



第十八届中国国际农产品交易会

2020 数字乡村发展论坛在重庆举办

本报讯(记者 韩曦)11月27日,作为第十八届中国国际农产品交易会的系列活动之一,2020数字乡村发展论坛在重庆举办。农业农村部副部长于康震出席论坛并讲话,民盟中央副主席曹卫星、重庆市副市长熊雪、河南省副省长武国定等出席论坛。

于康震指出,党的十八大以来,农业农村部会同各地各部门认真贯彻落实党中央国务院决策部署,推动现代信息技术

与农业农村各领域各环节加速融合,数字乡村发展迈出历史性步伐、取得阶段性成效。党的十九届五中全会对加快数字化发展、全面推进乡村振兴作出了全面部署,提出建设智慧农业。“十四五”时期是数字乡村全面“布局”和“重点破局”的关键阶段,要紧扣“新发展阶段、新发展理念、新发展格局”的目标定位与发展要求,把数字乡村作为乡村建设行动的重要内

容,加快推进数字乡村建设。于康震强调,要抓住数字乡村发展机遇,乘势而上,重点抓好5个方面工作。一是加强顶层设计,编制“十四五”农业农村信息化发展规划和数字农业农村建设规划;二是完善基础设施,抓住新基建机遇,建设一批重大工程项目;三是加快生产数字化转型,谋划推动智慧农业工程;四是强化科技创新,切实解决卡脖子技术问

题;五是健全机构队伍建设,理顺管理体制,培养农业农村信息化复合型人才。论坛征集推荐了一批智慧农业新技术应用模式和数字乡村建设典型案例,同期发布了《中国数字乡村发展报告(2020年)》《2020全国县域数字农业农村发展水平评价报告》。论坛由农业农村部市场与信息化司、中央网信办信息化发展局、重庆市农业农村委员会指导召开。

▶ 本届农交会上,先正达集团中国在推广新品牌的同时,展示全新的业务架构及核心业务。图为集团技术人员现场向业内观众介绍苹果免套袋植保新方案。

本报见习记者 王子涵 摄

▼ 在本届农交会上,嘉禾祥瑞(北京)农业科技发展有限公司带来一款微生物降解智能马桶,通过微生物分解粪便,减少处理排泄物环节,为厕所革命提供新型环保的技术支持。图为该公司技术主管(右)介绍这一新产品。

本报见习记者 王子涵 摄



“智慧农批”为市场流通体系注入新动能

□□ 本报记者 李锐

在第十八届中国国际农产品交易会上,由8家来自全国各地大型农产品批发市场(以下简称农批市场)及农业生产合作社、品牌农产品企业组成的中国农产品批发市场展区吸引了记者的目光。11月28日,记者看到,展区的电子大屏幕不停地播出中国农批市场建设历程的宣传片,展台上摆着农批市场商户的“拳头”农产品,还有介绍农产品市场信息化应用内容的展板。同时,现场搭建了网络直播间,由“央视主持人+网红和参展主体”进行现场直播。

经过40多年的发展,我国农批市场已达到4500多家,年交易额约5万亿元,年交易量达10亿吨,70%以上的农产品经过农批市场流通,农批市场已成为我国农产品流通的主要载体。但随着现代农产品流通体系建设的要求越来越高,尤其是近年来线上农产品零售交易发展较快,竞争将会越来越激烈。如何看待农批市场在市场流通体系中的新定位?在“智慧农批”建设方面有何创新举措?

“我国已基本建立起以批发市场为中心,集贸市场为基础,连锁超市、物流配送和电子商务为先导的现代农产品市场流通体系。农批市场健康持续发展,对于优

化农产品大流通格局,构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,提升农业生产的规模化、绿色化、标准化、集约化水平,促进农业增效和保障城市供应发挥着重要作用,农业‘压舱石’的作用不可替代,农批市场流通主渠道作用不可动摇。”中国农产品市场协会会长张玉香在全国农产品批发市场创新发展研讨会上说。

新冠肺炎疫情期间,中国农产品市场协会根据农业农村部总体部署,组织北京新发地、河南商丘、江苏凌家塘、深圳农批等一批大型农产品批发市场与海南、广西、湖北等重点农产品滞销地区开展精准对接合作。根据中国农产品市场协会统计,疫情期间农批市场累计采购数量469.69万吨,采购金额252.88亿元,基本解决了贫困山区农产品滞销卖难问题。商丘农产品中心批发市场董事长乔彬认为,此举更加凸显了农批市场在保民生、保供应、稳物价、稳民心和缓解农产品卖难、稳定产销等方面的重要作用及公益功能。

