

2021中国农业品牌政策研讨会在京举行

本报讯(农民日报·中国农网记者 王小川)5月8日,2021中国农业品牌政策研讨会在京举行。农业农村部副部长于康震出席会议并致辞。中国农业大学校长孙其信、全国人大农业与农村委员会副主任委员李春生、重庆市人大常委会副主任夏祖相等出席会议并讲话。

会议指出,近年来,各级农业农村部门加快实施品牌强农战略,建立完善政策扶

持体系,开展目录制度建设,创新营销推介,强化数字赋能、平台赋能和服务赋能,营造了政府部门扶品牌、农业企业创品牌、中介组织助品牌、消费者爱品牌的良好氛围,农业品牌发展成效明显。

会议强调,打造卓越品牌需要政府、企业等各方面的持续加力,久久为功。一是创新驱动,培育品种。要打好“种业翻身仗”,发掘优异种质资源,提纯复壮特

色品种,为打造农业品牌奠定基础。二是绿色发展,做强品质。要坚持以匠心铸精品,以质量强品牌,不断提升品质稳定性和满意度,让高品质成为中国农业品牌核心竞争力。三是特色引领,文化浸润。要坚持市场主导,做足“特”字文章,让文化之美为品牌铸魂;以文化之力为品牌增值。四是拓展渠道,数字赋能。要实施好“互联网+”农产品出村进城工

程,推动农业品牌营销创新,让更多的“大而美”“小而特”的农业品牌火遍全国、走向世界。

会上发布并解读了《中国农业品牌发展报告(2021)》。中国农业大学联合阿里巴巴集团、北大荒集团、中信农业、中化农业等单位发布《践行农业生产“三品一标”产学研联合宣言》。脱贫地区农业品牌公益帮扶试点行动在会上启动。

中国中化控股有限责任公司正式揭牌成立 将为全球粮食安全和农业现代化全力以赴

本报讯(农民日报·中国农网记者 钟欣)5月8日,中国中化控股有限责任公司(简称“中国中化”)正式在京揭牌成立,至此,一家资产和销售收入均超万亿元、全球员工数达22万人的综合性超级化工企业诞生。这是我国化学工业发展史上具有里程碑意义的事件,为打造世界一流的综合化工企业迈过关键一步。

中国中化是由中国中化集团有限公司与中国化工集团有限公司联合重组而成,为国务院国资委监管的国有重要骨干企业。

中国中化董事长、党组书记宁高宁表示,走进新时代,中国经济社会包括石油化工行业都发生了天翻地覆的大变化,两化重组和新公司得以成立,是发展的必然选择。将把新公司的成立作为产业升级高质量发展的新起点,将继续秉承“科学至上”的理念,在所处领域不断创新创造,不断提高技术和产品水平,不断加大在技术上的长期持续投入,实现突破,也把规模市场优势迅速转化为技术产品优势;将把新公司的成立作为创建国际化产业链和新的商业模式的实践,不仅协同整合,万众一心,优势互补,还要真正建立稳定可控、整体创新和效率提升的国际化产业链,同时加强海外投资企业的中国发展战略,贡献中国经济;将把新公司的成立作为两家企业整合发展的升

级版,目标更高,标准更高,效率更高,管理更优,经营业绩更好,并着力控制风险,实现多种指标上的可持续发展;将把新公司的成立作为公司更深入改革的开始,按照国有企业改革发展的要求,根据新公司的经营实际,也根据世界一流企业经营管理的实践要求,实事求是,科学规划,稳妥推进,敢于担当,深入改革,优化企业经营的每一个环节,调动一切资源和每一位员工的积极性,达到建设世界一流化工企业的目标。

同时,中国中化将为全球粮食安全和农业现代化全力以赴,将发挥现代农业综合服务优势,打造低碳农业。比如,通过实施MAP战略,采用测土施肥、使用新型高效肥料、集约化种植、智慧农业系统应用等方式,为农民提供精准的种植服务,提高农业种植效率,显著降低农业生产过程中的碳排放。站在化工行业未来发展的战略高度,争做“碳达峰、碳中和”大考中的排头兵和践行者。

据悉,重组完成后,中国中化业务范围覆盖生命科学、材料科学、基础化工、环境科学、橡胶轮胎、机械装备、城市运营、产业金融等八大领域,是全球规模最大的综合性化工企业,并在生命科学业务中的农业、动物营养和材料科学业务中的氟硅材料、工程塑料、橡胶助剂等细分领域具有领先优势。

