

广东探索建立现代农业市场体系,发挥联农带农作用

乡村特色产业增收“密码”

本报记者 贺林平

“今年的红橙品质很好,想吃的朋友赶紧下单哦。”在广东湛江廉江市青平镇不坡地红橙种植基地,果农刘志豪正给自家红橙“带货”。

“看着果园里硕果累累,隔着屏幕都觉着甜。”广州市天河区市民胡雯欣毫不犹豫下单,一口气买了两箱红橙。

日前召开的中央农村工作会议指出,产业振兴是乡村振兴的重中之重,要落实产业帮扶政策,做好“土特产”文章,依托农业农村特色资源,向开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值要效益,向一二三产业融合发展要效益,强龙头、补链条、兴业态、树品牌,推动乡村产业全链条升级,增强市场竞争力和可持续发展能力。

在广东,一根网线连起产地和市场,农民学着吆喝带货,网红主播走进田间地头,让米、菜、果、鱼等农产品由消费者看着长大、成熟;线上下单,消费者买到的不光是农产品,还有烹饪秘诀和特色体验……农产品生产销售不再看老天“脸色”,背后正是“12221”这串神奇密码激发的化学反应。

什么是“12221”?广东省农业农村厅有关负责人介绍,“1”即建立1个农产品的大数据,以大数据指导生产引领销售;3个“2”即组建销区采购商和培养产区经纪人两支队伍、拓展销区和产区两大市场、策划采购商走进产区和农产品走进大市场两场活动,最终实现品牌打造、销量提升、市场引导、品种改良、农民致富等“1”揽子目标。如今,“12221”市场体系建设按下快进键,推动广东农业高质量发展迈出新步伐。

跟着市场走,“粤字号”农产品增产又增收

乡村振兴,产业兴旺是基础。作为经济大省、农业强省,2021年广东全省农林牧渔业总产值8305.8亿元,位居全国第四位;水产养殖产量全国第一,水果产量全国前五。如此大的产业规模,能否有效破解农产品销售难问题,直接关系到农民的钱袋子能不能鼓起来。

“每3个中国菠萝就有1个来自徐闻。”湛江市徐闻县,是全球知名的菠萝产地。2022年,徐闻菠萝创下产量约79.6万吨、产值约25亿元、收购均价每斤1.5元的新纪录。在当地菠萝种植大户陈如约看来,“这在4年前,真是想都不敢想啊。”

2018年,徐闻上亿斤菠萝集中成熟。然而,丰收的喜悦未在农民脸上挂多久,便遭遇了罕见的销售“寒冬”——市场价跌到每斤0.2元,也鲜有商家问津。“很多果子烂在了地里,大家看着心疼却又无能为力。”陈如约回忆。

果农正一筹莫展之时,广东省农业农村厅“12221”工作组来到徐闻。调研发现,徐闻菠萝产业存在市场体系建设不足、品牌培育不足、大数据研究利用不足等问题。要解决这些难点、痛点,必须联动攻坚,抓住采购商和重点销区市场,着力构建农产品市场体系。

“我们以湛江徐闻菠萝为策源地,建设农产品‘12221’市场体系的初衷,简单说就是要帮农民把菠萝都卖出去。”时任工作组组长的广东省对外经济与农民合作中心副主任黎小军坦言。

2019年春,第一场菠萝产销对接大会召开,数百名优质采购商到场。陈如约把握机会,大力推介自家的菠萝新品种,成功将产品卖到俄罗斯、日本等国家。受益的不只陈如约,对接会后一统计,徐闻全域被订购的菠萝超过1亿斤。

同年,菠萝大数据系统上线。签约全国数千个档口,建立市场行情大数据,定期发布菠萝市场价格指数和采购商指数。大数据的使用,给了徐闻农民底气:菠萝卖到哪里,哪里价格高,市场在哪里……心中都有“数”。

跟着市场走,徐闻菠萝产业迅速发展。2018年,产值9.8亿元;2019年,15亿元;2020年,22亿元……曾经踌躇不定的果农重拾信心。“卖得好,大家抢着包地,种植菠萝热情越来越高。”陈如约说。

“‘12221’整合生产、市场两端,涵盖政府部门、农业专家、龙头企业和果农等多方资源、信息、力量,‘有形之手’与‘无形之手’合力,带来的是思维方式的变化、理念的变化——大家不再‘靠天吃饭’,改变了‘重生产、轻市场’;巧用大数据,跟着市场走,‘以市场引导生产’。”广东省农业农村厅相关负责人说。

