



P.5 卷首语

p.5 消费扶贫社会组织责无旁贷 / 宋毅

P.6 特别关注

- p.6 但将冷眼观螃蟹 看你横行到几时
—— 中国优质农产品开发服务协会战“疫”见闻
- p.7 拼多多创新线上产销对接 / 陈凌宇
- p.10 禾茂田园勇解砀山酥梨之困 / 林丹琼
- p.12 雷力人的战“疫”日志 / 陈思
- p.14 讲述抗“疫”中广东益农控股的“益农”故事 / 王洪斌
- p.20 金色庄园吴中平：疫情期间更要有担当 / 戈旭皎
- p.23 沐党恩关怀小家 国难时献力大家 / 赵小平

P.25 专题

- p.25 中央一号文件要求补齐的“三农”短板有哪些？
/ 蒋新宇
- p.28 已备未耨好耕田 / 蒋振华

P.32 说桑话蚕

- p.32 首届桑饲料发展论坛 6 月将在重庆举办 / 郑林
- p.34 湖州桑基鱼塘：穿越千年的生态养殖典范
/ 李风波 丁宏 楼黎静 庞勇强

P.38 观察

- p.38 农产品做广告应有“禁区意识” / 蒋振华



P.42 品牌之道

- p.42 物联网在农业领域运用空间广阔 / 夏明
- p.46 农业绿色投入品推动农业绿色发展 / 陈新平

P.48 本期人物

- p.48 冀晋黔：“区块链”赋予未来农业无限畅想
/ 戈旭皎

P.52 品牌故事

- p.52 抚松人参：创新带来的蜕变 / 蒋新宇

P.56 产业扶贫

p.56 任笃之：打开扶贫那扇窗 / 戈旭皎

p.62 嘉沃农业科技——以特色品种撬动扶贫产业
/ 尚 义

P.65 邮轮食品

p.65 力诚：中国火腿肠行业的标杆企业

p.68 艾玛琳：做“燕窝衍生品”专家



P.70 养生之道

p.70 宅在家吃什么更健康？ / 刘淑敏

p.73 宅在家里就能活出闲情？给你一个完美答案
/ 益农哥

P.74 农艺与农机

p.74 农机农艺融合为优质农产品生产赋能
——以果园生产为例 / 苑同宝

p.79 胶州市农业装备制造企业特色鲜明
/ 杨瑞燕 王永现 宋兆梅

P.83 农耕文明

p.83 甲骨文字“后、先、毓、后、司”辨析
/ 刘延矿 刘 函

P.86 他山之石

p.86 传统畜牧养殖能否在欧洲回归 / 张 梅

P.90 多棱镜



《优质农产品》编辑委员会

主任：朱保成

常务副主任：陈邦勋 黄竞仪

副主任：陈萌山 刘新录 张华荣 胡乐鸣 宋毅
苑荣

委员（以姓氏笔画为序）：

广德福 王谨 王小兵 申保珍 闫石 刘友法
刘艳涛 刘爱芳 关锐捷 张天佐 张以山 张延秋
林峰 赵计海 唐珂 徐晖 彭小元 谢建民
曾衍德 傅雪柳 詹慧龙 廖西元 潘文博

