

新华社哈尔滨电(记者邹大鹏、闫睿、杨轩)隆冬时节,记者在黑龙江省佳木斯市蹲点发现,老农区正经历“天地”之变,从依靠广袤黑土地产粮富农,到向“华夏东极”独特旅游地标和天气资源“淘金”,思想“破冰”让冰天雪地成为金山银山。

从靠地吃饭到靠“天”吃饭

行驶在广袤的三江平原腹地,有“华夏东极”之称的佳木斯,正是一片千里冰封景象。开发“北大荒”建设“北大仓”,这里一直是国家重要的商品粮基地。

习惯忙完春种秋收就“猫冬”的农区人,如今不甘再浪费一季,开始靠“天”吃饭把“冷资源”变成“热经济”。通往佳木斯市郊区的敖其湾滑雪场公路两侧,不时可见高耸的粮食烘干塔和雪雕,街边农家乐里炖鸡、炖活鱼蒸腾着香气,远处山巅的雪道上游客飘逸而下,冰封的松花江尽收眼底。

“过去是怕冷,现在很多南方游客自驾或乘高铁来找冷!”滑雪场负责人李浩略介绍说,雪场有三条专业雪道,还配置了娱乐雪圈滑道,有雪地摩托、戏雪乐园、单板公园等体验区,游客可享受多重冰雪之旅。

夜幕下,佳木斯冰雪大世界宛如童话世界,第二十届佳木斯东极之冬·三江泼雪节正在举办,游客们泼雪逐戏,在冰滑梯上体验速度与激情,在惟妙惟肖的雪雕前记录美好。佳木斯市郊区委书记冯甲伟说,以往夏季来赏大农业、品绿色食品的游客多,眼下依托独特生态和天气资源,老农区正从“猫冬”变“忙冬”。

借“东”风打造旅游新地标

东北各地都能赏冰玩雪,外地游客为啥要来老农区?佳木斯市巧借“东”风,围绕“华夏东极”地理资源和旅游地标,在旅游产品市场供给侧发力,将县域旅游品牌串成“珍珠项链”打造冬季“东极圈”。

接近零下30℃的“东极鱼市”呵气成霜,半人多高的大鱼直挺挺插在冰桶里,各色江鱼层层排列,叫卖声此起彼伏,场面蔚为壮观。在佳木斯市所辖抚远市,鱼市成了游客“网红打卡地”。

“不断丰富冰雪经济产品供给,让游客从单纯游到舒心住、幸福食和心想留。”佳木斯市委常委、抚远市委书记何大海说,当地盛产中国鲟鳇鱼和大马哈鱼,通过开展冬捕节等活动,全力打造“冬季到东极吃冷水鱼”旅游IP。

老农区各区县在抱团“找冷”中同频共振。在赫哲族聚居地佳木斯市所辖同江市,“赫韵之冬”冰雪旅游文化节让游客们感受到了赫哲族传统竞技比赛和年货大集特色文化旅游产品魅力。“我们集冰雪娱乐、体育竞技、美食品鉴、渔猎体验和口岸特色于一体,不断赋予冰雪经济以文化内涵。”同江市委书记张大伟说。

让“冰天雪地”变成“金山银山”

把地域品牌、资源品牌再加工,打造“冰雪旅游+民俗文化+体育赛事+冰雪制造”等立体产品延长产业链,“冰天雪地”产业基因被激活。

2022年,佳木斯市落地冰雪产业项目14个,总投资额17.4亿元。在一家摩托车生产企业的厂房内,一辆辆正待出口的越野摩托和雪地摩托正在调试。“公司每年生产越野摩托和雪地摩托4000余辆,全部订单销售。”总经理付春生说,目前国内对冰雪机械产品的需求也在激增。

春节临近,电脑上不断蹦出的“滴滴”下单声、撕扯胶带的快递打包声交织,“东极鱼市”日线上销售额达30万元以上,鱼产业也借冰雪而兴。

在敖其湾滑雪场宽敞的雪具大厅内,佳木斯市滑雪协会会长石娜正在完善儿童滑雪研学培训产品,她说,北京冬奥会后冰雪体育运动不断升温,省城高铁等交通设施不断完善,当地紧邻黑龙江省亚布力滑雪旅游区的地缘优势被释放,产品不断丰富,让更多游客选择“东游记”,让“冰天雪地”变成“金山银山”。

