

HIGH QUALITY **AGRICULTURAL PRODUCTS**

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

乡村振兴视域下生态农业经济发展策略分析 农业大数据在农业经济管理中的作用





光京景星公益基色會

乡村振兴赋能行动

公益传播星光工程推介项目

乔纳森 JONASEN

OMEGA-3 安心蛋

富含DHA脑黄金

构树生物饲料喂养 献给孕妇和小朋友的安心蛋

绿色·健康



TEL: 400 066 0098

优质农产品。征闱高门事

《优质农产品》(半月刊)创刊于2013年,是由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,面向国内外公开发行的期刊。杂志社坚决贯彻执行各项方针政策、遵守出版相关法律法规。《优质农产品》坚持以服务农业、服务农村、服务农民为办刊宗旨,聚焦乡村振兴战略、农业政策扶持等信息,宣传国家三农政策,推广新型农业、畜牧业等新技术,交流农业农村财富信息,服务农业产业建设发展。

稿件要求

- ① 本刊录用的稿件,必须是作者自己研究、实验或实践的工作,有明确的观点、科学的阐述。稿件要具有创新性、新颖性和实用性。
- ② 国家级或省(市)级有关研究立项课题的论文,投稿时请注明研究课题来源和项目编号,本刊将优先录用和刊出。
- **3** 稿件要求段落分明、文字通顺、叙述简明、重点突出、不违反国家有关政策和规定,尽量避免 错别字和错用符号。
- ④ 论文摘要 200-300 字, 3 至 5 个中英文关键词,以及不少于 5 条参考文献。
- 各地资讯
- 数字三农
- 政策解读
- 特别关注

- 装备与服务
- 农业经济
- 乡村振兴
- 技术与应用

- 农产品加工
- 包装储运
- 品牌与营销
- 教学与研究



联系电话: 010-53670157



投稿邮箱: yzncp_new@163.com

P.5 卷首语

p.5 如何让地理农产品"名利双收"/本刊编辑部

P.6 各地资讯

p.8 数字三农

p.9 高层声音

p.9 绘就宜居宜业和美乡村新画卷 / 唐红





P.10 特别关注

- p.10 探寻农民增收致富的新渠道 / 韩磊
- p.13 乡村行 看振兴 / 王秀娟 马占富 韩乐
- p.16 中华文脉有嘉禾 / 王谨 于正明 马金星
- p.18 西藏地区农产品航空运输发展研究 / 廖鑫

P.23 装备与服务

- p.23 把农业建设成为大产业 加快健全农业社会化服务体系/朱隽 李晓晴 方圆
- p.26 牦牛常见传染病和寄生虫病防治研究 / 唐燕花
- p.29 施肥时期对春小麦品质的影响研究

/ 杨晓婉 雷秋萍 赵甜

- p.32 新时期农业科研管理工作存在的问题及对策 / 韩同进
- p.35 农业机械化对现代农业经济的影响 / 杨敏
- p.38 基于改进的 YOLO 算法柑橘识别定位模型设计 / 张晓枫 陈建荣 谭伟超
- p.41 农艺师在提高农村物质文明建设方面的重要作用 / 朱寒雪
- p.44 不同利用方式及施肥对黑土地表磷素养分流失的影响研究 / 张莹





P.47 农业经济

- p.47 余庆县大乌江镇:一粒有机大米的出山记/刘振梁
- p.49 乡村振兴视域下生态农业经济发展策略分析 / 权永昌
- p.52 设施农业农产品质量安全控制及对策研究/刘荣国
- p.55 农业大数据在农业经济管理中的作用 / 昌明红
- p.58 基于生态理念刍议桉树种植现状与可持续发展路径/温立珑

P.62 乡村振兴

p.62 贵州乡村振兴之路: 立足特色产业拉动增收致富/韩飞

p.65 西山村"变形记"

