



# 湘西农业品牌：“农缩”的精华

## ——探访湘西土家族苗族自治州品牌农业发展之道

□□ 韦彤 晨风 刘海花

一叶黄金茶，蕴含着浓浓的湘西文化，从穷乡僻壤香飘全国各地。“一两黄金一两茶。”如今，娇俏玲珑的黄金茶“腰缠万贯”，以黄金茶为代表的茶叶集群正在向“百亿茶产业”迈进。

一个富硒橙，吸取着湘西的天地精华，从西水河畔远赴欧洲市场。“哎哟哟，爱西酉”西水河畔的比耳村，因一个个小巧可爱的“西酉橙”而走红全球。

一包“苗外婆”五香菜芯，携带着湘西山水的独特韵味，从边城小镇飞向广阔蓝天。“重头重脑”的农产品被加工成“轻巧精致”的小菜品后，成了南航的飞机餐，让无数“飞机客”尝到了湘西味道。

无论是娇俏玲珑的黄金茶，还是小巧可爱的“西酉橙”，抑或是轻巧精致的“苗外婆”，这样的“精华”，都来自“农缩”：湘西农业品牌建设的缩影。

的确，湘西土家族苗族自治州(以下简称湘西州)，地图上这片被云贵高原与江南丘陵精心呵护的“心”型土地，在有了品牌的给力之后，真正成为“中国绿心”的物产富饶之地。“中国绿心”当用心打造，用心种植优质农产品，用心销售美味农家菜，用心建设农业品牌。

近年来，湖南省湘西州委、州政府立足自然资源优势，瞄准“精细”；大力实施农业特色产业提质增效计划，追求“精壮”；全力打造农业品牌，雕琢“精品”。

正是沿着全链条品牌建设的路子，湘西州特色产业基地规模不断扩大、特色优势不断彰显、品牌优势不断提升，带动农业增效、农民增收、农村增绿，助力乡村振兴。

**选择哪些产业？产业选择突出一个“精”字，瞄准“精细”，重点发展八大特色产业，力促农业增效**

湘西州山地面积广阔，生态多样，物种丰富，被誉为“野生动植物资源天然宝库”和“华中动植物基因库”。然而，过去很多年，湘西人民一直在“宝库”中受穷。究其原因，在于其农产品“杂而不优”，老百姓有资源没产业、有产品没品牌。

“贫困地区要从实际出发，因地制宜，把种什么、养什么、从哪里增收想明白，帮助乡亲们寻找脱贫致富的好路子。”2013年，习近平总书记在湘西考察时如此强调。

“总书记为我们的产业发展指明了方向，让大家心里一下亮堂了！”湖南省人大常委会副主任、湘西州委书记叶红专说，为了落实总书记的嘱托，湘西州委、州政府及农业农村部门举全局之力，挖掘湘西特色，力求精益求精。

在2013年印发《关于加快发展特色农业产业的意见》的基础上，2017年，湘西州又出台《关于加快农业特色产业提质增效的意见》，确定了“845”工程，在稳定粮食生产的基础上，重点发展柑橘、猕猴桃、茶叶、烟叶、蔬菜、油茶、中药材和特色养殖(湘西黄牛、湘西黑猪)八大特色产业，实现区域化布局、专业化生产和规

模化经营，力争2020年建成特色产业基地400万亩，实现产值500亿元。

在湘西州副州长何益群看来，从众多的农产品中精选出8种重点打造，湘西州是用作“除法”的方法来换取“乘法”效应，淘汰小规模、低效益的产业，培育高品质、高效益的优势产业，实现“农缩”的精华。

八大产业中，茶叶是重中之重。为何选中茶叶作为重点发展的特色产业？湘西州茶业协会会长潘春新介绍，湘西州地处北纬27-30度的武陵山脉腹地，是著名的土壤富硒带、微生物发酵带和植物群落亚麻酸带“三带”交集区，是湖南省著名的“绿茶优势产业带”和全国重要的绿茶产区。

为推进茶产业提质升级，湘西州采取了多项措施。2018年3月，州委、州政府召开了全州加快推进茶叶产业发展座谈会。正是在这次会上，湘西提出了向“百亿茶产业”迈进的目标。

