

本期主题：蔬菜产业链
策 划：经济部

菜篮子里好淘金

全市蔬菜产业发展扫描

本报记者 易善任

4月15日，春阳正暖。在永定区新合片生态旅游农业示范区蔬菜基地，油麦菜、大白菜、生菜等十余种蔬菜在阳光下显得逼眼，数十位菜农在基地里来回穿梭，摘菜、择叶、运送，一派繁忙，人人喜形于色。

这是我市蔬菜产业发展的一个缩影。近年来，市委市政府高度重视“菜篮子”工程建设，将蔬菜产业作为农业产业发展的重要一极来抓，并将之作为实施乡村振兴战略增加农民收入的重要举措之一，经多年发展，成效渐显。

截至目前，全市已发展市级以上蔬菜龙头企业24家、蔬菜专业合作社82家。今年一季度全市蔬菜种植面积约30万亩，产量20万吨，产值5亿元，市场供应充足。

绿满田地间

来到永定区枫香岗街道大溶溪社区，走进张家界大溶溪吕氏大棚蔬菜种植专业合作社的蔬菜基地，坪中田块，长满白色的大棚，成行成排地在坪中延伸，规整的产业链将数个大棚并联或串联起来，形成条条畅通无阻的“生产线”。

刚播的菜种正在密闭的大棚里孕育，卷帘的大棚内是破土的菜苗，半敞的大棚内是成熟的蔬菜——小白菜、大白菜翠绿鲜嫩，绿满田间。菜农正忙着采摘，一担担挑运到板车上，虽汗湿衣背，但笑颜如花。

每天往超市、菜市场送上千公斤蔬菜，边采摘边运输，忙不赢。半个月来，已卖出近一万公斤白菜，收入3万元。呵呵呵！

行走在田间，一路飘洒着菜农们幸福的话语和开心的笑容。

菜畦沟里保持水位，使土壤水分适宜，让蔬菜均匀吸收水分和养分，这比浇灌省时省力还省钱。大棚边，市农业农村局蔬菜种植技术专家刘跃进指着棚内一畦畦绿油油的油麦菜讲起蔬菜种植经。

吕氏大棚蔬菜合作社的蔬菜基地专供本地市场。蔬菜基地按供应市场分城镇蔬菜基地和专业化蔬菜基地，专业化蔬菜基地专销全国或出口；按蔬菜种植、加工特色分，有高山反季节蔬菜基地，加工蔬菜基地，设施蔬菜基地等。

目前，我市共有商品蔬菜基地面积35万亩，已形成了永定区枫香岗片区、后坪片区、慈利县永安片区、零溪片区，桑植县南岔片区等共5万亩城镇蔬菜基地，永定区崇山、熊壁岩，武陵源区天子



山，慈利县道人山、桑植县白石等高山反季蔬菜基地，慈利县金岩黄花菜加工蔬菜基地等。

做响菜品牌

做响蔬菜品牌，是做大做强蔬菜产业的捷径。我市位于地球北纬30度生命养分带，气候温润，优越的地理位置和区位条件造就了蔬菜的品质优势。

进入4月以来，在桑植县官地坪镇黄家台村湖南大湘西魔芋有限公司魔芋特色产业基地，到处是一派忙碌景象：整地、深耕、播种……作为省级农业产业化龙头企业，生产的魔芋面条等绿色生态、无公害、有机产品，远销广东、江苏、浙江等地。

魔芋中含有大量的葡甘露糖和18种人体所需的氨基酸，以及多种不饱和脂肪酸。据《本草纲目》等医学专著记载，魔芋有消肿、散毒、化痰、通脉、健胃等功能，被誉为“血液净化器”“肠道清毒夫”。魔芋利用价值高，可加工魔芋面条、糕点、果酱等系列化食品以及药物。桑植是魔芋资源大县，魔芋品质高。2015年，桑植魔芋获得国家地理标志证明商标。如今，桑植魔芋产业已经成为带领当地农民脱贫致富的农业产

之一。

目前，全市建设100亩以上规模基地102个，其中1000亩以上连片基地26个，创建省级蔬菜产业园5个。桑植萝卜、洞溪七姊妹辣椒被认定为国家地理标志保护产品，桑植魔芋、张家界葛根粉获得国家地理标志证明商标。目前，全市共培育企业品牌20个、产品品牌15个、国家地理标志保护产品3个。金岩黄花菜、张家界苦笋、湘阿妹菜葛等蔬菜产品品质优良，走俏市场。

配送活市场

生鲜配送，方便了我的生活。4月16日在逸臣中央小区，张家界佰胜生鲜网的送货三轮车刚停，等候在此的唐女士接过蔬菜，一脸轻松地说，小白菜、红苋菜等叶菜类非常新鲜，跟刚采摘的差不多，都是城镇蔬菜基地生产的。