2020年以来,广东省农业农村厅逐步在全省范围内不断探索农产品“12221”市场体系建设成功模式。如今在广东,销售额连年走高的特色产业又何必一颗菠萝!广东荔枝畅销全球,梅州柚成为“金柚”,翁源兰花、遂溪火龙果、澄海狮头鹅等特色农产品成功出圈……念活了“12221密码”的“粤字号”农产品,摆脱“丰产陷滞销、增产不增收”的困扰。

瞄准需求侧,延长产业链提升价值链

寒冬腊月,珠海斗门的渔民们格外忙碌。12月28日至30日,首届中国“年鱼”博览会在珠海举行。满载着渔民对美好生活的期许,这是广东“12221”市场体系创新消费新场景、提升农产品效益的新尝试。

广东渔业历史悠久,海水养殖和淡水养殖齐头并进,水产品总产量、养殖产量均位居全国第一。产业规模大,如何做强?广东省农业农村厅有关负责人表示,瞄准需求侧,适应消费升级,进一步延伸“12221”农产品市场体系的外延,推进一二三产业融合发展。“一产在生产标准和品质提升上做文章,二产在科技创新和精深加工上下功夫,三产则加快农旅、产业+文化等深度融合,延长产业链提升价值链。”

卖得好,产得好是基础。“白蕉海鲈”是广东水产首个国家地理标志产品。从生产端提升品质,广东加强海鲈产业基础设施建设,积极推进“龙头企业+基地+农户”等现代农业产业化经营模式,组织实施技术攻关、养殖技术推广、病害检测防治技术和市场信息咨询服务。

经过多年发展,海鲈产业已形成集种苗、繁育、养殖、生产、加工、仓储、冷链、运输及贸易为一体的全产业链运营模式。目前仅在珠海斗门,养殖面积就达3.9万亩,产量占全国50%;市场遍布全国各大城市,全产业链总产值达170亿元。

“现在年轻人想吃鱼,又不愿意跑菜市场,我们适应这种变化,把鱼加工成预制菜,让年轻人轻轻松松就能煮出一道美味。”恒兴集团新零售主管陈华丽说。

卖得好,离不开精深加工。珠海斗门水产深加工示范园内,集中建设了36万平方米水产品深加工厂房以及10万吨低温、超低温冷库。目前,多家外地水产品深加工企业已签约入园,一些本地水产企业也纷纷加强深加工产品研发,开发出鱼酱、鱼柳等产品。

高州市根子镇桥头村是远近闻名的荔枝产业村。在桥头村,游客不仅能在风雨廊桥上,观两岸荔枝林、看水清岸绿,欣赏秀丽的乡村美景;还能在农家小院,品尝特色农家美食。

“产业链越长,产业的生命力就越强。”在根子镇党委书记袁海峰看来,只有不断催生新业态,才能让小荔枝变成大产业。根子镇元坝、柏桥、茅坡等村及周边地区形成的荔乡产业带,除

了种植、加工外,还大力发展民宿、文旅等业态。2021年,产业带累计接待游客超200万人次,荔枝产业链创造产值达4.2亿元,在元坝村,农民年人均可支配收入达5.8万元。

强化政策帮扶,乡土人才成为产业振兴生力军

走进高州市丰盛食品公司实验楼,水果自动抛光机、去核机等机器安静地矗立在一楼展示厅里。

“以前果肉去核只能依靠人工,要熬夜守着炉火烘干,耗时费力。”公司负责人何达为自2012年返乡创业以来,一直在研究自动去核装置。如今,第五代去核机已研制成功。“与人工相比,自动去核效率高近10倍。”何达为说。

效率提升,收购量猛增。2021年,何达为以高于市场价的价格收购鲜果,带动周边近360户荔枝种植户增收近350万元。

乡村振兴,关键在人。农村市场的巨大潜力正在被激活,吸引越来越多的人才投身乡村振兴。高州市农业农村局局长龙国源说,这些爱农业、爱农村、懂科技、懂市场的高素质农民正是农业农村现代化的希望所在。“这几年,有上百名大学毕业的年轻人回到家乡创业,把祖祖辈辈挑着大筐找买家的荔枝,通过互联网卖到了全世界。”

在“12221”市场体系牵引下,广东多措并举,将家庭农场经营者、农民专业合作社带头人、农业经理人等作为培训重点,开展产业发展、农业技术应用等多个领域的技能培训。围绕农产品种植、加工、销售全产业链聚合起一大批乡土人才,有1万多名95后成为农产品电商的新生力量。

