上海思甜家禽养殖专业合作社
市区直销店地址：黄浦区西凌家宅路160号 传真：021-58233496
合作社地址：浦东新区大团镇团新村二团1518号
销售热线：58233820 13671750473
思甜农产品，安全卫生天然绿色。中国著名品牌，通过ISO9001、ISO14001和无公害农产品认证。
300亩立体种养示范基地，采用生态循环方法生产无公害绿色农产品。
产品介绍：“联手”牌系列桃园散养鸡、草鸡蛋、水蜜桃、翠冠梨、葡萄和时令蔬菜。

[异域传真]

葡萄牙成为欧盟第三大番茄生产国

根据欧盟统计办公室发表的一份报告，去年葡萄牙番茄产量占欧盟总产量的8.0%，排在意大利(36.3%)和 西班牙(27.4%)之后，是欧盟第三大番茄生产国。这三个国家的番茄产量占了欧盟总产量三分之一。葡萄牙蔬菜和水果种植面积占欧盟总面积的2.5%和3.6%。番茄是欧盟产量最大的蔬菜，人均年消费量为35千克，苹果是欧盟产量最大的水果，人均年消费量为25千克。波兰是欧盟的最大的苹果生产商，份额占25%，之后是意大利(19.2%)和法国(15.5%)，葡萄牙苹果产量占欧盟产量的2.6%。

韩国蓝莓价格大幅下降

据报道，需求不变而供应量增加导致韩国蓝莓价格下滑。蓝莓对眼睛有益处，也是一种高产作物品种，然而，越来越多的农民开始种植蓝莓，自由贸易协定也推进了蓝莓进口，供应不断增加压低了整体的价格。蓝莓种植户称，过去五年蓝莓价格下降了四分之三，从每千克80，000韩元(69美元)降到了20，000韩元以下。

由于韩国消费者偏爱国产蓝莓，所以估计价格不会进一步下降。同时，政府将首次对受到自由贸易协定影响的蓝莓种植户发放补贴。

英国脱欧有益于巴西出口

据报道，英国脱欧将有利于巴西农业发展。英国农产品产量低，进口条件相对于欧盟其他成员国更为宽松。巴西出口英国的农产品主要为肉类、大豆、咖啡和水果。经济学家认为，巴西对英国的农产品出口量有很大上升空间。英国不像其他欧洲国家过多的采取“保护主义”，这对巴西是利好。脱欧后，英国从欧盟进口产品需支付更高的税费，因此提高了巴西产品的竞争力。此外，英国可建立独立的植物检疫规则，或许也不会很严苛，这为巴西开拓英国水果市场提供了机遇。以前英国从西班牙进口水果存在竞争和进口壁垒问题，从巴西进口则没有这类问题，并且避开荷兰港口从巴西直接进口也将降低费用。

日本乡村旅游品牌发展路径及启示

日本是亚洲发展乡村旅游较早的国家，经过多年的发展，日本的乡村旅游从起步走向成熟，在乡村旅游模式、管理、接待人数等方面都取得了极大的成就，成为世界上乡村旅游业最为发达的国家之一，被誉为是“亚洲乡村旅游的标杆”。

日本虽然资源有限，但是日本的乡村旅游发展较早，水平较高，具有丰富的经营和管理经验，在乡村旅游的发展过程中，日本特别注重品牌意识的树立和推广。相比日本，中国拥有更多的乡村旅游资源，但是由于起步晚，结构单一，管理落后，很多地方的乡村旅游只是单兵作战的“农家乐”，很少能够形成具有自己鲜明特色的乡村旅游品牌。因此，日本乡村旅游的品牌发展路径对中国乡村旅游品牌发展具有极强的借鉴意义和参考价值。

重视产品特色化

乡村旅游，首先要具有“乡村”的显性特征，在乡村旅游产品开发和品牌打造过程中，一定要突出“乡村”这一关键词。乡村若是失去本来的特色，就会变成一个个微型城市，很难吸引适合的投资与寻求差异化的城市游客。在“乡村”这一大背景下，因地制宜地制定出乡村旅游的特色。如日本由大分县的“一村一品”那样，让每个村都制定一个属于自己的品牌，与其他村保持区别，但又形成关联。

