

首届射阳大米产业发展论坛举办

近日,以“绿色跨越‘芯’启未来”为主题的首届射阳大米产业发展论坛在江苏省射阳县举办。此次论坛邀请了来自农业农村部、江苏省农业农村厅、江苏省农科院、品牌研究机构专家和企业家代表近200人参加,旨在通过专家指引、同行交流,进一步加快射阳大米产业绿色、健康发展步伐,以高质量发展为引领,加快实现农业现代化。论坛设置了考察调研、发展论坛、主旨演讲、成果展示、现场签约、“中国地理标志产品系列丛书”首部《射阳大米》发行以及专题报告等丰富多彩的活动。

射阳有着生产优质大米得天独厚的优势条件,富钾弱碱的土质、亚热带和暖温带交融的气候、优质的灌溉水源,成就了射阳大米香纯棉软、筋道润滑的口感。“十三五”期间,射阳县出台《射阳大米产业健康发展实施意见》,全力实施品牌化经营、标准化生产、产业化发展、智能化管理、规模化引领的发展战略,全县稻米种植面积达160万亩,食味品种占全县水稻种植面积85%以上。截至目前,射阳大米已形成稻米规模加工企业62家,年生产销售百万吨,产值超百亿元,品牌价值达245.32亿元,先后被评为国家全品牌地理标志产品、中国农产品百强区域公用品牌。

射阳县委书记唐敬表示,射阳作为农业大县,将整合全域优势资源,以龙头引领串起产业链,以品牌塑造提升价值链,以产销对接融通供应链,坚定不移推动射阳大米向产业化、智能化、标准化、绿色化、品牌化发展,力争在“十四五”期间,射阳大米品牌价值突破500亿元。

本报记者 李锐

广西融安小金橘撬动大产业

广西柳州市融安县作为全国五大金橘产区之一,素有“中国金橘之乡”的美誉。地处中亚热带季风气候,森林覆盖率达79.2%,生产的金橘果型优美、口感上佳,风味浓郁。目前包括融安在内的全市多数金橘果园已基本采用生草栽培、绿色综合防控等生态栽培模式及水肥一体化、省力化喷药、三避技术等先进农业技术,生产优质、安全、绿色产品。2020年预计全市金橘种植面积达20.69万亩,位居广西前列。

在提升金橘果品品质的同时,柳州还非常注重品牌建设和营销手段的创新与人才培养。2007年融安金橘获得原国家工商总局原产地注册商标保护证明,2011年获得国家地理标志产品保护认证,自主选育的脆蜜金橘于2017年获得了原农业部植物新品种权证书。2018年,融安县被自治区列为第一批8个广西特色农产品优势区,且综合评分排在全区第二名,同年被认定为中国特色农产品优势区。2018年融安金橘获首批广西农业区域公共品牌,2019年融安金橘成功入选中国农产品区域公用品牌,同时荣获中国最有价值的20大水果区域公用品牌,品牌建设成效日益突显,实现品牌价值13.84亿元。培育了融安县金色橘韵金橘专业合作社、广西融安蚂蚁农业发展有限公司等从事金橘生产销售的家庭农场、专业合作社、农业企业的蓬勃发展。涌现出如赖园园、韦小东等“全国劳模”“全国十佳农民”“广西农村创新创业优秀带头人”等新兴农业人才。金橘产业发展为柳州市决战脱贫攻坚战作出重大贡献。

陈刚 覃礼纳



近日,在山东省广饶县花官镇双进农场火龙果种植大棚内,工人正在采摘以色列无刺黄龙火龙果。目前,双进农场建设了12个火龙果大棚,种植了蜜火龙、黄龙、红香龙等6个品种火龙果,形成品牌效应,产品销售至河北、河南、安徽、江苏等全国30多个地区,年收益达180多万元,有效带动当地贫困群众增收致富。

李聪晓 摄

江西乐平推出富硒大米品牌

12月23日,2020江西乐平市“中国好粮油”产品推介会举行,乐平市借势推出富硒大米品牌。此次活动以“富硒人生,品味乐平”为主题,由乐平市农业农村局主办。“好水好土好味稻”的“富硒大米”吸引来自广东、湖南、江西等5个省10个市多位客商及当地相关部门和企业代表共100多人参加。

