走进特优区

隰县玉露香梨：梨界的“后起之秀”

本报记者 房宁

4月13日，山西隰县第十届梨花节直播在新浪微博平台上线，网友不仅能“云游”赏花，还可以见证隰县玉露香梨如何长成：4月17日，开始梨花人工授粉；4月19日，果农正积极准备防冻措施……

“通过直播，赏梨花之美，还要感受我们农民田间劳作的艰辛。”隰县人民政府县长王晓斌表示，“直播带货”不是第一目标，推介隰县、推介“隰县玉露香梨”是他最看重的。

与国内一些“老牌”梨果比起来，隰县玉露香梨成名较晚，但冲劲不小。种植面积占全国的1/4；2019年跻身中国农业品牌目录，品牌价值评估87.43亿元，影响力指数76.665；2020年3月，入列中国特色农产品优势区。

“一个产业的发展，关键要做好‘三品’——品种、品质和品牌。”王晓斌说，农业科研工作者的精心选育，梨农的科学种植管理，政府持续培育品牌，对于隰县玉露香梨的成长缺一不可。特别是互联网营销巧发力，助隰县玉露香梨这一“后起之秀”弯道超越。

4月21日，在隰县刁家峪村玉露香梨密植园里，果农正在给梨花喷洒防冻液，以抵御寒潮。 亚明 摄

主攻优质梨，多产精品果

地处黄土高原残塬沟壑区的隰县属梨果优生区，1999年被农业农村部（原农业部）确定为“中国金梨之乡”，是山西省中南部无公害果蔬高效产业区和临汾市规划的西山百万亩优质水果生产基地。

为了发挥梨果生产优势，隰县一直在探索。从上世纪50年代开始，隰县果树专家和梨农先后引进了140多个品种。1974年，山西省农科院专家将新疆库尔勒香梨与河北雪花梨杂交，选育出代号为“74-7-8”的品种，兼具肉嫩多汁无渣、果肉洁白个头大的优势。经省内外布点区试种，该品种在隰县表现出众。随着优质栽培等配套技术的研发，“74-7-8”的优势在隰县境内充分显示出来。2003年，这一品种获审定，被命名为“玉露香梨”。

隰县蕊蕊玉露香合作社负责人张保平2004年种了1.2亩的玉露香梨。“这个品种确实好，吃过的都会回来找，这些年一直是供不应求。”2012年梨树进入盛果期后，每年都能给他带来七八万块钱的收入。

品种成熟、果农认可、市场青睐，隰县开始了玉露香梨基地规模化、产业效益化、生产组织化、技术标准化、营销市场化、产品品牌化的进程。

2010年，隰县被山西省确定为“一县一业”玉露香梨生产示范县。县委、县政府2012年提出“主攻玉露香，率先达小康”战略目标，计划每年新发展玉露香梨3万亩以上，对品质低、效益差的老梨园进行“高接换头”。县里成立果业局，乡镇成立果业站，民间成立果业协会，提升生产组织化水平。聘请国家梨产业体系专家，指导制定了玉露香梨生产技术规程，建起了35个标准化示范园。自2010年起连续举办“梨花节”，2016年起举办玉露香梨采摘节，支持生产经营主体参加各种展会，开拓市场。

2018年，隰县玉露香梨的面积由2008年不足2000亩发展到23万亩，精品果达到35%，商品果达到93%，荣膺“中华梨王”“中国大美梨”等称号，还打开了美国、加拿大市场。

全方位塑品牌，培育“稀有好梨”

梨好，也要卖得好。随着种植规模扩大，市场竞争激烈，隰县玉露香梨的品牌战略提上日程。

2016年，隰县启用了“隰县玉露香梨”地理标志证明商标，与杭州“农本咨询”合作，着手打造隰县玉露香梨区域公用品牌，将品牌核心价值表述为“隰县玉露香梨，稀有好梨”，并设计了“隰县玉露香梨”品牌形象系统。

品牌不光要有鲜明的符号，更要有完整的体系。隰县编制了区域公用品牌发展战略规划，建立了覆盖生产、初加工、选果、包装、销售、售后服务全过程的隰县玉露香梨品牌体系；制定了“隰县玉露香梨标准综合体”，保障香梨品质；实施“母子品牌战略”，组织符合用标条件的20家合作社、企业成立玉露香梨供应链企业联盟。特别是在规范生产的基础上，统一商品化标准，就玉露香梨的分级、包装、仓储、冷链物流等做出详细规定，提升了香梨的商品化水平。

