

走进特区

湖南省炎陵县是中国优质黄桃之乡、炎陵黄桃中国特色农产品优势区，全产业链综合产值26.3亿元，带动近4万桃农人均增收1.1万元——

炎陵黄桃何以“醉”天下

□□ 农民日报·中国农网记者 房宁

湖南省炎陵县是中国优质黄桃之乡、炎陵黄桃中国特色农产品优势区。炎陵黄桃以果形周正、色泽金黄、味有浓香享誉市场，“蕴含生态价值、传承农耕文化价值、体现品牌价值、承载区域发展价值。”炎陵县人民政府副县长盘晓文在7月底举行的2021年炎陵黄桃北京营销推广活动中倾情推介，“今年黄桃品质好，一定会卖得更好。”

的确，今年是炎陵黄桃的又一个丰收年。记者从炎陵黄桃产业办了解到，炎陵黄桃总产量6.5万吨，同比增加25.5%。7月15日开园以来，销售火爆，截至8月18日，共销售黄桃6.1万吨。据测算，全产业链综合产值26.3亿元，带动近4万桃农人均增收1.1万元。

天地造化，耕耘有心。“锦绣黄桃”在罗霄山深处扎根30多年来，炎陵人在精心培育香甜果实的过程中，也收获着产业发展的甘甜。

“宁愿少种一棵，也要种好一个”

300万亩的森林铺就了炎陵黄桃的生态底色，炎陵黄桃的种植区主要分布于海拔300米—1100米的林间。独特的山区立体气候下，“呼吸着负氧离子、喝着山泉水、生长于生物多样性丰富的环境”，树更健康、果更绿色。

小规模生产限定了炎陵黄桃只能走“精品果路线”。盘晓文表示，因为土地有限，10万亩已是炎陵黄桃的面积上限，桃农的经营规模普遍在户均5亩左右，这就决定了向产量要效益行不通，必须以质量取胜，“宁愿少种一棵，也要种好一个”，市场定位面向中高端，生产要实现标准化。

多年来，炎陵农技人员专注改良黄桃品种、种植技术。据炎陵黄桃产业办副主任谭忠诚介绍，自20世纪80年代引种“锦绣黄桃”成功以来，农技员们用了近10年时间筛选优良单株重点培育；又经过10多年的攻关，在海拔气候适应性、病虫害防治、肥料施用等领域取得突破，逐步形成了一整套南方山区小块精细化管理模式。通过轮番技术培训、合作社示范带动，引导农民施行标准化生产。

中村乡平乐村桃农朱圣洪从2012年起分三批种了360棵黄桃树。“不按照标准来，真种不好。”他说，一开始舍不得剪枝，到了挂果期，一棵树才结30来斤，而且果子小，卖不上价。后来跟着技术员学桃树管理，把一棵树的产量控制在70斤左右，特级果多，效益更好。

浸润着炎帝农耕文化的炎陵桃农，将精耕细作的传统在黄桃种植上发扬得淋漓尽致。8



今年黄桃收购季，湖南炎陵中村乡平乐村分场拣上待发的黄桃。

谭忠诚 摄

月份黄桃销售季一结束，朱圣洪就按照生产规程开始了新的生产周期，果园除草得靠手拔，“我们是绿色食品，不能搞除草剂”。接下来，秋季的修剪、秋冬季的两处施肥，明年春天两次修剪、四批疏花疏果、套袋，夏季的清沟排水……

正如返乡创办密语花汐生态农业旅游有限公司的“桃二代”黄颖所说，“炎陵黄桃是桃农用汗水和心血浇灌的，每一颗都珍贵。”

为带动黄桃标准化生产再上台阶，炎陵积极对标高标准，今年在7个黄桃园创建出口示范基地，7家企业办理了出口企业备案，2家出境水果包装厂获登记许可，有240吨黄桃出口香港、澳门、新加坡。