这是我市生鲜配送的一个镜头。疫情发生以来，无接触生鲜配送成为城市里一道靓丽的风景。

随着移动互联网技术普及，上班一族喜爱上了送货上门这种简便快捷的生活方式。网淘、点餐、外卖等已成为年轻人日常生活中不可或缺的一部分。蔬菜、水果等生鲜配送亦



走进人们的生活。

目前，我市已建立蔬菜配送平台5家，张家界佰胜生鲜网是生鲜配送中的佼佼者，仅认证半年多的佰胜生鲜网，已有数千名注册用户。在平台下单，商品满50元市中心城区免费配送。佰胜生鲜的蔬菜有叶菜类、辣椒类、葱姜蒜、茄瓜果豆、特色菜等10个品类200多种，可满足客户的各种需求。

有了生鲜配送，蔬菜从采摘到餐桌，时间更短蔬菜更新鲜。一蔬菜种植大户告诉记者，蔬菜按销售商的订单生产，点对点直供，即时采摘及时上市，既保证了蔬菜的品质，又解决了蔬菜卖难的问题。

互联网+蔬菜已成为当下蔬菜销售新业态、新模式，生鲜配送让蔬菜市场更具活力。一生鲜网负责人高兴地说。

发展高质量

蔬菜产业是农业产业的重要组成部分，是实施乡村振兴战略增加农民收入的重要产业之一。市农业农村局相关负责人介绍，多年来，我市实施“菜篮子”市长负责制，将蔬菜产业发展纳入“菜篮子”考核重要内容。蔬菜产业的发展是晴雨表，其好坏直接决定着“菜篮子”的质量。

为推动蔬菜产业高质量发展，市委市政府出台蔬菜生产指导意见、蔬菜产业发展行动计划、蔬菜基地建设实施方案、定期组织蔬菜种植大户培训等。同时，我市推出蔬菜种植保险、蔬菜价格指数保险，目前，全市蔬菜保险面积达12万亩，蔬菜价格指数保险面积达5万亩，这增强了全市蔬菜产业的抗风险能力，让蔬菜种植者吃下“定心丸”。

在种植模式上，我市推广新、优、特蔬菜新品种，简化栽培技术、集约化育苗技术；在绿色防控上，推行绿色植保理念，推广化肥农药“两减”技术，建立蔬菜产品质量溯源体系、蔬菜质量安全检测监管体系。同时，推广大棚种植、水肥一体化等栽培技术，发展节水蔬菜、智慧蔬菜、可视蔬菜、设施蔬菜，全市蔬菜产业实现高质量发展。

农业小白 成长路

本报记者 陈洁

走进佰胜农业科技，记者见到工人们正在有条不紊地对蔬菜进行质检、分级、预冷、包装，为下午将一万斤芦笋发往杭州做准备。

乌黑的寸头，身着寻常可见的黑色休闲西装，脸上透露出军人特有的坚定眼神。眼前这位就是有25年党龄的张家界市劳动模范——最美退役军人——许云勇。

许云勇，张家界市永定区合作桥乡人。当过兵，退伍之后南下打工，从基层干起，多年来积累了丰富的生存技能，赚取了第一桶金。随后，他以军人特有的不服输、不怕苦、霸得蛮的精神，用他人生的第一桶金建厂创业，从刚开始的赔本到后来的赚钱，经历了无数坎坷，最终成就了自己的一份事业。随着父母年纪的增长，他决定回家乡发展，利用在沿海创业工作的经验，带领家乡百姓一起致富。

在水沟旁，两名工人以最快的速度清洗萝卜，1天才能清洗一辆三轮车的量。大冷的冬天，村民的手裂了好多口子。看着如此场景，许云勇说：“回来的目的是什么？不就是陪伴父母，带领村民一起致富吗？说干就干，从刚需着手，带领村民一起进军农业，从地头到餐桌，做农民伯伯的搬运工。”

2011年至2013年，初进农业行业的许云勇还是一个“农业小白”，不论生产还是种植，都是自己尝试，然后带动村民一起上。买不起肥料的送肥料，卖不出去的产品公司回收，许云勇采用“基地+公司”模式种植200多亩蔬菜，不打药，不用机器，太阳灯杀虫，利用人海战术将绿色蔬菜送上平常百姓的餐桌。现实比想象中残酷，因为农业生产周期长，收益低，许云勇从广州带回来的三百多万元资金在两年之内很快就全部用完了，资金出现了断档。