“以信息技术为品牌赋能”是隰县玉露香梨品牌建设的“法宝”。隰县建立了香梨质量溯源体系，对用标单位的生产、加工和流通实施信息化管理，做到“一梨一码”“一箱一标”，即每一颗梨的生产信息都可追溯，每一箱梨的初加工和包装信息都有据可查。王晓斌说：“用互联网技术改造传统农业，不仅是农业高质量发展的内容，也是品牌建设的要求，既有利于建立消费者对隰县玉露香梨的信任，也有利于我们实施品牌保护。”

在夯实品牌品质基础的同时，隰县在品牌营销方面“唱好三台戏”。除了原产地活动搭台、走上大城市中心舞台这两条品牌营销的传统路子之外，隰县探索开辟互联网平台，以一颗梨叩开了电商经济的大门。

借力线上营销，农村电商风生水起

“隰县果农和我见过的许多地区果农不一样，他们不仅熟悉田间管理，也了解市场，对农产品电商有极大的兴趣，许多人可以说是通晓互联网营销。”隰县“新梨商”令农本咨询合伙人胡王君印象深刻。

2017年，隰县获批国家电子商务进农村综合示范县。到2019年底，全县共建立了1140个电商创业团队，开通玉露香梨专营线上店铺1268个，在淘宝网销售玉露香梨的网店有132家，产品识别号532个；京东网店5家。

隰县2015年就策划创建了玉露香梨溯源体系和原产地电商平台。隰县主政者认识到，发展新型工业隰县不具备条件，要推进脱贫攻坚和农业供给侧结构性改革，以玉露香梨为突破口，以互联网带动，是符合实际的选择。2016年，县里组织120位农民赴浙江丽水学习，开始了“换道跨越”的新探索。

从强化培训入手，构建利于农村电商发展的生态。与浙江讯唯集团合作，建起了丽水电商学院隰县分院；成立了隰县电商扶贫培训基地，邀请电商行业专家授课；多次举办进阶培训、网上实操等，培养出一批农村电商带头人和培训导师，孵化出一批优秀电商企业。为推动梨果资源集中、提升运行效能，还开辟电商一条街，建立电子商务进农村综合示范公共服务中心。

为解决农村电商的物流短板，隰县与顺丰速运合作设立了物流分拣中心，建立了通村第四方物流公司。目前，全县8个乡镇91个行政村实现了物流配送的全覆盖。

随着电商要素与运行构架的完善，隰县玉露香梨“一街一码一品牌一体系”的模式成型，品牌营销有了更系统的支撑。2019年隰县玉露香梨采摘节首日，电商销售就超百万元，第二天达248.8万元。张保平家的8000多斤玉露香梨在京东最高卖到15元/斤。

据统计，目前35%的隰县玉露香梨通过电商渠道销售。“玉露香梨出名了，其他农产品也跟着沾光。”阳头升乡青宿村农民、淘宝店主王明明说，2019年他的网店销售额有20多万元。今年正月初六他就开工了，每天少说也要发30单快递。

如今，隰县农村电商已经由工业品下行为主转变为农产品上行为主，2018年农产品线上销售额达4197.92万元，其中助贫销售504.98万元；2019年销售额8388.6万元，其中助贫销售704.5万元。2019年4月，隰县退出国家扶贫开发重点县序列。

区域风采

“源味武川”区域公用品牌发布

本报记者 马晓刚 李昊 文/图

日前，内蒙古呼和浩特市武川县“源味武川”区域公用品牌正式发布。

武川县位于内蒙古大青山北麓，地处阴山山脉向北部草原的过渡地带，具有天蓝、地绿、山青、水净、空气清新的独特自然资源，被誉为“马铃薯之乡”“燕麦之乡”“红色之乡”“帝王之乡”。县域内农产品资源丰富，拥有武川莜面、武川土豆、武川黄芪等名优产品以及食用菌、牛羊肉、冷凉蔬菜、奶制品、牛肉干等特色农产品。近年来，武川紧紧围绕“生态立县、绿色强县”发展定位，着力发展“三品一标”农产品和创建农业标准化示范基地，现有“三品一标”生产企业11家、产品数量13个，成效显著。

