6月15日,第十届湖北潜江国际龙虾节上,中华商标协会、武汉大学质量发展战略研究会以及《小康》杂志社发布潜江龙虾区域公用品牌价值:203.7亿元!位居中国龙虾区域品牌第一名!

为什么潜江龙虾这么“值钱”?潜江市委常委、宣传部部长吴熙告告诉记者两个词:绿色和生态!

“护好一方水,养大一城虾”。近年来,潜江坚持生态立市,高度重视湿地保护与

修复工作,大力实施退田还湖、水上拆围等生态修复工程。目前,潜江已制定和发布的虾-稻产业标准达到18项,其中1项为国家行业标准,7项为湖北省地方标准,10项为潜江市地方标准。另外,潜江还制定和完善了《水产养殖用药管理实施方案》,并建立了水产养殖登记制度等5项制度。

“田成方、树成行、路相通、渠相连”,在熊口镇华山(赵殷)现代“稻虾共作”养殖基地,华山董事长漆雕良仁说,“40亩一个共作单元是企业与农户多次磨合之后,得到的最合适的模式,不仅满足了稻虾共作的需求,也给农户留有足够的耕地。”

“为加强全域稻虾共作基地规范化管理,我们成立了25个农业专业合作社,统一机械施工、种养标准等社会化服务。”熊口镇党委书记关洪涛介绍,他们的目标是打造中国小龙虾产业第一镇。

高标准助推高质量,在不断地创新发展过程中,潜江市围绕虾-稻产业建成“六大中心”(小龙虾选育繁育中心、交易中心、大数据中心、文化创意中心、检验检测中心、精深加工中心),占领种苗、模式、技术、加工、品牌、市场“六大制高点”。

203.7亿元品牌价值的背后,是潜江市在小龙虾全产业链上的深度布局。2018年,70亿尾苗种保障了长江流域及全国小龙虾养殖的苗种需求;13家本土小龙虾加工企业,年加工能力达到35万吨以上;15个地方和45家企业,结成潜江虾-稻产业发展合作联盟,实现品牌及标准共建共享共用;年交易小龙虾30万吨,其中外地小龙虾占比近80%,成为湖北乃至中部地区小龙虾交

易集散地;1个水产品质量安全监管平台、4个龙虾产品质量可追溯体系、16个水产品质量可追溯基地和68个信息采集点……

围绕打响虾旅品牌,潜江建设21万亩虾-稻田园综合体,成立全国首家小龙虾主题旅行社,打造龙虾大道,建设生态龙虾城、龙虾博物馆等,推出小龙虾美食之旅、玩乐之旅、游学之旅3条小龙虾主题旅游线路,撬动潜江全域旅游大发展,真正把“食客”变成了“游客”。今年“五一”期间,潜江的游客达29万人,旅游收入达3.7亿元。

1000亿!“走出去”开创虾行天下新空间

时间的指针拨回至2003年,潜江人李代军做出第一盆“油焖大虾”,由此潜江小龙虾的菜品已发展到118道,打破世界吉尼斯纪录。潜江还创建了全国第一家专门从事小龙虾产业的大专院校——潜江龙虾学院,实施“万师千店”工程,即培养万名养殖技师和烹任师,开设千家小龙虾餐饮加盟店。

如今,潜江在全国建设小龙虾餐饮店3000家,与全国15个地区和45家企业签订合作协议,统一使用推广“潜江龙虾”品牌。潜江龙虾不仅销往全国各地,还远销欧美、日、韩等30多个国家和地区,占据欧洲60%市场,年出口创汇1.5亿美元,连续14年领跑全国。

2017年,“龙虾教授”刘主权将潜江模式带进安徽蒙城,如今蒙城县全县稻虾共作面积达到10万亩,年产值9亿元以上。

2018年,潜江华山水产公司在襄阳建起了万亩“稻虾共作”基地;潜江企业在省

内天门、仙桃、监利等县市,以及安徽、湖南等地建立“根据地”,在外建厂12家。

今年,小龙虾行走全球再度提速:全国“两会”期间,潜江市市长龚定荣因为首届龙虾学院学员被“抢空”的消息登顶微博热搜榜;5月,印着“潜江龙虾”字样的D3107列车从上海虹桥站发出,第一只潜江龙虾进入香港市场;6月,走进了联合国总部,在美国纽约时代广场亮相;10月,“潜江小龙虾”还走进2019世界军人运动会。2022年,“潜江小龙虾”将登上北京冬奥会的食谱……