乐平是鱼米之乡,江南菜乡。“稻米脂香紫芽”,稻米自古就是乐平农业的名片,境内88.83万亩的稻田连续十六年丰收,获全省粮食生产先进县荣誉,是景德镇市属规模最大的保供县级市,粮食储备仓容量达11万吨,常年承担着原粮国家临时储备、省级储备、市级储备和成品粮储备任务。近年来,乐平就联合科研机构,从水土品质检测,优质粮种筛选,到培育、灭虫田间管理,脱粒加工……对粮食种植、生产、加工、销售全过程科技指导,实施“五优联动”战略,环环相扣地把好从谷到米的各个环节,以达到生产好粮、打造好品牌,进而实现好价格、好效益的目标。

本报记者 文洪祺

江苏宿迁宿豫区贫困村树起特色品牌

近年来,江苏省宿迁市宿豫区集中资源帮扶贫困村,取得了较大的成绩。陆集镇长胜村是宿豫区的一个小村,地处京杭大运河畔,土地肥沃,河道众多,交通便利。就是这样一一个拥有着良好地理位置和优越资源条件的长胜村却“捧着金饭碗,过着穷日子”。2016年,宿豫区商务局成为了长胜村的“挂村包户”后方帮扶单位。经过逐户走访、深入调研、广泛探讨,区商务局为长胜村开出了一剂脱贫“药方”:因地制宜走产业扶贫之路。

为此,区商务局与村“两委”深入调研全村基本情况,反复研究产业发展态势,安排专业扶贫书记驻村帮办,积极动员种植农户转型农业生产方式,结合实际,流转土地2700亩用来发展高效农业;结合不同农户的养殖特点,重点推进“藕虾养殖”“稻虾养殖”“食用菌种植”“果蔬种植”等四大主体规模产业。如今在长胜村宿豫区商务局的帮扶下,特色产业品牌知名度和集体经济收入得到提升,村民满意度、幸福感也得到很大提升。2019年该村“一对一”结对帮扶贫困户已全部实现脱贫。

杨秋梅

编者按

明星农产品如何在市场竞争中中盛不衰,是一个社会普遍关注的话题。事实上,明星品种的更新换代,既关系到地方特色产业发展的持续性,也关系到农民增收的稳定性,是一件重大且具有相当挑战性的事情。这些年,各地在这方面做了不少探索,本文关于四川蓬安县锦橙的调查颇具代表性。很多时候,一个品种的起落回升,往往牵引着一个产业的潮起潮落。

给蓬安锦橙谋一个“锦程”

□□ 本报记者 李传君

近日,四川省蓬安县柑橘传统产品锦橙渐趋成熟,步入产业带,道路两旁黄澄澄的果实缀满枝头,丰收带来的喜悦无以言表。但部分果农依然心存担忧。金溪镇沈家坝村村委会副主任曹习平说:“往年收购的车络绎不绝,但今年收购客商人数难比往年。”

锦橙系列是蓬安县柑橘传统品种,源于上世纪50年代。锦橙100号成熟于上世纪70年代,并于上世纪八九十年代获得国际国内多项大奖,2011年获国家农产品地理标志登记。目前,蓬安县锦橙100号种植面积曾达10万亩,但目前仅剩2万余亩,仅占该县柑橘总面积20%。

尽管锦橙吃起来细嫩多汁、酸甜适中,种植起来技术难度和管护成本都不太高,但销售价格总是上不去。利溪镇阙家坝村从事了40余年柑橘种植及销售的杨寿忠说,今年他已销售了8万余斤出去,价格仅1元/斤,比去年每斤低0.2元,还不知后续价格如何。

面对尚未消散的新冠疫情,年初已经出现滞销现象的柑橘市场,在又一个柑橘丰收季来临时,销售行情更是扑朔迷离。对于锦橙100号这个曾经辉煌过、给蓬安带来诸多荣耀的品种,在如此低迷和复杂变幻的市场,究竟该如何为其铺设一道锦绣前程呢?