把全球精品农产品带回家 ——首届中国国际消费品博览会侧记

□□ 农民日报·中国农网记者 吕珂昕 朱瑞

在全球新冠肺炎疫情仍在蔓延背景下,继广交会、服贸会、进博会三大展会之后,中国又推出消博会这一新的国际公共产品。5月7日至10日,首届中国国际消费品博览会在海南海口举办。各国精品农产品亮相海南国际会展中心,引得采购商、消费者千军奔赴,为之折腰。

“在3号馆品尝了榴莲、烈酒、咖啡,都是各国的知名产品,味道不错。”来自安徽的参展商吴峰告诉记者,海南热带农业自然条件好,自由贸易港政策红利突出,国际贸易氛围浓厚,“一来买买买高端农产品,二来看看有没有好的农业项目。”

“通过消博会,我们想让中国消费者更加了解泰国的优质热带水果,包括泰国水果的高质量 and 规范的生产程序。”泰国驻广州总领事馆农业处领事塔曼尼说。今年年初,泰国农业部官员透露,2020年中国从泰国进口了57.5万吨新鲜榴莲,总额690亿泰铢,约合人民币147亿元,同比增长78%,中国已成为泰国新鲜榴莲的最大出口市场。同时泰国也是向中国出口最多水果种类的国家,“目前已经有22种水果出口中国。”塔曼尼说。

不同于泰国馆的熙熙攘攘,乌拉圭牛羊肉展台前的咨询和洽谈井然有序。“这次我们来主要是做乌拉圭肉类的品牌推广。借助消博会平台,我们这两天除了跟采购商商谈外,也希望更多的终端消费者熟悉乌拉圭的牛羊肉品牌、特征特质。”乌拉圭国家肉类协会亚洲区总经理蔡佳欣说。

“乌拉圭的肉类出口一直占据中国进口的前四位,今年的前三个月上升到了第

践行农业生产“三品一标” 开启品牌建设新阶段 ——农业农村部市场与信息化司司长唐珂解读《中国农业品牌发展报告(2021)》

□□ 农民日报·中国农网记者 房宁 王小川

2021年中央一号文件强调“要深入推进农业供给侧结构性改革,推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产”。在“双循环”新发展格局下,深入实施品牌强农战略,对全面推进乡村振兴、加快农业现代化具有重要意义。

在近日举行的2021中国农业品牌政策研讨会上,由农业农村部市场与信息化司、中国农业大学共同编写的《中国农业品牌发展报告(2021)》发布。农业农村部市场与信息化司司长唐珂表示,报告旨在深入研究农业品牌建设新形势、新特点和新情况,阐述新发展阶段农业品牌建设的重要意义,系统梳理2020年以来农业品牌建设的主要措施和发展成效,明确农业品牌建设着力点,创新推动农业品牌建设发展。

农业品牌将在巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接中,发挥更加突出的作用

构建新发展格局,是重塑我国国际合作和竞争新优势的战略抉择。唐珂表示,新发展阶段农业品牌建设具有重要意义:

一是构建新发展格局的重要支撑。加强农业品牌建设,发挥品牌引领、创造、促进消费的积极作用,有利于激发乡村消费潜力,释放扩大消费潜能,畅通城乡经济循环。

二是全面推进乡村振兴的重要引擎。进入新发展阶段,我国三农工作重心转向全面推进乡村振兴。乡村振兴品牌先行,以品牌共建共享为纽带,有利于形成品牌拉动资源集聚、品牌带动产业提质、品牌赋能乡村振兴的良性循环。

三是巩固拓展脱贫攻坚成果的重要抓手。支持脱贫地区培育塑强农业品牌,能有效引领脱贫地区特色产业提质增效,持续增强造血功能,为巩固拓展脱贫攻坚成果提供持久动力。

四是加快推进农业农村现代化的重要发力点。作为农业生产“三品一标”的重要方面,加快推进农业品牌建设,有利于调优品种、调高品质、调绿模式,补齐农产品仓储保鲜冷链物流设施短板,促进农业产业链、供应链和价值链全面升级。

传统农业品牌焕发活力,新的农业品牌竞相涌现,农业品牌消费增长新格局显现

唐珂表示,一年来各地各部门深入推进品牌强农战略,强化数字赋能、平台赋能和服务赋能,农业品牌建设成就显著。

强化政策创设,品牌建设深入实施。2020年,农业农村部指导中国农大首次举办中国农业品牌政策研讨会,成立了专家委员会,发布《中国农业品牌发展报告》,社会反响热烈。重庆、湖南、湖北、江西等地加强政策创设、强化政策协同,印发农业品牌发展规划,实施农业品牌建设行动,农业品牌扶持政策体系不断完善。

