

粳稻再生稻种植,能否成为上海水稻种植新方向?

再生稻,种一茬,收两回。就是在头季水稻收割后,利用稻桩重新发苗、长穗,再收一季的水稻。避害栽培、农药化肥减量施用,稻谷品质从根本上得到保障;省人工、省种子、省秧田,农民自然觉得“划算”;头季稻提前上市,在每年的9月就能满足市民们对新米的需求。以上,都是再生稻的优势。

目前,我国大部分省市的再生稻种植均以籼稻为主。考虑到上海市民偏爱粳米的食用习惯,奉贤区相关部门近年尝试粳稻再生稻的种植试验,目前已取得一定进展。

□记者 杨清悦

种植再生稻,好处有哪些

今年8月25日,奉贤区农业技术推广中心青村农业科技示范基地,5亩早熟水稻品种松早香1号开镰收割;8月28日,奉贤区四团镇三团港村的130亩松早香1号也正式开镰。沪郊早稻收割几年来首次“抢”进8月,除了提前攻占新米市场,背后还有另一层原因。

“把时间提得那么早是因为我们正在做粳型常规水稻的再生性试验。”奉贤区农技推广中心技术负责人顾盈说。2015年,他的技术团队选取了3个优质早熟粳稻品种(系)开始尝试粳稻再生稻的种植。

尝试再生稻种植,优势在哪?“首先,头季稻国庆前上市可满足上海市民的新米需求,虽然产量相对晚粳低两成左右,但产值要高近一倍。其次,提早插秧可以有效规避病虫害的发生,达到‘避害栽培’的目的。此外,再生稻在做到省人工、省种子、省秧田的同时,可以有效减少农药化肥的使用。”顾盈道出了研究再生稻的初衷,实践证明,种植再生稻,可以把亩化学纯氮用量控制在30公斤以下,比稻麦两季减少25%以上。

避害栽培又是如何实现的?顾盈解释道:“虫害比如纵卷叶螟,一代二代发生不严重,等到主危害代上来水稻已经几近成熟,造成不了多少危害。再比如褐飞虱,没等到危害就已经收获了;病害比如稻曲病,发生比较重的话有一定潜在的真菌毒素危害,但第一季由于抽穗扬花期都是高温,不合适真菌孢子传播危害,几乎没有病粒。再生

季同样可以规避上述虫害,一般来说只要防治稻瘟病的发生即可,不施用杀虫剂损失也很轻微。”农药化肥的减量使用,在降低种植成本的同时,有效保证了稻米的品质,顾盈认为,种植再生稻非常契合近两年上海种植业向绿色、丰产、高效转型的思路。

粳稻再生,在探索中前行

在上海种植再生稻,适宜的品种是关键。“其他省份的再生稻以籼稻居多,不符合上海地区的食用习惯,所以我们只能从当地优质早熟粳稻品种入手。”顾盈坦言,由于上海的情况与外省市不尽相同,可借鉴的方面并不多,所以无论种植技术还是品种的选择,他们仍处于探索阶段。

2015年,顾盈团队分别选择了松早香1号、沪早软粳2号以及早玉香粳进行试验,同时与当地的一户家庭农场合作同步进行大田试验。早玉香粳由于再生性差和成熟期较晚就淘汰了,剩下两者第一季小区产量相仿,但由于沪早软粳2号熟期稍早,扬花后期受低温阴雨影响相对少,结实率稍高,再生季小区平均产量也相对较高。

在留茬高度试验中,顾盈团队也发现了粳稻与籼稻的区别。与籼稻再生稻大量通过高节位芽萌发成再生蘖,从而需要留高稻茬相比,粳稻再生稻70%以上的再生蘖通过基部萌发,留茬高度只需控制在20—30厘米。

今年,顾盈在大田试验中又引进了两个新品系,分别为沪早软粳1号和常粳早优1号。11月25日,青村基地5个参与再生性试验的品种进行了再生季收割,其中“沪早



■今年8月28日,奉贤区青年农场主郑维的130亩松早香1号正式开镰收割。

软粳2号”、“松早香1号”、“常粳早优1号”三个品种亩产较高,分别为151.1公斤、140.1公斤,和139.7公斤。值得一提的是,“松早香1号”第一季亩产450多公斤加上第二季的产量后,亩产可达600公斤以上,这个数值已高于奉贤区历年近600公斤的平均水稻亩产。

“本来还可以更高。”面对可喜的进展,顾盈显得并不满意。很快,他的团队分析出了今年再生稻种植研究过程中碰到的问题:受前茬水浆管理和第一季收割机械影响,机械碾压区达到2/3,对水稻再生产生影响,造成穗数不足;9月中下旬—10月的连续少光照天气影响灌浆结实;此外部分试验田块遭捡拾稻穗人的盗割,最终影响了再生季的产量。“明年再生季我们希望亩产保400斤争500斤。”顾盈团队计划通过进一步提早第一季大田栽插时间,科学水浆管理,选用更适合的机械收割机等措施以提高第二季的产量。

记者了解到,粳稻再生稻的种植需通过大棚或者小环棚育秧,提高环境温度,缩短育秧时间。从而提前第一季的种植与收获以及第二季的抽穗扬花,以规避国庆前后易出现的连续低温阴雨危害,提高第二季结实率。“水浆管理和肥料施用方面也非常关键,收割前2—3