明星品种 优势突出

据《蓬安县志》记载,早在1987年,该县就将长期以来积累的实验和研究成果汇编成《锦橙100号丰产栽培技术》。1993年,蓬安县原农业局和原质量技术监督局又共同形成锦橙100号产前、产中、产后系列生产技术质量标准,随即对全县果农进行了广泛和深入培训。

“我们沈家坝村从上世纪60年代就种锦橙,2007年后大面积种植锦橙100号,现在13年了,总面积达七八百亩,包括其他品种在内,全村柑橘种植面积1100余亩。”曹习平说,全村家家户户把所有的地都用来种柑橘,人均收入2.5万元以上,早就实现了小康。

果农杨寿忠高中毕业后就在家种锦橙100号,如今40多年了。走进阙家坝村连绵不断的柑橘园,一株株果树如同撑开的巨伞,每一株树龄都在20年以上。“春节后外出打工,11月回家采摘,卖完就过年,屋里外头双兼顾。这在柑橘产业带是普遍现象。”杨寿忠说。

本世纪初,蓬安县发出加快建设“中国锦橙第一县”的号召,通过多年努力,截至2010年,在20余个乡镇共发展锦橙100号800余万株,



果农在果园内采摘锦橙。

资料图

总产量达2亿斤,优质果率达60%。

“农民喜欢这个老品种,不愿意换其他的,原因在于经过几十年积淀,大家已经成熟地掌握了锦橙100号的种植技术,加之种植成本和管护难度比其他品种都低。”蓬安县果蔬技术指导站站长周绕红表示,现在不怎么去管它一亩都可收入四五千元,如果一换那就得再等几年才有收入。

“种锦橙100号一年只需施一下肥、治一下虫,无需疏花疏果,无需套袋,采摘后也无需冷藏,每斤生产成本低仅为0.3元左右,现在流行的晚熟柑橘前期要保花保果,后期要疏花疏果,果子到一定时期还要套袋,采摘后必须进冷库,每斤成本在1元以上。”杨寿忠说。

摘下一粒锦橙100号,均呈鹅蛋形拳头大小,切开后水分四溢,果肉鲜嫩无籽,放一瓣入口,甜带微酸。“相比晚熟柑橘,锦橙100号果酸含量高得多,当前人们普遍追求健康生活,吃锦橙100号更能有益身体健康。”蓬安县农业农村局质量安全与品牌股袁伟说。

遭遇瓶颈 发展受限

身为蓬安人,现在南充工作的陈志回忆说,早在20年前,锦橙100号就能卖上1元/斤,春节前后最高可卖到一斤七八元,得知现在仍停

留在1元/斤,他感到十分诧异。

尽管每斤生产成本低仅为0.3元,可扣去成本后利润也仅为0.7元左右。“其他杂柑(晚熟品种)处理价都有3元/斤,就算除去成本1元,每斤利润也有2元,况且杂柑产量跟锦橙也差不多,丰产期一亩至少四五千斤,这样比较,亩均纯利润就相差很大。”杨寿忠说。

曾经,蓬安锦橙100号被当成耀眼的产业明星被各地引种,近几年蒸蒸日上的眉山丹棱县就大量引进过,但丹棱等地如今靠种植春见、不知火等晚熟品种让果农脱贫致富了。反过来,如今南充市市号召各县区大面积发展晚熟柑橘,今年总面积须达到100万亩。

“市里年年下任务,每个县一年几万亩地增长,蓬安县目前晚熟柑橘已经发展到6万亩了,全市去年底晚熟柑橘达到80余万亩了,今年达到100万亩没有问题。”周绕红说,由于受渍涝病的影响和晚熟新品种的冲击,蓬安锦橙100号种植面积近年来缩减得很快。

锦橙100号1989年获评全国名优果品,1999年、2001年连获国际农业博览会“名牌产品”称号,2005年荣获中国西部国际农业博览会银奖……难道要让这个优良品种自然消亡吗?“我们也想做大做强,但如果产量上来了,果农卖不出去怎么办?”周绕红一语道出了县委、县政府的两难。

“从事销售锦橙100号多年,从卖几万斤到几百万斤,最高峰2018年卖出去900万斤,价格是年年走低,今年才卖出去8万斤,目前库存二三十万斤;这些天我请了二十几人采果,每天三

□□ 本报记者 杨梦帆

“都知道‘供港蔬菜’,‘供京蔬菜’还是头一回听说。”“河北菜‘供京’这么多年来,还没有一个地方明确打出过‘原质蔬菜’这样的品牌,如今玉田是‘第一家’。”近日,在第五届京津冀蔬菜食用菌产销对接大会上,河北省玉田县对外发布“玉田供京蔬菜”区域公用品牌,一石激起千层浪。

据了解,蔬菜经济效益较好,是河北农业的重点支柱产业,全省蔬菜瓜果播种面积1304万亩,总产量5480万吨,总产量居全国第4位。近年来,河北省抓住京津冀一体化发展机遇推动“冀菜”进京,已经成为北京“菜篮子”的主要保供方。京津冀蔬菜食用菌产销对接大会由河北省农业农村厅、北京市农业农村局、天津市农业农村委员会及中国蔬菜协会等联袂打造,正是冀菜进京的重要推手。此次“玉田供京蔬菜”品牌借助这一盛会推出,背后究竟有着怎样的故事?

