

以青春之名,奔跑在共富路上

——我省农创客助力共同富裕的故事(上)

□本报记者 杨怡

推进共同富裕,主战场在“三农”,短板弱项也在“三农”。可喜的是,在浙江,有这样一群青年,他们身怀梦想,立志投身“三农”,用自己的新理念、新技术、新模式,为农村带去新气象,带领村民一起走上致富路。他们有个统一的名字——农创客。

近段时间来,记者走访了几位农创客代表,近距离体验他们是如何通过新技术、新思维、新业态等,带领村民共同发展的。

数字赋能,实现科技兴农

在湖州南浔,有一家名为“庆渔堂”的科技公司,该公司借助物联网、大数据、区块链等创新科技,全面驱动传统渔业的数字革命。公司创始人沈杰,是一位“80后”的中科院博士,也是一名农创客。

“我打小看着父亲养鱼,所以很清楚这其中的艰苦与风险,可能从那时起,我心里就萌生了要改变这一困境的想法。”记者采访沈杰时,他正在基地的鱼塘边进行设备测试。谈起回乡从事农业,他告诉记者:“一方面是因为渔业蕴含着巨大潜力,另一方面也想帮助渔民增收致富,让他们在致富路上少走弯路。”

过去5年,庆渔堂团队以物联网创新技术为核心,加快渔业数字新基建,普及推广无人渔场,实现数字养殖高效化、产业数据可视化。同

时,通过建设“数字渔仓”(农业产地仓),对商品鱼进行检测、分拣、暂养优化和加工等,以工业拉动农业,实现“农工互补”。

“一开始推广时,挺困难的。面对新生事物,渔民们根本不接受。”沈杰说,他只好带着团队走村入户,免费帮渔民安装,让他们免费试用。几十个养殖户免费试用后,深深体会到了物联网的优势,随后口口相传,市场也就慢慢打开了。

“现在,晚上不用再起夜巡塘了,不光是省了力气,第一年我们每亩效益还提高了680元。”南浔区菱湖镇千丰村的养殖户章利恩是最初安装试用物联网的养殖户之一。他告诉记者,过去依靠经验养鱼,晚上经常要巡夜,密切关注塘里的含氧量,稍有不慎,鱼儿就会成片死亡。“现在好了,一只手机就能操作,以前想都不敢想

的。”他笑着说。

据统计,截至2020年底,庆渔堂团队立足湖州辐射长三角、珠三角地区,已服务近5000户养殖农户,服务鱼塘面积超过13万亩。同时,在数字养殖赋能下,实现水质实时监测、自动增氧等,充分释放劳动生产力,人均管塘面积增加200%,亩产增加近30%,用户满意度高达99%。

“未来,我希望能把庆渔堂现有的技术成果,推广应用到其他农业产业上去,开启新征程。”沈杰如是说。



精深加工,延伸产业链条



生产方式的革新,是农业可持续发展的“心脏”。如果说沈杰的创客之路,是以科技为依托,促进生产方式革新,那么,金华的钱继昌,走的便是以产品为依托,延伸产业链,提升产品含金量,从而做强做大传统产业。

金华市金东区赤松镇下新屋村是远近闻名的无花果种植专业村,早在1991年,村里便开始引进种植无花果。钱继昌是土生土长的下新屋人,2010年退伍回乡的他,帮着父亲

经营一家鲜果合作社,并在2015年办起了家庭农场,种植无花果,同时帮助周边种植户销售无花果。

“无花果易破皮,保质期短,很容易腐烂。”钱继昌说,2019年,他把目光投向了无花果深加工产业,办起了无花果果酒加工厂。在他的带领下,记者走进了加工厂的一个仓库,一股弥合着无花果香的酒香扑面而来。“这个仓库存放的是3年陈的果酒,那边的是5年陈的,都是按年份标记放置的。”钱继昌说,把无花果加工成果酒,不仅解决了鲜果销售的难题,延伸了产业链,还带动了当地村民就业。“旺季的时候,一条生产线上就要20多名员工,包装车间最多的时候需要60多名工人。”

据了解,2015年至今,钱继昌带动周边500多户农户,种植无花果3000多亩,农户亩均收入在2万元以上。2020年共销售无花果1500多吨,总产值突破5000万元。

不仅如此,钱继昌还在云南、安徽、海南等地建起了无花果生产基地。2018年以来,钱继昌与安徽省宿州市埇桥区永安镇野楼村、高滩村及西二铺村等合作实施“无花果产业链扶贫项目”,目前已建成无花果基地600亩,带动种植户105户,平均每亩产值超2万元。

“以前一直在苦苦寻找着真正想做的事情,现在在家乡的土地上,终于找到了自己的方向。”钱继昌说,他对这片山水充满了感恩,对带动当地村民共同致富也充满了希望。

“互联网+”,开拓无“线”市场

松阳县大东坝镇,这个风光优美、民风朴实的地方,出了一位新“蜂农”——麻功佐,他用“互联网+”的思维驰骋在乡村振兴主战场,带领周边蜂农创业致富,从酿自家乡绿水青山的土蜂蜜中掘得了“金山银山”……

2014年,在城市打拼的麻功佐发现周围的同事对家乡的土蜂蜜赞赏有加,几经思索后,决定辞职回乡养蜂。那年8月,麻功佐成立了合作社,注册了以古村落命名的“横樟土蜂蜜”商标,大力发展中华蜂养殖。

“以前,我们这里由于交通、信息不畅等原因,很多蜂农养殖土蜂,产出了好蜜,却没能卖出

好价钱。”麻功佐表示,合作社采取统收统购模式,让蜂农们吃下了定心丸,纷纷签订协议,“仅那一年,合作社就成功销售了2500多公斤土蜂蜜。”

这么多蜂蜜怎么卖?麻功佐借助自己之前开网店的经验,灵活运用互联网,打造土蜂蜜电商产销体系,在全国发展了近百名网络代理。“我们把养蜂、割蜜的全过程制作成短视频,在各直播平台发布,告诉大家土蜂蜜来自哪里,怎样养殖。”麻功佐说,这样让消费者蜂蜜的品质更放心,很快就积累了一批忠实粉丝。

当短视频风口来的时候,麻功佐接住了,而且接得漂亮。

如今,麻功佐团队的粉丝量已超过400万,有的视频播放量达到五六千万次。随着粉丝团的不断增加,订单也越来越多,最高时一天能卖出250多公斤蜂蜜。去年,团队销售额超1500万元。

麻功佐说,下一步,他将建3个以蜜蜂旅游为主题的养殖基地,带领父老乡亲一起迈向共同富裕。