2013年至2014年，经过“走出去，学进来”，许云勇由原始种植方式转为半自动化耕作。他购进了耕田机，扩大了种植面积，引进了更多更好的品种，蔬菜产量提高了，蔬菜品质提升了，销售价值也涨了。但毕竟入行不久，对市场把握不准，没有建立起完备的产品销售链条，许云勇又为菜的销售犯上了愁。

互联网帮了许云勇的忙，解决了成本高、房租高、损耗大的问题，当初致力于进入张家界每一个小区的直营店打算就此取消，转而大力发展线上订单，成立配送中心集中配送。客户多了，人工订单汇总易出现错单、漏单等问题，清理起来往往耗费大量的人力。许云勇又开始转变作战方式，采用“家庭农场+合作社+公司+平台”模式，引进“美菜网”，搭乘国内有名的生鲜软件，把家乡的农产品销往全国各地。最高峰一个月营业额达到100多万，由供应二三十个商家增至上千家，仅张家界本地B类客户（酒店、餐饮）就有1000多家，C类客户（家庭）每天保持在200家以上。量做起来了，利润也跟着上去了。许云勇对产业发展前景充满了憧憬。

互联网的低成本、高效率让许云勇看到了希望，他决定招募懂软件开发的伙伴共同研发“佰胜生鲜网”，以化解制约，争取主动。2019年，公司销售农副产品260多万公斤，销售产值超1000万元，带动3家公司、13多个合作社、150个家庭农场、400多农户从事蔬菜种植，基地面积达8000亩。

2020年，疫情影响了众多行业，佰胜农业科技有限公司也是其中一个。因客户大多是餐饮行业，受损三分之二。虽然公司受影响，但许云勇本着军人“退伍不褪色”的红色基因，大年初三就召集员工回厂复工。公司掏钱买防疫物资，严谨执行防疫相关程序，为客户送上安全蔬菜，保证市民需求。同时，公司回收基地4万多公斤白菜、萝卜、包菜以解决老百姓蔬菜滞销问题。截至目前，公司已销售农副产品30多万公斤，产值300多万元。

在创业过程中，许云勇跟众多创业者一样，以办公室为家，拿沙发当床，吃住都在公司里。生活质量可以下降，对农业的情怀不能变。农业不是生意，是事业。我相信未来可期。这大概就是许云勇坚守十年初心不改的底气吧。

这就是人间烟火

本报记者 秦勤



滋润点，就要去不同的地方买不同的菜。

走进农贸市场，生活气息扑面而来。怪不得古龙会说：“一个人如果走投无路，心一窄想寻短见，就放他去菜市场。”菜市场浓重的烟火气息和茂盛的生命力，足以让一个心如死灰的人重新萌发生活的激情。

在农贸市场，摊主上货是项技术活。为了吸引顾客在摊前驻足，茄子、白菜、番茄无论从颜色的搭配还是摆放的技巧都经过一番思量。他们手里掌握着绝佳的色彩美学，简直就是日常生活里的艺术家。

好看的就一定好吃？家住月亮湾小区的刘奶奶挑菜选菜有自己的心得：细的短的韭菜才是真正的本地小韭菜，用它炒出来的菜能香出几里地；选白菜是越重越好，重的白菜才甜；黄瓜得挑身上刺多的，刺越多越新鲜……说起她的挑菜经，刘奶奶

奶是如数家珍。

如今虽然网上也可买菜并可冷链到家，但完全不能取代逛菜市场的那份踏实。货比三家之后把菜篮子塞得满满当当的时候，心中总是泛起一种特别的成就感。拎着沉甸甸的战利品，盘算着给家人煲碗汤、给来家里做客的人烧个拿手小菜……我想，这就是稳稳的幸福吧。

要骨感更要丰满

澧水河

弟弟在老家开店卖农资多年，主营化肥、农药和种子。时常看见一些六七十岁甚至八十多岁的大爷大婶，三斤五斤买化肥，一支两支买农药。我非常佩服他们，佩服他们日复一日辛勤劳作从不厌倦，佩服他们但有所得从不奢求，佩服他们说出“自个种的，尝尝”时的慷慨、傲骄和随意。

一边吃他们种的菜，一边却臭词乱蹦污损他们。这就是现实生活！你敢说你没讲过“叶子菜都是药水泡到的”等等不经调查就枉自臆断出来的混账话？现在我改口：“农药不可能不打，化肥也很难不用。”理由是，我们不仅要高产量，而且还要尽可能地少付出。借助高效的药物和高能的化肥，我们控制住了病虫害，也得到了想要得到的高产量。我们不能一边享用着高效农药和高能化肥带给我们的果实，一边又埋怨它破坏了我们的家园，毒害了我们的身体。

