

行业聚焦

为消费者挖掘美味食品

——“烟薯25”借助电商平台走俏全国

□□ 农民日报·中国农网记者 欧阳靖雯

炎炎夏日，冰烤薯正成为不少美食博主的“涨粉神器”。将烤制后的薯片放进冰箱，具备冰激淋口感的冰烤薯，足以替代“雪糕刺客”。与很多走出试验地就被遗忘的新品种不同，在拼多多等电商平台的助推下，一种名叫“烟薯25”的红薯逐渐在线上俏销，并因烘烤后“香甜如蜜”的特性成为烤薯品种中的“扛把子”。

不仅如此，“烟薯25”还备受种植户欢迎。全国农业技术推广服务中心的统计数据显示，目前“烟薯25”已成为全国推广面积最大的红薯品种。除了西藏与黑龙江，“烟薯25”在全国各地均有种植，甚至还成就了一批农民“百万元户”。

最招老鼠的“0579株系”

辛国胜经常生食红薯，年均三四百个。品尝前，他不知道自己的味蕾会经历怎样的挑战。偶尔，他吃到了令人惊喜的南瓜味、土豆味；但有时候，唇齿被苦涩吞噬。“自己育的种，含泪也要吃下去。”辛国胜调侃道。正如“神农尝百草”，直接品尝是红薯育种人在田间地头筛选优良株系的重要手段之一。

2005年的冬天，辛国胜留了一批种薯在地窖，他发现第79号株系最招老鼠。这也是0579的名称由来。2012年，通过国家鉴定后，“0579株系”被命名为“烟薯25”。

即使尝过数千种红薯，辛国胜仍为这株的香甜惊喜。彼时，国内满大街的烤红薯使用的几乎都是20世纪50年代中国农科院选育的品种——“遗字138”与“北京553”。这两个品种“统治”了“烤薯界”大半个世纪，未曾遇到有力的挑战者，直至“0579株系”的出现。

品种培育工作的一大痛点在于品质与产量往往负相关。好吃不丰产，丰产的往往又不好吃。而0579逐渐展现的惊艳之处是，它很好地兼顾了食味与产量。

在烟台市农科院的育种大棚里，作物所所长辛国胜和同事们每年通过杂交育种，大约会得到一万株全新的红薯株系。其中，只有不到5%的株系会被他们“品尝”，而即便“万里挑一”的株系，绝大多数也会在第二年的鉴定中被淘汰。就像大海捞针，他们要寻找一种集好吃、高产、颜值等各种优点于一身、无限接近完美的红薯。



8月底，山东地区种植的头茬“烟薯25”红薯开始逐渐进入收获期。 凯馨 摄

彼时，0579还是初生事物，其能力尚未被精准识别。它诞生的那年，烟台少雨，0579长得光滑饱满，辛国胜甚是欣慰。可第二年，雨水频繁，试验地偶有积水，0579仿佛得了“静脉曲张”，爆筋了。辛国胜以为，这可能是他无数次失败中平淡无奇的一次。

好在，无论口感还是产量，0579一直在线，稳定在“学霸”级别。这使得其在通过国家鉴定前的7年间能在试验地一直保留自己的“坑位”，免于被淘汰。

在研究团队经历无数次“杂交、培育、鉴定、淘汰”的循环后，0579脱颖而出。虽然它有不耐涝、不耐储等小缺点，但瑕不掩瑜。在2011年全国红薯食用品质组竞赛中，因色美香醇食味甘甜而夺冠；在国家区域试验栽种过程中，它又力压其他品种，摘得产量第一的桂冠。

被电商选中的“明星”

虽有明星潜质，但走出试验地的“烟薯25”必须面临市场的考验。

“新品种的培育九死一生，新品种的推广同样艰难。”壹亩地瓜创始人刘朝丽是最早一批推广“烟薯25”的“地瓜经纪人”。2016年，她第一次尝到当时仅在山东、河北小规模种植的“烟薯25”，甜蜜流油，“从未吃过如此好吃的烤红薯。”

在刘朝丽等人的推介下，“烟薯25”开始在线上销售。2019年，他们在拼多多上

销售该品种的第一周，一天才不过百十单，但一周后，日订单量大涨至四五千单。

销路打开后，供应端却捉襟见肘。当时，“烟薯25”仅在一些北方红薯优质产区种植，其中，山东烟台、河北唐山等产区表现优异，但产量只能供应部分国内市场。北方有种“蜜薯”特别好吃，这个“线报”其实早就传到了南方。但遗憾的是，正如“橘生淮北则为枳”，海南、云南等地最初种出的“烟薯25”，口感竟不如普通蜜薯。

