

/ 讯息 /

乡土“新农人”让乡村好物走出去

□何桂花 陈绍金

走进云南省大关县雄魁村，主播一妹（周立群）正对着直播镜头，热情洋溢地向网友推介大关县的农特产品。“猪头肉25元一斤包邮，只有一个了！”“目前整个大关县，我只有木杆、高桥、靖安没有去，其他乡镇都跑遍了。”一妹说道。一个多月以来，她已帮助几十户农户代销农产品，销售金额达到十几万元。

一妹能在家门口开启创业之路，离不开当地政府对农村青年直播培训的重视。此前，大关县委、县政府组织了为期12天的直播培训，一妹参加培训并取得了电商证。这让她和团队在经营账号等方面积累了丰富经验，也为打开地方农特产品销路奠定了基础。

无独有偶，从2020年起，主播李子哥也一直通过直播带货，推介家乡美景美食以及农特产品。他拍摄的“杉木林”“黄连河”等自然景观，引发广大网友对大关县的关注，不仅带动了乡村旅游，还增加了农特产品销量。在他的宣传下，大关的腊肉、月饼、竹笋等农特产品被更多人熟知。2024年，他的农特产品在直播平台上营业额达到七八十万元，其中竹笋、月饼、腊肉尤为畅销。

在政府的大力支持与引导下，越来越多“懂农业、爱农村、爱农民”的“村播”不断涌现。为进一步支持“新农人”发展，大关县出台了一系列扶持政策，对电商带货达到一定金额的企业和个人，设立专项扶持资金进行奖补。大关县致臻农特产开发营销中心负责人王朝华介绍：“政府目前对优秀的电商销售人员有奖补政策，对从事电商和经营农产品的企业也有扶持，还会安排人员到周边县区，甚至省外的杭州等地交流学习。在政府扶持下，我们新增了十多个优秀电商带货人员。”2024年，该营销中心线上线下农产品销售额突破了500万元。

大关工业信息商务科技局局长周再志介绍：“近年来我们多次开展电商培训、直播大赛、品牌打造、网红孵化等一系列工作。下一步，我们将继续把大关的农特产品销售出去。”未来，大关县将持续加大“新农人”培训力度，不断探索乡村振兴新路径，为“新农人”提供更多支持与保障，让他们成为乡村振兴的主力军。

(来源：央视网)

新型农业经营  
**新主体**

龙头企业·家庭农场·合作社·新农人

克服“水土不服”，做强“笋”产业

# 闵行300多亩雷竹笋冒头了

□记者 贺梦娇

2月中旬，申城迎来连续几天的阴雨后，位于闵行区浦江镇的智耕股份有限公司雷竹笋种植基地里，一颗颗雷竹笋终于冒头了。“由于去年台风和冬季雨水少的原因，本应11月底破土而出的雷竹笋，至今才产出。”智耕股份有限公司技术总监章春琴表示，这一场等候了许久的雨水，正式拉开了基地今年的笋季。

## 克服雷竹笋本土化种植难题

走在基地内成片的竹林里，只见厚厚的谷糠铺在地上，为一棵棵在地下等待破土而出的雷竹笋提供了保温环境，随着笋季的到来，每日一早，工作人员就把成熟的雷竹笋挖出，在包装车间包装后送上配送车辆。

在宁波等地，雷竹笋是一道季节性美味，鲜嫩的口感也让他难以长期储存和运输。2009年，智耕股份有限公司负责人竺国领在浦江镇流转了118亩地，从宁波运来了3万棵雷竹笋种苗，栽种在了这片土

地上，因为不清楚上海本地的台风、土壤等客观因素，当年雷竹笋颗粒无收。如何克服雷竹笋在沪“水土不服”的情况，完成本土化种植？竺国领的团队一直在尝试，耗费了六年的时间后，才得到了第一批雷竹笋，到了第八年，雷竹笋终于成规模地有了产出。

“第一年种完全没有经验，又碰上台风，就失败了。”3万棵种苗种下去为何都死了？竺国领和团队开始寻找失败的原因。经过几番探索，他明白了，在宁波当地，雷竹笋大多生长在山间竹林，那里的土壤是酸性的，而浦江镇基地的土壤经检测是碱性的。“橘生淮北则为枳。”竺国领坦言，他明白这个道理，但也相信，通过努力，一定能让家乡的这一美味在上海落户。

二话不说，竺国领开始改良土壤。2010年，他追加了2万棵种苗，这次，存活了500余棵雷竹笋苗，也进一步帮助他们摸清了雷竹笋在上海生长的“脾气”。相对于宁波山林间的土质薄，上海湿度高，土壤也肥沃，只要挖好排湿渠，做好排水工作，雷竹笋的产量也比宁波

当地更高。

雷竹笋种植成功后，竺国领的团队在提高产量的同时，也严格把控质量关，“我们用有机的标准来要求自己的基地，因此我们的有机肥都是自己调的配方。”公司和交通大学农业与生物学院进行了校企合作，基地为高校的农业研究和一些优质种植模式提供了实践的沃土，而竺国领也在校企合作中将基地种植模式引入了更加科学化、规范化的方向。前几年，基地取得了有机产品的认证，戴上“有机”头衔的雷竹笋，不仅提升了产品价值，也让竺国领和章春琴开始思考：如何拉长雷竹笋的产业链。