经发展提质，湘西茶产业从“零星分布”到“规模布局”：基地规模不断扩大，经营主体不断壮大。目前已有各类茶叶经营企业500余家，其中省级龙头企业2个，州级龙头企业15个，农民专业合作社200多个，茶叶年加工能力超过1万吨。2018年全州茶叶总产量10089吨，产值20.19亿元。

**怎么发展产业？产业壮大突出一个“优”字，追求“精壮”，全力提升产品品质，确保农民增收**

“依靠科技，开拓市场，做大做优水果产业，加快脱贫致富步伐。”2013年，习近平总书记对凤凰县菖蒲塘村的殷切期望，早已刻在村民心里。

菖蒲塘村历来有种植水果的传统。可是，原来盲目生产，从扎堆种蜜橘，再到一窝蜂种枇杷、绿心猕猴桃，村民吃过不少苦头。

只有主动转型才有出路。“人无我有，人有我优，人优我转”，在菖蒲塘村党总支书记周祖辉看来，做大做优水果产业，首先观念要优化。

主动提质让村民王帮富尝到甜头。两年前，王帮富对5亩绿心猕猴桃进行改良，发展了名特优品种红心猕猴桃3亩、脆香黄心猕猴桃2亩。

好品质也离不开优质管理。菖蒲塘村制定了无公害水果生产技术标准，要求村民严格按照技术规程进行田间管理。“现在我的水果，‘吃’的是有机肥，‘喝’的是纯净水，品质提高了，老板抢着要。”王帮富说，新品种去年挂果，客商上门地头收购价每公斤达到16元。

更振奋人心的是，村里水果产业随着加工兴起而日益“精壮”。2016年，在外务工的周祖辉返乡创办了凤凰县第一家果业加工厂——周生堂生物科技有限公司，生产猕猴桃果脯、蜂蜜柚子膏等产品。

公司产品保底收购加工水果后，村民以前的次等果，变成了“挣钱法宝”。用来熬制柚子膏的原料之一柚子皮，来自果农过去扔掉

的次果。“越小越丑的果，果皮越厚，对加工越有利，我们收购1元/斤，农户每亩增收1000元。”周祖辉介绍，用次柚果皮熬制成的蜂蜜柚子膏，网上售价达88元/斤，而把果肉挖空后，果皮与红茶发酵烘干制成的小青柚茶一个卖到99元。

“周生堂”的小青柚茶、蜂蜜柚子膏触网而红；而在边城花垣县，一个“苗外婆”的五香菜芯搭载着南航航班——“飞”冲天。

“苗外婆”是花垣兴盛公司研产的高钾低钠泡菜系列健康休闲食品。

“花垣县曾‘全民皆厨’，从习近平总书记提出‘精准扶贫’开始，我就想搞个绿色新产业带动群众‘精准脱贫’。”董事长李叶德道出打造“苗外婆”的动机。他觉得，最好的办法就是把“重头重脑”的农产品加工成“轻巧精致”的商品。于是，他把本地的萝卜、青菜等5种蔬菜作为加工原材料，鼓励贫困村民种植，在全县形成3万多亩的订单农业规模。

“蔬菜加工，首先要过质量关。品质要从源头抓起，做到生产环节‘优产’。”李叶德说。因此，公司培训种植户学会测土选土、配方施肥、防病防污等技术，保证了原材料环保、有机。

加工技术也至关重要，公司申请了包括泡菜发酵装置、榨菜连续脱水离心分离机等5种专利，获得国家有关质量管理体系认证、绿色食品认证。

2016年，李叶德带着多个产品参加供南航投标。凭着过硬的品质，“苗外婆”进了中国南航的飞机餐，兴盛公司成为湘西州唯一一家航空食品定点生产企业。

品质，让“苗外婆”——“飞”冲天；品牌，让“苗外婆”更加脚踏实地。如今的“苗外婆”，不仅给消费者的饭菜加味，也为消费者的品质生活提味，更成了贫困户脱贫致富的“美味”。