——寻找西山村乡村振兴的"密码"/周秋文

p.68 乡村振兴战略下的电商赋能乡村经济发展研究 / 吳婕

P.71 技术与应用

p.71 中国推进数字技术应用 助力农业增产增收/ 外飞 周文其 吴箫剑





- p.73 浅谈芒果品质提升的生产技术/黄秋云 罗玉环
- p.76 农业种植中小麦种植技术与施肥管理的对策探析 / 刘新
- p.79 小麦持续增产的技术限制因素与新技术集成 / 潘宝强
- p.82 四川省川东北地区水稻高产技术对策 ——以南充市片区为例/何爱军
- p.85 辽西地区大果榛子丰产栽培技术 / 李成名
- p.88 林下经济果林的种植技术及管理策略研究 / 刘振君
- p.91 浅谈南充水稻高产栽培技术 / 吴涛
- p.94 基层农业技术推广存在的问题及解决策略 / 薛强



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 / 主办中国农业出版社有限公司

《优质农产品》编辑委员会

顾 问: 刘平均 陈萌山 张玉香 广德福

编辑委员会

主 任: 朱保成

常务副主任: 黄竞仪 刘天金

副主任: 张华荣 刘新录 苑 荣 宋 毅

编辑指导组

王运浩 孔祥智 李 炜 肖 放 宋聚国 张陆彪张国庆 杨 易 杨雄年 陆 娟 金文成 娄向鹏

唐 珂 隋鹏飞 韩 旭 韩一军

编委会成员

王 成 王洪江 王 震 文雅芹 丰 峰 邓荣臻任 鑫 庄兆祥 刘向坤 刘 利 李玉荣 李亚东李景华 吴沛良 何 平 余惠勇 沈玉东 张 平 张安功 张丽四 陈松梅 杨 雪 林 峰 岳春利周武忠 赵俊辉 洪惠蓉 徐明岗 唐 冰 唐茂芝

梁 霞 蔡功文

学术委员会

顾 问:陈锡文 主 任:陈萌山

副主任:金文成 王凤忠 蔡功文

秘书长: 刘红光 副秘书长: 曾路遥

成 员(按姓氏笔画为序)

许光建 刘科伟 刘 斌 严斌剑 李红艳 陈秧分 罗亚玲 黄小三 温 凯 雷玉山 潘磊庆 蔡宇良

品牌打造战略合作伙伴(排名不分前后)

北京绿维文旅控股集团有限公司

北京三聚阳光知识产权集团

北京汇邦汉威展览展示有限公司

职享优品(北京)科技发展有限公司

上海达汇农业机械设备有限公司

江苏句容东方紫酒业有限公司

浙江甲丰生态农业科技有限公司

安徽辰宇机械科技有限公司

安徽金晟达生物电子科技有限公司

山东悍沃农业装备有限公司

山东省玛丽亚农业机械股份有限公司

广东惠州润树农业科技有限公司

郑州陆圆宝生物有限公司

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 刘天金

总编辑、出版人 黄竞仪

执行总编辑 宋 毅

副社长 王洪江 张 平 刘向坤

副总编辑 张丽四 蔡功文 杨 雪

编辑部主任 杨雪(兼)

记者 李 昕 戈旭皎

特约撰稿 苑同宝

编辑 程 燕 罗 倩

新媒体运营总监 刘胜利

艺术总监 海 冰

美术编辑 陈佳怡

视觉设计 北京亿点印象文化传播有限公司

采编部电话 010-64820223,62136276(下半月刊)

投稿邮箱 yzncptg@126.com, yzncptg@vip.163.com(论文投稿)

广告部电话 010-64820223

传真 010-64820318

地址 北京市朝阳区北沙滩 1 号院 41 号楼 306 室

邮编 100101

法律顾问 北京市京翰(太原)律师事务所 苏长玲

北京景星公益基金会 李东律师公益热线

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 定州启航印刷有限公司

出版日期 每月20日

零售价 人民币 18 元

版权声明

本刊已全文收录超星期刊"域出版"平台。本刊已许可上述单位以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述单位著作权使用费,所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议,请在投稿时说明,本刊将做适当处理。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。

