

苗木基地今冬完成定植 多品引种以提升附加值

南汇民信桃业为夯实品牌基业潜心培土

□记者 陈宗健

本报讯 在沪人眼中,“南汇水蜜桃”已成为一种标志,赏桃品桃说桃都非它莫属。经过历年探索性发展,“南汇水蜜桃”的品种结构现已得到进一步更新与优化,并逐渐形成了以大团蜜露、新风蜜露、湖景蜜露为主的良种体系,成为江南平原地区水蜜桃栽培面积最大、分布最集中、产量最多、商品量最大的区域,被国家林业部列为特种经济林水蜜桃名、特、优商品基地。然而,如何让“南汇水蜜桃”衍生出更丰富的价值内涵,形成更大的市场效应,使其成为促进区域经济发展、引领更多农民勤劳致富的一个经济引擎,上海南汇民信桃业专业合作社对此正在潜心进行有益实践探索。

民信桃业合作社目前拥有一个360亩面积的水蜜桃种植基地,外加400亩签约农户种植基地,同时还有一个尚在筹建、占地400亩的新苗木基地。这些家底,对于“民信”而言可谓都大有可为。为了物尽其用,挖掘发展潜能,这360亩种植地如今

被细分为产果、新技术应用试验与新品展示三大功能区域。此举旨在凸显桃园创新功能要素,进一步优化“南汇水蜜桃”的种植结构,为提高农民收入创造更多机会。产果区域是目前“民信”基地的核心区域,主要用来种植南汇的3个主栽品种。基地负责人姚全军介绍说,这里面栽种的都是4龄龄新树,今年是第5个年头。从理论上讲,从去年开始,这些新树已基本能采果。但为了让这些新树“身体”能长得更结实些,最终还是放弃了这第一年的坐果收益,将开采期拖至今年,旨在确保品质。

在姚全军看来,品质是驱动发展的核心要素。所以,他今年对种植基地实行“瘦身”管理,即用减产40%来提升果子品质。据了解,这一做法,在当下沪郊已被不少种植基地所采纳,且效果较明显,有成趋势可能。姚全军告诉记者,为搭建更大销售平台,他今年又与百联旗下的华联吉买盛缔结姻缘实行产销对接,新增了60多个人流量更大的大型销售平台。并准备主推品牌包装

水蜜桃,争取让销售业绩再上一个台阶,为带动更多签约农户创造机会。对接所采用的是买断性销售方式,即上架货源得清一批进一批,实行限量分销。商品跑量快慢完全取决于市场的认可度,即消费者对你产品的接受度。“这一交割方式,考量的是产品的品质。因为商家进货冲的是你的品牌,消费者届时购货冲的也是你的品牌,而品牌是由产品品质来缔造。”

姚全军说,产品好坏市场最终自有公论。你的桃子好,人家自然会再来买,并记住你的品牌。“品牌非绣花枕头,需要真材实料,经得起市场推敲。没有品牌,市场不认,带动农户也就成了一句空话。要不然,最终被忽悠的也许就是你自己。”因而,对于目前所培育起来的市场销售网络,姚全军倍加珍惜倾力维护,所做的每一件事都紧紧围绕着品牌一个主题,因为他也曾体验过遭遇销售寒流的切肤之痛。“如今,扩建400亩苗木基地,就是想打造一个更大的、更具有品牌辐射影响力的水蜜桃品牌基地。旨在带动更多农民,

促进区域经济发展。”姚全军说,目前苗木基地正在进行土地改良,400亩苗木也已培育到位,今年冬季即可全部种植下去。

在采访中,姚全军一再强调,他喜欢把事做实了再发声音,不喜欢急功近利。所以,当谈到种植新技术探索这一块时,姚全军几乎“三缄其口”,认为时机还不成熟,不便细论。但记者从他那踌躇满志的神情中,已能清晰感觉到他那“卖关子”背后的那份信心与自信。如今,在南汇农业旅游板块,桃花节已成为一大亮点且方兴未艾,由此而引发的眼球经济效应也正在给南汇农业旅游注入一股活力。姚全军为此看懂了这其中的潜在商机,并率先着手进行了一些创新实践。他在南汇主栽品种的基础上,新添引种了23款特色各异的新品桃树。其中,果型有大有小,糖分有高有低。据姚全军称,在天气好的情况下,有些桃子糖分起步就在16度以上,最高可达18度。有两个品种,其果型特大,最大桃子竟可长到8两重,实属稀有。

