

优禾谷：用绿色生产打响金字招牌



“养地先于种地”是青浦区练塘镇优禾谷合作社一直以来的坚守。十年时间，优禾谷将6000年水稻种植传统的“青紫泥”与现代科技结合——从引进纳米化水处理系统到坚持人工除草，打造出获绿色认证的品牌青浦薄稻米。如今，优禾谷的会员制预售模式覆盖全国电商平台，更规划着开发茭白粉代餐、打造“农业+文旅”产业闭环，让古老稻米焕发新生机。

见习记者 王珊

“我们坚持‘养地先于种地’，只有健康的土壤，才能种出高品质的农产品。”上海优禾谷农产品专业合作社理事长丁晓欢望着眼前成片正在休养的稻田说道。

位于黄浦江上游青浦区练塘镇的上海优禾谷农产品专业合作社，自成立以来专注优质稻米的研发、种植、加工与销售，坚持品质第一。依靠科技专业种植，基地被认定为青浦区农业标准化示范区、青浦区粮食绿色高质高效创建示范点、青浦区农产品区域公用品牌“淀湖源味”稻米生产示范基地。

绿色优质 科技赋能青浦薄稻米

有着6000多年水稻种植历史的青浦，是我国最早人工栽培水稻的地区之一。尤其青西地区的泥土被称为“青紫泥”，黏性大，富含微量元素，同时水质清澈纯净，为水稻的生长提供了良好的养分和灌溉条件。优渥的水土条件造就了谷粒壳薄、米粒晶莹剔透的青浦薄稻米，入口糯、软、松、香，深受当地百姓喜爱。

丁晓欢从小在这片土地上长大，也见证了家乡农业的发展变迁。过去，村民依靠传统的种植方式，收入微薄，生活并不富裕。随着城市化的推进，越来越多的年轻人离开家乡，前往城市谋求发展，农村劳动力逐渐减少，土地也开始出现闲置现象，高品质的大米迟迟走不出去。看到这些，他心中涌起一股强烈的使命感，决定利用自己的知识和技能，为家乡的农业注入新的活力。

2014年，丁晓欢放弃了城里高薪的互联网工作，接过父辈的接力棒，在这片土地上开始了新一代的耕耘，他带领一群志同道合的伙伴成立了上海优禾谷农产品专业合作社。从那一刻起，优禾谷合作社便

“踏上了征程”，立志打造一个具有影响力的农业品牌，要种出高品质的大米，让优质的青浦薄稻米走出农村，走向更广阔的市场。

除了淀山湖畔黄浦江上游得天独厚的自然条件和地理环境，合作社还不断在种植技术上下功夫，依靠科技，培育营养健康大米。“我们引进了DPO农业水纳米化组合式水处理系统，简单来说就是让水稻喝上‘纯净水’。”丁晓欢解释。

“在田间管理方面，我们严格遵循绿色生产标准，从种子选择、播种、施肥到病虫害防治，每一个环节都精益求精。”丁晓欢介绍，在病虫害防治和除草方面，合作社始终坚持绿色环保的理念。“我们完全不使用除草剂，而是采用人工拔草的方式。”人工除草的方式不仅可以避免除草剂对土壤和水源的污染，还能保证农产品的质量安全，尽管这样做的成本非常高，合作社每年在人力成本的投入上需要花费不少的金額，但丁晓欢却认为这是值得的，他坚信：“只有养好地、管好地，才能种出好大米。”

2016年，优禾谷合作社成为整个青浦合作社里的第一家获得绿色认证的主体。这一认证不仅是对合作社生产方式的认可，更是对消费者的一份承诺。

正是这样优质的水土条件和精心的田间管理，孕育出了品质高、口感好的优禾谷青浦薄稻米，煮出来的米饭饭粒油亮、口感柔软润滑，香气扑鼻，一经上市就获得了消费者的认可。

走出青浦 走向更广阔的市场

为了让更多的人了解优禾谷的品牌和产品，合作社积极参加各类展会。2019年，优禾谷参加了在上海举办的中国品牌日活动。当时，展会现场

汇聚了众多上海的大企业，作为一个农产品合作社，能够参与其中，丁晓欢回忆起来都是满脸自豪和荣耀。

在展会上，优禾谷展示了自家种植的优质大米和其他农产品，吸引了众多参观者的目光。“许多参观者在品尝了我们的大米后，纷纷表示赞赏，并留下了联系方式，希望后续能够购买到更多的产品。”丁晓欢介绍，通过与参观者的交流和互动，合作社不仅了解了市场的现实需求和消费者的真实反馈，还提升了品牌的知名度和影响力。