(上接1版)地处汉江之滨的石牌镇是闻名全国的“豆腐之乡”,因为水好、豆好、工艺好,石牌豆腐味道醇厚、色泽纯正,受到市场欢迎。上世纪末以来,一批批石牌“豆腐郎”外出闯荡,在全国500多座城市以及新加坡、韩国、泰国等地扎下根来,做起豆制品生意。

每到春节,在外的“豆腐郎”就像候鸟一样,回到挂念已久的“老窝”。今年返乡过年的“豆腐郎”格外多,镇上宽阔的双向四车道上,穿梭而过的车辆都挂着各地的牌照。

“明年回家修一修老屋。”“今年努力,争取赚辆豪车。”“家里老人年纪大了,不跟着出去帮忙了,以后赚钱全靠靠自己。”……这些忙着来买的“豆腐郎”,你一言我一语地聊了起来。

“90后”的肖晓被称为新一代“豆腐郎”。“做豆腐是父辈留给我们的谋生之道。”肖晓说,如今消费市场和20年前大不相同,年轻人更喜欢新潮,豆腐要玩出花样,多开发新产品,才能受到欢迎。

“花样再多,不能忘本。”“豆腐郎”黄明忠则一直坚持古法工艺。在本地做豆腐的他,往年总歇到正月十五以后才开工,今年大年初三就忙碌起来。这几天,黄明忠的豆腐工坊里始终雾气缭绕,豆香四溢。工人忙个不停,磨浆、煮浆、摇浆、点浆、压制……“今年过年生意蛮好,我们每天要消耗掉1000多斤黄豆,从春节到现在卖了10多万元。”

“世上三般苦,撑船打铁磨豆腐。”做豆腐时常三更睡、五更起,非常辛苦。近些年,“豆腐郎”不断谋求生产工艺优化,减轻劳动强度,扩大生产规模。18岁起跟着哥哥做豆腐的鄢维斌,兴办标准化豆制品生产企业,形成加工、销售、物流一条龙的企业。

“豆腐是石牌的招牌,全镇9万多人中,有八成从事豆制品及其相关行业,有3万多人在外做‘豆腐郎’。每年每户能赚几十万元甚至更多,带动周边乡镇10余万人外出就业。石牌豆制品制作技艺,被纳入湖北省省级非物质文化遗产扩展项目名录。我们计划筹办石牌的古镇豆腐文化节和豆制品展览会,一定要打响石牌豆腐‘健康、养生、长寿’的品牌。”石牌镇商会会长周志强说。

近年来,石牌镇做起豆腐文章,引进豆制品食品加工企业,建成了食品产业园。“除了鲜食豆制品,产业园主要生产豆粉、豆腐花、植物蛋白饮品等,通过机械化提高生产效率,形成本地产业集群,带动地方经济发展。”荆门长寿食品产业园负责人陈晓亮说。

新华社武汉1月29日电

“冬闲人忙”放手干
湖南新型粮油生产经营主体新春走访见闻

新华社长沙1月29日电(记者苏晓洲、谢奔)在湖南省湘乡市金盏乡辅正村,种粮大户李俊德和上门查看农情的副乡长童虎军仔细端详正在抽薹的油菜后,都面露喜色。“今年我种的500多亩油菜长势不错,等收了油菜马上种优质稻,品种我都选好了。”李俊德踌躇满志地说。

记者近日走访湖南省水稻、油菜生产大县湘乡市、湘潭县,看到农村一派“冬闲人忙”景象。很多像李俊德一样的“新农人”一边冬种,一边维修保养或添置农机、修水利、建高标准农田,大有兔年放手大干的架势。

李俊德和湘乡市泉塘镇种粮大户舒纲举等人,都是家中住房不大、“机房”很大。“机房”里旋耕机、插秧机、收割机、烘干机、无人机等一应俱全。舒纲举等人告诉记者,现代化农业机械是种粮大户的