不遗余力创品牌，千方百计护品牌

育种不易，种植不易，炎陵培育黄桃产业也格外用心。2011年前后，炎陵黄桃产业开始上规模。县里成立黄桃产业办，制定了《黄桃产业规划纲要》，建立多部门协同推进产业发展的机制。进入脱贫攻坚阶段，全县更是将黄桃作为重点产业予以支持，特别是在创建品牌方面不懈探索。

细分市场，开展更为精准的品牌营销。通过权威媒体宣传，连续四年在中央电视台投放炎陵黄桃区域公用品牌广告，树立了品牌形象。为吸引年轻消费群体，在新媒体平台投放广告，开展黄桃视频大赛、直播带货等，制造互联网营销热点。组织节会营销，多年连续举办桃花节、黄桃大会，赴长沙、北京等地展销推介，

促进品牌传播和市场拓展。

平乐村是炎陵黄桃大会的举办地。每年7月中旬，这里客商云集，“黄桃卖得好，最直接的原因就是县里宣传营销做得好。”村支部书记盘建军说：“今年，黄桃基地与沃尔玛、深圳百果园等9家采购商现场签了7000吨订单，提振了市场的信心，批发均价5—6元，非常坚挺，是近几年来最好的。”

品牌叫响了，产地旅游跟着升温。据了解，今年一个黄桃季接待游客超过150万人次。“黄桃种植面积没办法再扩大了，今后要在二产和三产上做文章。”盘建军说，村里请湖南一所高校在做乡村振兴发展规划，其中就包括黄桃深加工、村容村貌提升以及发展民宿等内容。

和很多名牌一样，炎陵黄桃也要面对“出名后的烦恼”。为了保护品牌、打击侵权，炎陵想了很多办法。首先是对炎陵黄桃商户实施商标（品牌）授权管理，规范包装使用，力求“正本清源”。

朱圣洪的女儿朱刘辉这几年“承包”了家里黄桃的销售。“炎陵黄桃品牌授权！”7月18日，她在朋友圈里“晒”出了炎陵黄桃产业协会的“授权书”。授权她可在微信网络平台使用炎陵黄桃农产品地理标志公共标识及地理标志证明商标，还分别标出了宣传推介和预售、产品销售的期限。

在此基础上，积极开展线上线下维权打假工作。成立了线上异地维权、包装盒打假、长株

潭线下打假、外省市场投诉维权、县内联合巡查维权打假等5个工作专班。例如，与电商平台建立维权投诉处理绿色通道，搭建了商标授权“白名单”侵权管控数据库，建立了高效快捷的处理炎陵黄桃商标品牌网上侵权投诉的新模式。

优化产销服务，促进高效流通

每到黄桃销售季，在县城上班的朱刘辉都要请假回村。她说，这几年卖桃明显更容易、更方便、更快了，“桃贩子来得多了，线上走货也越来越多。”今年她家摘了1.3万斤黄桃，一半被贩子批发走了，一半是她通过微信朋友圈卖的，“一般每天要发80单左右，快递员上门取件。”

坐在家裡就把桃卖出去了，对于老一辈的桃农是不可想象的。朱圣洪回忆，早些年卖黄桃得自己找车运到县城，彻夜在市场门口排大队，桃贩子压价是常有的事。

改善交易条件，推动交易市场下沉乡镇，推动物流服务下沉乡村，是炎陵这几年优化黄桃产销服务的重要举措。谭忠诚介绍，2014年前后，农村电商异军突起，政府因势利导，改造乡镇交易场所，协调物流企业，促进线上线下流通更加畅通高效。设立了100余处临时交易分拣场地供合作社和经销商使用，促成邮政、顺丰等各大物流快递企业在各地设置交客点400余个，将分拣工序下沉，日均快递单数超过15万单。

目前，县城市场的黄桃交易量已降至8%以内。“最好的果子在山上、在田间地头就被收走了。”盘晓文表示，全县3万多人种桃，仅黄桃微商就有5000—6000家，七成黄桃以产地直发、销地仓一件代发的形式实现线上销售，带动电商、包装、物流产值超过7亿元。