周需施用催苗肥,断水时机也非常重要,太早容易造成再生蘖芽苗的消亡,太晚易加剧收割机的机械伤害。还有其他一些植保方面技术也需要在进一步探索中去完善。”顾盈说。

推广种植,面临不小挑战

今年12月10日,奉贤区青年家庭农场主郑维的70亩“松早香1号”在再生季开镰,亩产达到165公斤,相比去年不到100公斤的亩产有了提升。“去年11月的降雨量达到了上海60年代以来同期雨量最大值,所以当时亩产量较低,今年略有好转。”郑维告诉记者,他与顾盈在2015年开始合作,共同试验再生稻的种植。“我看到的是再生稻的前景,种植业在强调绿色,消费者也比较注重品质和健康。再生季后我还能种植绿肥或者冬翻,享受补贴政策的同时也起到养地作用。”郑维说。

记者了解到,其他省份的籼稻再生稻,一般都比较重视两季的总

产量,但是上海的粮食收购工作通常在11月份才开始。顾盈认为,粳稻再生稻如果要进一步推广,需要有一定销售能力的家庭农场、合作社和企业的合作,以及政府的一些相关政策扶持,如供种渠道的顺畅,集中育秧等。“头季稻上市时完全要靠种植户自己的销售渠道,再生稻上市早米质优,郑维当时以9.8元每斤的价格销售仍然不愁卖,没有销售能力的农户办不到。到了再生茬,现在的产量虽然不高,一亩能产200斤米,如果能卖5元一斤,亩产值也要1000元了。”

此外,在品种的选择方面,顾盈团队还将继续在优质早熟粳稻里面筛选生育期相对短,苗期抗低温,穗期抗高温,高结实率,第二季再生性好的品种。“最根本的还是要在保证稻米品质的基础上通过品种和种植技术的改良逐步提高两季,特别是第二季的产量。”顾盈说,“提高土地的总产值,才能获得更大的认可,提高进一步推广的价值。”



崇明生态农业发展有限公司探索“电商+实体店”新型农业营销模式 让更多更好的农产品“飞”入百姓家

□通讯员 石思嫣

本报讯 每周五下午2点,是崇明生态农业发展有限公司旗下崇明生态农业销售公司最忙碌的时刻,快递员们把一箱箱崇明农副 products 搬进冷藏运输车,运往上海市区。第二天中午,这些农副产品就会出现市民的餐桌上。

今年10月中旬,“崇明生态菜园”微信公众号正式上线,销售崇明农副产品。运营短短2个月,已聚集了300多名忠实会员,而且数量还在不断增加。

品质严格把关

近年来,崇明生态农产品专卖店的足迹遍布上海市区,备受市民青睐,也让不少市民有了口福。但在电商发展时代,市民偏爱便捷的生活方式,想要足不出户吃到正宗

崇明菜,还有什么其他渠道吗?

为此,崇明生态农业发展有限公司尝试转型发展,探索“电商+实体店”的新型农业营销模式。经过前期的精心策划和筹备,今年10月,“崇明生态菜园”微信公众号正式上线,市民第一次购买后即可成为会员。笔者在“崇明生态菜园”上看到,各色崇明农副产品一应俱全,还有根据食谱搭配组合的优惠套餐供消费者选购。

作为电商领域的“后起之秀”,“崇明生态菜园”怎样才能获得消费者的关注?崇明生态农业发展有限公司负责人顾平心中有答案:用品质赢得消费者。据介绍,目前,公司签约崇明5家基地,且均属政府监管基地,品质可以担保。不仅如此,公司还为签订合作关系的基地制定了采购标准,对农副产品的大小、重

量、外观等每项指标都一把关,旨在让消费者吃得放心。

产品24小时送达

电商销售农产品,物流一直是制约因素之一。为了保证崇明农副产品的鲜度,崇明生态农业发展有限公司在物流方面采用“高配”。公司与擅长农产品配送的“黑猫宅急便”达成协议,用冷藏运输车将崇明农副产品在24小时内运送到市民家中。

每周五上午10点,配送员前往签约基地收取已下单的新鲜农产品,之后运到位于堡镇的崇明生态农业销售公司,经过分拣、过秤、包装等一系列流程后,再通过“黑猫宅急便”的冷藏运输车送到消费者家中,实现从“田头”到“灶头”无缝衔接。“从采摘到配送到户仅需1天,全程低温加工、恒温配送,确保产品

安全、新鲜、营养和美味。”崇明生态农业销售有限公司负责人沈剑峰说。

在电商发展时代,要想“留住”消费者,售后是关键一环。一次,一位会员在公众号后台留言说,收货时发现外包装有些破损。看到留言后,工作人员第一时间联系该会员,细心询问情况,并承诺下次会注意,还赠送了一份崇明农副 products。

正是因为服务到位,“崇明生态菜园”平台上线仅2个月,就已聚集了300多名会员。

扩大市场占有率

崇明生态农业发展有限公司探索的这一“电商+实体店”的营销模式,既是顺应时代发展、推进农业转型发展的新举措,也是让农业焕发出新生机、实现农业效益“1+1>2”的新机会。

据了解,除了“崇明生态菜园”平台,崇明生态农业发展有限公司还开拓了另一个渠道——“农场知青网”手机菜场。“农场知青网”是18个国营农场42万知青情感交流的平台。“这里面有一批是曾经在崇明待过的知青,他们不仅对崇明有着特殊的情感,也是崇明农产品的潜在客户群。”11月中旬,“农场知青网”内的手机菜场上线,收获了一批忠实粉丝。不少知青消费者通过网上手机菜场直接订购崇明农副产品,之后崇明生态农业有限公司根据网站的订单即时配送上门。

此外,在崇明相关部门的牵线搭桥下,崇明生态农业发展有限公司还与上海“爱森猪肉”和“盒马鲜生”签订了战略合作协议。对于上海市民而言,这两个平台并不陌生,一个是专门出售优质猪肉的专柜,一个是最受市民欢迎的生鲜超市。下阶段,崇明生态农业发展有限公司将借助这些“金牌”实体平台销售崇明“金牌”农副产品,让更多更好的崇明农副产品飞入百姓家。