

【异域传真】

越南促进 奶牛养殖行业

近年来,越南奶牛养殖行业发展良好,正逐步接近世界先进养殖国家水平。目前奶牛存栏量超过33.1万头,比2020年增长4.29%。但是,为了充分挖掘现有的潜力,需要在未来同步实施更有效的解决方案。越南奶牛养殖农户规模从7-10头/户,奶牛养殖规模为15-20头/户的趋势逐渐增加。目标至2025年,越南奶牛总数量达到65万至70万头,其中60%左右的奶牛在农场饲养。牛奶产量将达到170万-180万吨,到2030年将达到260万吨。奶牛饲养员与加工企业的生产联系日益紧密,部分省市已经形成较为有效的牛奶生产链。

哈萨克斯坦面粉 价格同比上涨15%

2021年1-4月,哈萨克斯坦共生产110万吨面粉。今年前4个月的产量同比减少2.7%。其中,库斯塔奈州的产量领先全国,共生产36.1万吨面粉,同比增长5.6%。产量位居全国前三的另外两个地区分别是奇姆肯特市和卡拉干达市,分别生产11万吨和10.06万吨面粉。1-4月,面粉在国内市场的销售量为41.28万吨,同比减少9.1%。今年5月,国内零售市场高档面粉的价格为248坚戈/1公斤,价格同比增长14.9%。其中,首都的面粉价格最高,1公斤为326坚戈,巴甫洛达尔的面粉价格最低,1公斤-180坚戈。

坦桑尼亚咖啡出口量 创八年新高

疫情导致的封锁使全球咖啡饮用量飙升。坦桑尼亚咖啡委员会官员表示,2020/2021种植季共销售咖啡70388吨,其中20772吨通过咖啡交易所拍卖售出,49616吨通过出口售出,出口金额1.37亿美元,同比增长21.4%,出口量创八年新高。坦桑尼亚主要向欧盟出口咖啡,占比46%,其次是日本28%,美国6.0%,而印度、中国等其他国家合计20%。

亲子游带动国外乡村高速发展

产业是各级经济体发展的基石,传统农业由于生产周期长、多风险、初级产品保存短、价格易受波动等特点往往容易亏损,将农业与休闲产业、文旅产业结合,是未来乡村经济发展的一大重点方向。



中国改革开放40多年来,一边走完了经济发达国家几百年的发展之路,经济的高速发展,带来了城乡生存与发展环境产生巨大落差与不平衡。事实上,城乡结构失衡,不仅是中国现阶段的发展症结,也曾是诸多发达国家曾经面对过的问题。因而,发达国家在乡村治理、乡村复兴、农业现代化、休闲农业等方面的发展经验,对我国现阶段乡村振兴领域的诸多实操操盘有一定的借鉴意义。

日本Mokumoku农场

日本Mokumoku农场位于三重县伊贺市郊区,从成立到今年整整30年。Mokumoku农场主体占地195亩(约13万平方米),同时与外围的1500亩农场有稳定的合作关系。这个区域人口数量只有10万人,却做到了每年50万观光客流量、年营业收入52亿日元。其在本国是集生产、加工、销售、休闲观光农业、网络购物于一体的六次产业化最成功的主题农场之一。

Mokumoku农场是日本著名的以“猪”为主题的亲子农场,成立至今已有30余年历史。农场位于三重县伊贺市郊区,区域人口仅为10万余人。1989年,为了改变农场的经营状况,创始人之一的现任社长后藤智开始着眼于“太太经济”现象,着手举办面向家庭主妇市场的手工香肠体验课程,工厂由此获得了大批忠实的会员,并开始联合当地其他加工作坊,打造出了以农产品加工观光加参与手工制作体验的mokumoku农场雏形。自此,农场开

始向观光体验转型。经过30余年的不断努力,农场年游客量已达到了50万余人次,平均留客时间4-5小时,年营业收入超过50亿日元。

农场的特色是以“自然、农业、猪”为主题打造,将主要客群定位为家庭市场(以12周岁以下的亲子家庭市场为主)及学生市场,注重体验感、参与感设计,强调亲近自然、了解农业及享受家庭休闲生活,提供农耕体验、农副产品手工制作、生态餐饮美食、食材加工、特色商品购买、乡野度假住宿等多元服务。

