

打好“绿色牌” “链”上长三角

——2024年长三角绿色优质农产品推广周活动侧记

□本报记者 蔡希师

近日,2024年长三角绿色优质农产品推广周活动在杭州举行。我省作为承办方之一,精心挑选并展示了众多极具特色的土特产,如大佛龙井、缙云麻鸭、慈溪葡萄、嵊泗贻贝、太湖蟹等,这些产品以其独特的品质、悠久的历史 and 深厚的文化底蕴,吸引了众多参展商和消费者的热捧。作为长三角地区一次重要农产品推广活动,汇聚了来自江苏、安徽、上海等地绿色优质农产品生产主体176家、近571款产品,共同展示长三角地区农业发展的成果和特色。

近年来,长三角“三省一市”聚焦农业生产和农产品“三品一标”,以长三角一体化发展战略为引领,积极推进长三角绿色优质农产品资源共享、平台共建、品牌共铸,为加快建设农业强国和推进农业农村现代化贡献力量。



强化供给 拎稳菜篮

走进位于湖州市南浔区千金镇的湖州南浔温氏佳味有限公司,一幅现代化的食品加工场景映入眼帘。高速运转的流水线作业,从肉鸡宰杀到包装、装车,整个过程实现了自动化和标准化,大大提高了生产效率。作为华东地区规模最大的鸡肉熟食加工基地之一,这里每天有6万只肉鸡从千金镇销往各地市场。

“过去肉鸡的销售渠道局限于本地和周边农贸市场。”千金镇相关负责人告诉记者,随着技术的创新,通过全程冷链运输,1小时内,这些营养和口感都在线的冰鲜鸡就被送到长三角地区的各大批发市场,有效供给长三角地区消费者,提升销售量和市场占有率,从而实现可观经济效益。

近年来,长三角“三省一市”着力提升绿色食品供给能力,持续增加绿色食品供给总量,满足城乡人民

对优质化、特色化、品牌化农产品的消费需求。

无独有偶。温州一鸣食品有限公司作为一家农业龙头企业,从2002年在温州开设首家门店开始,到如今拥有2000多家门店,遍布长三角地区,不仅在地域上对长三角地区实现广泛覆盖,更在产品种类、服务质量和品牌影响力上取得突破。

据省农业农村厅相关负责人介绍,近年来,浙江坚持和深化新时代“千万工程”,聚焦做好“土特产”文章,以农业增效、农民增收为核心,以培育区域优势特色产业为目标,加大政策创设,着力推动绿色优质农产品“质”的有效提升和“量”的稳定增长。目前,全省有农产品地理标志154个,有效期内绿色食品主体2386家、产品3318个,三年实现总量翻一番,绿色食品主体数量保持全国前三。

互补互进 融合发展

长三角地区农业资源丰富,农产品种类繁多。然而,长期以来,由于地域分割、标准不一等因素,出现了农产品流通不畅、品牌影响力不足等问题。为了打破壁垒、整合资源、拓展市场,沪苏浙皖成立长三角绿色优质农产品一体化发展工作小组,签订一体化发展协同合作意向书,构建“三省一市”一体化协同发展工作机制,推动长三角地区绿色优质农产品高质量发展,为长三角一体化发展战略的实施注入新的动力和活力。

杭州市临安区的清凉峰,作为浙皖两省交界处的一座山脉,虽是一道天然屏障,但阻挡不了浙皖两省人民在互联互通道路上的前进步伐。山那头,安徽省绩溪县板桥头乡山水种植合作社的农户正在精心地管理着大棚内的农作物;山这头,临安清凉峰镇昌西公社·共富工坊的工作人员则在四处奔走,为山那面即将产出的农产品打通销售渠道。

据清凉峰镇有关负责人介绍,临安区昌西公社、安徽绩溪众鑫果蔬种植专业合作社、安徽旌德祥瑞农场已达成蔬菜深加工协议,通过“皖方种植、浙方育苗与加工”的合作模式,不仅发挥了各自的优势,还实现了资源的有效整合和优势互补。这种合作模式不仅提高了农产品的附加值,还延长了产业链,为农民创造了更多的就业机会和增收渠道。

临安区岛石镇牵头策划的“浙皖天路”共富礼包,更是将两地的特色农产品整合在一起,通过捆绑销售的方式,拓宽了市场渠道,提升了品牌知名度。清凉峰镇的农产品深加工项目及其后续的一系列合作举措,不仅体现了浙皖两省在农业领域的紧密合作与共赢发展,也为推动乡村全面振兴、实现共同富裕提供了宝贵经验。

为进一步深化浙江和安徽两省的农业农村合作交流,在此次活动周上,浙皖农业农村工作交流合作座谈会胜利召开,并签署了《学习运用“千万工程”经验 有力有效推进乡村全面振兴合作协议》。

“浙江与安徽地缘相近,农业产业互补性强,合作基础比较扎实,各自有各自的优势。”省农业农村厅相关负责人表示,此次两省合作签署协议,是双方在长三角一体化大背景下的一次探索,聚焦如何推动农业农村一体化发展,两省先行探路,做好示范。

除了产业合作,“三省一市”还在风险监测、市场监管、主体培育、绿色生产技术推广等方面加强交流合作,互通监测结果、共建工作队伍,共同促进长三角绿色优质农产品一体化发展。



2024年长三角绿色优质农产品推广周活动现场。

立足特色 擦亮品牌

位于长三角腹地的嘉兴,南临杭州、北望上海,有着天时地利的市场优势。然而,嘉兴桃园村曾经著名的“贡果”桃李却因为产量低和运输难等问题,一度“养在深闺无人识”。

2008年,时任村委会主任徐建锋为了将“贡果”转化为“金果”,在相关部门的支持下,带领村民扩大种植规模,并通过多种渠道宣传桃李悠久的历史和独特的品质,桃李再度声名鹊起,引来了长三角地区“老饕”们的关注。

“自从我们跟顺丰快递建立合作关系,解决了长途运输的问题后,农户不出家门就能将桃李卖出好价钱。”徐建锋说,如今,全村种植有一千七八百亩桃李,依靠这颗独具地方特色的“贡果”,有些村民甚至做到了“销售一礼拜,收入30万元”的业绩。

桃李的成功,是地方特色农产品致富的缩影。甜糯健康的奉贤南瓜、肉质鲜嫩的南京盐水鸭、汁多渣少的铜陵白姜……在长三角绿色优质农产品推广周活动现场,正在现场选品的上海东海瀛洲农业发展有限公司市场负责人朱豫军告诉记者,

这次组团过来,看到了很多长三角的优质农副产品,对公司满足客户需求、丰富渠道产品会有很大帮助。

据朱豫军介绍,他所在公司一直从事上海市崇明区农产品销售推广。随着消费者需求的日益多元化和个性化,通过参与长三角绿色优质农产品推广周这样的活动,能够直接接触到长三角地区乃至更广泛区域的优质农副产品供应商,为自身产品线注入新鲜“血液”,提升产品多样性和品质。

近年来,长三角“三省一市”凝合力,以长三角绿色优质农产品推广周活动为主平台,着力打好“乡愁牌”“亲情牌”,讲好特色农产品的品牌故事,助力绿色优质农产品打响市场知名度,打开销售新市场、新渠道。如今,长三角“三省一市”越来越多的地方特色农产品在长三角乃至全国打响了名号。

