

贵州黔南：山货出山

——大数据和现代商贸物流助力特色农业

董政 刘雪红 郭认可 李冬梅



生长在罗甸山区的红心火龙果
李庆红 摄



在都匀良亩道芬合作社，每天有上百个工人在基地里采摘、分级、包装。李庆红 摄



龙里县茶香村农民将采摘下来的刺梨装箱，等待客商上门收购。刘玉红 摄

10月26日上午8点，从贵州都匀运来的20吨茄子刚刚停放在广州江南果菜批发市场337号档口，就被早早等候在此的商家一抢而空。这是贵州都匀良亩道芬合作社种植的长丰三号长茄，因为新鲜、卖相好、口感佳，深受广州市民喜爱。

远在千里之外的都匀良亩道芬合作社，每天有上百个工人在基地里采摘、分级、包装。目前，合作社运到广州市场的蔬菜已达2400吨，销售额672万元。

2013年，合作社与广州海特果菜公司联手，流转土地1000亩，种植茄子、西红柿等品种。公司的加盟，让基地种上了适销对路的新品种，用上了种植新技术，新鲜蔬菜从黔南的田间地头直通羊城餐桌，给当地群众带来了丰厚的经济收入。

在黔南，一辆辆南下北上满载新鲜“山货”的车流，不仅成就了山区农民的致富神话，黔南人打造“泛珠三角”菜篮子、果盘子也变成了现实。

特色农业代言黔南生态

10月10日，贵定黔梦农业科技有限公司负责人瞿继勇带着公司生产的娃娃鱼面条，来到了遥远繁华的德国科隆参加食品博览会。让瞿继勇想不到的是，这个来自中国原生态山区的美味深受德国市民的青睐，40多斤娃娃鱼面条在不到三天的时间里就被抢购一空，换来了公司第一笔1000多欧元的外汇收入。

其实，瞿继勇卖给老外的，是黔南青山绿水的生态环境概念。

生态是黔南最具核心竞争力的优势。黔南地处贵州高原与广西丘陵过渡地带，这里阳光明媚、碧水蓝天、空气清新，绵延山峦的原始森林，为黔南搭建起一座天然的绿色帐篷。相比许多地方因经济发展而导致的环境污染，黔南良好的生态成为发展无公害农产品、绿色食品和有机食品的最大优势。

近年来，黔南秉承生态产业点绿成金的理念，突破了“天无三日晴、地无三里平、人无三分银”的千年魔咒，以市场引导生产。通过结构调整，大力引进和运用新技术、新技术、新品种，在南方裸地和北方大棚青黄不接时，巧用“天无三日晴”的“热、温、寒”气候，种植高原时令果蔬，打种植时间差，使“不沿边、不沿海”的黔南，成为四通八达的物流中心，都匀毛尖、罗甸火龙果、荔波樟江蜜柚、贵定大鲵、长顺高钙苹果和绿壳鸡蛋、惠水牛肉干、福泉金谷福梨等一大批打上黔南符号的特色农产品，成功走上了北京、上海、广州、重庆等地市民的餐桌，甚至远销东南亚和欧洲市场，封闭的山地农业逐渐步入外向型经济发展的轨道。

因为产地气候、生态、水和土壤等特色优势的限制，黔南的农特产品在其它地方具有“不可复制性”。而这种“唯一性”，不仅彰显了黔南生态农业的特色，也让黔南农特产品在市场上抢占了先机和优势。

在罗甸，郎当种养专业合作社与北京和源天成科技有限公司合作，让罗甸火龙果直飞北京、上海、南京、广州、深圳、天津等大城市，进入当地水果高端市场，产品供不应求。合作社周边果农的火龙果也搭乘上这趟销售快车。目前，郎当合作社已销售火龙果10万公斤，带动当地果农销售2万多公斤。

用生态农业助推生态文明，是黔南对“绿水青山就是金山银山”发展理念的生动实践，黔南也因此成了大赢家，在将喀斯特山区变得日山清水秀的同时，大把大把的钞票也飞进了大山。这种“产销两旺”的良好态势，促进了黔南现代山地特色高效农业建设基地规模化、设施现代化、种养标准化、服务专业化和生产集约化。