《优质农产品》杂志理事会

理事长

中植企业集团 董事局主席 刘洋

副理事长

中优农科技有限公司 首席执行官 Calvin Teng

石家庄市惠康食品有限公司 董事长 王会杰

上海国际食品城 董事长 郑建武

京福龙科技有限公司 董事长 孙文彬

黑龙江金玛农业有限公司 董事长 王克俭

湖北老农民高新农业科技有限公司 董事长 谢传举

上海兆祥邮轮科技集团股份有限公司 董事长 庄兆祥

句容市东方紫酒业有限公司 董事长 高庆国

杭州志合实业控股集团有限公司

主管单位 中华人民共和国农业农村部

主办单位 中国优质农产品开发服务协会 中国农业出版社有限公司

出版单位 中国农业出版社有限公司

社长 陈邦勋

总编辑、出版人 黄竞仪

执行总编辑 宋毅

副社长 王洪江 张平

副总编辑 徐晖 岳春利 张学珍

特约撰稿 孔晓宁 蒋建科

编辑部主任 张学珍（兼）

运营总监 刘向坤

首席记者 周小英

记者 戈旭皎

责任编辑 郑君

艺术总监 海冰

美术编辑 陈国良

视觉设计 北京亿点印象文化传播有限公司

采编部电话 010-64827485-626

投稿邮箱 yzncptg@126.com

广告部电话 010-64820223 85864865

传真 010-64820318

地址 北京市海淀区中关村南大街12号科海福林大厦4层

邮编 100081

法律顾问 北京市京翰（太原）律师事务所 苏长玲

电话 0351-4162067

多媒体支持 中国品牌农业网（www.zgppny.com）

国际标准连续出版物号 ISSN 2095-6452

国内统一连续出版物号 CN 10-1159/S

国外发行 中国国际图书贸易总公司（北京信箱399）

期刊出版许可证 京期出证字第2767号

广告发布登记 京朝市监广登字20190016号

印刷 廊坊市安次区团结印刷有限公司

出版日期 每月5日

零售价 人民币18元

消费扶贫社会组织责无旁贷

文 | 宋 毅

2020 年原本就是一个攻坚年，不但要实现全面奔小康的第一个百年奋斗目标，同时还要打好精准脱贫攻坚战，完成在现有标准下贫困人口全面脱贫的任务。两大任务本来就十分艰巨，考量着中国共产党的历史担当和中华民族的坚韧意志，举国上下的付出已经很多很多。但是天不遂人愿，突袭而来的新冠肺炎疫情让全体中国人民实现愿景的路上又蒙上一层阴影。

就在疫情得到控制、抗疫取得阶段性胜利的时候，党和国家及时把扶贫工作摆到了重要位置，明确提出要加大消费扶贫的度。3 月初，国务院扶贫办下发了《关于在新冠肺炎疫情防期间做好中央单位定点扶贫工作的通知》明确要求要“积极开展消费扶贫。充分发挥自身优势，积极开展消费扶贫行动，消费扶贫作为中央单位定点扶贫的重要内容和创新点、增长点，帮助定点扶贫县迅速开展扶贫产品认定工作，利用各种平台和渠道，积极推进贫困地区扶贫产品进机关、进学校、进食堂、进社区、进超市，进一步拓宽农畜产品产销对接渠道，努力帮助定点扶贫县解决因疫情带来的农畜产品滞销问题。”这无疑吹响了发起脱贫攻坚战役的新的集结号。

此前，国务院扶贫办、中央网信办、教育部、农业农村部、商务部、国务院国资委和全国工商联发布《关于开展消费扶贫行动的通知》，提出旨在以消费扶贫行动为抓手，以拓展贫困户增收渠道、稳定脱贫成果为目的，以促进扶贫产品稳定销售为重点，实现城市“菜篮子”“米袋子”有效供给和促进贫困地区扶贫产业健康发展，满足城市居

民需求升级和帮助贫困群众持续增收，构建社会扶贫的长效机制。

在城乡一体化大格局下，当下的消费扶贫坚持贫困地区群众发展生产增收脱贫与解决城市“菜篮子”“米袋子”问题有机结合，组织好扶贫产品货源，确保农产品质量和食品安全，精准对接东部地区和大中城市居民对优质安全扶贫产品的需求。同时，坚持政府鼓励引导与市场机制相结合，坚持“政府引导、市场运作、社会参与”，实现合作共赢。

响应国家号召，中国优质农产品开发服务协会作为公益性社会组织，发挥桥梁和平台作用，在第一时间里投入到消费扶贫中来，2 月 17 日，在农业农村部产销对接视频会上，率先宣布协会牵头发起成立了“全国农产品产销对接公益联盟”，一方面参与保城市“菜篮子”工作，另一方面组织联盟成员积极收购采购贫困地区农产品，组织多家大型农产品加工流通企业、协调各型连锁超市等机构，力争在 2020 年内对贫困地区开展不低于 100 亿元的专项采购。针对疫区、尤其是贫困地区产销信息部队称、农产品流通不畅的现实，随即搭建了“农产品滞销卖难产销对接信息平台”，广泛征集收集全国各地需要帮助的农产品供需信息，及时进行传播发布。在农业部市场信息司组织有关协会、企业开展的产销对接专项活动中，中国优质农产品开发服务协会被列入“滞销卖难热线信息”范围。

由此可见，在国家消费扶贫这盘大棋中，社会公益组织完全可以做到“功成不必在我，功成必定有我。”