**如何建设品牌？品牌建设突出一个“引”字，雕琢“精品”，打造区域公用品牌，助力乡村振兴**

保靖县吕洞山镇有条黄金河，沿着黄金河进山，有个苗寨村落黄金村。黄金村因当地的“黄金茶”而得名。

一进村，该村党总支书记龚伍金沏上一道茶后向我们娓娓道来：嘉靖十八年，苗家阿婆以自家摘采的茶汤，治愈了途经寨子的染瘧士兵，官兵赏谢黄金一两。从此以后，该茶在市场上就有“一两黄金一两茶”的尊贵身价，这种无名之茶也就有了“黄金茶”之名。

黄金茶有辉煌的源起，也遭遇过黯淡的历史。龚伍金介绍，20世纪90年代，由于村民管理不当，缺乏市场意识，黄金茶几乎没落。村里七大古茶园，树被砍掉大部分。

从此黯淡无光，还是重焕光彩？这事关贫困县保靖群众的命运。在湘西州委、州政府的引领下，保靖县开始全力打造“保靖黄金茶”区域公共品牌。

“保靖黄金茶具有‘四高四绝’的品质特征，‘四高’即高氨基酸、高茶多酚、高水浸出物、高叶绿素；‘四绝’即香、绿、爽、浓，是

中国最好的绿茶之一。”保靖县委副书记、县长杨志慧连续数年多次在省内外为“保靖黄金茶”站台。

“政府不遗余力地‘引’，我们更要全力以赴去‘闯’。”保靖县壤寨古茶坊家庭农场主石英超说，依托政府搭建的平台，她带着自家生产的茶走南闯北，每参展一次，“朋友圈”又扩大一环。品牌打出去后，每年的有机春茶还没上市，就被全国各地的客商订购一空。

“品牌打响，茶农富了‘口袋’。现在的黄金村十万不算富，百万才起步，村里的百万户占了三分之一，产业振兴底气十足！”龚伍金说。

品牌效益，带来的不仅仅是收益，还有农户品牌意识的觉醒。保靖县比耳镇比耳村，西水河绕村而过，是一个以种柑橘为主业的小山村。曾经这个村默默无闻，如今，比耳村因一个“西酉橙”而“走红”。

行走在西水河畔，“哎哟哟，爱西酉”的巨幅广告语处处可见，“西酉橙”可爱的卡通造型看一眼就能让人忘不了。

“我们住的是脐橙屋，吃的是脐橙饭，穿的是脐橙衣，读的是脐橙书，娶的是脐橙媳妇。”比耳村党总支书记米健平说，以前村里的橙子没“名字”，更没名气，价格难上去。现在村干部意识到，必须让脐橙品牌树起来，村民日子才能好起来。

2017年，湘潭大学艺术学院教师到村里评估扶贫工作，村干部合力请求外援：“帮我们‘脐橙品牌’打出去！”

如何打造脐橙品牌？经过多次蹲点调研，湘潭大学艺术学院的师生从种植、培管、销售等各个环节入手，精心雕琢打磨，取“西水”之“酉”字，为比耳村脐橙注册“西酉橙”商标，设计品牌Logo，并开发精美手账本等系列产品，再配合小视频、短文等手段力推富硒“西酉橙”。

在品牌的力量下，这枚被赋予“生命”和“文化”的脐橙两年内产值翻了番，今年的脐橙更是供不应求，远销欧洲。

瞄准绿色、有机、生态、富硒特色，湘西州加大农业品牌培育和创建力度，全州共有“三品一标”农产品121个(无公害农产品34个，绿色食品50个，有机食品29个，农产品地理标志8个)。打造了一批知名度高、带动力强、影响力大的特色农产品品牌，湘西腊肉、古丈毛尖、龙山百合、神秘湘西醋等名优特色农产品享誉在外。

为了让湘西州更多的优质农产品“展翅高飞”，湘西州委、州政府请来国内知名专业团队，打造湘西州区域公用品牌。2019年9月6日，“湘西香伴”作为湘西农特产品的区域公用品牌正式发布。