“生鲜电商、商超集采、社区团购等新兴业态如火如荼,但新兴业态缺乏供应链支持,这恰恰是农批市场所具备的天然优势。新兴业态‘比拼’的是营销模式,引导商流,农批市场提供的是资金

流、物流。组织产品、加工分拣、物流配送,这都不是新兴业态擅长的,所以和农批市场合作是首选。”湖南长沙红星大市场副总经理周健告诉记者,未来的农批市场不仅是采用以提供物业服务为盈利模式的农产品供应链中的一环,应该构建一个载体,打造供应链协同管理平台,让农批市场成为供应链体系中的协同者、优化者、服务者。

随着移动互联网的深度应用和生鲜消费渠道多元化,农产品批发市场数字化升级已成为必然趋势。参展的重庆双福农产品批发市场是重庆最大的综合性一级农产品批发市场。董事长卫永生认为,后疫情时代要推进“智慧农批”建设,不断提升市场核心竞争力,加快市场提档升级和创新发展。目前,双福农批市场建成了市场交易管理系统,初步实现了对进场农产品的产地信息采集、农残快检及公示、信息快速展示发布等市场主要功能;开发完善了市场仓位管理“仓配系统”、同程e配平台和溯源体系。

江苏凌家塘市场发展有限公司董事长张建方介绍,凌家塘市场以“数字化、信息化、智能化”产业新格局为契机,建立凌家塘大数据服务平台,实现人、车、货、资、事、物六要素有机融合、智慧管控。通过各类数据智能分析、智慧推送,促进产、

运、销融合发展,打造智慧网上“凌家塘”。

农产品批发市场发展具有鲜明的时代性、阶段性特征,是我国农业农村发展取得历史性成就的重要体现。但在新冠肺炎疫情期间,也暴露出基础设施陈旧、农批市场法律法规缺失、功能定位不清等问题。

张玉香告诉记者,“十四五”期间要加快推进农产品批发市场升级改造,强化数字化变革和智慧化经营。一是推动农批市场数字化平台建设。启动建设一批数字化指挥调度平台、线上线下一体化交易平台、供应链服务平台和市场运行大数据中心等基础设施,进一步提升批发市场现代流通体系功能。二是支持农批市场大力发展电商,拓展销售渠道。与线下紧密结合、互动融合发展,促进货物流、信息流、资金流高效统一。三是促进产销精准对接和品牌建设。加快新型流通方式和优质优价等市场机制构建,更好发挥市场导向,促进产业高质量发展,强化产销精准对接,推动提升农业品牌建设水平,以品牌引领带动全产业链优化升级。四是加大推动冷链、物流等现代流通方式的建设力度,建立健全应急管理体系,强化农产品全程可追溯制度建设。五是培育农产品供应链的“新业态”和“新主体”,为市场流通体系注入新动能。

(上接第一版)

作为全国藏猪养殖核心区的林芝,养殖规模达53万余头,藏猪肉产量约占全区市场需求的40%。

多年来,林芝藏猪产业发展成效显著,但散放散养、自养自用仍是主要方式,经营主体少、产业规模小、融合程度低的问题仍然存在。乡村振兴进程中,作为特色支柱产业,藏猪产业转型升级迫在眉睫。

从哪里切入?2018年以来,林芝市紧紧围绕“特色化、专业化、规模化、区域化”发展模式,采取培育经营主体、强化科技支撑、推行绿色养殖、构建产业体系、打造藏猪公用品牌等实干实举措,重塑全新藏猪产业链,激活藏猪产业发展的新动能。

譬如,聘请中国农业大学、西藏农牧学院的藏猪专家,从藏猪种质资源保护、良种繁育、市场销售等环节推广运用现代科技;今年投入1.97亿元打造藏猪养殖内口,养殖模式从粗放向“放养+舍饲”模式转变;2018年以来累计投资近5亿元,加强生产设施设备、废弃物资源化循环利用等基础设施建设,倾力打造“全国藏猪之乡”这块金字招牌。

发力点在哪?近年来,林芝市坚持供给侧和需求侧两端发力,以工布江达县巴河藏猪产业园为重要抓手,探索建立以藏猪原种保护、良种繁育推广、规模化养殖、产品精深加工等为先导的产业化体系。目前,已有西藏沃野、蕃腾农牧等多家企业入驻园区。东元食品窖藏24个月的藏猪火

