

在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新作为新篇章

消费扶贫效益显著 脱贫致富步子更稳

从农交会热词看“三农”发展

11月27日至30日,第十八届中国国际农产品交易会在重庆举行。在农交会期间,来自大江南北的各类优质农产品受到经销商和消费者的青睐。在展会现场,脱贫攻坚收官之年,如何让扶贫好产品卖出好价钱;如何加快农产品品牌、农业智能化建设,助推乡村振兴等话题,成为本届农交会的热词,折射出“三农”发展的新态势。

A 扶贫好产品 卖出好价钱

陕西延安的苹果、蜂蜜,重庆的橙子、柚子,内蒙古的牛羊肉……在农交会现场,来自脱贫地区的各类农产品,既迎来了参展客商们的订货大单,也吸引了不少消费者现场采购,消费扶贫效益显著。

“苹果既是延安的‘扶贫果’,也是乡村振兴的‘幸福果’,欢迎品鉴、采购。”延安市果业中心主任路树国举着红红的大苹果,积极向客商进行宣传。“参加农交会,就是帮着果农进市场、找销路,让好产品卖出好价钱。”路树国说,通过畅通市场渠道,今年延安苹果供销两旺,截至11月下旬,全市约有七成的苹果已销售完毕。

“全国已脱贫摘帽的832个贫困县累计建成了30多万个产业扶贫基地,每个县都形成了2至3个特色鲜明、带贫面广的主导产业。”农业农村部副部长韩长赋表示,借助农交会这一平台,可总结产业扶贫显著成就,谋划接续推进乡村产业振兴。

不少脱贫地区的农业企业、合作社在农交会找到了展示平台,大力推介优质扶贫产品。在重庆开州区的展台上,义和镇香石生态农业专业合作社的绿壳鸡蛋吸引了不少采购商的目光。“我们保证蛋鸡的生态养殖、鸡蛋的营养美味!”这家合作社的理事长王矩海介绍,镇里已有700多户农民养殖黑羽绿壳鸡蛋,年产值超过5000万元,乡亲们脱贫致富的步子走得很稳。

电商直播带货等新的营销手段也走进农交会现场,进一步拓展了消费扶贫覆盖面。在农交会快手直播间,山西吉县大田窝村第一书记姚晓奎就客串了一把带货主播,在线上推介吉县苹果等特色农产品,效果很好。

B 精耕细作农业品牌 闯出市场见到效益

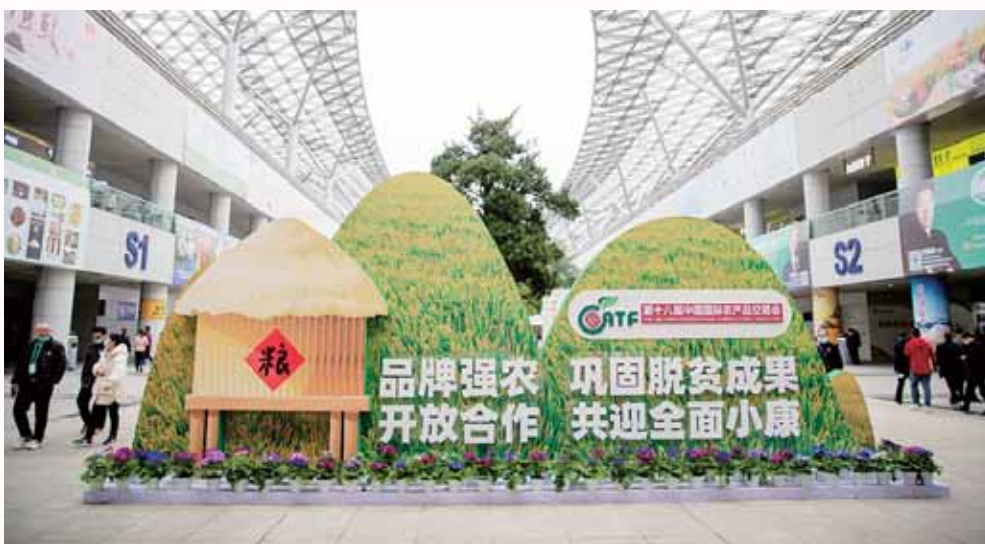
西湖龙井、五常大米、荣昌猪……展品是品牌;粮油品牌展馆、果蔬品牌展馆、地理标志展区……展馆分品牌。在农交会上,农产品如何建品牌、强品牌,如何依托品牌闯市场、要效益,是各方探讨的热词。

“为了适应消费升级新需求,五常围绕全市200多万亩水稻田做文章,不断加强品牌建设。”黑龙江五常市委常委孙松宇介绍,参照国际好稻米标准和品牌建设要求,五常市对稻米从良种繁育、收割仓储、加工销售等27个流程逐一细化生产、加工等标准,让五常大米质优价更好。