“为保证货源的稳定品质，我们开始接触种植端及科研端，跟着农科院的专家全国跑，寻找正宗的‘烟薯25’。”刘朝丽说。

为了防止“烟薯25不是烟薯25”的现象，业界专家辛国胜等开始倡导使用脱毒种苗。由于红薯属无性繁殖作物，无论大田苗还是高剪苗都面临病毒侵染致使种性退化的问题。而脱毒种苗由红薯茎尖进行诱导培育而得，“血统纯正”能够更好地表现品种特性。

在线上市场的倒逼以及科研人员的共同努力下，2016年至今，“烟薯25”终于“成长”出它的另一关键能力——优良的适应性。目前，“烟薯25”已在全国绝大多数省(市)均有种植，并能做到全年供应。

未完待续的甜蜜事业

“烟薯25”走红后，辛国胜一度担心它只能昙花一现。而随着精深加工企业的加

入，这一品种衍生出从传统的地瓜干到饮料、酒类、冰烤薯、薯蜜、果胶等创新产品。

“高新奇特，我们特别愿意种，因为好卖。”在山东商河县怀仁镇，韩王村党总支书记韩成金口中的“高新奇特”指的是高科技、新研发以及奇特品种，“烟薯25”属于这一范畴。“为降低种植风险，我们通常第一年划出三五亩地试种，第二年再扩种。”

作为商河县重点打造的10个乡村振兴齐鲁样板村之一，韩王村过去主要种植小麦、玉米等粮食作物。近年来，该村探索“村企党建联合体”模式，发展红薯订单农业，向拼多多等电商平台供货。于是，千余亩土地，全部以销定产，种上了“烟薯25”等优质品种。

“虽然去年没有分红，但我们以一村之力，将地租从每亩800元提到了1100元，相当于给所有社员增收了。”韩成金说。

今年8月3日，辛国胜前往商河县调研。在怀仁镇，他看到大沙河穿境而过，造就了独特的沙地种植环境。明年，怀仁镇计划再拿出910亩土地实现“烟薯25”单品种植。

改变了乡村的“烟薯25”也改变了辛国胜。“过去，坐在实验室的冷板凳上，我曾怀疑过自己。但2016年后，一些农户因为种植‘烟薯25’赚到了人生的第一个100万元。他们太高兴了，甚至给我送了锦旗。那时，我觉得自己找到了人生的价值。”

而推广“烟薯25”的过程中，刘朝丽发现，自己想做的不只是卖地瓜而已。“我们更希望为消费者挖掘真正优质的品种。尤其今年以来，拼多多在平台策略上加大了对科技农产品的资源倾斜，我们更有动力让优质成果出了试验田就能进入大市场。”

刘朝丽的下一个目标是紫薯。每年三、四月，紫薯在电商平台上的搜索量远高于红薯。那时，年轻人脱去臃肿的冬装吃起了紫薯代餐，但紫薯品类至今缺少一个“扛把子”品种。这回，刘朝丽相中了山东日照土专家徐淑亮培育的新品种“东风22”，又在拼多多上开始了新一轮市场试验。

“科技的浪漫和魅力在于，你可以不仅仅只做一个围观者，更可以用它去做出一点改变，让大家生活在你参与定义的世界里。”刘朝丽信以为然。

情况和当前旱情影响情况，建议农民坚持科学抗旱，力争把损失降到最低。

带队老师石玉说：“和学生们一起同吃同住一个多月的时间里，看着队员们由刚开始的不知所措，到直播30多场后能够熟练开播，助农的热情越来越高，进步越来越明显！这些青年大学生用青春担当赋予了乡村振兴更多意义。”

据悉，华中农大已定点帮扶建始县十年，积极为建始谋思路、献良策、找资源。实践团将继续扎根乡村，将直播带货与农业科普、文化传播相结合，打造有青春担当、有文化内涵、有创新元素的大学生特色直播间。

据悉，华中农大已定点帮扶建始县十年，积极为建始谋思路、献良策、找资源。实践团将继续扎根乡村，将直播带货与农业科普、文化传播相结合，打造有青春担当、有文化内涵、有创新元素的大学生特色直播间。