腿,一条腿的单价在8000元~1万元,引领中国火腿走向世界。

谁是主要受益者?农牧民。今年39岁的多吉扎堆,于2017年9月注册成立了巴河镇仲当村综合养殖专业合作社,原本想规模化养殖藏猪,但因资金吃紧没干成,就外出打工了。后来,他听说政府出台了多项利好政策,便毫不犹豫返回家乡养殖藏猪。今年养殖规模达到400多头,收入约28万元。

“一人富不算富,大家富才是富。”多吉扎堆说,明年争取藏猪出栏量再翻番,带动更多农牧民增收致富。

如今,林芝藏猪产业链基本形成,2018年至2019年全市累计出栏28万余头,群众增收2.3亿余元,为藏猪产业振兴蹚出了一条新路子。

藏茶新曲

铃声叮当,谁摇曳千年路上?凭栏眺望,谁在弹琴煮茶汤?林芝,作为茶马古道上的千年驿站,藏区出产的毛皮、药材等和内地出产的茶叶、布匹等,在高山深谷间南来北往,流动不息。

“宁可三日无粮,不可一日无茶”,道出了藏族人民离不开茶,更离不开最喜爱的酥油茶。然而,历史上西藏的茶叶都来源于内地,来源于茶马古道。

西藏产茶吗?

西藏原本不是产茶的地区。海拔1900

米,被称为植茶禁区。改变始于1963年,来自雅安蒙顶山的茶苗在易贡茶场试种成功,开启西藏茶叶规模化种植历史,让易贡茶场成为西藏历史上第一座茶场。

易贡茶场,坐落在素有“东方瑞士”之称的西藏林芝,海拔2300米,堪称世界上海拔最高的茶场。全年日照率41.1%,尽享北纬30度纯净阳光,沐浴印度洋暖湿气流,大自然给易贡送来了一个能够种植茶叶的环境大礼。

然而好景不长。由于茶树茶龄普遍超过30年,导致产量不高,再加上受多重因素影响,易贡茶场一度走向低谷。于是,到内地请茶叶专家,派藏族员工到浙江、福建、广东等产茶大省学习制茶工艺。后来,在农业农村部以及福建、广东两省对口援藏工作队的帮扶下,易贡茶场各项事业开始有了起色。

原易贡茶场茶叶加工厂厂长安青说,易贡茶场盘活荒山坡地资源,逐步扩建茶园,目前茶园规模已达5105亩,可投产茶园有2463亩,所生产的茶叶中茶多酚含量高达35%,深受消费者喜爱,职工收入显著增加。

在易贡茶场的茶园里,记者见到正在忙碌的藏族女职工德吉。她算了笔细账:“种茶前,我家主要种青稞、包谷等作物,年收入1万多元;后来承包20亩茶园,年收入三四万元。明年茶园到丰产期,收入至少在6万元以上。在家门口种茶,挣钱顾家两不误。”

易贡茶场副厂长才程介绍,今年易贡茶场产值将达到1378万元。未来,易贡茶场将秉持“以茶带游、以游促茶”的绿色发展理念,推动两个产业融合发展。

无独有偶,“莲花秘境”墨脱县,作为全国最后一个通公路的县,一向有“高原孤岛”之称,1万多名农牧民如何脱贫致富成为头等大事。墨脱曾尝试过香蕉、柠檬、水稻等产业,但因交通等因素制约,水果运不出去,只能烂在树上,最后不了了之。综合权衡,墨脱县选择了种茶,而茶叶就地加工、轻便运输、保鲜长期的优势,使得墨脱找准了脱贫致富的突破口。

在援藏工作队的支持下,墨脱县从不足百亩的实验性茶园,到如今建成高山有机茶园56个,茶叶种植面积近1.7万亩。“种茶改变了我们的命运。”墨脱县墨脱村门巴族阿佳李樱感慨地说,之前她家只有两亩多地,种些玉米、水稻,连女儿上学的生活费都发愁,现如今全部种了茶叶,手头宽裕多了,生活也越过越红火。

谁家姑娘茶园唱,谁人辛苦炒茶忙。易贡茶场和墨脱县是林芝茶产业巨变的缩影。目前,林芝茶叶种植面积已达5万多亩,占西藏茶叶种植总面积95%以上,带动茶区农牧民直接增收1.6亿元,人均增收5028元。

回望青稞、藏猪、藏茶的崛起轨迹,我们不难发现:在党的坚强领导下,西藏这些传统特色乡村产业不断焕发新生,乡村振兴的美丽新画卷在世界屋脊全面铺开!

