



第六产业

“第六产业”的概念由日本东京大学名誉教授、农业专家今村奈良臣首先提出。这一概念的核心是鼓励农户搞多种经营，即不仅种植农作物（第一产业），而且从事农产品加工（第二产业）与销售农产品及其加工产品（第三产业），以获得更多的增值价值，为农业和农村的可持续发展开辟光明前景。按行业分类，农林水产业属于第一产业，加工制造业则是第二产业，销售、服务等为第三产业；同时，“1+2+3”等于6，“1×2×3”也等于6，故名“第六产业”。

发展“第六产业”的根本目的是为了振兴农业、农村，改变农业发展前景，所以要坚持农业为主体；基本做法是通过一、二、三产业的相互融合，提升农产品附加值，提高农民收入；基本趋势是让第二、第三产业附着其上，逐步使原本作为第一产业的农业变为综合产业。



专家声音

过去我们说农业要“接二连三”，意指三产融合互动，“第六产业”其概念实质是强调基于产业链延伸和产业范围拓展的产业融合。可以说，“第六产业”是发展现代农业的真谛。长期以来农业只停留在农产品生产环节，其实农业在生产过程中有多重功能和价值，比如植物开花期间可以观赏，结果期间可以采摘，初级农产品加工后可以走向更大市场。三产业融合发展是新常态下农业转型升级的必然要求。

——四川师范大学硕士生导师、政治经济学博士高焰

“第六产业”更多的是强调让农民分享到二三产业增值带来的收益。因此，在发展过程中，必须坚持尊重农民利益。三产融合更多的应是一个经营主体内部的产业融合，比如说以家庭农场为单位，把增值收益更多地留给农户。同时还提倡以合作社的方式把农户、家庭农场连接起来，将越来越细化的多个环节整合成一个分工合作的有机体。

——河北省农科院院长王慧军



图为第三届成都国际都市现代农业博览会上展出的农作物加工食品。柴逸扉摄



图为蒲江茶园里的亲子活动。资料图片

“第六产业”催生成都田园奇迹

本报记者 柴逸扉



图为风景如画的紫颐香薰山谷。资料图片

种一亩土豆可以获得多少利润？如果问一位普通农户，他可能会说500元；如果问一个种植专业户，答案也许是1000元。可是在成都温江区万春镇一个叫“土豆传奇”的基地，几位硕士研究生给出了一个令人惊讶的数字：每亩每年的综合效益可达近10万元！

比起一般的种植户，他们为什么能获得数百倍的利润？答案就在于他们在农业现代化中坚持一、二、三产业融合发展，形成立体化的“第六产业”。所谓“第六产业”，就是通过鼓励农户搞多种经营，不仅种植农作物（第一产业），而且从事农产品加工（第二产业）与销售农产品及其加工产品（第三产业），“1+2+3”等于6，“1×2×3”也等于6，“第六产业”由此得名。比起单一的某个产业，“第六产业”可以获得更多的增值价值，为农业和农村的可持续发展开辟光明前景。

前不久，第三届四川农业博览会暨成都国际都市现代农业博览会在成都召开，充分展示了成都“第六产业”的魅力。

伸展产业链 注重深加工

走进“土豆传奇”创业团队在万春镇的基地，最令人印象深刻的便是刚刚从地里采摘出来的那一堆紫色马铃薯。早在大学期间，团队创始人刘一盛就发现普通品种的土豆市场价格太低，利润空间不大，在试吃过多种土豆后，他把目光瞄向了“紫色马铃薯”。

“不同于一般的土豆，紫色马铃薯是一种发源于国外的土豆，富含花青素，营养价值很高，而且国内的种植面积还不是很多。”在试种成功后，公司租下500多亩土地作为种植基地，从今年开始，亩产已稳定在1500公斤。

当然，“土豆传奇”团队并不会止步于“种植—销售”土豆的环节。秉持着“第六产业”理念的他们正拓展产业链，深挖产品的附加值。前不久，创业团队和一家深加工食品企业达成合作意向，用基地种植的紫色马铃薯生产特色土豆小吃。另外，他们还面向城市居民开发挖土豆及认购体验项目，并发展第三产业的“农家乐”。