届时,这些新栽品种能大大增加其观赏性,为南汇农业旅游倍添新趣,使南汇桃文化魅力得到彰显。扩大种植规模,积极引种新品,进行新技术探索实践,姚全军时下之所以要悄然开打这张组合牌,就是想将南汇老港大河村水蜜桃种植基地打造成为南汇最具特色魅力的桃艺园。而其中实施的每一步都扣紧一个主题,即让“南汇水蜜桃”衍生出更多附加值,为南汇更多农民谋福祉。得益于品牌的影响力,姚全军麾下的签约农户如今正逐年在递增。为了帮助签约农户更好发展,维护合作社的品牌,姚全军还聘请了富有种植经验的当地土专家对签约农户实施集中培训,在技术上予以关心指导。并对他们统一发放农资,统一进行收购销售,使他们经济收益较原本普遍提升30%以上,其种植的桃树长势也明显优于其他农户。并通过不断拓宽销售渠道,让更多签约农户成为成果分享者。

“民信”合作社目前正在积极申报国家级示范合作社,旨在为更快更好发展夯实基础。

松江蔬菜基地推广绿色防控技术

为农产品质量上一把“安全锁”

□通讯员 许梅

本报讯 松江區新浜鎮标准化蔬菜基地,150个新型的病虫“诱捕器”摆放在最易诱杀病虫害的位置,这就是基地今年大力推广的绿色防控技术。

每年春暖花开之际,也是各类病虫害滋生和繁殖的旺盛时期。早在今年初,该基地就添置了大量绿色防控器材,并于4月底将所有防控器材安放到位。通过绿色防控技术减少病虫害的危害,减少用药,从而确保蔬菜产量和质量。

据该基地负责人介绍,目前主要应用的绿色防控技术有三种。其一为“色板诱杀”,即在大棚内部上方每亩悬挂30张左右的黄板,可诱杀蚜虫、粉虱、斑潜蝇等多种虫害;其二为“杀虫灯诱杀”,即采用频振式杀虫灯,利用昆虫的趋光、趋波等特性诱杀害虫,可诱杀20余种害虫;其三为“性诱防治”,这种技术利用害虫的性生理特性,通过释放人工合成的雌性信息素引诱雄蛾至诱捕器,以达到防治虫害的目的。

迎合村民口味 关注民生难题

崇明县竖新镇:小广播发挥大作用

□通讯员 龚卫星 陈丹丹

本报讯 “王家好婆昨天又在外面走了一整天,多亏了镇文广站及时播出了寻人启事,很快就有好心人把好婆送了回来。”近日,崇明县竖新镇春风村不少村民谈起好婆走失一事,都纷纷赞扬镇文广站工作的实效。自开展党的群众路线教育实践活动以来,竖新镇文广站结合条线工作,热情服务百姓,充分发挥农村广播作用,多措并举,注重实效,得到广大群众的认可。

乐活竖新,建起“连心桥” 农村广播是竖新镇党委、政府联系群众的桥梁和纽带,镇文广站始终坚持正确舆论导向,不断提高自办节目质量,认真宣传党的方针、政策,紧扣党委、政府中心工作服务群众。在党的群众路线教育实践活动中,镇文广站注重发挥党和群众

的“连心桥”作用,开设《学习贯彻十八大》、《践行群众路线》、《乐活竖新》等栏目,全面宣传党委、政府工作动态以及跟群众息息相关的信息,变着法子迎合村民的口味,让村民百姓了解国家大事,知晓全镇工作。

惠民村的沈老伯是个老党员,退休在家已有两年多了,平时关心国家大事,热衷于参加镇村两级组织的各类活动。沈老伯坦言,他已成为镇广播自办节目的“铁杆”听众,广播节目贴近实际、贴近百姓、贴近生活,让老百姓知晓政府在做些什么,镇的发展状况等等。

关注民生,为民解“疑惑” 为了让自办节目更加贴近实际,吸引听众,镇文广站转变录制模式,邀请镇有关部门、各条线的专业人员走进广播,以对话方式,面对面为村民百姓答疑解惑。今年3月初,