Mokumoku农场以手工制作和动物喂养等体验为核心,让孩子们可以在家长陪伴下,参与到手工制作香肠、糕点等活动中,培养动手能力;还可以听饲养员讲课、学习挤奶、喂食小动物,了解农业相关知识,提高保护动物的意识。为此Mokumoku农场在核心体验区打造了诸如火腿香肠工坊、地方啤酒工坊、牛奶工坊、面包糕点工坊、香肠主题馆、叉烧主题馆、学习牧场、手工体验教师等一系列丰富多彩的体验项目。

Mokumoku农场整体的建筑及景观设计是依照田园风格而建并坚持传统日本特色,素雅的房屋与凉亭、木质的步道与围栏、干净整洁的草坪、浪漫的樱花树、创意的稻草人,无一不彰显着农庄质朴闲适的日式乡村风情。

Mokumoku农场现已形成集生产、加工、销售、休闲观光农业、网络购物于一体的主题农场,巧妙的将种植(一产)、加工(二产)、销售与观

光体验(三产)结合起来,从而形成了一个较为完整的农旅产业链、一个可持续、循环发展的商业模式。

Mokumoku农场的成功也得益于人性化规划。Mokumoku农场规划分区清晰,定位合理。农场分为四大区域,分别提供观光游览、科普教育、产品展览、餐饮美食、休闲体验、商品购买、度假住宿等服务。该农场的收入除了会员费之外,产品销售也是农场收入主要来源。Mokumoku农场在入口处就设置了购物区、体验区与购物区距离最近,方便休闲体验的游客购买产品。

Mokumoku农场设休闲体验贯穿整个农场的项目,几乎每一个项目里都有休闲体验和科普教育。比如小猪训练园、学习牧场、香肠手工体验馆等。农场还设置了丰富多彩的活动体验,包括啤酒工厂、学习牧场、手工体验教室、猪主题馆、香肠主题馆、叉烧主题馆等。

Mokumoku农场也特别注重细节。农场不仅体验项目非常丰富,而且也为远道来的游客提供温馨舒适的住宿服务,农场随处都体现着环保节能的设施和设计理念。同时除了核心的体验购物区域外,在周边农场还拥有许多自己的田地,用来作为农业体验学习。

德国卡尔斯草莓乐园

在德国北部城市卡尔斯附近有个卡尔斯草莓体验乐园,这里不仅是德国休闲农业鼻祖,也是德国最成功的儿童体验农庄模式。

卡尔斯草莓乐园发展模式是以一个好产品+一个强终端+一条经

济链+一个展示窗+一种品牌的发展模式,顺利成为德国休闲农业鼻祖。

草莓主题儿童体验农庄,坐落在波罗的海沿岸,占地120亩。1921年由老祖父卡尔斯创立,经过三代人的努力,已经发展成在波罗的海沿岸大型连锁体验型草莓农庄,完成了从一产到三产的完美结合。

卡尔斯草莓庄园包括了草莓超市、水上陆地游乐园、攀岩架、小动物园、采摘园、水族馆等在大型体验乐园,几乎所有娱乐设施都是免费的。主要盈利来自采摘草莓、品天然草莓、草莓产品销售等所有草莓相关领域。

卡尔斯庄园以草莓为主题,园区内到处都是它的品牌标志及品牌色。屋顶的草莓人,连太阳伞都是草莓红,草莓色的车厢和游乐管道、草莓色的小卡车、萌萌的草莓屋很吸引目光,萌萌哒的草莓形象可能出现在任何有意义的事情上,就连德国人喜欢的足球场上,也会看到他们的身影。

卡尔斯庄园的主要客户群是家庭,留住孩子就是留住了游客,所以他们对游乐区和动物区进行精心打造。游乐区有很多小孩玩耍的器械,滑梯、可以蹦的气球、骑马、过山车、海盗船、无人驾驶的汽车等。这也是附近家庭来这里的一个重要诱因。

卡尔斯草莓农场的草莓衍生品,形成了自己的品牌,涉及产品种类之多、结合的商品选择都非常值得借鉴。进入庄园,能看到一个囊括一切草莓产品的大型超市,几乎所有产品都由农庄自行制作,所有食物类产品都贴有自己的商标。更重要的是很多食物都提供品尝,给客人以直观的感受。