“自然赋予武川县农作物最合适的生长条件，而人则引导着农作物的品质。‘源味武川’的意思是‘武川的乡味、武川的香味’，形容食物有颜值、有味道、有外观、有内涵，隐喻武川县农牧特色产品的高品质和好味道。”武川县农牧和科技局局长李东华告诉记者。

武川县副县长张海涛表示，2020年武川县通过强化标志性农产品、整合县域产品资源、构建品牌标准化体系，发布了“源味武川”区域公用品牌，致力于通过“一母多子”的集约型品牌完成与全国市场的对接，彻底解决农产品源头供应与消费终端脱节的难题。

“‘源味武川’作为武川县第一个区域公共品牌，符合武川‘生态立县、绿色强县’发展定位，有利于整合当地特色资源，转变农牧业发展方式，培育富农支柱产业，构建新型农村流通体系，形成规模集聚效应，实现农业增效农民增收，促进县域经济高质量发展，更加有利于打造武川县区域全新的品牌形象，统一武川县农牧业品牌标志、品牌口号及宣传形象，强化消费者的品牌印象，增强农产品市场竞争力，实现品牌销售和溢价收益。”张海涛说。

今后，武川县将通过夯实品牌发展基础，建立完善的品牌建设长效机制和巩固品牌建设成果，逐步形成以品牌为核心、产品为载体、产业为支撑、致富为目标的发展格局，促进武川县农牧业产业化、标准化、规模化转型发展，实现“特色农产品”到“品牌农产品”的产业升级，并以此助推全面开展消费扶贫，打开北京、呼和浩特等华北市场乃至全国市场。

“源味武川”区域公用品牌推出后，武川县农产品受到消费者青睐。

品牌故事

忠党村依托品牌做大“长古香丝米”产业

潘献华

“最近，我们通过招商引资，吸引武鸣区农家香米公司到村投资，形成‘龙头企业+合作社+农户’的发展格局。”4月22日，广西南宁市武鸣区陆斡镇忠党村第一书记秦培钊欣喜地说，香米产业基础好，培育出了品牌，这是得到龙头企业青睐的关键。

忠党村在2016年底就实现了脱贫摘帽，2019年底全村建档立卡贫困户实现全部脱贫。经过几年的努力，该村持续巩固脱贫成果，推出了“长古香丝米”等区域性知名扶贫产品，特色产业发展得有声有色。

服务跟上，发掘产业优势

忠党村自然资源条件优越，常规香米种植历史悠久，所产香米清香可口，“没菜也能吃三碗”，在武鸣当地小有名气。

“过去，我们在家从事传统的水稻生产，耗时、耗力、耗工且艰苦，收益也不高。”忠党村脱贫户李密广说，自从秦培钊到村里任第一书记，通过引进新品种和技术以及现代化生产，使产品质量快速提升。收入增加了，他家在2016年就脱贫了。

秦培钊说，2015年他到忠党村任第一书记，明确了工作思路就是在选准特色产业的基础上，进一步提升本地特色产品的品质，挖掘出本地香米生产的潜能，形成香米产业优势。

村里以政府财政扶持试点项目资金为基础，以群众手中掌握的土地资源作为资产，成立全村所有制的种植专业合作社；建成水稻烘干机车间1500平方米、育秧大棚600平方米、育秧生产线一条，采购一批农机设备；建立配套的生产体系、技术体系与管理体系，为合作社农户提供工厂化育秧、机械插秧、机械防治以及收割烘干、产品销售方面的社会化服务。

这一系列措施的落实推动了该村香米种植的产业化发展，香米种植可实现亩增收300元以上，不仅带动了全村3000亩水稻全面更新品种，还带动了香米种植向周围村屯辐射扩散。

运营创新，拓渠道树品牌

香米生产能力大幅提升后，村里开始进一步思考通过创新运营方式、拓宽销售渠道，来加快产业发展。他们探索村集体资产交由合作社负责运营，财政和村集体投入、村“两委”监管，三方共同推进村集体经济发展的模式。