为强化潜江龙虾的品牌效应,近年来潜江推动小龙虾产业与文化、餐饮、电商、旅游等深度融合。中国国际水稻产业发展博览会、湖北潜江龙虾节、潜江龙虾烹饪职业技能大赛等主题活动应接不暇。潜江小龙虾美食文化与当地的曹禺文化、楚文化、卧佛宗教文化交相辉映,产出诗集、电影等多种形式的文创产品。

截至目前,“一带一路”沿线20多位国家代表、全国两到三成的村书记,都曾来潜江学习考察。在乡村振兴产业赋能的背景下,“潜江模式”为开展“三产融合”提供了鲜活的实践典范。

在潜江小龙虾的带动下,湖北省小龙虾产业综合产值突破1000亿元,成为“头号水产品”。

虾行天下正逢其势、正逢其时、正逢其需……从美国到潜江,再从潜江到世界,小龙虾几经辗转来到潜江的同时,也被赋予越来越多的内涵,美味又迷人的潜江小龙虾值得更多的人共享。



科学发展观

2003年10月,党的十六届三中全会明确提出,要“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续的发展观”。

科学发展观正式提出以后,为了使党的高级干部更好地领会和贯彻这一思想,2004年2月,中共中央在中央党校举办省部级主要领导干部“树立和落实科学发展观”专题研究班。2004年3月10日,在中央人口资源环境工作座谈会上,胡锦涛对科学发展观的深刻内涵和基本要求作了进一步阐述,提出要坚持以人为本、全面发展、协调发展、可持续发展。

2007年10月,中共十七大对科学发展观的时代背景、科学内涵、精神实质和根本要求作了全面系统的概括。报告指出:“科学发展观,第一要

义是发展,核心是以人为本,基本要求是全面协调可持续,根本方法是统筹兼顾。”大会还将科学发展观写入党章。2012年11月,中共十八大把科学发展观确定为党必须长期坚持的指导思想。

以胡锦涛同志为总书记的党中央提出以人为本,全面、协调、可持续发展观,是我们党对二十多年来改革开放实践经验的科学总结,对社会主义现代化建设规律认识的深化,反映了中国共产党对发展问题的新认识,体现了全面建设小康社会的迫切要求。同时,也是我们党对执政规律认识的进一步深化,是党的执政理念的一次重要升华,具有重要的现实意义和深远的历史意义。

新华社北京11月11日电

重庆潼南区：国际柠檬节奏响农旅融合乐章

本报讯(记者 邓俐 实习生 李清婷)狮鼓表演擂动全城,一首《潼南之歌》唱出了大美潼南的人文风情,舞蹈《柠檬花开》等表演传递出柠檬之乡的火热激情……近日,重庆潼南区奋进广场上热闹非凡,2019中国美丽乡村休闲旅游行(秋季)推介活动暨中国、重庆潼南国际柠檬节系列活动正式开幕。

此次活动以“千山万水赏美景”为主题,由农业农村部乡村产业发展司、重庆市农业农村委员会与潼南区人民政府联合举办。柠檬采购暨招商引资签约、2019中国美丽乡村休闲旅游行秋季推介会、万亩柠檬基地实地考察、柠檬大健康产业峰会、“潼南柠檬”线上线下销售、国际半程馬拉松赛、柠檬采摘体验以及潼南太安鱼美食节等八大系列活动将历时一月,精彩不断。

在柠檬大健康产业峰会上,来自全国的专家学者、企业家为潼南打造“中国柠檬之都”贡献智慧,共话柠檬产业新未来。借助本次国际柠檬节,潼南区举行了柠檬采

购暨乡村振兴招商引资签约活动。签约30个项目,总金额达55.8亿元,涉及外贸订单23亿元,涵盖农业种植、食品加工、休闲旅游、科研开发等多个领域。

目前,潼南柠檬种植面积达32万亩、产量25万吨,形成了种植、加工、营销、研发等全产业链格局。柠檬产业综合产值已达到32.6亿元,带动了5万余名农民增收致富。近年来,潼南着力促进文旅融合,大力发展乡村旅游,连续举办了菜花节、桑蚕节、玫瑰节、菜博會、柚子节等特色节会,初步形成了月月有节会、镇镇有特色的乡村旅游新格局。目前,潼南培育各类休闲农业与乡村旅游主体366个,市级休闲农业与乡村旅游示范基地5个,国家级2个。

潼南区委书记曾善华表示,美丽乡村休闲旅游行推介活动是贯彻落实“绿水青山就是金山银山”理念的具体行动,是推动休闲农业和乡村旅游高质量发展的重要平台。国际柠檬节不仅是柠檬展示交易的重要窗口,更将成为展现潼南开放形象的靓丽名片。

印象大薛庄：乡村游火了“家门口”