《中国农垦品牌发展报告(2020)》发布

本报讯(见习记者 王子涵)11月28日上午,“品牌强垦共迎小康”中国农垦品牌发布及目录推广活动在第十八届中国国际农产品交易会S3馆中国农垦展区举行。

这是中国农垦连续第二次在中国国际农产品交易会期间发出的“农垦强音”。《中国农垦品牌发展报告(2020)》提出,要实现品牌强农,就要把品牌建设贯穿农业全产业链,使之成为助推农业转型升级、提质增效的重要支撑和持久动力。报告分为“艰苦奋斗 勇于开拓:精神传承提升中国农垦品牌价值”“砥砺前行 锐意进取:创新引领推动中国农垦品牌赋能”“聚力前行 携手未来:协同合作构建中国农垦品牌生态”三个部分,全面总结了一年来中国农垦品牌发展平台建设取得的进展,及各垦区在推进品牌强农、

引领现代农业、助力脱贫攻坚、保障有效供给、创新宣传和营销模式等方面的成效。

现场还发布了《中国农垦标识管理办法(试行)》及相关实施细则,《中国农垦品牌目录(第二批)》,为中国农垦标识使用管理、落地推广提供了重要依据,为增强品牌认知、引导品牌建设奠定坚实基础。此次发布的《中国农垦品牌目录(第二批)》主要面向非集团化垦区,并对集团化垦区开展补充申报和动态管理,经资格审查、专家评审、舆情监测、公示备案等环节,共收录105个品牌,其中垦区(集团)公共品牌2个、企业品牌42个、产品品牌61个。

此次活动在农业农村部农垦局指导下,由中国农垦经济发展中心主办,得到了广东、江西、云南等19个垦区105家企业的大力支持。

第二届中国乡村文化振兴高层论坛在重庆举行

本报讯(记者 李锐)第二届中国乡村文化振兴高层论坛于11月28日在重庆举行。与会专家学者就如何在全面推进乡村振兴进程中遵循乡村美学,传承优秀农耕文化,保护乡村多样性,让中国乡村有涵养、有特色、有活力等话题展开热烈研讨。

据介绍,中国乡村文化振兴高层论坛是经中国国际农产品交易会组委会秘书处和中国农民丰收节组织指导委员会办公室提议设立的,目的是为乡村振兴战略特别是乡村文化振兴发现一些新问题、研究一些新方法、探索一些新路径。首届论坛已于2019年11月在江西南昌市举行。

本届论坛由中国国际农产品交易会组委会主办,农业农村部市场与信息化司、重庆市农业农村委指导,上海交通大学创新设计中心、中国农业出版社、中国乡村振兴服务联盟承办。

中国农民丰收节组织指导委员会相关负责人在题为《提升丰收节庆内涵,传承乡村多样文化》的主旨报告中,介绍了2018、2019、2020连续三年中国农民丰收节的举办情况和经验启示。上海交通大学创新设计中心教授周武忠介绍了“中国乡村(美学)评价标准”,推荐了《中国美丽乡村典型案例》。

本次论坛的学术征文聚焦乡村美学,以繁荣中华文化、重塑中华文化美学为宗旨,强调以文化振兴为乡村振兴的灵魂,以美学重塑为乡村振兴的旨归。来自全国各地的70多位作者提交的乡村美学学术论文涉及自然关系、空间关系、物质关系、情感关系和人文关系等乡村建设的各个层面。此次征文共评选出28篇优秀论文,其目的是倡导更多的人从审美的高度去投入乡村的发展,感受乡愁的深度和乡土的温度,共同建设美丽乡村,复兴乡村美学。

河南农产品风采不一般

本报讯(记者 张培奇 范亚旭)11月27日,第十八届中国国际农产品交易会在重庆市开幕。河南290家参展企业携粮油、畜禽、水产、果蔬、茶叶、食用菌、中药材、调味品8大类1200余种农产品集中亮相展会。