开展目录建设,品牌工作创新推动。河北、河南、山东、广西、甘肃等地以区域公用品牌建设为重点,以构建品牌评价体系为基础,积极推进品牌目录制度建设。中国农产品市场协会依托中国农业品牌目录持续发布品牌消费索引,不断提升农业品牌知名度和美誉度。

聚焦品质提升,筑牢品牌发展根基。各地各部门以农产品品质提升为着力点,聚焦品种培优、质量认证、标准建设等关键环节,持续打造高品质农业品牌。全国认证绿色、有机、地理标志农产品2.2万个。

塑强市场主体,激发品牌发展活力。2020年农业品牌建设重点聚焦农业企业品牌,着力培育农业企业发展新动能。农业农村部在第十八届农交会首次举办企业品牌推介专场,有力激发了企业发展活力,助力企业拓展市场。中国农产品市场协会、中国优质农产品开发服务协会等充分发挥自身优势,组织开展了形式多样的促消费和推品牌活动,

助力企业提振信心。发展数字营销,拓展品牌推广渠道。2020年,数字平台成为农产品销售的重要渠道,也成为农业品牌推广的重要阵地。宁夏、辽宁、吉林、四川等地与互联网平台深度合作,中国农产品市场协会、中国优质农产品开发服务协会搭建数字营销平台,促进农业品牌线上交易爆发式增长。

数字经济蓬勃发展,5G网络、人工智能等“新基建”快速提升,为农业品牌建设注入新动能

农业品牌如何把握战略发展机遇,建立数据驱动的品牌战略,依托电商等互联网平台,培育农业品牌快速发展成为亟须研究和解决的重要问题。唐珂表示,农业品牌发展要顺应数字化发展趋势,创新品牌培育营销模式,促进品牌农产品消费。从品牌在电商平台表现来看,主要特征体现在四个方面:

品牌农产品销售额和销售单数快速增长。随着农业品牌强农战略不断推进,农产品商标注册量逐年增长,品牌农产品在电商平台上的销售总额和总单数快速增长。2020年入选中国农业品牌目录的300个区域公用品牌的成交单数达到5660万笔,较2018年增长约25%,品牌产品销售额达到42亿元,较2018年增长近20%;

品牌复购单数逐年增长,品牌忠诚度逐步上升。从平台销售数据看,2020年复购单数较2019年增长11%,显示出消费者对品牌农产品的忠诚度在逐年提高,农产品区域公用品牌复购率较为平稳。

消费人数逐年增长、个体特征明显。2018年到2020年,品牌农产品消费人数从3200万增长到4200万人,增幅超30%。“80后”消费者成为品牌产品的消费主力,但值得关注的是,“00后”消费主体占比快速增长。

品牌主体建设能力逐年提升。三年来品牌主体线上店铺总数大幅增长,2020年店铺总数较2019年增长30%以上。电商平台的升级、居民消费习惯的改变,尤

其是新冠肺炎疫情期间消费习惯的被动转变引导,更多品牌主体走进电商平台,品牌农产品的销售渠道不断拓宽。

未来5年是我国巩固脱贫攻坚成果和乡村振兴的“衔接期”,也是农业品牌建设的“机遇期”

构建新发展格局,潜力后劲在三农。唐珂表示,在全面推进乡村振兴的时代背景下,推进农业品牌工作既要保成果出亮点,又要谋长远添动力;既要出真招见实效,又要顺应新趋势凝聚新共识。下一步,农业品牌工作将重点四个方面着手:

品牌强农助力脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接。加强脱贫地区品牌帮扶将成为推动“有效衔接”的重点工作,对产业基础好、品牌建设需求大、地方积极性高的脱贫地区要在品牌规划、标准制订、营销推介、产销衔接等方面给予重点帮扶支持脱贫地区做大产业做强品牌,打造独具特色的地域名片。

农业生产“三品一标”开启农业品牌建设新阶段。农业品牌建设要以满足市场需求为导向,着力培优品种,提升品质,夯实品牌发展根基。建立农业品牌标准,深入推进中国农业品牌目录制度建设,培育品牌文化,创新品牌营销,塑强一批精品区域公用品牌,带动企业品牌和产品品牌协同发展。

数字经济是扩大农业品牌消费的增长点。农业品牌建设要顺应数字化、网络化、智能化发展趋势,积极利用电商、视频直播社交网络、云展会等数字平台,创新拓宽营销渠道,加快孵化一批农业品牌专业营销主体,塑强一批“互联网+”农业品牌,进一步激发消费潜能,扩大农产品品牌消费。