开设《民生政策》、《法制时间》等栏目,《村书记谈创建》、《我眼中的美丽乡村》、《践行群众路线谈心得》等具有竖新特色工作的专题栏目,得到了听众的一致好评,更为优秀的农村干部搭建平台。

镇社区事务受理中心针对村民百姓反映,来事务受理中心咨询存在交通不便、业务办理流程不了解的情况,《文广站联合社区事务受理中心,专题开放农村养老保险、农村合作医疗、外来人口、医疗救助等民生内容,接连一个多月的播出,收到良好效果。为了把政策讲清、讲明,在撰稿过程中,尽可能运用通俗易懂的例子,对农村养老保险办理、养老金的领取条件、各类人员社保卡办理流程、新型农村合作医疗保险投保等政策进行了详细解读,逐条说明须带材料、办理要求、相关政策等。节目播出后,村民百姓反响热

烈。

竖新好人,弘扬“新风尚” 5月30日一早,一封村民感谢信出现在镇文广站编播人员的办公桌上,内容是感谢竖新镇东新村后备干部施李辉拾金不昧、乐于助人的事例。镇文广站当天编播,弘扬了社会新风尚。自文广站开设《凡人善举》栏目以来,受到了全镇居民的关注,同时,经常收到基层群众发来的好人好事。

镇文广站结合镇党委开展的“竖新好人”评选活动,认真做好宣传发动工作,在采编、撰稿过程中,从百姓群众的点滴之中发现“美丽竖新人物”,挖掘“田间地头”的美德,努力把人心向善的价值追求内化为竖新人的坚定信念,用身边村(居)民的感人故事、榜样人物,来传颂美德,传播新风尚。



昨日下午,市委农办、市委农办举办“中国梦·三农情·我与改革创新”职工演讲比赛决赛。据悉,本次演讲比赛共有16家单位26名选手报名参赛,决赛现场在市委农办机关和上海市农科院进行了视频直播。现场邀请上海电台著名主持人陆澄担任评委,并由评委组和观众组为参赛选手联合打分。来自上海市农科院的许昌获得一等奖。

记者 杨清悦 摄/文

短讯

市农发行入围奉贤区首次存款招项目

奉贤区财政局于日前组织实施了区级行政事业单位银行存款招项目,即“奉贤区财政局采购2014年存贷款资金管理(第一期)入围项目”。市农发行奉贤支行积极参与项目投标,承诺给予定期存款利率一次性上浮10%的优惠,并从可靠性、贡献度、企业综合实力等多方面进行投标论述,最终入围该项目招标前10名,并且于2014年7月3日顺利取得了中标书,为扭转上半年存款下降的不利局面打下了扎实的基础。

记者 黄粉扣

中国人寿开展“全国保险公众日”活动

每年的7月8日是“全国保险公众宣传日”,今年的年度主题是“爱无疆,责任在行”。中国人寿上海市分公司围绕这一年度主题,开展一系列客户体验活动。

为更好地向客户展示公司实力,中国人寿邀请客户参观中国人寿数据中心。通过现场演示,向客户展示以客户服务为核心的IT后台体系。为优化服务流程,改进客户服务,中国人寿开展“客户服务体验”活动,邀请国寿客户临柜体验保单投保、核保、保全、理赔等环节,特别设计客户问卷以便及时获得反馈,提高服务水平。公司还推出“Life-CareService”生活关爱服务品牌,特邀客户参加急救知识讲座,凸显人文关怀。

8日当天,遍布全市的柜面通过张贴海报、悬挂横幅、播放公益宣传片等多种形式展开宣传。为扩大活动影响,中国人寿还组织志愿者进社区开展公益宣传,向公众宣传保险知识,让保险理念深入人心。

记者 黄粉扣

浦东惠南镇红歌飞扬唱响文明

日前,由浦东新区惠南镇党委、政府主办,惠南镇文化服务中心承办的“浦东顾景园杯”2014年惠南镇社区居民“文明在我心中”群众歌咏大赛在听潮广场拉开帷幕,为广大社区居民送上丰盛的文化大餐。

通讯员 唐凌云