

攥紧农业“芯片” 助力良种推广

嘉定获评首个“国家农作物品种展示评价基地”

□记者 赵一苇

种子是农业的“芯片”。日前，嘉定首个“国家农作物品种展示评价基地”在上海惠和种业股份有限公司授牌，助推农作物种业创新成果转化和良种的推广应用。

国家农作物品种展示评价基地由农业农村部、全国农业技术推广服务中心遴选认定。截至2022年，国家农作物品种展示评价基地共认定两批120个，上海入围2个，嘉定的惠和种业基地位列其中。

惠和种业在嘉定菊园新区建有320亩的育种试验农场。

作为国家级育繁推一体化企业、国家种业振兴阵型企业，基地持续开展蔬菜、瓜果等农作物新品种选育筛选和展示示范推广等工作，每年春秋两季种植各种蔬菜、瓜果品种600个以上；每年接待各地农户、生产企业及家庭农场进行考察学习，成为农作物品种的重要展示窗口之一。基地为育成和推广高产、优质的农作物品种起到了积极作用。

近年来，嘉定全面推进乡村振兴战略实施，聚焦种业振兴，根据本地区的主导产业和特色产业，积极发展种源农业。一方面，加大政策、资金支持力度，为农作物育种创新加力提效。研

究制定《关于保护开发嘉定区农业老品牌的实施意见(试行)》等政策文件，加强老品种保护利用、加快新品种研发培育；同时，每年落实专项资金1100余万元，用于推进新品种引、育、试、繁、推和种质资源保护利用工作。另一方面，加快培育种业龙头企业，为种业发展聚力攀高。整合资源、技术、人才等要素，建设种业龙头企业，提升基地软、硬件设施；鼓励种业龙头企业加大农作物新品种选育、研发力度，积极争取项目支持，帮助种业企业快速提升综合竞争力。惠和种业此次成功获评，充分展示了嘉定大力培育种子行业“领



资料图

头雁”的成果。

下一步，嘉定将充分发挥国家级基地的农作物品种展示评

价和示范推广作用，积极响应企业品种推广需求、农民选种用种需要，持续推动种业高质量发展。

社科院：短视频平台助力提升农技传播效率



刘天英在农田中记录蔬菜生长数据。

农业技术推广体系正在发生变化。随着生活水平的提高，消费者对农产品的需求从“管饱”转向“求精求好”，农户对农技的需求也从提升产量，转变为能指导生产有效满足消费者需求的优质农产品。传统的公益性农技传播体系受限于经费、人员等限制，在时效性、特色化及市场化等方面已不能完全满足农户的农技需求。

4月25日，中国社会科学院农村发展研究所发布《农技传播在短视频、直播平台的生态及价值创造》报告(下称《报告》)。《报告》认为，随着数字技术的发展，以抖音为代表的短视频、直播平台凭借直观易懂的农技内容形式，高效匹配农技供需双方的智能推荐机制，以及低门槛的制作、观看模式，使得小众、垂类的农技内容也可以触达到绝对数量不小的农技需求群体，推动了面向不同禀赋的农户的普惠性农技传播，为更市场化的农业发展提供了技术创新、实践的传播基础，成为对现有农技推广体系的有效补充。

《报告》发现，短视频、直播平台吸引了大批乡土专家、新型农业经营主体以及农技专家

加入，他们通过农技传播获得了实现社会价值和经济价值的可能，也促进了短视频、直播平台上农技推广体系的良性可持续发展。

短视频，正在成为传播新“农技”的新“农具”。

农技知识实现普惠性传播

《报告》发现，短视频、直播平台具有很强的社交属性和兴趣匹配功能，这种特性应用在农技推广领域，提升了农技创作者与农技需求者的配置效率，让观众看到真实、即时的农业生产场景和农技操作过程，并连接农技创作者和受众直接进行互动交流，帮助不同禀赋、地区的受众更好地学习和掌握相关农技。

有30多年农技传播经验的刘天英，是“世界蔬菜之乡”山东寿光市农业农村局蔬菜办公室的农技员，也是远近闻名的大棚蔬菜种植农技专家，经常有其他省市的农技学习小组远道而来向她请教技术，最多的时候刘天英一天要接待六七波学习团。