“塑钢大棚、滴灌栽培、物理杀虫、自然上色，我们的葡萄种植技术即使与日本同行相比也并不落后。”种植大户卓建川的葡萄园里，温克、夏黑、醉金香、美人指、状元红……品种多样的葡萄让人目不暇接。

因为有了先进的种植技术，新津县安西镇的葡萄可以卖个好价钱。再加上围绕葡萄种植的生态养殖、农业观光、采摘体验、骑游休闲、葡萄精深加工等系列产业，村民们从单纯地种植葡萄，转型升级为一、二、三产业融合发展，在特色生态农业的发展上走出了一条新路。

事实上，这样的模式在本次农博会上就得到充分展示。比如有用秋葵加工成的脆片和饮料，有能装在吊篮里挂在墙上种植的绿色蔬菜，有扮演成庄主、丫鬟、侍卫进行“巡游”的酒庄农家乐……各种新鲜的产品颠覆了大家对传统农业的印象。

农村变景区 田园变公园

一望无际的蓝紫色花海延伸至天际，空气中弥漫着淡淡的清香，来到位于天府新区太平镇的紫颐香薰山谷，普罗旺斯薰衣草、柳叶马鞭草、四季薰



崇州油菜花节，市民可以边看风景边娱乐消遣。资料图片

衣草、墨西哥鼠尾草开得漫山遍野，湖水、花田、风车与农舍竹林环绕，不时可见穿着婚纱的新人在此拍照，唯美与浪漫的田园风光扑面而来。

占地1600亩的紫颐香薰山谷是一个以法国薰衣草为主的香草种植基地。该基地目前拥有200余种香草，同时萃取香草精油以深度开发精油香皂，生产香薰棉被、毛巾等产品。但在许多成都市民眼里，这里并不是农作物的种植、加工基地，反而更像郊游时的景区或公园。

在这里，七彩花海令人赏心悦目，荷兰风车、欧式城堡、餐厅、咖啡馆等设施一应俱全，这让薰衣草基地成为成都市民假日休闲的好去处。仅今年5月，日均游客便达到了3000人。“我们是一个农业园区，更是一个公园。”紫颐香薰山谷执行总经理张蜀宝告诉记者，遵循创意农业和健康生活的发展理念，这里将把传统的农业种植发展为涵盖生产、生活、生态的农业全产业链，形成一二三产联动，构建一个独具特色的农业产业化优势区域。

而在有着“中国西部绿茶之乡”美誉的蒲江县成佳镇，通过长期坚持一二三产业联动发展，如今茶园已不是简单的茶叶种植基地，而有了另一重身份——乡村旅游的“观光景点”。“住在茶农家里，吃农家饭，在茶园绿道步行，巴适得很。”在成都市区工作的李伟一有空就和家人一起，来到成佳镇体验别样的田园生活。

目前，成佳镇定位为发展高端茶业、传承传播茶文化的特色城镇，按照“茶城一体”理念，对全镇进行全域规划；集精品度假和养老休闲于一体的

川茶新村产业园等高端服务业项目即将陆续启动。未来的成佳茶乡向我们展示的是这样一幅画卷：茶农生活生产如同在一个茶文化公园，游客在茶文化主题酒庄庄内，亲手采茶、制茶、贮藏；参加各类茶文化仪式；体验茶园SPA、茶园健身和茶山有机美食。

效益倍增 家家忙创业

“种植普通土豆，每斤售价不到一元。而现在种紫薯每公斤价格能达到12—20元，光是鲜薯一年就是3万元；加工项目方面，我们投产后可增加3万—5万元的附加值；再加上游客采摘体验、挑选品相好的进行礼品包装，这一部分的收入也不低，所以一年实现10万/亩的综合效益完全没有问题。”在“第六产业”发展模式下，刘一盛的“紫土豆”真的上演了“收益传奇”。

类似的故事也发生在其他园区。在新津县安西镇，这里的葡萄依靠先进的种植技术，可以卖到每斤20至30元，其中一种被村民称为A17的神秘葡萄品种，更是卖到了每斤180元。在大邑县韩场镇，市场价5元/公斤的草菇，采摘价可以达到8元/公斤；全镇工厂化栽培和食用菌深加工的年产值更是超过3亿元。