卡尔斯草莓农场的兴起和升级,在国家层面,德国政府对市民农园改革有所引导;在消费端,随着经济的繁荣,市民需要更丰富的农业休闲项目;在农场的两次改革上,第一次从丰富种类的农作产品到专业专注的草莓供应,第二次将草莓IP化,依托草莓农场的名气打造更丰富的旅游项目,提供优质的服务。

最聪明的做法就是直接放弃了亲子游乐的收入,将收益部分转向草莓商品的销售之上,合理运用自身IP不仅没有造成损失,反而扩大了产业链。既完善了休闲农业的功能,又对当地的特色景观进行保护,同时保护了乡土文化。

【新主体·人物】

“瓜王”老胡和他的智囊团

“5月是西瓜成熟的关键期,正忙着给瓜农示范西瓜授粉标记采收技术。根据不同西瓜品种,采用特殊记号进行标记,自标记后35至45天适时采收,既可以确保所采的西瓜达到商品果要求,也可以保障西瓜的品质。”江苏省南京市蔬菜科学研究所农艺师李伟明介绍。

李伟明来到浦口示范基地,察看西瓜长势,见到了当地“瓜王”胡守兴。资格老、经验丰富,又是百亩种瓜大户,大家都尊称他老胡。

憨厚、不善言辞,是年近六旬的老胡给人的第一感觉。但一提到西甜瓜的种植技术,他的话匣子就打开了:“西甜瓜种植,品种很关

键。2018年我种的品种是西周蜜,卖得好得很,在南京市场能卖到3块钱/斤,而邻县的瓜农当时在种黄金瓜,才卖5毛钱/斤,一亩地也就能卖个2000块钱,我一亩地卖到了1.2万元。”老胡骄傲地说。

30多年的种瓜经验,让老胡更相信知识、专业技术的力量。早在十几年前,在南京市农业农村局、浦口区农业农村局的引导下,老胡就与南京市蔬菜科学研究所的专家们结缘,相互留下了联系方式,想着以后能有机会合作。

虽然日常也有联系,但深入合作却是在十年之后。2017年江苏省西甜瓜产业体系的建立,将全省

西甜瓜研究的顶尖专家汇集,羊杏平、包卫红等科研院所的智囊团坐镇,专门针对西甜瓜种植过程中出现的疑难杂症进行科学诊断,并将富民科研成果示范推广。

整个体系专家团队有八九十人,老胡得知这个消息后激动了一晚。凭借“老相识”的身份,更凭借这个“老把式”在当地瓜农心中的影响力,胡守兴家庭农场顺利申请到体系基地的名额。“成为产业体系的示范基地,我就拥有了一个强大的智囊团,这就拥有了一个强大的靠山!厉害吧!”老胡自豪地说。

“一些新品种、新技术、新模式、新产品、新装备,都能率先在我

的田块开展示范推广,而且体系内的众多专家经常到田头指导我的生产工作,遇到任何问题也可以随时向他们求助,是多少农民期盼的。”新身份让老胡与智囊团的互动更加顺理成章。

老胡的瓜棚,也成了周边瓜农的聚集地,大家常在一起探讨“种瓜经”。“老胡,最近在忙啥,又种啥新品种?”这是老胡耳熟能详的开场白。工业防尘用的喷雾,雾状细腻,通过智囊团助阵,被老胡改良用来喷施化肥农药,没过两天,距离他四五百米远的陈正华家也装上了。

“老胡这里是我们的核心试验场所之一。”作为体系在浦口区的

基地主任李伟明说,“比如现在推广的西瓜授粉标记采收技术,可以有效保障西瓜的成熟度,大大降低了次果的概率。我们也想通过老胡的引领作用,推广到更多瓜农的大棚里。”

不仅线下教学,线上指导也无处不在。手机里的“农技耘”APP,老胡经常打开,甭管粮食、瓜果还是蔬菜,都有专家在线坐诊,“有啥疑难杂症可以随时请教”。

从最初要靠两个人种一亩瓜田,到后来一人可以种一亩,再到现在一家四人种100亩,有了智囊团,老胡种瓜的底气越来越足。

李文博