如何让地理农产品"名利双收"

文 本刊编辑部

秋季,正是瓜果飘香的季节,大 量南方水果上市,受到了很多北方人 的青睐。最近,家住北京的李先生多 次从超市购买产自浙江台州的黄岩蜜 橘,不仅自己品尝,还分享给身边的 亲友。他说,自从认识到地理标志农 产品的独特属性后,购买农产品时就 认准了这个标志。"尽管价格比其他 同类农产品高一些,但我却觉得很 值。"李先生此感也被很多人认同。 如今,购买地理标志农产品已成为众 多消费者的选择。

地理标志农产品多以"地域名+ 产品名"组成,标示农产品来源于特 定地域, 具有一定的品质保证。俗话 说,橘生淮南为橘,橘生淮北则为 枳。一方水土养一方特色产品, 地理 标志农产品生长在由独特的土壤、气 候、水质形成的生态环境里, 因而才 形成了独特的品质。由于独特的地理 环境难以复制, 因此地理标志农产品 不仅具有自然垄断性, 拥有专属的产 品品质, 而且还可以创造出更高的品 牌价值。西湖龙井、章丘大葱、洛川 苹果、黄岩蜜橘、赣南脐橙……这些 品质优、品牌响、好评多的地理标志 农产品不仅顺应了消费升级趋势,也 满足了消费者高品质生活需要。

不言而喻,被认定为地理标志产品的地方特产,意味着有了"官方背书",更容易获得消费者信任,无疑是市场的入场券,更是一笔巨大的无形资产,有利于提高市场竞争力以及消费者的认知度、美誉度,从而带来较大的经济和社会效益。然而,有了这张特殊的"身份证",并不意味着"皇帝女儿不愁嫁",关键是要将地理标志农产品的资源优势转化为经济优势,让地理标志农产品"名利双收"。

显然, 地理标志农产品是特色农 业中最具品牌价值的部分, 也代表着 我国农产品高端化的发展方向。可如 何打好农产品"地理标志"这张牌? 有品牌专家认为,第一,要在培育上 下功夫。有关部门要围绕主导产业和 特色农业发展的需要, 开展农产品地 理资源普查, 把那些具有特定质量、 特定品种的农产品和原材料资源盘 活,积极申报地理标志产品,充分利 用新媒体平台等传播途径, 更好地进 行宣传推介。第二,要做大产业规 模。任何一种农产品,如果处于零散 经营状态,没有形成规模就没有优 势, 地理标志农产品也是如此。地理 标志农产品需要有较大的生产规模 及一定的品牌覆盖面,才能彰显特色 优势。第三,要有龙头企业带动。 虽然农产品资源丰富,但如果缺乏龙 头带动,不仅很难抵御市场风险,也 难以形成与同类农产品销售的明显竞 争优势。这就需要通过龙头企业市场 运作,提升地理标志农产品综合生产 能力,推动全产业链标准化生产,放 大品牌效应。此外,还要注重品种改 良。地理标志品种一般都有固定的品 种,但品种再有地域特色,如果长期 没有推陈出新,恐难迎合市场新生代 消费者的需求。

近年来随着我国地理标志农产品保护水平持续提升,产品培育、产业规模、产业链延伸、品牌打造等深层次问题也日益凸显。而如何解决好这些问题,不仅需要市场主体自身的努力,更需要政府部门的大力扶持、引导和保护,从技术标准、生产经营、质量监管、品牌推广、政策保障等方面入手,推动地理标志农产品赋能增效,促进农业增产、农民增收。创名牌难,保名牌更难。各级各地不仅要用好,更要保护好"地标产品"这块金字招牌,让更多地理标志农产品助力乡村振兴。600