可观的经济收益带动了村民的创业热情。在新津安西，年近60岁的王金秀曾在成都当地最大的有机葡萄种植基地——新津县安西镇龙藤庄园里打了三年工。在这三年里，她认真学习葡萄种植、经营和管理技术，并参加了合作社举行的农业职业经理人培训。如今，她利用自己的土地以及承包的土地加入了合作社，也当起了老板。

大邑韩场的菇农王全志告诉记者，他家一年种3亩蘑菇，轻轻松松就可赚到两万多元。“企业每年下订单，发菌种，派人来教我们怎么管理，到了收获季节还上门来收，十分方便。”此外，开民宿、经营农家菜的饭店、在网上销售特色农产品……在“第六产业”的引导下，村民的就业途径也变得越来越多。

“第六产业”是发展都市现代农业的真谛，是成都农业现代化的主攻方向。”今年6月，成都市相关负责人表示，要实现农业的现代化，仅靠上游投资和建设是远远不够的，必须大力培育能够释放农业资源、推动农业增值的产品，形成贯通种养、加工和营销的大产业链条。

在梨花中骑行



新津梨花节期间，许多成都市民到此来参与农家乐体验。图为一群骑行爱好者在骑车途中赏花。资料图片

“早在黑花生上市前两三个月，不少客户已经通过我们的互联网平台下了订单。还有不少客人在网上看到我们的信息，自己来挖花生、观光游览。”说起“互联网+”对自己从事“第六产业”工作的影响，金堂县三溪绿岛小镇黑花生专业合作社负责人唐明刚就笑得合不拢嘴。

近年来，我国农产品电商发展迅猛，有力促进了产销衔接、减少流通环节、降低成本。阿里、京东，这些电商巨头都积极布局农业领域，探索“田头市场+电商企业+城市终端配送”等带有“互联网+”特色的营销模式。比如本次农博会上苏宁云商、北京国联、源本生鲜、天虎云商、通泰丰等近20家电商企业就前来参展。

同样，成都在大力发展“第六产业”的过程中，注重发挥“互联网+”作用，在一二三产业融合的路径上走在了前头。

以成都金堂县三溪绿岛小镇黑花生专业合作社为例，两年前刚成立时，绿岛小镇就瞄准了电商。通过慧聪网、阿里巴巴、百度推广等多个电商平台，专业合作社仅黑花生的年销售量就达到了30多万斤，紫薯、黑香米、绿仁黑豆、脐橙等农产品也顺势走俏。“那一年黑花生产量大，单这一项我们年销售额就突破了500万元，其余的农产品销售额也有100余万元。”唐明刚说道。

通过电商平台，专业合作社给三溪镇本地和金堂县淮口、高板、赵家、福兴等周边乡镇1万余户农户的5000余亩黑花生找到了销路。今

年年终，专业合作社还将申请金堂县黑花生注册商标，届时，更多的“金堂造”农产品将不只以批发的形式行销全国各地，还将在淘宝网、天猫商城等电商平台与广大网民“见面”。

今年内，金堂县还将进一步推动“电子商务进农村”工程，完善电子商务配送综合服务网络，基本实现快速到乡镇，配送到村组，逐步形成覆盖整个县域的市场流通体系；培育农村电子商务综合示范村5个，培育电子商务配套服务示范企业3家，建成30个村级电子商务服务站。

而在新津县安西镇，种植大户卓建川也正请人帮他们完善网页设计。“现在都在说‘互联网+’，我们也要打造自己的电商平台，通过网页和手机App等拓展营销渠道，让更多人了解安西的葡萄产业。”卓建川说，他们不能放过互联网这个宣传大平台。

建设精品葡萄园，以葡萄园休闲观光、葡萄采摘、葡萄酒酿造以及林下养殖的生态鸡、鹅等开启葡萄园甜蜜之旅；以特色渔庄、鱼头火锅为亮点，带动特色地方美食之旅……在乡村旅游火热的当前，卓建川和他的团队正着手把葡萄种植与乡村旅游相结合，为当地的葡萄产业谋求更大的产业价值。而许多成都市区的居民正是通过各种网络渠道的宣传才了解到安西的诱人之处。

“互联网+”正如同“第六产业”的催化剂，让农民更快地尝到甜头，让农业、农村与外界联系得更为紧密。

『互联网+』
助力蓉城『第六产业』

本报记者 柴逸扉