对李泽西来说，返乡并不是简单重复长辈人生，而是开创一番新事业。正是农村电商的蓬勃发展给了他在家门口实现创业梦的新机会。

如今已有一大批像李泽西一样的新农人正借助电商快速成长。他们懂技术善经营，是互联网的原住民，普遍具备高学历，对短视频、直播电商等创新创业业态也更敏感。

“农村电商发展快，许多年轻人愿意回来，我现在招人比以前容易多了。”李泽西告诉记者，他能在半年开出不逊于一线城市互联网公司的工资水平，愿意返乡从事电商运营、主播、摄影的年轻人越来越多，采访结束后他还要赶去面试新员工。

圆桌论坛

□□

张华荣

农产品“三品一标”中，农产品地标是各地在长期农业活动中形成的特色农产品资源，是重要的农业知识产权和区域公用品牌。我国是传统农业大国，自然生态和资源禀赋多样，具有悠久的农耕文明和深厚的饮食文化，地标资源丰富，发展潜力巨大。农产品地标是乡村特色产业发展的有效抓手，对于推动产业品种培优、品质提升、品牌打造，保护特色资源、保护生态环境、传承农耕文化具有重要的意义。

多年来，在中央高度重视和农业农村部部署安排下，在各地政府及农业农村部门积极推动下，在社会各界支持帮助下，农产品地理标志工作取得了显著成效。目前，共登记了3510个农产品地标，产品涵盖种植、畜牧、渔业等3大行业22个品类。通过登记保护特别是连续四年启动实施了地理标志农产品保护工程，挖掘了一批地理标志农产品资源，建设了一批地理标志农产品保护基地，叫响了一批“乡土”区域品牌，增加了一批特色鲜明、品质优异的绿色优质农产品供给，涌现了一批地标农产品助力脱贫增收、区域经济发展的典型，推出了一批优质的地标农产品走出国门。

地标农产品不仅要产出来、管出来、讲出来，更要卖出来。据国外官方统计，地标农产品价格比普通农产品平均高出30%以上，从国内调查情况看，许多地标农产品登记后产值也有20%以上的提高。在看到成绩的同时，我们也应清醒认识到当前地标农产品还存在发展不平衡不充分问题，存在销售渠道不畅、产品市场认知度不高等问题和困难。需要各级政府大力支持帮助，需要生产主体努力经营，更需要社会力量积极关心支持。

近期，农民日报和拼多多联合组织“寻鲜中国好农货”活动，同时与“地标农产品中国行”活动同步推进，搭建专业性、综合性的宣传展示、产销对接平台，通过媒体、实体、政体、主体“四位一体”联合协作，发生化学反应，形成共振效应，开展对脱贫地区和优势产区地标农产品公益宣传，提升品牌影响力，组织对接脱贫地区和优势产区地标农产品，帮助拓宽销售渠道，助力特色富民产业发展，是一项利业利民的好事，很有意义。

地标农产品是绿色优质农产品代表，应该是中国好农货首选的对象。相信通过地标宣传、产销对接和采购销售活动，让更多的消费者了解喜爱优质的地标农产品，让脱贫地区和优势产区更多农产品插上农产品地标的“品牌翅膀”，飞出大山，走出高原，出村入城，走向市场，让脱贫地区的农民分享地标农产品品牌的收益和红利。

地理标志农产品是有特色、有文化、有故事的特殊产品，蕴含着丰富的乡味、乡思、乡情，能使我们看得见山、望得见水、记得住乡愁。中国绿色食品发展中心积极支持“寻鲜中国好农货”公益活动，在组织动员、信息咨询等方面提供一定的服务。让我们携手并进，共同努力，保护好、传承好、发展好农产品地标，为推进乡村全面振兴、实现农业农村现代化作出新的贡献。

（此文根据在京举办的“寻鲜中国好农货”公益活动启动暨地标农产品发展保护座谈会上，中国绿色食品发展中心主任张华荣的讲话整理。）

地方实践

湖南宁远 党建引领电商带动群众增收致富

□□

骆力军

“立秋以来，我们这儿的花生、红薯成了‘网红’，迎来销售旺季，老百姓的日子过得越来越红火。这多亏了政府的精准指导啊！”日前，湖南省宁远县禾亭镇琵琶岗村村民肖宁清兴奋地说。