“‘湘西香伴’的创意来源于‘相惜相伴’一词，希望通过这一品牌，让更多消费者得到湘西优质安全农产品的陪伴。”湘西州农业农村局总农艺师彭顺光介绍。

“湘西香伴，伴‘农’腾飞。”湘西州委副书记、州长龙晓华说，有了全州的农业大品牌，湘西州农业迎来“腾飞”的最佳时机。抓住这个契机，湘西州的农业特色产业将沿着标准化、规模化、精细化、品牌化、融合化的路子阔步前行，“湘西香伴”系列绿色生态农产品必将“飞”出国门，享誉海内外。

# 为基层干群讲好“中国之治”故事

□□ 尉成辉

全面准确宣讲党的十九届四中全会精神，是宣传思想战线必须担负的重大政治责任。面向基层，特别是广大农村干部和群众，如何把一个个“中国制度”变成故事，让他们坐得住、听得懂、学得进、用得巧，推动全会精神入脑入心、落地生根，更是摆在基层宣传思想文化工作者面前的一项重大课题。

长期以来，基层理论宣讲把握时代特征、受众特点、现实需求，创新方式方法，进行靶向讲解，取得了一定成效。但要讲好“中国之治”故事，还存在一些不足，内容不接地气。

讲与需脱节，群众关切讲不好，群众听不到。教与受脱节，群众语言不会讲，群众听不懂。理论宣讲缺乏故事化表达，群众听不进。“我们想讲的”与“群众想听的”之间的矛盾，亟待解决。形式不够灵活。“台上讲得口干舌燥，台下听得乏味枯燥”，这种机械、呆板的宣讲，缺乏互动性、感染力。“形式一招鲜”与“需求多样化”之间的矛盾，亟待解决。人才不够充沛。专业人才少，会讲的缺乏常态，不够深入群众。志愿者理论弱，想讲的缺乏基础，无力扛起大旗。“干部独角戏”与“千群大合唱”之间的矛盾，亟待解决。

围绕“中国之治”，把一个个制度变成“感人故事”，在内容方法形式上找准宣讲切入点，提升宣讲吸引力，增强宣讲实效性，化解基层宣讲“听不到”“听不进”“听不懂”同时存在的矛盾。

讲故事，变“想讲的”为“想听的”。聚焦内容建设，注重故事化表达。通过一个个具体生动的故事来打动人，说服人、引导人，把“我们想讲的”变成“群众想听的”。围绕全会《决定》的十三个“坚持和完善”，立足改革开放取得的伟大成

就，打造一批兼具思想性、政治性、群众性的中国制度故事，把中国制度的科学性和优越性讲清、讲透。围绕习近平总书记关于全面从严治党重要论述，讲清楚党的领导制度体系；围绕基层人大代表、政协委员履职的故事，讲清楚人民代表大会制度体系；围绕大包干的故事，讲清楚经济制度和土地政策等。聚焦群众关切，注重分众化传播。把解决思想问题和实际问题结合起来，善于运用讲故事的方式，通过答疑解惑、疏导情绪，把“群众想听的”融进“我们想讲的”。做到小切口揭示大主题，小角度反映新时代，充分体现中国特色社会主义制度植根于中国大地、反映人民意愿、不断为人民造福、适应时代要求的科学社会主义。围绕群众身边好人的故事，讲明白社会治理制度；围绕长城、大运河的故事，讲明白文化自信；围绕牺牲在一线的扶贫干部曾翊翔、抗洪抢险干部李夏的故事，讲明白民生保障制度和脱贫攻坚政策等。聚焦群众语言，注重形象化解读。“到什么山唱什么歌，见什么人讲什么话”，学会用群众的大白话、土方言，与群众语相近、心相融，把好制度讲透，把大道理讲鲜活，着力讲好中国制度故事，不断增强群众制度自信。

讲参与，变“独角戏”为“大合唱”。党组织牵头，队伍组织化。充分发挥基层党组织战斗堡垒作用，结合新时代文明实践中心建设，按照“懂理论、懂群众、会宣讲、会服务”的标准，优化县乡村三级志愿者队伍，打造人人有专长、个个会宣讲的志愿者队伍。领导干部带头，队伍专业化。甄选一批理论专家、宣讲骨干组建一支理论深厚、政治过硬、作风优良的县级理论宣讲总队，各乡镇组建分队，分别由县乡

