广告

元态

欧盟标准

绿色食品
Greenfood
GF230882150537

经中国绿色食品发展中心许可使用绿色食品标志

欧盟标准
400多项检测
选好米
认准元态400

P.05 卷首语

p.05 品牌强农 声入人心／听 涛

P.06 特别关注

p.06 推进品牌强农战略 加强农业品牌政策创设
——2020 中国农业品牌政策研讨会综述 ／ 李亚洲

P.10 专题

p.10 推进品牌强农是提升中国蓝莓国际竞争力的战略选择
／农业农村部市场与信息化司司长 唐 珂

p.12 创新质量监管机制，助力蓝莓品牌建设
／农业农村部农产品质量安全监管司司长 肖 放

p.13 云南高山蓝莓——蓝莓产业的明珠
／云南省农业农村厅一级巡视员 文雅芹

p.14 加快蓝莓技术创新 推动产业高质量发展
／农业农村部蓝莓项目首席专家、中国优质农产品
开发服务协会蓝莓分会会长、吉林农业大学教授 李亚东

P.16 说桑话蚕

p.16 从大到小、由疏变密的桑草本化种植
——国家蚕桑产业技术体系岗位科学家、山东农业大学崔为正教授谈饲料桑
／ 建 忠

p.18 桑树生产管理急需机械化装备
——记国家蚕桑产业技术体系桑树生产管理机械化岗位科学家、
山东农业大学机械与电子工程学院李法德教授团队 ／ 宋 毅 杨 雪 刘向坤

P.20 观察

p.20 好看、好吃、好玩、离家近的都市农业 ／戈旭皎
p.24 芳香产业在乡村振兴中将发挥重要作用 ／张 磊
p.28 鲜食黄桃成新宠 哪些品种有优势
／李颖芳 李 晨 朱 毅 王晓蕾

P.33 本期人物

p.33 周小瑛：为乡村振兴绘就三张图 ／杨 雪

P.38 品牌故事

p.38 “救命仙草”成就一碗好面 ／李亚洲

P.41 优质农产品采撷

p.41 “上过天”的西红柿，成了富民“香饽饽” / 姜言芳
p.44 关岭火龙果：品牌带动致富路 / 周小英
p.47 清水湾合作社的桃子熟了 / 李亚洲

P.51 特色农产品优势区巡礼

p.51 山西吉县：苹果产业鼓起了农民的钱袋子 / 秀 云 建 忠
p.53 桑蚕茧特色产品拉动宜州全产业链发展 / 秀 云 建 忠

P.57 产业扶贫

p.57 菌草技术——生态扶贫出奇兵（下） / 林冬梅

P.62 春华秋实

p.62 来自山野里的老白花 / 泉 溪
p.64 闲话抹茶 / 谢尚臻

P.66 邮轮食品

p.66 如何建立具有本土特色的中式邮轮食品供应商评价体系

P.69 农艺与农机

p.69 智能化机械赋能优质果品生产
——2020 年农机地头展首站走进泰兴烨佳梨园 / 苑同宝
p.73 食用菌的出路在于工厂化和机械化 / 柳 琪

P.77 区块链农业

p.77 抓住区块链基础设施“新基建”的发展机遇
开辟高度信息化的乡村振兴新局面 / 冀晋黔

P.80 养生之道

p.80 蛋白质，你吃对了吗 / 刘淑敏

P.83 农耕文明

p.83 传统节日里的农耕文明 / 李伟娜

P.85 他山之石

p.85 向国际农业品牌学“包装术” / 李伟娜

P.88 多棱镜

HIGH QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS
优质农产品
愿君以此儿为念 努力追求优质农产品

中华人民共和国农业农村部 / 主管
中国优质农产品开发服务协会
中国农业出版社有限公司 / 主办

《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

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
张丽四　林　峰　赵计海　唐　珂　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 **解直锟**
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　张丽四　岳春利　张学珍
编辑部主任　张学珍（兼）
运营总监　刘向坤
策划总监　杨　雪
微信公众号　杨　雪
记者　周小英
特约撰稿　苑同宝　戈旭皎
编辑　卫晋津