## 做好“竹”文章，做强“笋”产业

前期花费多年时间，为何没有放弃竹笋产业？章春琴表示，一是不想半途而废，二是看中了这一产业的效益和环保。

第一年种下，三年可以长成竹子并出笋，五年可以成林并稳定产出。竹笋产业的前期投入时间较长，让许多农业从

业者有所顾虑。“但是一旦长成后，老去的竹子可以打碎加入菌种发酵成为有机肥，等笋季结束后还田，新出的竹笋选取其中适合的苗种，又能培养成新的竹子。”章春琴告诉记者，这相当于在这片竹林里，竹产业自身已经形成了生态循环，她们需要投入的物资，仅有一部分有机肥和作为土壤保温层的谷糠。

而在提升雷竹笋品质的同时，智耕公司和宁波奉化的第三方公司进行了合作，生产罐头油焖笋，将这一美味得以保存得更久。“雷竹笋的产出期是6个月，接近产出期尾声时，我们将竹笋加工成了罐头油焖笋，目标是年生产60万罐。”而章春琴告诉记者，公司找了多家加工企业尝试合作，筛选出了具备加工有机产品资质、有较大加工能力的第三方企业。与此同时，和原先借助于第三方电商平台销售模式不同，现在公司销售模式开拓了线下配送、团购，也开通了抖音销售平台，拉长了竹笋产业的产业链后，实现了为市场全年供应笋产品。

# 山东“新农人”逐“数”向“智”赋能乡村振兴“新图景”

□吕妍

“利用莱芜鸡腿葱的资源优势，我们将打造以‘农耕文化’为主题，以生态休闲旅游市场为导向，集观光、文化、体验、参与等多种形态于一体的生态型特色旅游基地。”山东省济南市莱芜区牛泉镇济南华兴鸡腿葱种植专业合作社的大棚里，合作社经理侯玉荣介绍。

大学毕业后的侯玉荣原本入职泰安市一家企业，经过多年打拼月收入过万元，但源于对家乡和农业剪不断的情愫，他毅然辞职返乡，种起鸡腿葱，实现了从“理工男”到“新农人”的转变。如今，合作社利用新知识、新技术，打通了鸡腿葱网上销售渠道，把莱芜鸡腿葱销往全国各地。

发展数字乡村是数字时代推进农业农村现代化进程的必由之路，数字技术的发展也激发了县域数字经济活力。在聊城市临清市，“00后”大学生由硕便回乡做起了互联网“新农人”，手机成为“新农具”、直播变为“新农活”。

“干农业，能更好地实现人生价值，而线上直播能让更多的农民朋友掌握实用的农技知识，用科学的方法提高农作物产量和质量，从而增加他们

的收入。”从大二开始，由硕就不断地朝着这个目标努力。通过短视频和直播的方式，由硕不仅销售农资产品，还为平均年龄50岁以上的农民宣传农技知识以及农业时事信息。从2022年开播到现在，由硕已经卖出了12万余份农资产品。

如今临清市康庄镇一座五层楼高的电商大楼正在建设中，预计今年年底完工，这将是集电商企业孵化、智慧办公、人才培养、产销对接、仓储物流等多功能为一体的大型综合体，旨在为电商产业提供全方位的支持。

潍坊市安丘市素有“中国姜蒜之乡”美誉，在位于安丘市官庄镇的长生源生态农场，工作人员正忙着育种，为新一季大姜种植做准备。

长生源生态农场总经理王宝杰分析，他最初就是在农业企业上班，了解农业发展情况，深知农产品质量关乎销售价格。因此，自农场建立之初，他就坚定了走生态高质量农产品发展的路子。

安丘市官庄镇党委副书记、镇长崔君梅介绍说，在安丘市牵头对接高等院校科研院所基础上，官庄镇及时了解了长生源生态农场的发展需求，精准引进了潍坊学院赵月玲团



队，共同实施了大姜组培全产业链服务项目，助力农场由单一的种植向多元化的社会服务转型。在潍坊学院教授团队的帮扶下，农场成功培育出脱毒大姜种苗。在种苗、人才、技术加持下，王宝杰的大姜亩产达到1.2万余斤。

在菏泽鲁西新区吕陵镇夏陈村，腾沃种植农民专业合作社的负责人陈长海凭借着自己的智慧与担当，走出了一条独具特色的乡村致富路。

陈长海敏锐地察觉到，本地的土壤和气候条件十分适合辣椒与洋葱的种植。经过多方考察与调研，他带领村民们投身到这两种农作物的种植中。传统销售渠道有限，且价格波

动较大，他便自学直播带货技巧，从直播话术、产品展示到平台运营，一点点摸索。

为了让消费者更直观地了解农产品的品质，陈长海将直播间搬到田间地头，现场采摘、展示，讲述辣椒和洋葱从播种到收获的全过程，分享绿色种植理念。

随着销售额的不断攀升，村民们的收入也水涨船高。陈长海计划进一步扩大种植规模，引进更多优质品种，同时加强与电商平台的合作，打造属于自己的农产品品牌。他还打算培养更多的直播人才，让更多村民掌握电商销售技巧，实现从“农民”到“新农人”的转变。(来源：中国新闻网)