中欧地标互认互保为区域公用品牌建设带来新机遇。区域公用品牌建设要着重加快绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证,开展商标注册,强化授权管理,加强品牌保护,不断增强国际交流,让区域公用品牌成为中国农业对外合作的新名片,弘扬农耕文化的新载体。

(上接第一版)

东梓关坐落于一富春江畔,过去曾因郁达夫同名小说而闻名,如今已晋升为乡村再造的“网红打卡地”。前些年,青年设计师孟凡浩来到此地,目睹一栋栋古建筑在历史中摇曳晃晃,就想在保留传统江南民居和体现现代审美创意中,找到渐的解决方案。

今天,所有来到东梓关的人,都会远远驻足,欣赏设计师的作品:那微曲而优雅的房屋线条与白墙,在抽象中渲染出水乡的秀秀,一如吴冠中先生勾勒的水墨江南。

如果说,东梓关最初走红缘于“设计赋能”,那么,在三年中,乡村百花大会、富春江畔大会、味道山乡大会等农事节庆的举办,让这个一度空心化了的村庄,跳出了设计本身,走向了商业之路。今天,村里民宿就开出了23家之多。

据了解,为了推动美丽经济发展,富阳提出了“四个一批”作为方向。即:一批富春山居综合体、一批沙洲田园综合体、一批富春乡村村落景区、一批富春乡村文化品牌。目前,全区已有民宿568家,民宿示范村3个,农家乐149家。

桐庐:售卖乡村生活

“钱塘江尽到桐庐,水碧山青画不如”。从富阳来到桐庐,我们夜宿“天空之城”。一早起来,推开门窗,只见山色空蒙、云雾缭绕。深深呼吸,发现空气中有香甜的味道。

“天空之城”的美丽,在于它赋予的想念:早先,这是一幢废弃的旧校舍,业主将其改造成民宿后,成了游客亲近风土人情、放慢脚步,继而融入当地生活的“桥梁”。

民宿所在的村落名叫茆坪村,始建于宋元之际,由于地处水陆交通中段,曾是客商必经之地。至今尚存20多处历史文化建筑,大多被改造成了民宿。那些颇具地方特色的“抬老爷”文化、烧炭文化、宗祠祭祀文化,以及传统小吃如酒酿馒头、炭灰粽等都被开发出来,成为诱人的旅游元素。

静谧的山村里,乡间小路上没有用柏油水泥,依然以鹅卵石铺就;老宅墙面斑驳,门楣考究,马头墙飞扬,稍显破败也成了风

景;现代商业的馒头店、小卖铺,招牌一改过去塑料布,置以别出心裁的老木板,自是顺眼不少;一方菜园,也并未作过度雕饰,坍塌的半截土墙,废旧的黄坛子,就是最协调的点缀。

正在流连忘返之际,当地农业农村局同志告知:茆坪的民宿属于中端消费水平,更让人眼前一亮的是隔壁青龙坞,用文创唤醒乡村的诗意生活,那里都是高端民宿。

说是在隔壁村,但开车也要一刻钟。车停处,矗立着一栋充满设计感的夯土建筑,这是一个游客必到的“网红”打卡点:“言几又”书店。书店内,整面墙高的书架,砖头般的设计著作充塞其间。店内还有胶囊旅馆、创意书房、雅致餐厅、失恋博物馆,整个构成了一座乡宿文创综合体。

山沟沟里开书店,谁来买单?土著居民都已搬下山,前来投宿的毕竟房间有限。原来,这位老板是个设计师,开书店只是为了打造结交同道的空间。正是这种志趣相投的圈子文化,让许多设计师来此小憩、最终与山村难舍难分。

如今的桐庐乡村,走过了卖景的2.0时代,正在大踏步走向3.0时代:以“人”为核心,售卖乡村文化和生活方式。而县里也早在多年前,就将茆坪与周边芦茨村等,共同组成了62平方公里的富春江乡村慢生活体验区,进行统一推介和统一传播。2020年,整个慢生活体验区的旅游收入高达2.46亿元。

建德:给我一天还你千年

“人行明镜中,帆浮翠屏间”。从桐庐来到建德,是富春江最美的泛舟地。当芳草乡村度假酒店映入眼帘,客人们无不发出惊呼。

酒店坐落于一山坳,面对辽阔的富春江,建筑依山顺势、错落有致,可谓房在林中,园在山中。为减少生态破坏,项目区交通一律靠电瓶车解决,建筑则采取点状供地,临空架在山地之上。杂树生花,鸟鸣莺啼,真可谓天上人间。