近年来，该县坚持探索“党建+电商”相融互促模式，创新“乡村振兴+农业+旅游+文化”模式，通过头雁培育、搭台筑巢、产业孵化等措施助推优势农产品与电商产业有效结合，实现党建引领村集体经济增收、群众致富，激发乡村振兴新动能。

据了解，目前该县构建出县、乡镇（街道）、村（社区）三级电商大网络，建成电商服务站225个，拥有160多家电商经营主体，电商从业人员超过5000人。

新疆疏勒

蔬菜瓜果搭上直播“云快车”

□□

杨国红 敖奎

农民日报·中国农网记者 李道忠

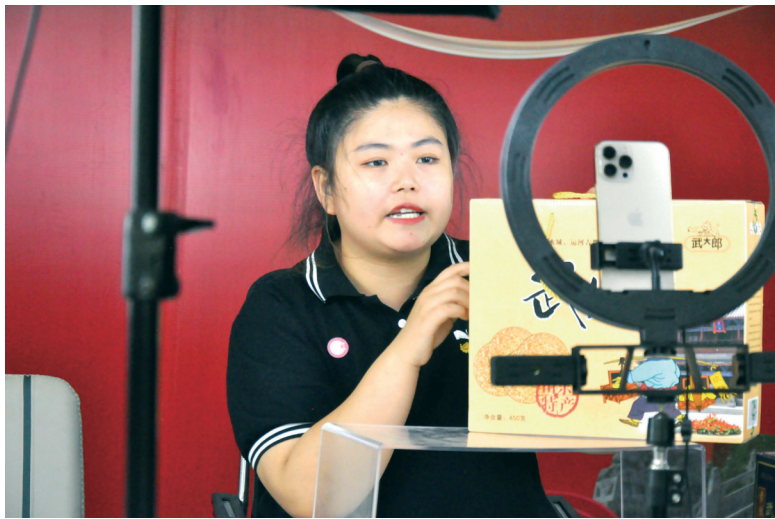
今年以来，新疆疏勒县积极搭建电子商务公共服务中心平台，引导群众转变销售方式，让新鲜的蔬菜瓜果搭上了直播“云快车”，助力群众实现增收。

8月19日，在疏勒县现代农业产业园的电子商务公共服务中心里，一场别开生面的直播正在进行，主播热情地与粉丝互动。

“通过微信小程序就可以快速地查看产品礼包，也有精心制作的视频，内容很丰富，我们可以及时了解、购买到新鲜蔬菜瓜果，极大地方便了生活。”疏勒镇

新世社区居民周晓弟说，“昨天我在快乐优选的平台上，为父母选购了一个水果礼包和一些蔬菜，今天早上他们就收到了，水果和蔬菜还很新鲜。”

疏勒县电子商务公共服务中心负责人叶鹏说：“目前，我们在全县各乡镇收购的蔬菜瓜果，通过快乐优选平台进行销售，先有订单，然后再采摘配送，可以保证蔬菜瓜果的新鲜度。目前，每天的订单量都在600单以上。下一步，我们还将持续加快电商经济发展步伐，不断完善联结机制，拓宽网上销售渠道，丰富线上销售手段，持续开展电商助农活动，实现农产品出村进城，打造乡村振兴样板，助力电商产业高质量发展。”



近年来，山东省阳谷县博济桥街道依托地理和传统产业优势，围绕巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接，按照“党支部+合作社+农户”的模式，通过电商促进农业产业发展，电商产业园直播销售农产品近千种，日均销售800余单。

图为在博济桥街道“印象阳谷”电商产业园内，主播通过网络直播推介阳谷特色农产品。 王一鸣 摄

华中农大开展“农业科普+公益直播”助农活动

□□

蒋朝朝

农民日报·中国农网记者 乐明凯

“湖北恩施建始县高山马尔科小土豆，有机种植，天然含硒，心动的朋友们赶紧下单吧！”刚过去的暑假，华中农业大学青年师生到湖北省恩施州建始县开展社会实践活动，他们走进乡村田间地头，用“农业科普+公益直播”的新形式助农，通过线上电商平台帮助优质农产品走出大山。

直播中，大学生主播热情洋溢地为观众们介绍恩施小土豆、六月雪梨、黄菊、富硒枸杞鸡蛋等特色农产品，主播、助播、运营等岗位的队员们各司其职，让整个直播

过程有条不紊。

“为了呈现出最好的直播效果，我们从流程策划、内容脚本、销售技巧等方面进行了深入学习，每场直播结束后我们都会认真复盘，希望在总结中不断进步，希望能为农户带来更多收益。”实践团队队员高子艺说。

