

“土特产”消费升温 激活乡村产业振兴新引擎

东北旅游带火汪清木耳、丹东草莓全国走俏、江苏大闸蟹电商平台热销……今年以来,特别是不久前的春节假期,农产品消费持续升温,成为消费新亮点,也成为推动乡村产业发展、农民增收的新引擎。

今年中央一号文件提出,提升乡村产业发展水平,要“促进农村一二三产业融合发展”“推动农产品加工业优化升级”“推动农村流通高质量发展”“强化农民增收举措”。业内认为,下一步,要打造乡土特色品牌,进一步拓展农产品加工的广度和深度,畅通农村物流,支持加快发展农村电商。

这个冬天,伴随东北旅游火热,木耳成为游客们青睐的东北土特产之一。

位于长白山麓的吉林省汪清县水质优良,昼夜温差大,种植木耳有着天然的优势。近年来,该县用提高质量、建立标准、发展电商的思路,培育起一条木耳经济带。

眼下在汪清县桃源小木耳实业有限公司里的生产车间,自动化的机器设备轰隆作响,制袋、灭菌、冷却……一个个规整的木耳菌包很快生产出来。据了解,该公司2023年生产菌包2800万袋,

营业收入达到1.164亿元,生产的成品木耳销售到一些大型商超和餐饮机构。

“我们正在建设游客接待中心、木耳博物馆等设施,为游客提供采摘体验。今年还会推出即食的木耳羹、木耳冷面等产品。”该公司常务副总经理孙森说。

不只汪清木耳,越来越多的特色农产品正从田间地头走出,丰富了消费者的餐桌,也给乡亲们带来了真金白银的收入。农业农村部数据显示,2023年,我国规模以上农产品加工业企业超过9万家;新建50个国家现代农业产业园、40个优势特色产业集群、200个农业产业强镇。

农村电商的发展极大拓展了农货销路,助力农产品实现从“卖资源”到“卖品牌”。笔者在汪清县东光镇满河村电商孵化基地,满河村党支部书记兼村委会主任杨光正忙着带领村民们为木耳直播带货。“春节前后,网上的回头客特别多。”杨光说,“我们村位置偏远,有了电商就不愁销路了。”

去年,黑龙江省虎林市人民政府、黑龙江省农科院和天猫超市就10万亩大米联合种植达成合作,共同进行优质水稻品种培育、开展种植推广,推出大

米产业带“联合种植+品牌孵化+销售保证”的产、加、销一体化发展模式。依托电商平台资源以及“光明”“金龙鱼”“福临门”等品牌优势,解决销售渠道问题,增加农民收入及种植意愿。

根据商务部数据,2023年全年农村和农产品网络零售额分别达2.49万亿元和0.59万亿元,增速均快于网零总体。在产业带动、就业拉动下,农民收入保持增长。据国家统计局数据,2023年农村居民人均可支配收入达到21691元,实际增长7.6%,城乡居民收入比缩小到2.39:1。

业内人士指出,当前,各地发展乡村产业有较好的基础,不过依然存在主体不强、链条短、带动能力弱、同质化等突出问题。对此,今年中央一号文件提出,“鼓励各地因地制宜大力发展特色产业,支持打造乡土特色品牌”“实施农村电商高质量发展工程,推进县域电商直播基地建设,发展乡村土特产网络销售”。

中央财办副主任、中央农办副主任祝卫东表示,我国地域差异大,各地物产丰富,围绕“土特产”大有文章可做。要用现代经营理念、标准、方式把“土”

味优势彰显出来,打造乡土特色品牌,加快把特色资源优势转化为产品优势、产业优势。

“现在一些地方乡村物流配送能力不足,好产品卖不出去、卖不上价,成为产业发展的瓶颈制约。”祝卫东说,中央一号文件重点对健全县乡村物流配送体系、优化农产品冷链物流体系建设、实施农村电商高质量发展工程作出部署,特别是农村电商,已经成为推动乡村产业发展的重要引擎,“藏在深山沟里的土特产搭上电商平台,也可以进入都市百姓家,这方面要支持加快发展。”

农业农村部农村经济研究中心市场与贸易研究室副主任原瑞玲建议,统筹规划、分级布局农产品冷链物流设施,着力完善农村冷链仓储、冷链运输、冷链配送网络;深化电子商务进农村综合示范,利用县级电子商务公共服务中心的场地和设备等资源,打造一批县域电商直播基地、“村播学院”;深入挖掘农村“土特产”资源,培育一批“小而美”的农村电商特色品牌,拓宽农产品上行渠道。

据《经济参考报》

图片新闻

导读

浙江温岭:葡萄园里春管忙

各地积极准备
农资产品
保障春耕春播
顺利开展

20版

易和成集团
发展富硒产业
助力乡村振兴

22版

“海上春耕”忙

24版

连日来,浙江省温岭市新河镇屏上村大棚葡萄园里,果农们疏花穗、剪藤蔓,田间呈现一派忙碌的劳动景象。

浙江省温岭市是“中国大棚葡萄之乡”,眼下6万亩葡萄春管的关键期,万余名农民忙碌其间,为今年葡萄的丰产丰收打下坚实的基础。

林绍禹摄