为了能在更短的时间内扩大传播范围，刘天英尝试参加

电视和广播节目，但有些需要在田间地头讲解的技术问题仍然无法很好地呈现。在朋友建议下，刘天英开设了抖音账号@刘天英讲植保，专门在田间地头拍摄讲解蔬菜种植新技术的短视频，很快就积累了10万粉丝。在刘天英的抖音交流群里，除了山东本地，来自河南、江苏、安徽等农业大省的粉丝最多也最活跃，且很大一部分都是返乡创业的中小农户。

对于做农技传播的思路，刘天英表示：“现在随着农技发展，消费者对农产品多样化、绿色化的要求高了起来。我们发现这种趋势后，现在推广农技，都会向绿色、标准化的要求靠拢，比如种植过程中遵守农药的安全间隔期，不为了追求单次的产量施用损害土壤品质的肥料。”

据2022年7月发布的《抖音农技知识数据报告》显示，过去一年，抖音农技知识相关内容投稿量增长50.4%，万粉创作者增加了66.9%，相关视频日均播放量突破10亿。数据背后，反映出短视频、直播平台上农技知识内容“供需”两旺，内容生态正在加速构建。

《报告》指出，短视频、直播平台通过智能推荐机制，提高了农技供需的配置效率，提升了农技推广的普惠性。在以往的农技推广体系中，中小农户在技术获取方面存在绝对劣势。短视频、直播平台的智能推荐机制实现了按用户需求、兴趣实现的匹配和推送，这保障了技术传播的公平和普惠，为中小农户通过线上途径公平地接触、获取农业技术提供了机制上的支撑。

农技使用者
获得多元化农技内容

“短视频、直播时代，做农

业除了要懂种植这种‘硬农技’，还要懂销售和经营、品牌这些市场化的‘软农技’，实现更丰富的农业收入”。在抖音农技知识账号@渔耕田Yogotime的直播中，陈斌这样解释自己对现代化农技的理解。

陈斌在广州做了16年的IT工程师。2013年，陈斌儿子被诊断为农药残留成分过敏，只能食用无公害无农药残留的有机农产品，但当时有机农产品的市场供应不足。于是他决定辞去待遇丰厚的工作，回到家乡成都投身当时鲜为人知的“鱼菜共生”有机农业模式。

陈斌发挥英语优势，阅读了60万字的英文论文学习相关农技，并在成都新津区承包了30亩农场土地。在业务模式成熟后，陈斌开始通过抖音介绍“鱼菜共生”技术，在带动技术传播的同时开班授课，并销售农场出产的有机农产品。除了种植技术，陈斌在农技课程中增加了农业观光、选址评估、新媒体传播等课程，指导学员如何通过短视频、直播等数字化方式提升经营水平。

对于短视频、直播平台上出现的农技内容多元化的趋势，《报告》分析认为，短视频、直播的便捷性和时效性更强，有助于农民获取更具时效性、更市场化的农技知识，帮助农民在农业生产的实践中拓展出更丰富的农业价值。这种价值创造既包括农产品品质提升带来的农民收入增长，也包括涉农产业链延伸带来的结构性创造。如部分农技创作者在教授种植技术的同时，也会介绍农产品销售的时点选择、包装经营技巧等。

农技创作者
建立收益自动机制

传统的线下经营性农技传

播以农资销售为主要收益渠道，容易导致传播成本转嫁及农技创新“物资化”等系列问题，影响农技传播的真实性和有效性。

《报告》调研发现，农技内容创作者、农技服务机构等主体在以直播、短视频等形式向农民传播农技知识，提高农民的种植技能和经营管理水平的同时，他们也以配套农资销售、付费农技课程以及农产品销售等方式为收益基础，建立了农技内容与农技传播收益之间“口碑-信任”的正向循环机制，使得农技推广的优质内容能获得多种收入变现，实现可持续的自动机制，促进短视频、直播平台上农技推广体系的良性可持续发展。

有20余年农资销售经验的蒋君生活在安徽亳州，他拥有高级农艺师资格证，参加过中国农业大学、安徽农业大学的农技培训课程，是个农业“技术派”。蒋君一直希望能自创农资品牌，把自己对农技的心得融入产品中。蒋君的农技水平虽然在当地小有名气，却扩散不到其他乡镇，用户们难以建立对蒋君品牌的信任。

屡败屡战后，蒋君决定尝试做农技知识短视频。通过手持病苗讲解帮助庄稼增产、防治病虫害的第一手农技，蒋君的抖音账号@农资二哥农业积累了近37万粉丝，蒋君也以此为基础，以农技讲解带动农资产品的在线销售，实现了创立农资品牌的梦想。

(来源：封面新闻)