为推进黄桃产销数字化、高效化、集约化、规范化，炎陵县与知名电商企业合作，建设炎陵黄桃大数据平台。今年将全县89个黄桃种植村8000余户的种植信息上传平台，生成果农名片，客户在手机上能一览黄桃产地实景，还能一键拨号联系农户。目前，这个平台的主要功能是面向线上引流、联通产销。未来，将运用信息技术整合产销销三端数据，推动产业数字化，探索炎陵黄桃产供销组织化管理模式。

夯实了产业基础，树起了品牌大旗，铺开了销售网络，炎陵黄桃卖得更好更远。据炎陵黄桃产业办统计，今年省内市场的份额下降到35%，粤港澳大湾区市场占比直线上升到45%，京津冀、川渝市场均有小幅走高。

“炎陵黄桃，桃醉天下”真的不仅仅是一句广告。

业界动态

山东枣庄市台儿庄区“赛”出精品甜桃

近日，在山东省枣庄市台儿庄区张山子镇举办的第四届赛桃展销会上，54家桃农拿出精心培育的桃子，同场竞技，一较高低。据悉，该活动旨在通过甜桃认购、桃王评比、甜桃竞拍等丰富多样的比赛项目，筛选出一批优良品种，在全镇加大推广力度，不断促进甜桃产业升级。

近年来，台儿庄区牢固树立绿色发展理念，依托优良的气候条件和便利的交通区位优势，以扩大万亩甜桃基地规模为抓手，加大政策激励、生产服务、产业培育力度，全力提升甜桃种植综合效益，桃产业已初具规模。目前，张山子镇甜桃种植面积达1万余亩，年产量4000多万公斤，销售收入1.6亿元，拥有早中晚熟30多个品种，市场供应期长达6个月，莱山蜜、春雪、突围、春蜜、秋雪、穆柯寨1号等逐步发展成为当地独具特色的农副产品。

该镇加大品牌培育和技术培训力度，采取电商经营、网上带货、建设采摘园等“甜桃+”的多种方式，做大做强合作社甜桃产业，提高合作社服务能力和辐射带动水平，加快推进甜桃产业由传统分散经营模式向标准化、规模化、品牌化生产经营模式转型，实现合作社甜桃产业由普通低效型向高效效益型转变，辐射带动周边甜桃产业发展。

刘学军

云南彝良 全力建设优质天麻品牌

近日，云南彝良县提出，将立足天麻资源优势，不断加强天麻种源保护、精深加工、品质提升和品牌打造，致力建设全国优质天麻产业基地，确保到2025年全县天麻产业年综合产值达50亿元以上。

彝良县小草坝天麻个大、肥厚、饱满、半透明，品质优良，是昭通天麻的代表，也是云南天麻的代表，素有“云天麻”之称，彝良县因此也获得了“天麻之乡”和“世界天麻原产地”的美誉。

“十三五”期间，彝良县依托资源优势，采取“公司+基地+合作社+农户”的发展模式，引进、培育天麻企业22家，认证有机天麻基地5.37万亩，发展菌材林53万亩，建成天麻科技示范园、中国天麻博物馆、小草坝天麻交易中心、双乌天麻产业园、茂丰天麻“两菌”厂。2020年，全县年产鲜天麻1260万公斤，实现综合产值22.01亿元，带动1.5万余户6万余麻农人均增收5300元。

天麻产业的蓬勃发展，不仅促进了彝良县经济社会发展，也为彝良县赢得了一项项殊荣，成为国家标准《原产地域产品 昭通天麻》核心区、云南省首批认定的20个“云药之乡”之一、全国天麻生产先进县、国家有机产品认证示范县、云南省“一县一业”示范县。

