

农文旅融合 延伸岚县马铃薯产业链

一颗土豆里的振兴力量

“蔡家崖号”列车穿过重重吕梁山进入岚河盆地，眼前豁然开朗：连片的万亩土豆花海竞相绽放，与远处的青山、村庄相呼应，构成一幅自然写意画。

一颗土豆蕴藏着多少力量？近年来，山西省吕梁市岚县将马铃薯产业作为一项主导产业，抓种质源头，扩品种繁育，延产业链条，创美食美景，塑文旅名片，形成了“土豆种—土豆花—土豆—土豆宴”多产业融合的特色全产业链模式。

从“饱腹”到“致富” 农业有奔头

“以前种土豆是为了吃饱，现在种土豆是想挣钱。”63岁的王家村村民王如珍是个种土豆的“老把式”，“现在的土豆个头大，圆溜溜的，主要是丰产，亩产平均有5000斤。”收成涨的背后，用王如珍的话说，那是有了“金种子”。

所谓“金种子”，指的是马铃薯种薯。

在康农薯业有限公司里，一株株小拇指长短的青苗生机勃勃。技术人员轻捏滴管，将脱毒制剂滴入培养皿中，观察记录马铃薯脱毒种苗的生长情况。

“一个土豆切成七八块种下去，经济实用，但时间长了容易积累病害，导致土豆产量低。”岚县农业农村局产业部部长刘林权介绍说，一代土豆种植3年便需要脱毒，以保证马铃薯的产量和品质。

据介绍，岚县建成了从切段繁殖脱毒苗到温室、网棚繁育原种再到大田繁育一级种薯的良种繁育链条。岚县马铃薯被认定为国家农产品地理标志产品，并完成13万吨绿色食品、750吨有机产品的认证。

“种薯就是马铃薯产业发展的‘芯片’。”刘林权说，有了好的品种，马铃薯的产量和品质在市场上就有竞争力。如

今，依托当地农业技术企业，岚县年繁育种薯5000万粒，在满足当地种植需求的同时，还能对外供种。

从“土豆饭”到“旅游饭” 乡村有看头

8月，青山环抱的黄土坡上，土豆花成团成簇盛开，连成一片花海。

岚县土豆卖得火热，与土豆相关的旅游、文化等产业也日渐成型。连续九年作为中国·岚县“土豆花开了”旅游文化月活动的主景区的王家村，靠着乡村旅游发展起来。

“每年都有新变化。”第二次带着女儿前来游玩的付丽说，“今年新增加了游乐设施和科普内容，孩子们可以学习到更多与土豆相关的知识。”

赏土豆花海、品土豆美食、住民俗客栈、展特优产品、览非遗风采、观地方小戏……二十多项精彩活动在土豆花海中轮番上演。

看着游客多了起来，王如珍也将家里的小院修整一新，装修、买家具、打扫卫生，准备迎接前来游玩的客人。“没想到种了一辈子土豆，还能吃上‘旅游饭’。”

王家村村支书王爱珍说，“现在每年游客量能达近万人，村里开了20多户农家乐和民宿，平均每户每月能收入4千多元。”

2023年，在原有的土豆花十八景基础上，岚县结合王家村市级乡村旅游示范村创建，投入300余万元新建房车露营地，让广大露营爱好者近距离感受山间美景、享受夏日清凉、体验浪漫生活。

岚县县长王小明表示，岚县将立足游客需求，打造个性化、多样化的消费模式，精心规划建设高品质民宿，真正实现景区旅游配套全面升级，为游



游客在岚县土豆花节上游玩。

来源：新华网



康农薯业实验室。

来源：新华网

客带来更好的服务体验。

从田间到餐桌 厨师有干头

“山药蛋宝中宝，顿顿饭离不了。”这句话在当地流传已久，足以显现土豆是岚县人餐桌上的常客。

马铃薯有多少种可能性？热爱马铃薯的岚县人在挖掘马铃薯美食传统制作工艺的基础上，不断汲取各家菜系之所长，在尝试中寻求转化的灵感——“金丝绣球”“泰汁土豆卷”“岚州一品鲍”“土豆月饼”等108种马铃薯美食，组成了独特的岚县土豆全席宴。

中午十一点，岚县土豆宴全国推广总部的院内便停满了车。“在这见识到了土豆的好多做法，没想到土豆还能这样千变万化。”从太原带着一家人来岚县旅游的黎女士说。

岚县土豆宴推广总部负责人冯亚明说：“我们以太原旗

店为中心打造山西标杆市场，逐步拓展北方重要城市。接下来计划在北京开店，让岚县味道走得更远。”

土豆宴的大力推广，离不开大量厨师、厨娘。近年来，按照三产融合发展思路，岚县成立“岚县土豆宴职业培训学校”，每年培训近千人。2022年5月，岚县土豆宴厨师被认定为山西省级劳务品牌。

截至目前，岚县已累计培训“岚县土豆宴厨师”4520人，实现就业2400余人，人均年收入可达4万元左右。

“当前，岚县土豆宴旗舰店、连锁店、主食坊、农家乐集群化发展，带动当地民众提技能、增收收入。”岚县县委书记张新春表示，岚县以山西省土豆革命为契机，抓种质源头，扩品种繁育，延产业链条，创美食美景，塑文旅名片。岚县的土豆产业成为当地的潜力产业、朝阳产业、富民产业。