为了稳定销售渠道，优禾谷推出了会员制和预售模式。会员制为消费者提供了更加个性化的服务和优惠，会员可以定期收到合作社寄送的优质农产品，还能享受优先购买新品、参加会员活动等特权。预售模式则让消费者能够提前预订农产品，确保在收获季节能够第一时间品尝到新鲜的农产品。同时，预售也为合作社提前锁定了销售订单，降低了市场风险。“好米不愁市，我们客户的忠诚度还是很高的，每年到新米上市期都供不应求。”由此，优禾谷的产品销量得到了有效保障，品牌影响力也在不断扩大。

随着互联网的发展，电商平台成为农产品销售的重要渠道。优禾谷合作社积极拥抱电商时代，在拼多多和淘宝等电商平台开设了官方店铺。“品牌的核心是信任，消费者愿意为安全和品质买单。”丁晓欢看来，依托电商渠道，青浦薄稻米得以走出上海触达全国各地的消费者，打破了地域限制，拓展了销售边界。

为了在电商平台上获得更好的销售业绩，产品包装和宣传推广也为高品质的青浦薄稻米锦上添花。“我们精心设计了大米包装袋，着重突出绿色、健康的品牌理念。”同时，通过线上广告投放、社交媒体营销等方式，丁晓欢不断提高品牌曝光度和知名度，如

今，优禾谷在电商平台上的销量逐年增长，成为消费者购买优质大米的热门选择之一。

一二三产业联动 规模化、品牌化发展

种出好大米是产业发展的第一步，但绝不是最后一步，对于合作社的未来，丁晓欢有着更远的愿景——发展深加工产品，提升品牌附加值。在大米打出渠道、做好品牌之后，优禾谷合作社计划利用当地丰富的农产品资源，开发茭白粉代餐、大米米粉代餐等深加工产品，一方面延长农产品的产业链，增加产品的附加值，另一方面满足消费者多样化的需求。

“比如将大米加工成米粉代餐，不仅方便消费者食用，还能保留大米的营养成分。”合作社计划将这些深加工产品贴上自己的品牌，推向未来更加广阔的市场。同时，丁晓欢还有更远的梦想：“我希望借鉴一些国际知名农产品品牌的成功经验，如新西兰的猕猴桃品牌，通过研发高品质的深加工产品，打造属于自己的拳头产品。”

除了农产品销售，优禾谷还积极开展亲子活动和团建活动。通过与旅行社合作以及自主招募，合作社吸引了众多家庭和单位前来体验乡村生活。

“进入农业领域之初，我就坚定地认为第三产业一定可以为农业引流，通过发展亲子活动、团建等服务业，吸引更多的消费者来到青浦，感受青浦独特的水乡文化。”对于丁晓欢来说，种出好大米、卖出好大米都是为产业联动铺地基的环节，做农业不能仅仅生产农产品，要深度参与产业融合，打造一二三产业联动的未来图景。“在亲子活动中，孩

子们可以参与到农作物的种植、采摘等过程中，亲近自然，学习农业知识，感受劳动的乐趣。家长们也可以在陪伴孩子的同时，放松身心，享受田园风光。”

此外，青浦当地的红色文化资源和优美的自然环境为优禾谷合作社开展团建活动提供了理想的场所，于是丁晓欢将目光投向了乡村文旅。“村里的革命烈士伏击战遗址、成员纪念馆和军事馆等红色景点，可以充分让参与者在活动中接受爱国主义教育，增强团队凝聚力。”

优禾谷合作社的发展不仅为自身带来了经济效益，也为当地的乡村振兴作出了积极贡献。“合作社现有20人左右的固定员工，其中还有一部分是残疾人。”丁晓欢介绍，这些残疾人大多来自本村或隔壁村，由于身体原因，很难找到固定的就业岗位，合作社为他们提供了工作机会，让他们能够通过自己的劳动实现自我价值。此外，合作社在农忙时节还会招聘大量的临时工，解决了部分村民的就业问题。

同时，合作社积极与周边农户合作，提供技术指导和销售渠道，帮助他们提高农产品的质量和产量，增加收入。在合作社的带动下，练塘镇东庄村的农业产业逐渐走向规模化、品牌化，村民的生活水平也得到了显著提高。

上海优禾谷农业合作社的绿色生产品牌故事，是一个关于坚持、创新与传承的故事。从本村人的返乡创业，到绿色生产的执着追求；从品牌推广的多元渠道，到产业融合的未来愿景；从社会责任的积极担当，到助力乡村振兴的实际行动，优禾谷用实际行动诠释了绿色农业的魅力和价值。