据悉，“十四五”期间，彝良县将以品质提升为核心、以品牌打造为重点、以精深加工为突破，全力抓好种源保护、基地示范、精深加工、品牌打造、市场培育、人才培养、“一县一业”示范县创建，全力建设全国优质天麻产业基地，预计到2025年，全县天麻种植面积稳定在8万亩以上，天麻系列产品达30个以上、精深加工达到50%以上、天麻产业年综合产值达50亿元以上。

彭洪

贵州务川县蕉坝镇 依托“橘品牌”开发万亩橘林

初秋时节，走进贵州省务川县蕉坝镇乐居村柑橘种植基地，硕大的果实挂满枝头，正在果园里忙碌的果农们脸上都挂满了即将丰收的喜悦。

务川县地理环境、气候条件适宜种植柑橘，该县充分利用当地生态环境自然资源优势，将发展柑橘产业作为巩固脱贫攻坚成果助力乡村振兴的一个主导产业，积极出台扶持鼓励政策，大力发展柑橘产业。蕉坝镇积极响应，大力实施“品种、品质、品牌”精品战略以及标准化建设，通过宣传发动、示范推广等方式打造地方特色品牌，创建柑橘品牌，实现农民增收、农业增效、农村增绿。

作为“蜜橘之乡”，蕉坝镇橘林面积占镇域面积6%。在提升品质和产量的同时，蕉坝镇以品牌建设为抓手，依托山水资源，不断完善配套基础设施，以“天之乐·居之养”理念为中心，着力构建地方特色品牌，创建了“橘品牌”和“乐居蜜橘”品牌，依托品牌资源优势开发万亩橘林，推进柑橘采摘园示范带建设，打造“景中有橘、橘中有景”的“一带两河”橘海景区“橘乐园”。以产业振兴助力乡村振兴，举办柑橘生态旅游节发展“橘旅游”，拓展特色旅游品牌，助力农户就地就近就业。

为加快精品水果现代化发展进程，提高市场竞争力，为“黔橘出山”拓市场，蕉坝镇重点面向遵义、重庆、上海等地宣传推介“乐居柑桔”。鲜橘进入县内外2个平台线上线下销售，仅2020年销量达1333万斤，每斤单价从1元—1.5元提高到3—5元，助力橘农增收4000余万元。

简治敏 邹旭芳



浙江省台州市路桥区泽洋街道向央村有着悠久的生态种植荸荠历史，近年来，村党支部带领群众扩大种植规模，打响荸荠特色品牌，同时通过建立合作社，让群众种植的荸荠走向全国各地市场，增加农民收入。图为向央村的党员志愿者在种植荸荠的水田里除草。

蒋友青 摄

山西打出农业品牌“组合拳”

近年来，山西省高度重视农业品牌建设工作，提出了实施农业品牌战略和标准化战略，确立了“品牌立农”“品牌强农”的发展理念。山西省农业农村部门发挥牵头抓总的作用，联合有关部门，打出了一系列品牌建设组合拳，在全国叫响了“晋字号”农业品牌。

山西特殊的地理环境孕育出众多特色农产品。山西围绕三大战略、五大平台、十大产业集群，建立完善“区域品牌+企业品牌+产品品牌”体系，评选了山西小米、山西陈醋、山西马铃薯、山西药茶等12个省级区域公用品牌，以及运城苹果、大同黄花、隰县玉露香梨等33个市级区域公用品牌，还评选了80个功能农产品品牌，目前正在创建全省“特优”农产品品牌目录库。

质量是品牌的基石。山西省大力推进两个“三品一标”建设，在产品方面，推动绿色、有机、地

理标志农产品生产，推行食用农产品达标合格证制度。截至目前，绿色、有机认证产品数1575个，涉及企业862家，年均增速远超农业农村部6%的要求；农产品地理标志产品175个，认证数量居全国第四。