(来源：新华网)

山东安丘：特色农业装上“品牌芯”

□牛海青 李楠

“今年种植了2个红芽姜大棚，一年两种两收，冬季错峰上市，效益翻倍，销售问题根本不用担心。”在有着“中国姜蒜之乡”之称的山东省潍坊市安丘市，凌河街道石家庄村红芽姜高效农业种植示范园负责人吴忠波说道，红芽姜是安丘大姜中的“珍品”，肉质蜡黄，质地嫩脆，由于品质好，一斤能卖到40多元。

安丘大姜能够得到消费者青睐，除了质量过硬外，品牌是

重要原因。“安丘大姜”“辉渠小米”“石埠子草莓”……一批地标品牌成为强农、富农的“金字招牌”。

近年来，安丘市大力实施“品牌强农”行动，立足资源禀赋，聚力农产品品牌建设，形成了以区域公用品牌为引领、一批优质特色农产品品牌多点支撑的品牌体系，壮大了产业，有力地促进了农民增收、农业增效。

作为安丘农业标志性品牌，“安丘大姜”常年种植面积20万亩左右，总产近100万吨，

安丘大姜作为特色农产品纳入中国与东盟地理标志协定保护范围。品牌加持，助力安丘大姜畅销“海内外”，年出口量占全国的60%左右，国内市场年销售保鲜生姜60万吨。

同时，该市通过策划运营推广“安品味来”农产品区域公用品牌，筛选包装特色农产品109种，以政府信誉为农产品质量背书，平均溢价率达到25%左右，进一步提升了安丘农业品牌知名度和美誉度。

通过大力实施“品牌强农”战略，探索品牌化经营的发展

之路，从标准化种植、品牌营销等各环节综合发力，让品牌优势转化为经济优势。目前，该市拥有“三品一标”农产品532个，柘山蜜薯和石埠子草莓2个生态原产地保护产品，优质农产品基地品牌价值达到216亿。

下一步，安丘将打造大姜、蜜薯、小米等一批十亿、百亿级产业，基本形成安丘现代特色农业产业体系新格局，“三品一标”认证覆盖面达到75%以上，以品牌农业推动安丘从农业大市向农业强市转变。

／ 讯息 ／

2023年第34周 国内外农产品 市场动态

国内鲜活农产品

批发市场交易情况

据农业农村部监测，2023年第34周(2023年8月21日—8月27日，下同)“农产品批发价格200指数”为120.34(以2015年为100)，比前一周升0.22个点，同比低4.20个点；“菜篮子”产品批发价格200指数为120.60(以2015年为100)，比前一周升0.25个点，同比低5.29个点。

猪肉价格持平略降，鸡蛋价格继续上涨。猪肉批发市场周均价每公斤22.64元，环比跌0.2%，同比低22.2%；牛肉每公斤71.55元，环比涨0.5%，同比低7.2%；羊肉每公斤63.50元，环比基本持平，同比低5.4%；白条鸡每公斤18.24元，环比跌0.5%，同比低3.7%。鸡蛋批发市场周均价每公斤11.41元，环比涨1.5%，同比高5.4%。

多数水产品价格小幅上涨。大黄花鱼、白鲢鱼、花鲢鱼、草鱼、鲤鱼和鲫鱼批发市场周均价每公斤分别为43.98元、9.3元、17.39元、15.99元、14.23元和19.36元，环比分别涨1.2%、1.1%、0.5%、0.4%、0.3%和0.1%；大带鱼每公斤为38.07元，环比跌0.4%。

蔬菜均价小幅上涨。重点监测的28种蔬菜周均价每公斤5.09元，环比涨1.6%，同比高2.6%。分品种看，17种蔬菜价格上涨，11种下跌，其中，菠菜和莴笋价格涨幅较大，环比分别涨12.3%和9.7%，其余品种价格涨幅在5%以内；冬瓜、胡萝卜和南瓜价格环比分别跌4.8%、3.9%和3.6%，其余品种价格跌幅在2%以内。

水果均价小幅下跌。重点监测的6种水果周均价每公斤6.97元，环比跌2.5%，同比高3.1%。分品种看，菠萝、西瓜、鸭梨、巨峰葡萄和富士苹果周均价环比分别跌8.6%、3.8%、2.8%、1.9%和0.4%；香蕉周均价环比涨0.3%。

国际大宗农产品

价格小幅下跌

泰国100%B级和5%破碎率大米曼谷离岸周均价每吨分别为626美元和612美元，环比均跌2%，同比分别高40%和42%；国际棉花指数(SM级)每磅97.54美分(每吨2150美元)，环比跌1%，同比低29%；国际糖料理事会原糖周均价每磅23.57美分(每吨520美元)，环比跌1%，同比高33%；美国芝加哥商品交易所豆油最近期货合约收盘周均价每吨为1462美元，环比跌1%，同比低5%。

(来源：农业农村部市场与信息化司)