本报讯 每天3万多客流量,5处停车场爆满,游乐点游客如织……山东省德州市陵城区“印象大薛庄”乡村游火了!据了解,“印象大薛庄”是中国美丽休闲乡村、国家AAA级景区。今年以来,该景区不断规范管理,增建市民喜闻乐见的旅游元素,景区看点、卖点多起来,也带火了家门口的旅游。

在“印象大薛庄”,人气最旺的要数德州市首座玻璃悬索栈桥——印象大薛庄龙桥。游“印象大薛庄”,大多游客都是“慕桥而来”。景区负责人薛春桥说,自9月29日启用至今,这座玻璃栈桥已接待游客近37万人次。据介绍,玻璃栈桥总投资500余万元,桥长94.5米,宽2米,横跨马颊岔河,距河面高度为7米。栈桥最大的亮点在于全透明的高空观景体验和9E声光电特效装置,当游客踏上互动显示屏时会出现“玻璃碎裂”效果,加上高空、透明,给游人带来听觉、视觉、触觉等全方位的刺激体验。

赏菊花是“印象大薛庄”景区的又一亮点。走进占地10余亩的菊花温室大棚,仿佛进入了菊花世界。这里种植有1200多个菊花品种,共计4万余株。置身

于菊花王国,观花海、品花香,令人流连忘返。薛春桥说,“我们借助菊花可观赏、可食用、可入药、可搞研学等特点,将菊花种植与休闲旅游相结合,打造菊花旅游产业项目,实现菊花种植经济效益和社会效益的有效统一。”

位于陵城区丁庄镇西北部的大薛庄,近年来借助仙人湖、马颊河、马家岔河水系等生态资源,发展休闲垂钓和采摘体验为主题的乡村旅游业,今年又新增了共享果园、度假木屋民宿、玻璃悬索吊桥、菊花花海等项目,旅游元素不断丰富。今年“十一”期间,景区共接待游客17.5万人次,门票收入37.1万元。

“区委、区政府非常重视培育乡村旅游产业。”区旅游产业发展中心副主任刘莹说,去年区里提出了“一极五区”发展理念,将文旅休闲特色列入其中。围绕京沪高铁德州东站、两大万亩水面、东方朔和颜真卿历史名人等资源优勢,积极发展旅游产业,到目前,全区国家A级以上旅游景区5处,省旅游强乡镇3处,省旅游特色村3处,省工农业旅游示范点、省开心农场、省级精品采摘园等各类旅游品牌20余处。

任楠 刘莹

汾酒：品牌营销主打文化牌

本报讯 近日,2019“行走的汾酒”启动仪式在山西汾阳杏花村举行。据了解,2019“行走的汾酒”文化大巡展将大幅强化消费者的互动体验,通过交互项目、VR视频、文创产品等种种方式,加深加固汾酒与目标消费群体之间的情感联系。

近年来,文化牌成为汾酒产品营销的“杀手锏”,文化汾酒开始在消费“江湖”传播、营销、行走。然而,汾酒文化品牌经历了曲折的上升之路。

上世纪90年代,汾酒遭遇外部环境突变,退守山西,成为偏安于三晋的一个省酒。2009年,汾酒集团新班子履新之后,汾酒如何崛起、如何重拾旧日辉煌,成为考验这届班子治企理念的老话题、新课题。

当年,汾酒发起了一场“为产业找根,为企业找文,为品牌找魂”的“新文化运动”,打开了汾酒复兴的大门。2009年底,“汾酒,中国酒魂”品牌定位的雏形诞生,2010年“中国酒魂信仰理论体系”正式推出,企业的经济效益开始快速回升。

冯萱萱

随后,在“酒魂信仰”和“文化力”的推动下,汾酒一年一个台阶,迈入了白酒销售的“百亿俱乐部”。2017年以来,汾酒的“清香品质”和“文化汾酒”更是实现厚积薄发,增速列全行业之首,引发了业界对“汾酒模式”的讨论。

酒魂集团党委书记、董事长李秋喜认为,在品质过硬的基础上,文化应该成为白酒企业的核心力量。“汾酒,中国酒魂”包含了3个核心内涵:汾酒是中国酒发展的核心力量,其核心力量是文化力量;汾酒蕴含了中国酒的核心精神,其核心精神是民族精神;汾酒代表了中国酒的核心价值,其核心价值是产业价值。

不久前,第三届山西(汾阳·杏花村)世界酒文化博览会在汾阳中国汾酒城开幕,这也是继8月第20届(山西·杏花村)比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛后,酒都汾阳再次迎来的一次世界级盛会;9月25日,2019汾酒封藏大典举行,现场一坛25升汾酒“中国酒魂”品牌定位的雏形诞生,2010年“中国酒魂信仰理论体系”正式推出,企业的经济效益开始快速回升。