有人说，应该采取物理措施，使用生物技术。物理措施是很好，但青壮年劳动力都外出打工去了，哪来那么多劳动力安心乐意在菜地里捉虫？生物技术是值得提倡，但一时半会儿肯定无法大面积推广应用。所谓“道高一尺魔高一丈”，农业技术日新月异，病虫害也在与时俱进，我们不能指望几盏诱蛾灯捕杀所有的害虫，几担生石灰解决所有病害问题。

但请相信，施肥打药皆有度，一切都在可控的范围之内，菜不可能用农药泡着，肥也只会施在当施之处当施之时。种菜卖菜都是辛苦事，得到几个辛苦钱还得看天老爷的脸色。这样苦的活，这么薄的利，农民能不仔细算计？能有虫没虫打打药、有事没事乱施肥？

有报道说，日本一家公司在山东莱阳租种1500亩土地。头五年，荒着。按照日本所谓的古训，种地之前先做土，做土之前先育人，投入大量精力恢复土壤，不撒化肥，用牛粪堆肥，不施除草剂，要手拔锄头，极少用农药，要用也用生物制剂，土壤定时检测，确保养分均衡。

报道说，他们种粮食不打农药，顺天收，栽果蔬不重产量要质量，种养结合搞循环，持续丰收好多年。又五年，他们的产品上市了，少量上市北京、上海，其余全部销往日本，价格高昂但供不应求。

本人向来佩服日本人做事的认真与严谨，读罢此报，未曾稍思量，心中已称许。但仔细一琢磨，发现不对。这是日本人的古训吗？不是。我们的父辈祖辈，我们的父辈祖辈的父辈祖辈，由此上溯五千年，华夏大地的历朝历代的农民，我们的老祖宗不都是这样耕田种地的吗？细想来，都是因为几十年我们太急功近利了……我们曾经奔脱贫为温饱，我们还要奔小康求复兴。为了养活十几亿人口，我们要高产量，为了高产量，我们深度开掘地利，极度利用物力。总之，我们不能悠哉悠哉混日子，只能加快脚步撸起袖子加油干。

但是，所有这些都不能成为我们急功近利、舍弃传统的理由。我们不能奔着跑着，一不留神就把老祖宗留下的宝贝、优秀的传统给玩丢了。理想很丰满，现实很骨感。在这样的两难之间，我们可以时不时犯点小糊涂，但不能偏离理想太远，彻底迷失方向。走一点弯路不要紧；只要所去不远，能够找回来就好。

慈利：品牌造就蔬菜强县

本报记者 郭文

慈利县大力发展战略性新兴产业，实现由“蔬菜大县”向“蔬菜强县”的跨越，形成了外有市场、县有龙头、乡、村有基地的产业格局。

蔬菜产业已经成为慈利县农业产业化的主导产业。该县常年有蔬菜商品蔬菜基地面积11.9万亩，播种面积达到21.3万亩，商品蔬菜年产量30.5万吨，产值9.6亿元(其中蔬菜种植6亿元、加工流通及相关产业3.6亿元)。产业结构呈现城镇蔬菜基地、特色蔬菜基地、高山蔬菜基地三大板块布局。其中：城镇蔬菜基地面积1.2万亩，以永安蔬菜基地为中心，品种达100余个，复种指数3.1以上，重要蔬菜产品自给率达78.6%；特色蔬菜基地面积4万余亩，品种10多个，主要有洞溪七姊妹辣椒、湘北魔芋、恒鑫红(白)苔菜、九渡溪黄花菜、友源螺丝辣椒、五雷山玉竹、金岩土家族珍珠花等特色蔬菜；高山蔬菜基地面积3万亩以上，品种有秋延后辣椒、反季节萝卜、白菜，主要分布在东岳观、高峰、龙潭河、南山坪、洞溪、三合等乡镇。

同时，慈利县大力培育蔬菜加工企业和加强流通体系建设，现有蔬菜加工企业近10家，年加工鲜菜能力达3000吨。张家界洞溪七姊妹辣椒开发有限公司年加工鲜辣椒550吨，年产辣椒系列产品300吨，销售收入1037万元，年利润达188万元。与外方市场开展合作的蔬菜生产主体达10多家，蔬菜配送中心3家，直销店13家；全县蔬菜电商平台已达12家，在农村商务信息网站发布34.4万条信息，年促成总成交2.8亿元。

该县为让市民吃上放心蔬菜，大力加强蔬菜品质提升，注重蔬菜品牌创建：目前，该县有“三品一标”认证蔬菜企业6家，洞溪七姊妹辣椒获得国家地理标志称号，4个蔬菜产品获得绿色食品证书。蔬菜品种获得无公害、绿色食品证书。