

做足那一杯“下乡的味道”

■ 林群芳 福建晋江 福建盼盼饮料有限公司供应链总经理

我到现在还忘不了第一次在宁德市寿宁县下乡吃到的那杯草药茶。

2020年10月，我们公司组织去下乡考察项目，天还有些热，村民们就熬了一锅当地家家户户都会喝的特色草药茶接待我们这些远道而来的客人。一口下去，清凉微苦，余味还带着淡淡的沉香气，大家都觉得挺好喝。经老乡介绍，这个独特的香味来自他们家门口种着的柳叶腊梅。

原先考察的项目没成，这草药茶却引起了我们的兴趣：这茶风味独特，又符合现在饮料行业中健康化趋势，不如把它做成凉茶饮品！

说干就干，我们公司和寿宁县签订了协议，由当地提供配方和柳叶腊梅等原材料，同时联合寿宁的县域公共品牌“下乡的味道”，共同推出特色凉茶饮品。

不过，要把自家的“土特产”做成经得起市场考验的标准产品，可不容易。其中最关键的是要确定饮品的配方比例，饮品既要符合大众消费者的口味，又不能偏离原来的特色风味，同时，使用的植物原料也要符合食品生产的标准。

为此，在当地政府的协助下，我们企业的专业研发团队联合了福建农林大学的专家与寿宁当地团队共同攻关。历时近半年，记不清去了当地多少次，也记不清经历了多少次修改与尝试，我们终于在2021年5月确定了合适的配方比例。

2021年6月，“下乡的味道”凉茶正式进入市场，喝到成品的那一刻，真的非常开心，为产品的最终落地，也为我们团队这段时间的努力与合作。

2022年，“下乡的味道”凉茶销售量达20多万件。现在，除了原味凉茶，我们还推出了薄荷凉茶、仙草凉茶等多种系列产品。同时，为提高产品的市场供应量，今年我们还计划采取“农户+基地+企业”模式，请当地加种100亩柳叶腊梅，预计亩产300斤干品，按目前每斤27元的市场价计算，种植农户每亩能有8000多元收入。

我想，让咱们自家的“土特产”更好走出去，就是要发挥我们的专业优势，积极创新、精益求精，做足那一杯“下乡的味道”。

本报记者 施钰采访整理

带动增收致富

推动乡村振兴

我家的土特产走出去了

传承传统工艺 扶持农户发展

■ 张植富 贵州六盘水 岩脚大畅面业有限公司总经理

用石磨磨粉，添加纯手工土碱和面，自然晾晒风干……在我们岩脚，做面已经有300多年的历史，几乎家家户都会做面条，喀斯特地貌形成的独特气候、土壤、水源让我们的面条具备了“香、滑、劲、脆”的特色。

2000年以后，随着经济社会的发展，原生态的土特产越来越受到市场的青睐。2007年，带着助力家乡土特产走出大山，让众人认识岩脚的创业情怀，我和几个朋友一头扎进岩脚面的制作生产和技艺传承中。没想到一经推出反响极好，在当地便销售一空，这给了我们做大做强岩脚面的信心。在党委政府和乡亲们的大力支持下，我们找土地建厂房，解决资金链，对接销路，又建新厂、建岩脚面博园、建有机小麦生产基地，逐渐成长为拥有2条生产线，集科研、生产、观光旅游为一体的新型现代化面条生产企业。

岩脚面的主要原材料是小麦，围绕农业增产、农民增收、发展现代农业这个主题，我们主要以“两种模

式”带动乡亲致富。一是“企业+基地+农户”。实行“基地示范带动，扶持农户发展，产品保价回收，实现企业双赢”的滚动发展机制。二是“企业+村合作社+农户”。为农户提供小麦种；农户领取小麦种后按要求种植，小麦收获后，由加工企业进行回收。2022年我的公司在岩脚收购了小麦200多吨，带动356户1180名从事小麦种植的农户户均增收4000元。

岩脚面逐渐成为六枝的品牌土特产，带动着上下游产业迅速发展。一方面，岩脚镇党委政府大力发展小麦种植产业，2022年岩脚镇种植小麦2万余亩，全镇25个村均有小麦种植，总产量6250吨，产值达到4000多万元。另一方面，加工企业迅速增长，在册的面条加工厂从2005年的三四家增长到如今140多家，初步形成产业化、规模化。