人才帮扶机制不断完善。目前,“12221”已联动财政、商务、海关、电商、物流等各方力量,形成了社会化扶农助农机制,帮助返乡人才突破创业瓶颈。建设各类产业园,推动种养更加科学、规范,提升品质保障;让仓储、包装、加工、物流等环节进入田间地头,破解了农产品保鲜难题;搭建购销平台吸引客商前来采购……在华南农业大学教授周建华看来,通过市场化运作机制凝聚各方力量,以培育乡土人才夯实产业发展根基,是促进乡村特色产业振兴的有效举措。

“返乡创业正好赶上了全面推进乡村振兴的大好时机,‘12221’市场体系不断完善,把创业过程中的难题逐一解决,我们发展产业、和乡亲们一起致富的信心更足!”何达为说。

冬闲人不闲 田间农事忙

河南省洛阳市汝阳县城关镇的田野里,机声隆隆,一派繁忙景象。图为城关镇张河社区农民驾驶拖拉机在农田里机耕作业。

康红军摄(影像中国)

让农业品牌亮起来强起来

常 钦

打造一个农业品牌,不可能一蹴而就,必须尊重农业发展规律和市场规律,扎扎实实、久久为功

近日,农业农村部办公厅印发通知,推介2022年农业品牌创新发展典型案例。五常大米、洛川苹果、东港草莓等品牌农产品均位列其中。这些品质优、信誉好、竞争力强的品牌农产品从广袤田野走出,既扮靓了消费者的餐桌,也给乡亲们带来了真金白银的收入。

农业品牌是农业高质量发展的重要标志。日前召开的中央农村工作会议指出,“加快建设农业强国”“强龙头、补链条、兴业态、树品牌,推动乡村产业全链条升级,增强市场竞争力和可持续发展能力”。

近年来,随着品牌强农战略的加快实施,乡亲们的品牌意识大大增强,各地农业品牌数量快速增长,品牌效益显著提升,为推动农业转型升级、提质增效提供了有力支撑。数据显示,目

前,我国省级重点培育的区域公用品牌3000多个,既贫困地区品牌农产品平均溢价超过20%。

应当看到的是,当前,我国农产品品牌众多,但大而强的问题依然存在,品牌竞争力影响力带动力仍有待进一步提升。面向未来,加快推进品牌强农,让更多的农业品牌亮起来强起来,既有利于促进生产要素更合理配置,催生新业态、发展新模式、拓展新领域、创造新需求,促进乡村产业兴旺,也有利于更好发挥市场需求的导向作用,增加有效供给,更好满足人民日益增长的美好生活需要。与此同时,品牌效应的有效发挥,还能进一步挖掘和提升广大农村优质农产品资源的价值,增强广大小农户对接大市场的能力,让他们更多分享品牌溢价带来的收益。

让更多农业品牌亮起来强起来,首先要培

优品质,夯实品牌发展根基。品质是品牌的前提和基础。消费者选择品牌农产品,看中的也是品质有保障。所以强品牌首要强品质,要严把农产品质量安全关,坚持质量第一,坚持绿色发展,推动减肥减药、农业废弃物资源化利用,加快绿色食品、有机农产品、地理标志产品认证,完善全产业链质量安全追溯体系,增强农业品牌核心竞争力,以高质量供给筑牢品牌根基。

让更多农业品牌亮起来强起来,还要加强创新驱动,让农业品牌活起来。打造农业品牌需要传承,让品牌弘扬优秀的农耕文化,延续历史文脉,为特色产业赋能。同时也要与时俱进、创新发展,与现代元素充分融合,提升产品科技含量。加强农产品产后分级、包装、仓储、物流、营销,特别是要加快补上冷链物流等

短板,推进农产品流通现代化,在提高综合效益上做足文章。在数字消费时代,还要不断推动农业品牌营销内容、技术、模式、业态和场景创新,大力发展农村电商,推进品牌营销线上线下融合发展,让更多大而美、小而特的农业品牌走向大市场。

农产品品牌做优了就有吸引力,做强了就是竞争力。打造一个品牌,带活一个产业,富裕一方农民,不可能一蹴而就,必须尊重农业发展规律和市场规律,扎扎实实、久久为功。顺应消费需求升级,持续擦亮农业品牌,做大做强乡村特色产业,为全面推进乡村振兴、加快建设农业强国提供更加有力支撑。

话说新农村

返乡创业,为杨梅建大棚

浙江省仙居县白塔镇杨梅种植户朱旭辉

智慧大棚产量质量双提高

戴 谦

“好不容易考上大学跳出了‘农门’,非要再回到山沟沟里当农民,咋想的?”每当听到这些话,朱旭辉都会说,“因为我的家在这里。”