两级党政领导担任志愿服务总队(分队)的队长，实施领导挂点联系制度，带头定期到联系点开展理论宣讲。社会多方参与，队伍群众化。发挥党员先锋模范作用，广泛动员吸收乡贤能人、各级好人、道德模范、致富能手、脱贫典范、乡村文化能人等群众“自己人”，自发建设多样化、灵活性的志愿服务队伍，让群众讲好自己的故事、国家的故事和民族的故事，把宣讲工作做到心坎上，让创新理论在基层开花结果。

讲创新，变“一招鲜”为“多面手”。宣讲方式创新。干部走下去，与群众结亲，变说教为谈心，宣讲更入心；群众走上台，当千群老师，变配合为互动，理论更入行。一下一上，干部接地气，拉近与群众的距离，宣讲冒热气，更加聚人气、增干劲。宣讲形式创新。把理论高度和群众视角相结合，把国家制度和治理体系、治理能力现代化建设与群众需求结合起来，抓住干部群众普遍关注的深层次思想问题，通过说唱颂演等喜闻乐见的形式，有针对性地开展解读阐释，使理论宣讲既有意义又有意趣，着力把国家制度和国家治理体系的历史赓续、文化传统、现实基础和显著优势讲透，有效回应群众关切。宣讲载体创新。从网络化、移动化上想办法，在通俗化、大众化上下功夫，充分发挥主流媒体理论宣传主渠道作用，借助互联网和微博、微信、抖音等新媒体，将思想内容呈现为人们喜闻乐见的微音频、微视频等，将思想传播融入新闻宣传、文艺创作、文化活动、精神文明建设中，用好“学习强国”学习平台，全方位、多角度、立体式宣讲解读全会精神，赋予创新理论可触可感的温度、鲜度和色彩。

(作者系安徽省泗县县委常委、宣传部部长)

□□ 何雪峰

走进安徽省萧县新庄镇沟头村，一幅美丽乡村新时代画卷徐徐展开：村容村貌秀丽多姿，一座座农家小院干净整洁，广场上的老人和孩子悠闲自在，荷塘里荷影绰绰……而两年前，这里还是有名的“贫困村”“后进村”。

“自从杨书记来了以后，俺村变化可大了。”村里的脱贫群众说。2017年4月，杨健由宿州市纪委、监察委选派到萧县新庄镇沟头村担任村第一书记、驻村工作队队长。两年来，他以赤子之心和无私奉献的精神诠释使命与担当、践行党的庄严承诺，用实际行动书写了沟头村完美蝶变的历史。

杨健刚到沟头村时就立下一个大目标：在三年驻村期间努力打造一个“不走的驻村工作队”。杨健按照基层党建标准化建设要求，确保了“三会一课”等制度有效落实，树立了“党建引领+脱贫攻坚”理念，积极强化基层党建制度建设，努力建立服务型党组织。换届选举期间，他和工作队逐户摸排村换届人选，对符合条件的分别谈话。走访在家的党员、群众代表和部分群众，倾听他们的意见和建议。顺利通过换届选出沟头村的新班子、新气象，使村党组织战斗堡垒作用更加巩固。

“既然组织派我们来了，脱贫致富就一个都不能落下。”杨健说。他和扶贫队员们每周每人15户，入户核查扶贫手册，询问收入、生产、生活情况，切实掌握贫困户的真实信息，了解民情民意和需求，发现问题第一时间解决，并记录在帮扶台账里。他们用一本帮扶工作队台账架起帮扶连心桥，切实提高了帮扶工作的实效性和群众满意度。

杨健多方努力、积极争取项目资金，严格项目审批程序。2018年沟头村共实施到村项目4个、到户项目211个，到村到户扶贫资金687.83万元。他积极与宿州市科协和县科协沟通协调，在沟头村创建“科普中国·乡村e站”。他从村集体经济基础、区位优势、资源条件等实际情况出发，积极推动农村产业结构调整。沟头村通过农机租赁、资产收益、扶贫工厂和恒温冷库入股等方式，2018年实现村集体经济收入14.64万元。