“十三五”以来,我国大力实施品牌强农战略,品牌化带来了生产标准化,推动了农业产业高质量发展。

各地在农业品牌上持续精耕细作,正让一家家农业经营主体尝到实实在在的“甜头”。重庆涪陵区一家食品公司的负责人李承洪带着青菜头、榨菜,来到农交会参展营销。“客商为何愿买我们的产品,就因为信任我们的品牌。涪陵榨菜是地理标志农产品,本身就代表了绿色的生产工艺和较高的市场知名度。”李承洪告诉记者,这几年涪陵青菜头、榨菜价格比较稳定,订单不愁。

创新引领发展、品牌创造价值。今年农交会有1.2万多家企业携8万多种产品参展,品牌强农、惠农的力度不断增强。



C “科技范儿”应用落地 加速农业高质量发展

除了农产品展示营销,大量绿色、智能的农业新技术、新手段、新产品得到展示推介,也是本届农交会的一大亮点。

一餐份量的腊味煲仔饭食材、云冠橙、百年津沽小站稻……展台前的各类农产品琳琅满目,不少观众驻足观看。据介绍,为满足消费者“吃得健康”的需求,这些产品都可实现全程品控溯源。

记者用手机扫描了龙米家小站稻的罐底二维码,产地地址、种植和收割时间以及稻米品质等信息一应俱全……

展台工作人员姜静介绍说,建设产品智能溯源系统,就是要确保质量安全、品质可靠。

不仅如此,使用农产品“区块链存证”技术,重庆荣昌区养殖的有“身份证”的猪,也能实现生产、流通全流程追溯;依托“智能控制+物联网”技术,江苏不少果园能够实现少人化,甚至无人化生产操作……业内人士介绍,随着各种“科技范儿”十足的农业智能装备、智慧应用走向田间地头,农业现代化进程正在加速。

D 展示现代农业发展活力

奉节脐橙、“荣昌猪”香肠、中粮玫瑰红糖、广东阳江鱼丸……日前在重庆市举办的第十八届中国国际农产品交易会上,区域公用品牌、企业品牌和农产品品牌集中亮相,麻辣鲜香、酸甜清爽等诸多味道,挑动着参展商和观众的味蕾,也从一个侧面展示出现代农业的发展活力。

“优秀品牌是品质的保障、信誉的凝结。”农业农村部副部长韩长赋表示,近年来,农业农村部会同各地大力实施品牌强农战略,引领打造了一大批知名农产品区域品牌、企业品牌和产品品牌。越来越多中国品牌农产品广为人知,被端上国内外消费者餐桌。

农业农村部数据显示,“十三五”以来,我国认定绿色、有机和地理标志农产品超过4.92万个,大力推动贫困地区农产品品牌建设和产业扶贫宣传,有效提升了产品知名度和市场竞争力。

本届农交会首次专场推介农业企业品牌,有关行业协会发布和推介了12大类120余家企业品牌。同时,展会设立了农产品区域公用品牌推介区,组织开展以贫困地区为重点的农业品牌系列营销推介活动。

如今,品牌不仅是餐桌上农产品的身份“标签”,而且正延伸至从田间到餐桌的各环节,农业社会化服务品牌发展便是其中一个重要内容。

金龙鱼百年津沽小站稻、盒马小站稻、福临门

自然香大米、锁鲜冷藏小罐米、云冠橙……在先正达集团中国展台上,诸多品种的农产品有个共同特点:全程品控溯源。记者用手机扫了小站稻品控溯源二维码,可查到产地、种植和收割时间、食味值,以及稻米经第三方机构检测,质量达到婴幼儿米粉标准。

“MAP beside 全程品控溯源是我们最新推出的品牌,对产自MAP标准农场、品质符合MAP beside 产品标准的优质农产品进行背书。溯源平台采集农产品种植、仓储、加工、品评、物流、销售信息,通过区块链技术将信息上链,以三戳方式(地理戳、时间戳、品质戳)提供给消费者。”先正达集团中国总裁覃衡德说。

当前,随着我国即将全面建成小康社会,城乡居民需求正在从“有没有”向“好不好”转变。“十四五”规划《建议》提出,以质量品牌为重点,促进消费向绿色、健康、安全发展。

“与人民日益增长的美好生活需要相比,与高质量发展的要求相比,中国农业品牌发展还有不小差距。”韩长赋表示,今后要把农业品牌作为提高农业质量效益和竞争力的关键一环,以品牌建设引领农村一二三产业融合发展,深化农业供给侧结构性改革,要继续办好农交会,打造中国农业创品牌、打品牌、展品牌的重要平台。

综合新华网消息