现在我们已经作为六枝特区最大的岩脚面生产企业，此后我们将一如既往坚守传统工艺，为做优做强岩脚面品牌持续贡献自身力量。

本报记者 汪志球采访整理

玫瑰花铺就小村致富路

■ 买买提·买吐送 新疆于田 阿热勒乡夏玛勒巴格村村民

我的家乡夏玛勒巴格村，是塔克拉玛干沙漠边的一个小村庄。这里自然环境恶劣，经济落后，曾经是深度贫困村。这些年，依靠玫瑰花，我们村脱了贫，大伙儿都过上了好日子！

我们村一直有种植玫瑰花的传统，但过去由于种植分散、管理粗放，一直没啥收益。后来慢慢地，大伙儿都开始放弃种植玫瑰花。

转变发生在2018年。“技术不用愁，有技术人员指导；销路不用愁，村里会帮大家打开销路。”当年，村里提出要发展玫瑰花产业，村干部上门给村民作动员。于是，不少村民把家里的地都种上了玫瑰花，来年一亩就挣了2500元。

2019年，在国家能源集团新疆公司驻村工作队的帮扶下，村里成立了风兮果园农民专业合作社，生产玫瑰花茶、玫瑰花酱等产品。如此一来，玫瑰花又升值了。因为过去的创业经验，我被村民推荐成为这家合作社的负责人。这些年，我见证了村里的玫瑰花产品走出村子，越卖越远。

两年后，我们村的玫瑰花产品卖到

了天津。在天津市梅江会展中心，我们合作社的玫瑰花酱、玫瑰花精油等产品亮相首届“和田优品”进津展示推介会，3天的展会销售额就达4万余元，并与多家企业达成交易意向。

同年，合作社的产品还获得自治区“新疆礼物”、和田地区“和田优品”、于田县“万方于阕”品牌授权，并在多个电商平台开设了18家店铺。

2022年，合作社的产品还走进了第七届中国—亚欧博览会，引来了大批客商参观、品尝和选购。今年2月，我们又到厦门推介合作社的产品，在第四届中国机场建设发展大会暨创新成果展上，合作社线上签约7.6万余元，线下与4家企业达成交易意向，展台样品全部售罄。

近年来，合作社销售额已突破2000万元大关，带动18名村民实现就近就地就业，人均月增收2500多元，为村集体经济创收40余万元。

现在，村民们都和我一样，把玫瑰花视若珍宝，对玫瑰花产业的前景，信心满满！

本报记者 阿尔达克采访整理

藏粮于地 藏粮于技

■ 王伟 吉林吉林 水稻种植专业合作社理事长

黑土粮仓，沃野千里。万昌镇位于吉林省吉林市永吉县，地处“黄金水稻种植带”，这片肥沃的黑土地上种出的万昌大米，是我们这最有名的特产，也是国家地理标志产品。万昌大米米粒结构紧密整齐匀称，米质坚如脂玉，色泽洁白清亮，米饭香润黏滑，口感芳香绵长，营养丰富，反复蒸煮米粒不破碎，冷饭不回生，色、香、味、形俱佳。

得天独厚的自然条件，让万昌大米拥有优良的品质。但早些年，因为在种植和推广上缺乏统一规划等因素，万昌大米的知名度与其优良品质并不完全匹配。2015年，我回到家乡万昌镇吴家村，办起了禾谷丰水稻种植农民专业合作社，和村民们一起科学种植水稻，带动增收的同时助力推广“万昌大米”品牌。

藏粮于地，藏粮于技。在种植上，我们按照现代农业种植的理念，寻良种、学良技、购农机，并进行规模化生产。现在，合作社流转了328公顷土地，吸纳104余户村民加入合作社。近几年，越来越多的村民加入合作社，种植面积逐年增长。

同时，我们制定统一的合作社产销

机制，统一提供农资、统一科学管理、统一推广销售，并将过去的众包土地以少数分包模式实现垂直管理，既保障标准化种植作业，又保障种植的大米品质稳定。这样的模式，让合作社成员得到了实实在在的收益。以一个劳动力承包5公顷土地计算，一户2个劳动力，每户年收入可达七八万元，比单干的农户多收入三四万元。

随着智慧农业的发展，我们计划在传统的销售模式基础上，积极探索“私人订制”的产销模式，以南方企业为主的消费者对订制的米稻全程可视，通过一部手机，就能看到从水稻生长、田间管理到收割、脱粒包装的全过程。通过转变销售方式提升农产品附加值，预计每公顷土地将多收益7000元。

眼下正值春耕关键时期，我们正有条不紊地在大棚里进行水稻育苗。与此同时，永吉县加速推进高标准农田建设，田地里的节水灌溉项目与智慧农业中控室建设正在同步建设中，田间地头一片繁忙景象，“田成方、路相通、渠相连”的农田生产新格局正在成为现实。