“命根子”,大家都在潜心钻研农机驾驶和维修技术,反复磨炼农用无人机航线规划、避障和飞行作业技术,现在的种地能手几乎都是装备运用高手。

“过去春耕靠水牛、黄牛,如今地面农事靠‘铁牛’,喷施叶面肥和农药用‘飞牛’(无人机),农业机械化大幅提高了效率、降低了成本,‘家庭农场’种几百亩地的情况越来越普遍。”童虎军说,“很多种粮大户赚了钱就添置农机,除了自用,还承包经营机播、机收、无人机植保、工厂化育秧、粮食烘干、秸秆回收加工等社会化服务,投入产出正在形成良性循环。”

湘乡市金石镇人大主席彭定根深有感慨地对记者说,近几年湖南先后遭遇低温阴雨、夏秋连旱等情况,加上受农资价格上涨、疫情等因素影响,粮油生产经营一度遇到困难。但依托国家稳定粮油价格、强化农业基础设施建设等好政策,依

靠农业生产新技术、合作经营新模式和发展社会化服务,粮油生产经济效益逐年好转。如今“新农人”们发展生产的劲头越来越大,适度规模化经营的新型粮油生产经营主体正持续涌现。

在湘潭县分水乡分水村热火朝天的冬修水利现场,村党总支书记左新军告诉记者,村里山地多,耕地分散、劳动力短缺,种粮成本高、收益低。近两年,村里在湘潭市、县农业部门指导下,推行“统一农机和技术服务,统一农资供应,统一回收利用秸秆,农户分散经营管理受益”合作经营模式,农民种粮积极性不断提高。

左新军掰着手指给记者算了一笔账:“三统一分”后农户育秧,农资采购、农机租赁等负担大为减轻,加上争取项目资金支持、秸秆回收等收益,每亩能降低种植成本近500元。“生产少花冤枉



人勤春早劳作忙 ▲1月29日,贵州黔南州平塘县平舟镇京舟村农民在劳作。时下,全国各地农民积极投入农业生产之中,一派人勤春早的忙碌景象。 新华社发(肖伟摄)

再访7年前蹲过点的村庄

听说7年多前记者蹲点的东斟灌村,这几年吸引了几十名大学生回乡“玩”棚。在不少农村发愁引不来、留不住年轻人的背景下,这个位于“蔬菜之乡”山东寿光最东端、毫无区位优势村子是如何做到的?记者赶去一探究竟。

进入东斟灌村,村头的交易市场、村北的彩椒大棚一片忙碌。老菜农李义海等人骑着电动三轮车拉彩椒卸到市场的仓库里。这些彩椒将被集中装车,发往成都、贵阳等地,部分还出口俄罗斯。

卖彩椒的菜农里,有个羽绒服里套着文化衫的青涩面孔。村党支部书记尹成友招呼着记者:“这就是我们回乡大学生、菜农李庚。”

“卖了多少?”记者跟李庚打着招呼。“两车3000多斤,这两天价格还行,一斤三块七,到账13046元。”戴着眼镜的李庚略显腼腆,拿着手机给记者看转账记录。

1990年出生的李庚,大学毕业后曾在济南、潍坊经营装饰公司。2020年李庚回村和同学交谈中,了解到他们种大棚都赚了钱,自己也回来了。

“寿光管种大棚叫‘玩’棚,我现在‘玩’了3个棚,过去3年一年建了一个,

每个棚投资都在五六十万元。”李庚说。

3个棚能干得过来吗?面对记者的疑问,李庚拉着记者去了2022年在村东北新建的大棚。

记者看到,和父辈的老式大棚不一样,棚内纯体力劳动大大减少:使用智能手机就能控制大棚卷帘机,放风控温实现了自动操作;配备水肥一体机,浇灌施肥基本不用人力;大棚高大,不用弯腰就能进入,在里面劳作也舒适。

“现在俺这彩椒产业发展好,对于暂不能机器取代的劳作,已经形成了栽苗、打杈、采摘等多支专业化队伍。”李庚指着棚内正在劳作的李素艳等4位妇女说,她们就是专门给大棚彩椒打杈的。