传统农业大县“破局” 蔬菜创品牌成“抓手”

玉田县隶属河北省唐山市,北枕燕山余脉,南睦渤海之滨,处在京津唐“金三角”中心地带,是唐山距离北京最近的县。然而,与唐山“工业强市”形象不同的是,玉田是传统农业大县,自古就有“种石得玉”的美名。

玉田耕地面积达106万亩,且平原面积广阔,被誉为“冀东粮仓”,拥有“四大一小”(大葱、大蒜、大白菜、大萝卜、金丝小枣)传统优势农产品,

培育出了粮食、瘦肉型猪、蔬菜、水果、中药材、奶牛、中华鳖等多个产业。其中,玉田蔬菜年播种面积达到40万亩,产量213万吨,产值42亿元,占农业总产值的64.3%。玉田蔬菜的明星产品——玉田包尖白菜,是河北省首个国家蔬菜类地理标志证明商标产品,入选了中国农业品牌目录2019农产品区域公用品牌。

“玉田特色是农业,在2019年全省绩效考核中位列农产品主产区县(市)A等次第3名,但也面临产业大而不强、多而散,缺少优势王牌产业等问题。同时因为产品附加值低,农业增效、农民增收存在较大压力,亟待以品牌提升产业效益。”玉田县长田军威表示,产业兴旺是乡村振兴的基础,玉田农业想要高质量发展,品牌化是“出路”。

据介绍,为确保品牌创建成功,玉田县委、县政府邀请专业咨询机构对玉田产业充分调研、综合分析,最终确定从蔬菜产业入手,打造区域公用品牌。“我们希望借力专业机构优势,通过省厅与北京、天津共同举办的这次蔬菜大会,叫响‘玉田供京蔬菜’品牌。以品牌引领产业高质量发展的思路,逐步将蔬菜打造成玉田农业‘王牌’,树立产业振兴的标杆。”田军威信心满满地说。

聚焦玉田优势 首倡“供京蔬菜”品牌

“良好的农业基础和自然禀赋,为玉田蔬菜创牌奠定了基础,但玉田最大的优势还在于‘近京’。”农本咨询首席专家贾泉分析说,近年来,河

北省大力推动“冀菜”进京,在市场上取得显著成效,但目前进京“冀菜”尚未出现领导品牌,“这是玉田蔬菜创牌的机会。”

“玉田处在京津一小时、唐山半小时经济圈,交通发达。这意味着玉田蔬菜‘进京’有优势。”贾泉表示,为提高玉田蔬菜溢价、提高玉田创牌成功概率,玉田蔬菜品牌的战略定位就是“供京”。

“名称体现战略。”贾泉介绍,“玉田供京蔬菜”作为玉田蔬菜区域公用品牌名称,一来指明玉田蔬菜产业发展的方向,二是开创了一个蔬菜新品类——供京蔬菜,方便消费者认知、购买。“宣传上,农本提出‘玉田供京蔬菜 首都人民信赖’的口号,就是希望借助北京作为首都的城市势能,快速打响玉田蔬菜知名度。”

众所周知,“供港蔬菜”因为严格完善的质量标准管控,已成为优质蔬菜的代名词。据介绍,未来,玉田将借鉴供港蔬菜做法,制定高于行业标准“供京蔬菜”标准,建立起质量安全管控体系,从种植源头到商品流通,严格把关产品质量,生产供应“首都人民信赖”的优质蔬菜。

大会上,记者随机采访了一名来自北京的蔬菜经销商,他表示,“供京”很容易让人想到“贡京”“御菜”的感觉,“玉田供京蔬菜,广告和品牌形象都很大气,我想不仅首都人民信赖,全国人民都会喜欢的。”

做好“融合”文章 做大产业经济

“玉田供京蔬菜品牌打造是很好的一一个探