重视产业集群化

在日本，乡村旅游及其关联企业从本地的文化和资源特色出发，为满足乡村旅游者的旅游消费需求而相互结网和互动，创新并衍生出乡村旅游服务的产业链，乡村旅游产业集群化发展成为推动日本乡村旅游可持续发展的“关键”。如日本北海道的中札内村，他们将农业品牌、农村品牌和乡村旅游品牌进行有序打造和推广，最后形成品牌的合力，使当地的乡村旅游品牌具有了极强的竞争力，这种纵向的产业集群也是一种发展方向。

在中国，乡村旅游的产业集群也常能见到，如现在很多靠近城市的山区或农村都在搞“农家乐”，但是大部分都属于粗放型的产业集群，基本都是各自为政，小富即安型的乡村旅游“小作坊”，他们乡村旅游产品特征同质化过于严重，并且相互之间只存在竞争关系，基本没有合作意识。因此，中国乡村旅游产业的集群化还任重而道远，需要有政府主导，行业协会参与，统筹规划，注重引导和监管，只有做到真正乡村旅游的产业集群化，才能消除现在中国乡村旅游无序发展、恶意竞争的乱象，也才能提高中国乡村旅游的整体形象和竞争力。

重视管理科学化

中国乡村旅游发展初期，乡镇、村民观望者居多，政府相关部门在推动、引导方面花了大力气，鼓励有条件的地方大力发展乡村旅游，纵观中国乡村旅游发展历程，可以清晰地看到政府在对乡村旅游发展方面做了不少工作，但是也不可否认政府、企业或个体在对乡村旅游管理方面还存在诸多不科学的地方，随着乡村旅游的日益发展，很多地方出现了“重发展轻规划、重扶持轻统筹”“产品同质化严重、公共服务薄弱、品牌营销落后”等问题，乡村旅游的发展面临新的突破和转型，也更加彰显在中国乡村旅游发展过程中科学管理的重要性。

中国乡村旅游发展要想有新的突破和转型，必须加强统筹规划的专业性和管理的科学性。在产品开发中，一定要在政府总体规划的基础上，整合资源，突出本地特色，将本地区的农业产品、农村要素，以及其他具有乡村风格的食宿体验和文化内涵进行全面整合，由点到面，形成矩阵效应。在产品完善中，必须有一个组织牵头，必须要有总体的规划和监管，必须把“能尽量保留原有房屋、原有风格、原有绿化，突出农村特色”作为改善人居环境的一项基本要求，还可以将各村之间通过绿道、骑行道形成网状连接形成乡村旅游面，提高游客的可玩性和停留时间。在宏观操作层面上，应该有政府主导，行业协会协助，微观个体参与的一套对乡村旅游品牌发展监管和维护体系。通过科学管理，充分展示乡村旅游的自身特色资源，传播乡土文化，回味农耕文明，让乡村旅游打出品牌，走向辉煌。

重视营销多样化

随着中国乡村旅游由点到线，由线到面，由家到村的发展，乡村旅游的营销也必须突破之前的单兵作战模式，注重营销的多样化。在乡村旅游处于点状发展的初期阶段，家家户户凭借着自己的人脉关系和等客上门的方式来发展，到了后来的自媒体时代，开始使用微信、微博、手机APP等进行营销推广，为自己积累了一定的客户群和美誉度，然而随着乡村旅游之间的竞争由家与家之间演化为乡与乡、县与县、区域与区域之间时，在原有营销方式的基础上，必须要进行整合营销，重视营销的多样性，通过政府或行业协会牵头主导，把具有相似特征乡村旅游产品的村落或整个乡镇甚至一定区域进行整体精心包装和推广，重视营销的多样性，可以通过主流媒体、网络媒体、自媒体进行全方位的宣传推广，也可以借鉴日本的成功经验，重视城市火车站、汽车站、机场、城市巴士等人流密集的公共场所进行立体化的宣传和推广，重点打造别具特色的区域乡村旅游品牌。

重视可持续化发展

日本乡村旅游因其先发展农业后带动旅游的模式，在恢复科学农业生产的同时，非常重视生态循环和低碳经济建设，在保护生态环境的同时最大限度地保护乡村自然人文环境。如在前端农业生产过程中减少资源消耗，中端减少废物产生，末端促进废弃物的再循环和利用，形成封闭型生态环境。

中国乡村旅游在发展的过程中，出现一个显著特征就是发展的无序和盲目，最后导致各地的乡村旅游大同小异，没有特色，甚至有些地方为了能够更多地接待游客，不惜拆除以前具有历史厚重感的旧房子，重新修建楼房，这种杀鸡取卵式的发展方式，最终必然导致乡村旅游发展的无序和衰落，必然导致乡村旅游发展的不可持续。