美术编辑　王继红
视觉设计　北京雨点育英科技有限公司

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　天津鑫浩林云印科技有限公司
出版日期　每月 5 日
零售价　人民币 18 元

如遇印刷、装订质量问题，请将期刊寄回编辑部，我们将负责调换。本刊图片除作者提供外，其他均来自摄图网。（本刊图文版权所有，未经许可不得转载）

品牌强农 声入人心

文 | 听 涛

日前，中共中央总书记、国家主席习近平在吉林省考察。习近平首先来到地处松辽平原腹地的梨树县，在国家百万亩绿色食品原料（玉米）标准化生产基地核心示范区，听取吉林省和梨树县农业发展及机械化、规模化种植情况汇报。他强调，要加快转变农业发展方式，在探索现代农业发展道路上创造更多经验。农民专业合作社是市场经济条件下发展适度规模经营、发展现代农业的有效组织形式，有利于提高农业科技水平、提高农民科技文化素质、提高农业综合经营效益。要积极扶持家庭农场、农民合作社等新型农业经营主体，鼓励各地因地制宜探索不同的专业合作社模式。希望乡亲们再接再厉，把合作社办得更加红火。

众所周知，经过数年发展，如今农民专业合作社等新型农业经营主体已成为我国农业发展中坚力量，不仅在农业规模化、科技化发展中发挥着重要作用，其不断强化的品牌发展意识更是成为我国品牌农业加速发展的重要支撑。

据统计，2018 年 43.7% 的农民专业合作社已实施标准化生产和服务，29.6% 的农民专业合作社已拥有自主品牌，65.5% 的农民专业合作社已注册了商标，49.9% 的农民专业合作社有产品通过了无公害、绿色或有机食品认证。一大批农产品品牌已为人们耳熟能详。而最新发布的《中国农业品牌发展报告（2020）》中显示，我国农民专业合作社品牌建设蓬勃发展，在国家农业农民合作社示范社中，社均拥有一个注册商标、约两项农产品质量认证。可以说，品牌化发展如今已然成为新型农业经营主体不可动摇的重要思路。合作社品牌化建设的推进更是对提高我国农产品标准化生产、产品质量安全水平，提升合作社产品市场竞争力；带动农业增效、农民收入增长，起到了积极作用。

品牌是产品进入市场的钥匙。品牌早已超越了单纯的商标标志，而成为以一种信誉标志，是对消费者的一种承诺。所以从某种意义上讲，农民专业合作社的品牌不仅仅是一种产品或服务，而将成为一种象征。在许多国际知名农产品品牌背后都是强大的农民合作社作为支撑。因此，实施好专业合作社品牌化经营，是发展壮大农民专业合作社的重要途径。

特色农产品发展是农业品牌创建的突破口与重要途径。发展特色农业可以提高农产品竞争力，因为特色农业可以创造消费热点，抢先一步占领市场，赢得产品时间差，扩大农产品市场，获得竞争效益。这也是我国在 2019 年建立中国农业品牌目录制度，公布了 300 个具有代表性的特色农产品区域公用品牌、100 个农产品区域公用品牌价值评估榜单和影响力指数评价榜单的应有之义。

产品质量是品牌的生命和生存的基础。只有在不断提高农产品质量的前提下，消费者对农产品的信誉度增加，生产出的农产品在竞争激烈的市场中才能被市场认可，才能被消费者所认知，合作社才能不断地扩大再生产，向前发展，品牌才会越来越有“效应”。

在疫情防控常态化的当下，各类市场竞争越发激烈，品牌的意义对于农业来说弥足珍贵。只有以农民合作社为代表的新型农业经营主体在品牌农业建设中扛起大梁，品牌强农的时代强音才会真正“声入人心”。优