在忠党村，理事会负责运行，监事会负责监督，监事待遇与工作成效挂钩；合作社财务公开，阳光透明，年中年末各做一次财务公开公示，打印成文由各屯监事发放每家一份。该村党支部书记卢怀初说：“合作社的社员们也可以随时询问账务情况，彻底打消村民疑虑。”目前，已有600户农户通过挂靠、加盟、入股等形式参社，土地面积达到2000亩，去年实现村集体收入7万元。

为提升香米的市场竞争力，合作社注册了“长古香丝米”品牌，探索合作社安排生产表、农户按单生产、电商网络销售的运营模式。在秦培钊的牵线搭桥下，合作社与多个电商平台合作，开通网络销售渠道。村里还发动年轻党员、大学生积极参与产业开发，号召贫困户子女投入电商经营，大力推荐本村香米等农产品。在2018年广西名特优农产品（广州）交易会期间，不少广州市民在品尝“长古香丝米”后，纷纷利用手机扫码进入合作社电商销售平台选购。

2019年，全村农产品完成网络销售5000笔，惠及贫困户53户，合作社和村民的收入逐年攀升。今年1月15日，忠党村社会帮扶产品正式上线，有助于提升“长古香丝米”的知名度。

企村合作，对接更大市场

忠党村实现了整村脱贫，但离乡村产业兴旺还有很长一段路要走。秦培钊认为，农民在土地、种植方面存在有天然的优势，但是在运营和管理上存在欠缺，通过合作社的组织和管理，加上龙头企业的专业营销，这样充分整合利用有效资源，才能实现产业的更大发展。

武鸣区农家香米公司是一家专门从事香米加工、销售的龙头企业。公司对秦培钊的想法非常认同，于是与忠党村合作社达成了合作。

农家香米公司负责人黄克表示，他们正帮忠党村将“长古香丝米”这个品牌进行再“包装”，形成不同规格、不同包装的产品推送到市场上，满足更多人群的需求。公司将通过自身积累多年的香米加工经验、稳定的销售渠道，助力忠党村香米产业新的发展。

“解决了产品单一、销路不畅、单打独斗的问题，我们村的香米产业发展前景会越来越好。”卢怀初对未来充满期待。

业界动态

陕西首届网上茶博会产地行启动

由陕西省农业农村厅指导，陕西省农产品质量安全中心主办的首届陕西网上茶博会产地行4月22日启动。

陕茶代言人由网红、微博大V、媒体记者等共同组成，他们将分为两组分赴12个茶企、茶园以及茯茶镇，展开为期8天的系列探访直播活动。利用新媒体平台，通过拍摄图片、录制短视频、撰写游记心得等多种形式，全方位宣传陕西茶叶。此外，还将在茶区开展“汉中仙毫”公用品牌推介会、安康富硒茶主会场活动、商洛茶叶主会场活动，举办茶与文旅、茶与科技、茶与茶人、高山云雾出好茶等系列主题直播，并邀请当地政府领导、企业负责人通过视频直播、录制短视频等方式为陕茶代言。

据介绍，此次产区行活动，将深入产地、企业、茶园、农户生产一线，为“汉中仙毫”“安康富硒茶”“泾阳茯茶”等区域品牌及20余家企业品牌、产品品牌代言，这是对陕茶品牌宣传推广一次新的探索和尝试。活动将依托陕西农业品牌网平台，为陕茶开辟上行通道。

首届陕西网上茶博会以“品质 品牌 优质 健康”为主题，持续至5月30日，还将开展区域公用品牌推广、陕茶之星茶叶评优和优秀品牌网络评选、茶叶品牌网络宣传推介促销、线上百份陕茶礼包秒杀等系列活动，多举措助力陕茶品牌宣传、茶文化推广、茶旅游开发、茶产品销售，打造永不落幕的茶博会。 舒隆焕

湖南开展特色农产品气候品质认证

湖南省气象部门积极探索“气象助力品牌强农”新路径，与湖南省农业农村厅联合开展特色农产品气候品质认证，目前正在接受申报。湖南省气象局4月14日举行推进全省气象助力品牌强农工作电视电话会议，安排部署全省气象助力品牌强农各项工作。