山区扶贫的“黔南答卷”

龙里县抓住实施退耕还林、石漠化治理、植被恢复建设等林业生态工程，整合捆绑财政、扶贫、农林、水利、交通等部门项目资金，在荒山荒地上发动农民种植刺梨，形成了连绵10余里的刺梨基地，被国家林业局授予“中国刺梨之乡”。刺梨基地引来了加工企业，带动了乡村旅游，成为黔南“接二连三”的产业示范。如今，龙里县生产的刺梨浓缩汁、刺梨茶等系列产品销售北京、上海、广州等大城市。

在长顺县鼓扬镇鼓扬村，养殖户户黄如秀的2000多羽绿壳鸡蛋遍及村边的山头。2007年黄如秀得到产业化扶贫资金贷款8万元从事养殖业，两年后，年纯收入6万元，3年就还清了贷款。如今，年纯收入10多万元。

近年来，黔南通过大力实施产业化扶贫，集中力量、集中投入，重点打造生态畜牧、蔬菜、核桃、油茶、中药材、乡村旅游、特种养殖等特色农业。通过培育产业，引进龙头企业，组建农民专业合作社等，加快了农民脱贫步伐，提升了产业发展水平，产业化扶贫项目的实施，圆了山区农民的致富梦想，也让黔南拥有了一张张鲜亮的产业名片，交出了一份富有黔南山区特色的产业化扶贫答卷，推动了黔南现代山地特色高效农业的快速发展。

在精准扶贫中，黔南继续围绕十大扶贫产业，

确保每个贫困村有1至2个特色优势产业，确保扶贫产业覆盖80%以上的贫困人口，实现了“乡有主导产业、村有特色产业、户有致富项目”的目标。目前，黔南正在探索财政扶贫资金有偿使用、滚动发展、多元投入机制，充分发挥财政扶贫资金的杠杆作用，撬动信贷资金，采取贴息贴保的方式，大力发展特色种养业，以解决扶贫资金投入与扶贫攻坚需要的矛盾，达到小钱融大、死钱盘活的目的。

宣传推介引领山货出山

近段时间以来，黔南梅溯商贸有限公司董事长何钰海忙得团团转，与广州花蝶谷生物科技有限公司签订营销合作协议后，公司正全力以赴组织都匀毛尖茶发往广州，首批货源就有1000公斤。

何钰海说，在花蝶谷的结缘，得益于梅溯在“都匀毛尖号”动车专列上的品牌宣传。

去年12月26日，贵广高铁正式开通运行，有一列被冠名为“都匀毛尖号”的专列，而梅溯公司取得了“都匀毛尖号”整列车组的相关广告位发布权。往返于黔南间的乘客，只要坐上“都匀毛尖号”动车专列，就可以品尝到梅溯牌都匀毛尖茶。

9月22日，广州花蝶谷生物科技有限公司的老总张东晓受邀到黔南参加都匀毛尖百年品牌推介会，乘上贵广高铁后才发觉，自己坐上的正是“都匀毛尖号”专列，“梅溯”这个充满诗意的名字，在那一刻牢牢地印在了他的脑海中。到了都匀之后，他专程到梅溯公司基地和生产车间考察。经过多方考察调研对比，张东晓作出了与梅溯合作的决定，并当即签订了都匀毛尖茶、都匀红茶的营销合作协议，利用自己的营销渠道，将都匀毛尖茶销往全国上千家酒店，并进入广州地区卖场和作为旅游产品销售。

都匀毛尖茶1915年荣获巴拿马万国博览会金奖，1982年被评为中国十大名茶，2010年入选中国世博十大名茶。都匀毛尖茶产业是黔南重点打造的生态产业。为了让都匀毛尖出山，黔南坚持以规模为基础构建品牌、以质量为核心塑造品牌、以营销为手段宣传品牌、以管理为关键维护品牌、以文化为灵魂做强品牌，着力打造都匀毛尖茶产业，这也是黔南把生态优势、品牌优势转化为经济优势、竞争优势的重要举措。2015中国茶叶区域公用品牌价值评估结果显示，都匀毛尖的公共品牌价值已达20.71亿元，被评为中国“最具品牌发展力”的产品，是贵州省唯一入选中国前20强的茶叶品牌。