延津小麦引得参展人员驻足,杞县大蒜成为展览青睐产品,王守义十三香香遍全场……在1807平方米的河南展区内,优质的农副产品琳琅满目,各参展企业都在自家展台前推介着自家优质的农产品。与以往不同的是,今年河南还组织了批发市场、大型超市、电商平台等采购商110家,除了推销省内产品之外,还将通过农交会这个平台采购一部分所需的产品。

据介绍,本届农交会分为公益性展区和市场化展区,集中展示农业各行业新业态新产品。

在公益性展区内,河南聚焦国家贫困县优势特色产业和具有一定品牌影响力的农产品,重点围绕兰考蜜瓜、洛宁苹

果、宜阳花椒、南召中药材(艾草)、淅川石榴、光山十宝(油茶)、新县茶叶、郸城红薯、西华胡辣汤、宁陵酥梨、柘城辣椒、济源兔业等主导扶贫产业,推荐带贫能力强、发展规模大、具有示范引领作用的企业参展,展出17家企业65种产品。同时突出地域特色,集中展示杞县大蒜、灵宝苹果、郟县红牛、温县铁棍山药等29种产品。

在市场化展区内,河南省在粮油品牌展区设置了275平方米的“豫农优品”河南区域公用品牌展示区,以“沃野中原 生态农业”为口号,围绕河南在扛稳国家粮食安全重任中的担当作为,通过农交会宣传推介“豫农优品”河南整体品牌形象及logo设计,以粮油深加工省级以上龙头企业和合作社示范社为侧重,集中展示河南有代表性的面粉、花生、红薯和杂粮四类粮油及其加工制品44家企业200多种产品。各市县共展出184家企业880多种产品,展览展示规模将近历届最大。

农交会上的品牌盛宴

(上接第一版)丁俊洋介绍,我国粮食产量连续6年超过1.3万亿斤,水稻、小麦自给率保持在100%以上,人均粮食占有量稳定在470公斤以上,这沉甸甸的“米袋子”离不开粮食类优秀企业的努力。

五得利面粉的揉面师傅将现场和好、饣好的面团吹成了“气球”的模样,并让主持人在桌子上拍弹。由于面粉筋道,面粉“吹弹不破”,引得在场观众一片赞叹。五得利公司副总裁魏巍介绍:“大家熟知的三全、思念、今麦郎、海底捞等使用的都是五得利面粉,我们也是世界上最大的面粉加工企业之一,从小麦种植开始,要经过40多道工序才能来到百姓餐桌。”

接下来发布的优秀畜牧企业之一——牧原食品股份有限公司董事长秦英林直接将“四菜一汤”搬上了舞台,“请主持人来尝尝我们的糖醋菊花肉、原味酥肉、虎皮扣小肘、罐焖肉、玉米排骨汤。”蒸腾的香气弥漫在会场中,让品牌故事也有了别样味道。“为了让猪肉更香,我们琢磨了28年,比如要提升五花肉的品质,不光育种时夹层要多,仅屠宰过程就要经过包括排酸在内的17道关,品种好、饲料好、养得好,宰得好一个也少不了。”秦英林说。

不少农业企业长期默默耕耘,扎根产业,即使已是行业龙头,但在社会上的知

名度未必很高。此次推介会让聚光灯对准了这些“低调有内涵”的农业企业。

“大家可能没有听过‘圣农’品牌,但一定吃过‘圣农’的产品。”禽蛋类优秀企业品牌之一的福建圣农食品有限公司副总裁祝贺的开场白引起大家的好奇,“‘圣农’从1994年就开始与麦当劳、肯德基等大型连锁快餐合作,大家吃的炸鸡很大概率就是我们的产品,我们还有中餐品牌‘星厨料理’,健身人士喜欢的网红产品‘4°鸡胸肉’系列,2019年‘圣农’培育出全国第一个白羽肉鸡种源,打破了西方对白羽肉鸡原种的技术垄断……”

在三场推介会期间,中国农网、重庆广电、快手平台等全媒体渠道均进行了全程多屏直播,大型电商、商超、批发市场、新零售等渠道开展了现场集采活动。同时,组委会还专门穿插了具有巴渝民俗文化特色的文艺表演,川江号子、丰稔戏、歌舞杂技的精彩亮相让三场推介成了富有文化韵味和品牌大戏。

农业农村部市场与信息化司司长唐珂表示,此次举办农业企业品牌推介会,就是要聚焦农业企业品牌,推介精品农产品及加工企业,对培育“双循环”新发展格局下农业企业发展的新动能,助力企业开辟新市场、引领带动农业高质量发展发挥重要作用。