日前，省气象局与省农业农村厅发出《关于联合开展特色农产品气候品质认证申报工作的通知》，为湖南开展特色农产品气候品质及申报国家气候标志认证工作提供实施依据和标准。依据《通知》要求，各县（市、区）政府为农产品气候品质认证申报主体，达到申报要求的农产品经过认证申报、认证评估、报告评审、品质认定等程序可获得相应等级证书，并给予推广宣传。

省气象局专家介绍，农产品气候品质认证是指为天气气候条件对农产品品质影响的优劣等级做评定，不仅涉及农产品品质理化指标，而且考虑到同期气象条件对农作物生长发育和品质形成的影响。通过农产品气候品质评价，将提升重点农产品的质量，促进农产品提质增效，增强品牌效应。

目前，已有“华容芥菜”“安化黑茶”“沅江芦笋”“崀山脐橙”等14个地理标志产品参与申报“农产品气候品质认证”，气象部门鼓励其他特色农产品参与申报。 周月桂

山东德州市举行区域公用品牌培训会

近日，山东德州市农产品区域公用品牌建设启动仪式暨培训会举行。德州市确立2020年定为“品牌创建年”。

此次培训会议以视频会议形式召开，旨在贯彻落实德州市政府关于《德州市农产品品牌建设实施方案》等文件精神，加快德州市农产品区域公用品牌建设工作。培训会邀请农业农村部农产品加工业专家委员会专家委员就农产品区域公用品牌建设进行授课。

德州是传统的农业大市，是全国重要的粮食、蔬菜、畜牧主产区，是国家现代农业示范区、国家农业绿色发展先行区、京津冀优质农产品供应基地，拥有“中国扒鸡之乡”等多个农业特色地域名片。2018年底，德州整建制创建为省级农产品质量安全市，拥有“三品一标”产品483个、735.8万亩，拥有夏津椹果、武城辣椒、乐陵小枣3个省级知名农产品区域公用品牌，省知名农产品企业产品品牌25个；夏津椹果获评中国特色农产品优势区，乐陵小枣获评山东省特色农产品优势区。 刘向阳

江苏沛县以品牌引领绿色农业发展

江苏沛县为实施乡村振兴战略，重点推进绿色食品、有机产品、地标农产品等绿色农产品、区域公共品牌建设。

以绿色基地引领绿色农业发展。近年来，沛县全力打造绿色优质农产品生产基地，建成20万亩“全国绿色食品原料（麦稻）标准化生产基地”；新建江苏省绿色优质小麦、水稻基地30万亩。2019年种植业绿色优质农产品比重为56%。

以绿色、有机农产品引领绿色农业发展。积极引导生产质量控制能力较强的主体申报，打造绿色、有机农产品产业带。2019年新获证有机农产品7家，新增有机转换产品11个，新获绿色食品企业8家。2020年计划新申报绿色食品企业12家，新申报绿色食品25个；新申报有机稻谷、芦笋、面粉、挂面企业3家。

以区域品牌引领绿色农业发展。以沛县河口镇农业技术服务中心申报的“沛县牛蒡”，2019年12月获国家地理标志证明商标；“沛县山药”2019年申报国家地理标志证明商标已受理；以沛县敬安镇农业技术服务中心申报的“沛县黄皮牛蒡”农产品地理标志已通过省现场核查。

建立品牌资源储备库。建立“沛县冬桃”“沛县莲藕”等区域品牌资源储备库；鼓励具有特色的发展潜力的农产品生产企业、合作组织、家庭农场申报绿色食品、有机产品，有条件的组织申报地理标志证明商标。

加大品牌宣传推介。沛县农业农村局每年参加国家、省市举办的各类大型优质农产品展销会、农民丰收节10余次，并组织相关部门积极配合做好服务，通过中国农产品国际交易会，上海、南京、武汉、连云港等地的优质农产品展销会将沛县品牌推向全国。 苏农

4月18日，山东省利津县智联农创现代农业示范园举行乡村振兴特色农产品推介会暨“一品益津”农产品品牌发布会。该示范园集种植、销售、展示、体验和企业孵化于一体，以品牌带动，旨在带动当地农民增收致富，培育现代农业产业。图为游客采摘品尝“一品益津”圣女果。 崔丽英 任万帅 摄