尽管“芳草地”房价不菲,但曲高并未和寡,尤其到了节假日,必定是一房难求。

客人必须通过互联网提前下单,否则很可能被拒之门外。

从酒店搭乘电瓶车,驶入新安绿道。绿道依山面水,十分隐蔽,从始至终,全长二十公里。这是一条山水长廊、诗画长廊,毫无人工雕琢痕迹,尽显生态风光魅力。

从新安绿道返折,正是到“渔家乐”用餐时间。“渔家乐”坐落于一九姓渔村,不仅风景秀美,江鲜可口,而且老板娘还会告诉你,九姓渔村的来历,并亲身体验这里独有的九姓婚嫁习俗。

饭后来到梅州古城。这座曾经被毁得面目全非的古城,经过三年修缮,已在旅游市场上声名鹊起。古城墙、古牌坊、古书院,一条路一种个性,一条街一个情怀。

正在街头漫步采访,忽闻锣鼓当当由远及近。原来,正值每天固定时间的“知府巡街”。游客听到锣鼓声,不由纷纷赶去凑热闹。一座古城,由此变得生动起来。如果有时间,你还可以细细体味艺说严州、民俗踩街、水上表演、老电影展播等。

据了解,建德的夜经济现在异军突起,个别地方占比已经超过60%。如今,当地还在谋划“乡愁+”的文章,把“记得住的乡愁”变成“带得走的乡愁”,把“乡愁地图”化为乡村旅游图,以促进美丽乡村文旅融合发展。

淳安:山谷里的新活力

淳安是富春江的终点站。这一段,准确地应该叫新安江。

到了淳安,很多人习惯于下榻千岛湖边,一览大湖浩渺。但这次,记者另辟蹊径,住到了距离淳安县城尚有近40里路的富文乡青田村。这里曾是全县闻名的穷山沟,如今摇身一变成了“桃花源”。农光家乐、民宿就有30多家,一年接待游客就达40万人次。

我们入住的民宿叫“美客爱途”。老板娘唐凡是资深旅游从业者,此时,早已在院子里,煮好茶等待远方客人。让人意想不到的,去年火爆全国的电影《我和我的家乡》,其中(最后一课)单元,演员陶虹在影片中就在这家民宿里招呼客人们。

在青田村,我们看不到耕地,有的只是

绵延的群山。老百姓在山脚建房,房前屋后都是山,推门看山,出门绕山,干活爬山。15年前,山村的价值似乎一夜之间被发现,大伙儿陆陆续续开办起了农家乐。

但2016年之后,“美客爱途”的突然出现,着实在村里炸开了锅。铺地暖、布景观,光拆改装修就一年多,投入资金大得吓人。一晚上近千元的房价,对于六七十元就能住一宿的农家乐来说,抵得上半个月。大家都等着看好戏,可不曾想,民宿一开张,生意就火爆。从怀疑到跟风,这几年,青田村的高端精品民宿、主题民宿一家接一家,农家乐则要么升级,要么淘汰。为了吸引游客,民宿老板们抱团分工,你家办古琴雅集,那户开读书会,别家提供茶艺展示等,人气越走越旺。

自从民宿“走红”后,村民们也开始分享发展红利。自家种的蔬菜、晒的笋干、养的土鸡、酿的白酒,都成了民宿餐桌上的特色,还被带入后厨,卖出了好价格。去年底,全村人均收入达到31093元,比2007年增长了约一倍。

从“美客爱途”出发,记者沿着山沟往深里走,发现500米距离之内,就有4家特色民宿。听名字,淳雪居、乡庐拾陌、萝蔓世家、青田野,就让人心生向往,均由外来工商业主投资。其中一家正在烧酒,用来让客人体验,还有一家等着营业执照,准备随时开张。

淳安环万山而为邑,以千峰郡而著称,江纳百川,枝分派别,淳安人以源称之,统称百源。五年前,当地启动“百源经济”建设,青田村所在的雪坑源就是其中之一。如今,全县撬动的深绿产业项目一共有172个,落地社会投资7.35亿元。

“水碧山青画不如,富春山水甲天下”。溯江而上,看不尽的是江景,道不完的是故事。在这里,到处都是网红打卡点,到处充满着勃勃生机。城市的消费浪潮在此得到尽情释放;手工艺、土特产、历史文化、古建村落、传统非遗……乡村资源在此得到最大限度的转换、变现。乡村,已经撩起她的面纱,正露出婀娜丽莎的微笑,与城市含情脉脉地对视。



近日,江西省南昌市安义县黄洲镇宗山村的“米粉小镇”成为新的网红打卡地,当地村民正在晒粉。宗山村以合作社为纽带,采取“公司+合作社+农户”的产业模式,将农户种植、生产加工、堂食销售有机整合。 农民日报·中国农网见习记者 王子涵 摄