本报记者 郑智文采访整理

一村一品 “游、玩、学” 一体

■ 黄秀武 海南琼中 琼中飞瀑山咖啡品牌创始人

我们琼中长兴村的咖啡种植历史可以追溯到上世纪60年代。海南是个热带岛屿，盛产咖啡，由于地理位置和气候非常适合咖啡生长，我们村种出来的咖啡品质都很好，在1980年的时候，种植面积规模最高有3000多亩。可是，由于没有品牌意识，种植咖啡豆经济效益较低，后来村里人就慢慢放弃这个产业了，2008年的时候只剩下200亩。

那时候我正在外地打拼，见到家乡咖啡产业逐渐落寞，觉得非常可惜，于是我回到家乡开始钻研咖啡。花了几年时间，走了不少弯路，从咖啡的品质、种植方式、产业链的延伸等方面都进行了一系列的摸索。在这一过程中，我还成功考取了高级咖啡师的职称。

努力终有回报，种植面积、产量、质量渐渐都有了提升。在琼中县委县政府政策的帮扶下，我决定创立“琼中飞瀑山咖啡”品牌。

从最开始时批发咖啡豆，到卖品

牌咖啡豆、咖啡粉等一系列有关咖啡的产品，再到“游、玩、学”为一体的体验式产业链条。“口感柔滑、淡雅、清澈、层次分明”的咖啡口感逐渐赢得四里八乡的好评，吸引到越来越多的人关注到我们的品牌。眼下，我还在线下开设了实体店。

随着品牌效应的凸显，琼中飞瀑山咖啡逐渐名声大噪，受到越来越多咖啡爱好者的喜爱，于是我开始带动村民一起种植咖啡。现在，我们村的咖啡种植面积有1500多亩地，还入选了农业农村部“第八批全国一村一品示范村镇”。

我们从零起步，由纯粹的咖啡种植户，到如今打造起集“游、玩、学”为一体的体验式产业链条，实现了旅游业与休闲农业相融合的体验经济。2022年收入100万元，比单纯卖咖啡豆翻了2倍。接下来，我还要继续深耕咖啡产业，带动周边乡亲加大力度做好第三产业，探索发展庄园式咖啡游玩的体验，把琼中本地的咖啡品牌做大做强。

本报记者 孙海天采访整理



扫码观看视频

走进西川乡 遍地花椒香

■ 刘晓明 云南丽江 宁蒗彝族自治县西川乡花椒协会会长

自上世纪80年代起，我的家乡宁蒗彝族自治县西川乡就开始种植花椒。30多年来，我们从简单的种植发展为拥有完整的产业链，种植方式更加规模化，种植技术更加科学化，还打造出自己的“丽川花椒”品牌。走进西川乡，遍地花椒香，花椒产业已经成为西川乡百姓增收致富的支柱产业。

在我刚刚毕业回乡时，种花椒还只是每户人家自己的事。过去的人常说“靠天吃饭”，把花椒种在荒山荒地上，管理粗放、种植零散，产量、价格都不稳定。凭借在学校学到的农业知识，我在自家土地上尝试起规模种植，研究出行距更合适的种植布局，最终种出了300多亩品质更好的花椒树。

2002年，在西川乡党委政府的牵头下，西川乡花椒协会成立了，由我担任会长。有了组织，种花椒就成了大家的事。当时1900多户村民全部加入了协会，一起摸索西川花椒的发展之路。

然而，产业链搭建的初期总是充满波折。整合土地后，有了大片规模化的

花椒林，大家却不知道该怎么打理。从修枝采果到刮风下雨，椒农们常常手足无措，导致花椒品质受到影响。

为了取得突破，我带花椒协会从产业链的各个环节入手辅助椒农。产前对椒农进行田间管理、病虫害防治等农业技术培训；在产中，为花椒树搭建简易雨棚，指导椒农使用烘干机，做好基本保障；到了产后，通过网络社群将椒农和买家衔接起来，及时发布产量、价格、需求量等，打通信息壁垒，收获了源源不断的客源。在十多年的努力下，如今的西川椒农，个个都成了种植专家。

产业做起来，椒农就富起来。35800亩规模化的花椒基地里，每亩就有33株花椒树，每株花椒树能产出约1.5公斤干货，平均每年为每户椒农带来5万元左右的收入。

花椒加工中心即将投入使用，农民专业合作社引入新型经营模式，培育的丽江1号无刺花椒兼具经济效益和生态效益……展望未来，我信心满满。

本报记者 沈靖然采访整理