朱旭辉的家乡在浙江小城仙居。这里钟灵毓秀,不仅有自然造化的鬼斧神工,也给世代生活在这里的人们,营造了一方世外桃源般的天地。

说起仙居,很多人首先想到杨梅。今年6月,“仙居杨梅60元一颗出口迪拜”的新闻,让这座小城着实又火了一把。经常有人说,“中国杨梅看浙江,浙江杨梅看仙居”。在仙居,不少村民家里世世代代种杨梅。

大学毕业,朱旭辉在杭州从事品牌管理工作。两年后,辞职回乡,开始了杨梅种植。“很多人说我头脑发热,但我生在农村,长在农村,家乡的杨梅是陪伴我长大的伙伴,就连我的学费都是杨梅换来的。再说,我从小就对农业感兴趣,大学学的也是农林园艺技术专业。这条根,我断不了。”他说。

成为一名专职“梅农”后,朱旭辉开始了农耕的生活,尽管辛苦,但干劲十足。可是不久后的挫折,把他打“蔫”了。

“温湿度多少最好?”“怎么提高土壤肥力?”一连串的技术难题不断提醒他,自己还是个杨梅种植“门外汉”。

不会种,就学。向书本学、向老一辈梅农学。渐渐地,朱旭辉摸索并总结出了一些杨梅种植经验,也发现了杨梅生长过程中的“先天病”。

杨梅喜温暖、阳光充足的环境,却又耐寒不耐旱,因此高温烈日是“天敌”。此外,它虽喜湿润,但因其无表皮、果“娇嫩”,害怕风吹雨打,十分脆弱。恶劣天气不仅影响杨梅的产量和品质,收购价也会大打折扣,受了伤的杨梅只能卖到正常价的1/4。所以老一辈过去总说,种杨梅是“靠天吃饭”的活儿,一遇天气变化,为防止杨梅减产,全家老小都得去山上盯着,耗时又费力。

但在朱旭辉看来,现代农业早已插上了科技的翅膀,在“不和老天爷作对”的前提下,一定会有其它的解决办法。

经多方学习,在县农业科技人员的指导下,朱旭辉把眼光盯上了智慧大棚。有了它,杨梅再也不用怕蚊虫叮咬、鸟啄及刮风下雨了。

可是,搭建大棚成本较高,家里50亩大棚建起来要400多万元。在团县委、县农业农村局专项补贴,以及家人的支持下,资金难题终于解决,“大棚计划”得以推行。2019年,20亩杨梅大棚建起来了。

智慧种植,打造“未来农场”

朱旭辉的智慧大棚内装了智能控制系统,即便人不在山上,通过手机也能看到大棚内部的温度、湿度等环境数据,点一下手机屏幕便可一键操作大棚开合。

白天温度高了,手机点一点,大棚里的喷灌系统会自动给杨梅树喷水;晚上湿度过高,大棚可实现自动开膜,让杨梅吹吹风,呼吸新鲜空气;刮风下雨了,点下手机,大棚便自动卷膜,棚内杨梅再不会被风吹落、被雨打掉了;土壤肥力不足了,把肥料配好,点下手机就可以自动施肥……精密的数字化调控下,大棚杨梅保持了较好的品相和甜度,不仅可以提早20天上市、产量提升一半以上,价格也能卖得更高。尝到智慧种植甜头后,今年,朱旭辉又建起了近30亩二期大棚。

杨梅采摘期也就两周多点,不仅果期短,还很娇贵,不耐存储,“一日色变,二三日味尽”。鲜度是杨梅的生命,每年收获季,种植户不得不起早贪黑争分夺秒采摘杨梅。为了跟时间“赛跑”,采摘过程中,人工磕磕碰碰少不了,过去,杨梅损耗率非常高。

向技术人员请教后,朱旭辉在山上装了“小火车”。如今,一辆辆“小火车”在海拔300多米的乌岩山上蜿蜒行驶,不仅节省了人力和时间成本,还大大降低了杨梅运输过程中的损耗。

为了进一步提升杨梅种植的精细化管理水平,最近朱旭辉琢磨着再购置几台无人机,填补施肥空白,努力将这片杨梅园打造为更具科技含量的“未来农场”。

放眼全国,像朱旭辉一样的高素质农民还有很多。近年来,一批又一批的返乡创业青年深耕科技强农、科技兴农,为乡村全面振兴夯实人才基础。“今后,我会继续用自己所学反哺家乡,力所能及地为其他梅农传授大棚管理等经验,和大家一起畅通收购链、拓宽销售链、完善运输链,带动梅农共同致富。”朱旭辉信心满满。

本版责编:常 钦
电子邮箱:rmbxnc@126.com