

# 优质

HIGH QUALITY  
AGRICULTURAL PRODUCTS

# 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 / 主办  
中国农业出版社有限公司

2023.12<sub>下</sub>

半月刊  
总第129期

农艺措施在现代农业生产中的应用研究

提高我国农民收入水平的对策建议

北方玉米高产种植技术研究

居民食品安全意识调查研究



全国农家书屋重点期刊  
ISSN 2095-6452  
CN 10-1159 / S  
ISSN 2095-6452  
18>  
9 772095 645237  
零售价:人民币 18元





北京景星公益基金会

STELLA FOUNDATION

乡村振兴赋能行动

公益传播星光工程推介项目

TM

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 | 稿 | 启 | 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 挖掘优质农产品品牌势能 / 尤隆平

## P.6 各地资讯

## p.8 数字三农

## p.10 高层声音

p.10 从中央农村工作会议看 2024 年“三农”工作战略部署 / 唐红



## P.11 特别关注

p.11 聚焦优势产业产区，发挥示范基地带动作用，推动提升现代农业全产业链标准化水平 / 郁静娴

p.13 “链”上发力安徽临泉县，致力打造食品产业新高地 / 王法明 赵怀勇

## P.16 装备与服务

p.16 河南构建高标准农田气象保障服务模式 服务到地块 稳粮增收有底气 / 陈争 申健 李雯 周爱春

p.19 小型农田水利工程在水资源利用中的作用与效益 / 冯战勇

p.22 农田水利工程施工对生态环境的影响及保护对策 / 姬闻波

p.25 农村基层农艺服务模式与农业技术推广的融合 / 练晓国

p.29 农艺措施在现代农业发展中的应用研究 / 张玲 郝静

p.32 培养农艺师，促进农村物质文明建设 / 孙建光

## P.35 农业经济

p.35 调整农业种植结构 发展高效节水农业 / 何成亮

p.37 普洱西盟：甘蔗产业迎丰收 蔗糖企业生产忙 / 沈浩

p.39 提高我国农民收入水平的对策建议 / 金叶蕾 陈传万





p.42 刍议新形势下粮食经济发展的压力、机遇与应对措施 / 于磊

p.45 健全农业经济管理机制 推动农村经济良好发展 / 许惠玲

## P.49 技术与应用

p.49 “果树医生”马晓丽守护三峡库区 55 万亩柑橘——一套标准化技术助橘农增收近 7 亿元 / 苏畅

p.51 北方玉米高产种植技术研究 / 李有威 刘源 南贵忠

p.54 分子标记在品种鉴定及 DNA 指纹库构建中的应用 / 李筠 刘倩琪 李燕运 皮心如 杨琼思

p.58 农业信息化在蔬菜病虫害防治技术上的应用 / 钟尚君

p.61 浅析农业技术推广对提升农业种植业的作用 / 周凤梅

p.65 大棚蔬菜种植常见问题与技术要点分析 / 曲霞

p.68 科学施用土壤肥料对农作物质量的影响研究 / 石奇勇

p.71 新时期有机农业栽培的施肥及土壤培肥技术分析 / 武秀梅

p.75 小麦的高产增产优质种植技术及病虫害防治方法 / 张冠胜

p.78 有机农业种植技术应用要点及推广策略 / 张洁华 袁德华



## P.81 教学与研究

p.81 济南市高素质农民培育：“精准”功夫做好“实用”文章 / 王洪滨

p.85 居民食品安全意识调查研究 / 杨馥宁 陈素钟 李美玲 王泳玲 郑梓楠 曾艳英

p.88 箭竹属竹子引种研究与实践进展 / 魏松坡 宋怡静

p.91 有机农业模式下蔬菜栽培的土壤生态学研究 / 谢学金

p.94 江淮地区稻麦轮作模式优化研究 / 周赞钧 郭登见

# 优质

HIGH QUALITY  
AGRICULTURAL PRODUCTS

# 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 / 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 姜向鹏

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 天津和萱印刷有限公司

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。

# 挖掘优质农产品品牌势能

本刊评论员 | 尤隆平

今年，“鲜橙褚——花斑果”在电商平台上备受欢迎，售价甚至比备受瞩目的赣南脐橙还要高，销量也超过了正宗的褚橙。

这款原本名不见经传的花斑果竟然成了爆款，其成功的秘诀在于商品名中的“鲜橙褚”三个字。花斑果的卖家通过打“鲜橙褚”，将自己的产品与广为人知的褚橙联系在一起。

不仅如此，电商平台的算法也功不可没——当用户搜索“褚橙”时，系统会自动推荐“鲜橙褚——花斑果”，并将其排在首位，使其曝光度超过了褚橙。

虽然“鲜橙褚——花斑果”的口感不错，但它却只能以别人的名义行销，甚至可能涉嫌模仿褚橙，这给市场带来了一些值得深思的问题。传统的农产品销售中，品牌化和供应链管理相对薄弱，如何提供消费者市场需要的品质良好、价格适中的产品，实现高效产销对接，以及如何推进优质农产品生产，打造优质的农产品品牌，促进农民增收致富及推动产业提质增效都是一项任重道远的工作。

我国作为农业大国，拥有丰富的优质农产品资源，诸如平谷大桃、周村烧饼、肥西老母鸡、高邮咸鸭蛋等，这些名字家喻户晓，但消费者在购买时常常犯选择困难症。以赣南脐橙（图1）为例，授权使用地理标志商标的商家通常还会推出自有品牌，如京鲜生、玖原农珍、土八鲜等。

将农产品打造成知名品牌是一项艰巨的任务。首先，农产品必须从天时不定、品质不稳定的状态转变为高品质、稳定的大规模商品，这需要大量的时间、资本、技术和广告投入。即便产品质量再好，也必须具备营销技能和销售渠道，才能吸引有眼光的消费者，并获取合适的价格。一个值得注意的细节是，经过十多年的努力，褚橙的成品率仍然只有约54%，也就是说，约一半的果子最终会被淘汰。

这对于大多数主要从事粗放种植和养殖的农户以及小微企业来说，培育品牌几乎是不可能完成的任务。这也解释了即使居民收入提高、种植和养殖技术进步，农产品依然缺乏“顶流”品牌的现象。

褚橙是互联网背景下打造的第一

个农产品标志性品牌。当前，移动互联网正处于蓬勃发展之中，电商从传统电商、社交电商发展到直播电商，是否能够培养出下一个“褚橙”呢？

机会依然存在。当前市场上不乏资本，也不缺有影响力的营销渠道。一些顶尖主播凭借个人力量，将初创品牌打造成了知名品牌，产品售价甚至直逼国际大牌。然而，真正的顶流产品不是由顶流主播“带”出来的，而是源自土地、制造业的。直播带货已经从实体经济的营销经费中分得了相当大的一块份额，它是否有能力、有责任帮助实体经济完成最需要的转型升级和品牌塑造呢？目前，以助农为口号的主播屡见不鲜，但要直播间里的“爆款”转化为农产品品牌的顶流，需要直播带货企业深入产品的源头产地，从种植、生产、销售到售后等各个环节对农户提供帮助。将生产经营者的务实精神与顶尖主播的巨大影响力结合起来，或许可以让农产品更有希望走向“顶流”品牌之路。[优](#)