连续举办中国（山西）特色农产品交易博览会、北京展销周、运城果博会等本省交易活动，借力国内国际各大展会平台，组织“晋品晋味·扬帆出海”“药茶出晋”等活动，在上海设立山西特优农产品精品街，在北京新发地设立山西特优农产品展销中心，在天猫、京东、快手、抖音设立线上旗舰店，一批批品牌农产品走出去，进入了京津冀、长三角、大湾区等国内重点市场。全省35家企业65个产品通过“圳品”认证，进入了深圳市场。今年以来，全省农业农村系统组建了604人的营销战队，持续推动山西特优农产品走出去。

太宣

探索农业品牌赋能新机制

黄非

平台，计划从今年开始用2—3年的时间，把全省10万户的农产品生产主体都纳入监管平台，基本上把主要的生产单位、生活点全覆盖。做到三个全覆盖：主体的日常巡查全覆盖、产品质量追溯全覆盖、生产经营档案电子化管理全覆盖。三是要大力发展绿色优质农产品。不言而喻，抓质量，要把绿色优质农产品的质量抓上去。目前，江苏省已经建设绿色农产品基地1861万亩，有机农产品的企业达到1776家，产品个数达到3773个，已获批的农产品地理标志137个。

第二，完善评价机制，着力在品牌管理体系上立标准。一是完善省级品牌目录制度。2020年对原来的目录制度进行了升级，同时注册江苏农业品牌的标识版权，已经在国家备案注册。二是建立品牌评价标准。组织了全省，包括省外的一批专家，作为品牌建设的专家库。标准制定、管理规范都有专家参与，这些专家为我们发挥了很多作用。三是积极推广标准化生产。标准化的蔬菜基地、畜牧基地、水产基地，这些项目在全省遍地开花，现在各个地方都把标准化的生产作为基础。

第三，政府积极引导，着力在优化发展环境上做保障。政府在品牌建设上一定要到位。一是明确工作目标。每个阶段、每年都要明确当年的目标，在2021年省委一号文件上就提出，打造一批“江苏精品”农业品牌、知名农产品区域公用品牌、组织品牌和企业产品品牌。二是加大财政支持力度。省市县对品牌建设都设置专项资金，2021年计划新增5000万元农业品牌专项资金，财政厅、财政部门经省政府协调商量。资金还没有最后到位，第一批方案有这个计划，重点支持10个单品类农产品区域公用品牌，我们主要是单品类的。三是加强政策研讨，每年都组织相关活动。今年4月组织了一次江苏知名企业品牌发展座谈会，有企业发出了倡议，全省的农业生产和经营主体参与这项活动。

第四，推动银担合作，着力在品牌融资服务上出实招。一是首创品牌贷款。农业企业特别是农产品的生产企业没有固定资产或者低资产，贷款比较难。我们与交通银行、江苏省农担集团签订农业品牌战略合作协议。专门设计了品牌贷，把

“双循环”新发展格局下，政府部门如何培育发展企业品牌，是值得深入探讨的命题。近年来，江苏省各级农业农村部门积极谋划品牌发展新路径，以打造高知名度、高美誉度、高忠诚度品牌为重点，深入实施“品牌强农、营销富民”工程，充分发挥政府引导和市场推动“两只手”作用，优化发展环境，规范品牌评价标准，守住品质底线，探索省级农业品牌赋能新机制，创新农业品牌培育新模式，以区域公用品牌引领企业品牌，“苏”字号农业品牌蓬勃发展的。

我们主要是做到了“六个着力”：第一，狠抓源头管理，着力在品牌质量上打基础。具体从三个方面来说：一是加强质量源头管控。对农作物病虫害防治，农药减量使用、兽用抗菌药减量行动都有专项工作，每年对农产品质量安全工作都要进行专门的部署，对农药的减量使用和化肥的减量使用都要提出目标，而且分解到相关的市县。二是实施十万规模主体入网监管行动。江苏省现有一个农产品监管平台，全省大概有2800户左右农产品生产的市场主体进入监管

品牌沙龙