卫生室为什么没有动工？陈大爷的危房改造怎么还没弄好？这家低保该不该享受……杨健心里时刻装着群众，每天不论白天还是傍晚，经常走村串户，了解民情，听取呼声。

“杨书记是我们沟头村最受欢迎的人，村里人有啥困难，都是直接找他，向他咨询政策、反映困难。很快就能给解决。”86岁的贫困户王书云高兴地说。

杨健积极协调引进资金29万元，建设了总面积144平方米的沟头村公共服务中心，现如今为民服务大厅、图书室、老年活动室、会议室、扶贫工作室等一应俱全。他争取资金60万元，新建村文化大舞台1座，并建设了面积2000平方米的文化广场、260平方米的村卫生室。杨健利用项目资金在村内主干道设置文化长廊，每条主干道分别设定孝道文化、社会主义核心价值观、关爱留守儿童等主题。

“沟头村，是宝地，立规矩，要牢记。”亮眼的《沟头村村规民约》在村里随处可见。杨健组织整理了沟头村村史，谱写了村歌《醉美我家乡》。另外，他还充分发挥该村红白理事会的作用，开展丰富多彩的移风易俗活动，评选10名“好媳妇”，10户“文明家庭户”，村民曹会真还被评为了全县“巾帼脱贫之星”。

2017年以来，沟头村先后荣获“全市脱贫攻坚示范村”“全市优秀驻村工作队”“全县先进基层党组织”“全县双先锋村”等荣誉称号。2018年和2019年，连续两个年度被推荐参加全国脱贫攻坚创新奖评选和全国脱贫攻坚贡献奖评选。

萧县沟头村第一书记杨健：  
用赤子情怀打造『醉美』乡村

# 安徽宿州埇桥区的“甜蜜”事业

□□ 杨丹丹

在安徽省宿州市埇桥区永镇乡一片种植园里，有着8000多亩甜叶菊，已让不少农户在家门口过上了“甜蜜”生活。

1993年，刚刚三十出头的老陈转业回到老家宿州，开始大胆“折腾”：辞职创业，养殖螃蟹遇到发大水，养鸡又遇到鸡瘟，借来的近10万块钱全赔了。“那时候钱值钱啊，我一个人坐在河边哭。”其爱人张桂芳安慰他：“咱俩有手有脚，身体健康，我陪你从头再干。”2003年，在江苏南京中科院植物研究所陈为民教授的帮助下，老陈走上了“土里淘金”的道路——种植甜叶菊。2007年，老陈注册

成立了“群富甜叶菊专业合作社”，寓意就是要让父老乡亲们都富起来。

“乡村振兴，产业不振兴永远是空话。”永镇乡党委书记邵友伟一直强调这一点，他特别支持老陈的事业。2014年，邵友伟专门找到陈爱武，动员他扩大种植规模。永镇乡近年来也投入了百万元资金支持“甜蜜”事业，用于打井、修路等硬件建设和包装、推介等软件升级。

自己肯干，政府肯帮，群富合作社的发展如鱼得水。现在，合作社已经成了当地产业扶贫的重要抓手，并制定出一套“四统三分一保”的扶贫管理模式，让各种植户扬长避短，只需负责从种苗到收获阶段的照料打理，育苗、

技术、资金、销售等方面，都由合作社提供支持。目前，群富合作社已带动社员387户，其中32户贫困户均增收1万元以上。关湖村的贫困户陈余成把自家的3亩地全部入股合作社，自己也在合作社上班，一年收入3万多元，走上了脱贫致富的道路。合作社也先后被评为“国家级农民专业合作社示范社”和“全国科普惠农兴村先进单位”等。

2013年，国家提出“一带一路”合作倡议后，“群富”就迈开了走出国门的步伐，参与国际合作和贸易。马来西亚、柬埔寨、印度、孟加拉国、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯、法国、苏丹、赞比亚、布隆迪……“群富”合作社在10多个国家参与建设的甜叶菊基地已达2万多亩，年产值2000多万元。