中国的乡村旅游如日本一样具有特色，首先必须注重“政府引导、科学规划、协会监督、社区参与”的乡村旅游资源保护体制。农户发展乡村旅游的本质是逐利的，一般只顾眼前利益，缺乏全局观念，所以，作为政府应该引导发展乡村旅游的村落注重环境保护，帮助他们规划具有当地特色的乡村旅游产品，并通过政府、协会、农会等组织平台对参与的乡村旅游农户进行辅导和跟踪，坚持科学发展，注重可循环的生态环境保护，注重传统文化、传统民俗的保留和传承，“只有民族的，才是世界的”，这是乡村旅游发展的“魂”，也是乡村旅游最具有产品识别度的地方。

赵爱民

[新主体·人物]

田头走出“农民科学家”

全国劳动模范、全国优秀科技工作者、全国农村优秀人才、全国农技推广贡献奖、全国科普带头人……有着众多荣誉的杨良金是一位只有小学文化程度的普通农民，他凭借着追逐科技的毅力和刻苦钻研的精神，自学成才，获得数十项国家级荣誉，连续五次登上国际学术殿堂，被广大农民亲切地称为“农民科学家”“农技推广贴心人”。他创办的芜湖良金优质稻米专业合作社获农业部首批示范合作社。

杨良金生于一个贫困家庭，11岁辍学种田至今。几十年如一日，一心致力于农业实用技术研究，无偿从事农业技术推广工作，取得了巨大的经济、社会和生态效益，得到了各界称赞和好评。

“当今种粮要讲究‘三良配套’。第一位就是良心，其次才是良种和良法。”杨良金说，随着时代的变化，在人力成本越来越高的今天，全程机械化成为农业发展的迫切需求。粮食生产也将趋向“轻简化、节约化、机械化”，高产高效模式更需要推广新技术、新品种。

埋头苦干是第一，熟练生出百巧来，勤能补拙是良训，一分辛苦一分才。杨良金凭借着苦干、实干，多次走上国内外学术殿堂，先后在国内外发表40多篇学术论文，多篇论文分别获芜湖市自然科学优秀论文一二三等奖；在国家级、省级、市级有关报刊杂志上发表300余篇科普性文章。

不仅在油菜栽培方面取得了卓越的成绩，杨良金在水稻育种方面也有丰富的实践经验。1989年他选育的早稻新品种“良金1号”成为芜湖县和周边地区的主栽品种，种植面积数百万亩；2005年他选育的富硒红稻、罗莎富硒稻等优质水稻新品系，含有丰富的有机硒、钙、锌、维生素B1、B2和钾等微量元素，口感好，营养高，连续9年通过农业部稻米测试中心测试，富含的锌、钙、硒等元素均超常规稻米数倍，并采取“五项免费、十项统一”标准化生产，建立有机水稻育种基地和生产基地，通过了爱科赛尔公司第三国欧盟有机产品认证，“罗莎”新品种2009年获得了第八届中国优质稻米“金奖大米”；2013年“良金”牌商标获省著名商标；2014年芜湖大米入选农业部名特优新目录；同年获中国营养暨微量元素“优质金奖产品”。

他不断探索、不断创新，研究的油、稻栽培模式和油菜、水稻鲜秸秆全量还田生态效益引起各界的关注。如今，杨良金的梦想就是想把“芜湖贡米”通过产业化经营，为历史上四大米市之一的“芜湖”，创出一个品牌，形成一个产业，致富一方百姓。

杨良金对农民的感情从未改变过。他为特困户送去自己培育的种子和配方的肥料，并经常上门指导他们科学种田；为特困儿童资助学费，帮助他们走脱贫致富之路。用物技结合方式帮扶特殊困难群众，免费供种、免费培训、免费赠送技术资料与跟踪服务等措施，累计向农民提供新技术47项，向示范户提供优质高产油菜新品种2147公斤、优质水稻品种72610公斤、优质蔬菜品种4927.5公斤，既解决了新品种、新技术推广难题，又加快了新品种、新技术推广步伐，提高了农业效益，增加了农民收入。

“风雨坎坷五十年，情系三农无悔言”。虽然年近古稀，杨良金以科技精准扶贫的信心和责任心丝毫未减，始终自费从事农业示范与推广这项公益性事业，为早日实现农业轻简化、机械化、集约化，为早日全面建设小康社会，仍然以坚强的意志、顽强的毅力，一如既往地追求着、拼搏着、奉献着。

杨丹丹