“硒是人体中必不可少的微量元素，请大家和我们一起学习富硒鸡蛋中硒对人体的作用。”“藤茶要用沸水冲泡，因为活性物质二氢杨梅素在100度时溶解度最高。”实践团成员为直播间的观众们详细介绍特色农产品的生长环境、特色优势、营养价值和文化渊源。“大学生助农直播间充满了特有的青春元素和专业知识，我们希望跟别的

直播间不一样！”实践团负责人邓莎莎有感而发。

“希望大家永远保持助农的初心和精益求精的‘品’字要求，在实践过程中深入感悟耕读精神，提升社会责任感和实践能力，为强农兴农赋能更多青春智慧。”华中农大理学院副书记祝鑫参与直播助农活动中说。

除直播带货外，社会实践团还通过短视频拍摄、宣传照拍摄等方式宣传当地特产，下田劳作体验别开生面的“耕读”课。一个多月的时间里，团队拍摄剪辑60余条视频，播放量突破100万次。华中农大理学院副院长曹敏惠带领实践团队查看猕猴桃生长

新电商·新农人

把“奶奶的酱”做成了大生意

——“90后”小伙返乡创业靠视频出圈三年营收翻50倍

□□ 农民日报·中国农网记者 欧阳靖雯

正午，烈日当头，晾晒棚里热气蒸腾，形成阵阵薄雾，29岁的李泽西随机掀开一个小盆的纱布，将木勺伸进去搅动，内里的瓜豆酱显得愈发浓郁红亮。

“今年太阳大，恁看俺这批酱晒得多好，得包个红包吧！”“中！等这批酱之后打包一定给恁发。”专职晒酱的村民王大姐冲着李泽西得意地笑起来。

村里第一个留学生、第一个返乡卖酱的北漂青年、第一个拥有百万播放量的直播带货红人，多个标签让李泽西在河南中牟县小有名气。从一天一二十单到几百单，再到现在日均2000单，李泽西只用了三年不到的时间，年销售额从40万元增加至将近2000多万元，收入翻了50倍。

传统瓜豆酱需要新鲜西瓜做原料，制作时间只有短短三个月左右。晾晒得靠自然发酵，为实现最佳风味，需要人工每天分时

段翻酱。在李泽西的公司，像王大姐这样的专职晾晒工人还有十几人。

“日头最毒的三伏天就是瓜豆酱酿造的最佳时机。”每天都要来查看酿造情况的李泽西晒得黝黑，跟村里招来的工人们熟练得很，采访中他不断在河南方言和普通话中来回切换。

“刚开始就是我用私家车拉货，拿后备箱装，放个十几箱，第二年就变成了小货车，现在得用大货车还得一天运好几趟呢！”李泽西告诉记者，起初摄像、剪辑、主播、运营、打包等活都是他一肩挑，现在是专人做专事，三年间，他的团队从一个人扩大到几十人。

“我是第一个在短视频卖瓜豆酱的，算是赶上风口了。”李泽西回忆道，瓜豆酱本来只是自己的乡愁，“其实过去在河南农村几乎家家都自制瓜豆酱，但因工艺较复杂，做的人越来越少，在外地的河南人想吃到正宗味道太难了。”他本来毕业回国的梦想是创

立摄影工作室，虽然知道很多老乡都跟他一样惦记着这一口酱，但起初并未想过自家奶奶制作的酱也能做成“大生意”。

正是在李泽西回国的2016年前后，直播带货开始异军突起，短视频平台迅速兴起，将农产品电商带入了快速发展的新阶段。

回国三年，不想再“漂”在异乡的李泽西决定凭借自身的新媒体本领返乡创业，经过前期调查、市场分析、消费定位、同业对比，他对短视频卖酱有了更足的信心和底气。事实上，调味酱由于耐储存、食用场景多元，一直是农产品电商领域里销量前十的品类。数据显示，我国调味酱市场规模约400亿，竞争格局较为分散，行业前景广阔。

2019年4月，李泽西成立了郑州酱子食品有限公司，注册了商标“奶奶的酱”，将奶奶请来做全程技术指导，因看好电商发展，李泽西把宣传销售渠道全放在线上。

同时他将现场切西瓜、煮豆、晒豆、裹面