近几年来，黔南利用广州对口帮扶机遇，多次赴广州开展农特产品展示展销活动和农林产业招商引资活动，大力宣传推介黔南优质农产品，让广州市民尝到了来自“地球腰带上的绿宝石”的正宗山货，两地经济贸易往来越来越频繁。

为了让山货抱团出山，黔南组织都匀毛尖、罗甸火龙果、樟江蜜柚、绿壳鸡蛋等特色农产品多次出现在北京、上海、深圳、吉林、石家庄等大城市的各类农产品展销会上，高频率的宣传推介，让打上黔南原生态符号的山货声名远播。

大数据推动“山货进城”

黔南拥有独特的区位和水、陆、空立体交通优势，特别是沪昆高铁、贵广高铁的开通运行，打通了黔南连西南、西北与华南、岭南的大动脉，为黔南融入“一带一路”提供了良好条件。

有了便捷的交通区位，有了绿色生态的“山货”，加之大数据产业的蓬勃发展，现代商贸物流

正在黔南兴起，有力推动了现代山地特色高效农业快速发展。

近年来，黔南州加强大型市场的规划和布局，规划建设一批以特色农业、汽贸、商贸、粮油、建材及电子商务等为主的大型特色商贸城和物流园。龙里县总投资32.76亿元的贵州双龙物流商贸城正在加紧建设，贵定昌明国际陆港及800万吨铁路货运物流园即将开工，贵州最大的五金机电商贸物流集散中心在长顺开业，都匀市成功申报成为“全国流通领域现代物流示范城市”，黔南商贸物流高地已初具雏形，商贸物流业的兴起，为黔南山货出山创造了便利条件。

黔南农特产品不仅线下销得火热，线上也卖得热闹。

打开淘宝荔波馆，樟江河香辣野鱼仔、荔波精品水果、糯米脆、布依族土花布、邓记风猪、水族长寿茶、青梅酒等等富有民族特色的产品琳琅满目。经过浙江大学荔波创业团队半年多的悉心运营，荔波淘宝馆已经在淘宝网上小有名气，各类极具黔南民族特色的商品销量也是“噌噌上涨”。

目前，该团队正与黔南供销社共同搭建网上供销社平台，实施电子商务进千村万家工程，服务数百万农户，帮助他们买到优质价廉的农业生产资料，实现农业技术服务、农产品购销、农业网上技术培训资源共享。

长顺县积极探索农业产业的电子商务之路，开发了长顺农特产品条形码和第二代可视溯源系统，成功策划了“品长顺”品牌，建成第三代农特产品防伪查询质量追溯平台，引进贵州美酒商城，建立了电子商务的线上线下销售模式。仅2014年，长顺县绿壳鸡蛋、高钙苹果、紫王葡萄、优质核桃这“四宝”的线上线下销售额就达到了13亿元。目前，长顺东西合作农特产品集散中心村邮乐购电商平台已建成并投入使用。



龙里快递物流园的工人在紧张的分拣包裹。李庆红 摄

在黔南，电子商务的兴起，快速培育了一批以大学毕业生、大学生村官、农村青年致富带头人、返乡创业青年等为重点的农村电子商务创业带头人，全州各地正在加快促进“网货下乡”和“山货进城”的双向流通，完善基层网点功能，解决农村电商“网货下乡”最后一公里和“山货进城”最先一公里的问题，建立覆盖全州各县（市）的电子商务市场体系。



一块块石头打磨成石粉，加工成圆锭状后，被送入机器，而另一头出来的是一卷卷白花花石头纸。



“茶仙子”在“都匀毛尖号”专列上展示都匀毛尖茶。刘雪红 摄

都匀毛尖高山生态茶园