临近中午,4人忙完。“都打完了,4个人共22个小时,记上账吧。”李素艳对李庚说。

一旁的尹成友说,打杈一般一小时20多元,她们在这家忙完还要去别家。随着温室大棚的升级,村里的“棚一代”与“棚二代”形成了互补关系:年轻人有知识有文化,思想解放敢于投资,但种植经验缺乏;村内的中老年菜农思想相对保守,但他们有丰富的种植经验。“富余劳动力在本村内就转移了。”

重庆奉节:农旅电商助力,一颗脐橙串起“甜蜜产业”

新华社重庆1月28日电(记者周思宇、陶冶)冬日三峡薄雾缭绕,行走在地处三峡库区腹地的重庆市奉节县,一片片脐橙林夹岸而生。迎来丰收季,黄澄澄的果子挂满枝头。

奉节是全球8大脐橙主产区之一,脐橙种植历史可溯源至汉代。诗人杜甫移居夔州(今奉节)时曾为之作诗:“园甘长成时,三寸如黄金。”早年间,奉节脐橙虽品质上乘,却因销售渠道单一没能带动百姓致富。

今年70岁的果农余都香种了快50年的脐橙,他回忆道:“以前都是商人来奉节收购,老百姓哪懂销售,价格一直卖不起来。”后来,余都香咬牙借了一笔钱,租来4辆卡车把村里几十吨脐橙带去成都,没想到亏得血本无归。

如何开辟脐橙与消费者之间的“直通车”?奉节将目光投向互联网电商。

“2013年我们出台电商奖励政策,2016年开始推广直播,目前卖脐橙的网店已有近2000家。”奉节县脐橙产业发展中心工作人员袁敏荣介绍,近年来奉节脐橙电商销售稳步发展,物流便捷度也不断提升。

“村民们参与电商的积极性很高,在永乐镇江南村1社,70户人家有68户都在网上卖脐橙,最多的一年要卖30多万元。”袁敏荣说,有的村子由于脐橙产业发展得好,电商普及率也高,吸引了10余家快递公司直接在村里设点,为果农们提供上门服务。

余都香今年收获了近3万斤脐橙,正值销售黄金期,他忙着给顾客包装发货,一天能卖出1000多斤。他告诉记者:“快递很方便,把装好的脐橙放在路边,快递员就会上门来收,很快鲜果就能送到顾客手中。”

电商模式不仅解决了流通和售卖难题,更提高了脐橙的“身价”。果农们给记者算了一笔账:优级脐橙收购价约每斤2.3元,而自己卖平均每斤价格能达到3.2元。“没有经销商在中间加价,农民和消费者都能得到实惠。”余都香说。

奉节县商务委员会主任李晓霞介绍,除了农户自己售卖,政府还大力推广“电商企业+脐橙基地+农户”合作模式,鼓励企业与脐橙种植基地或专业合作社建立稳定产销关系,让“互联网+脐橙”更加高效。

在中国三峡柑橘(奉节脐橙)交易中心,一辆辆满载着脐橙的货车不断驶入,这些脐橙刚从农户家采摘下来,随后将进行清洗、分选、包装工序。“作为集约化供应链,中心将缺乏销售渠道的农户整合起来,收购脐橙供应给电商企业、商超

和农贸市场,目前年销量2至4万吨。”厂区管理杨刚说。

“交易中心二楼公共区域有将近500平方米,我们将它打造成‘共享直播间’和‘共享办公室’,为‘新农人’提供免费服务,让直播带货更加便捷。”杨刚介绍,“共享直播间”投用后,已有几十位主播入驻开展直播业务。

奉节脐橙作为当地特色农产品,串起了推动乡村振兴的“甜蜜产业”。据了解,目前全县脐橙面积稳定在37万亩,综合产值超38亿元,带动30万户橙农致富,造就了10个产业“亿元村”。

“去年奉节到重庆的高铁通车了,立足本地优势旅游资源,我们还要将旅游业和脐橙产业结合得更紧密。”袁敏荣表示,奉节正着力打造特色采摘体验线路,未来将进一步延伸脐橙精深加工链条,探索脐橙的更多可能。