

非农企业「跨界」 为农业注入新活力

□ 重庆日报记者 赵伟平

“盼了好久，这几天终于下雨了！”3月28日上午，记者见到重庆优链云食城供应链有限公司（以下简称优链云）执行总经理赵龙时，他感叹道。

优链云是一家做食品供应链平台的企业，母公司中膳国际团餐产业集团（以下简称中膳集团）是一家做团餐的企业，通俗地讲就是经营食堂及其相关产业，这两块业务跟天气没多大关系，赵龙为何会如此关心是否下雨？

“我们开始深耕农业了，今年在沙坪坝回龙坝镇青龙庙村、四龙村流转了3400亩地，准备种粮油和蔬菜，要是没有这场雨，就可能延迟播种，影响生产。”他解释。

近年来，在全面推进乡村振兴的背景下，像优链云一样“跨界”做农业的企业不在少数，从全国来看，有腾讯、阿里巴巴、拼多多、万科、碧桂园等知名企业，在重庆，以数字技术见长的腾讯卖起了大米等“土特产”，以门业为主导的美心集团种起了葡萄；以白酒为主打产品的江小白种起了高粱、油菜……它们用自己擅长的商业模式，为农业注入新活力。

优链云 用“筷子端”指导“种子端”

从经营食堂及其相关产业，到搭建食品供应链平台，优链云为何要进军农业？

赵龙解释道，中膳集团每天要为全国大约800万人提供团餐，其中在重庆就经营了约10家高校、企事业单位的食堂，为近10万人提供团餐。

“要做好团餐业务，必须把把控好两个重点，一是食材的品质，二是生产成本。”赵龙说，比如高校女生一般每餐消费8—10元，男生则在10—15元，如果主要食材价格上涨，就很可能影响团餐品质，因此，优链云把业务从“筷子端”拓展到“种子端”，这样才能保证为团餐业务提供稳定可靠、价廉物美的食材。

为保证种出来的食材绿色健康，优链云每亩投入近千元资金，对土壤进行改良和重金属污染防治；品种选择上，栽种产量高、抗病性强、受市场欢迎的粮油新品种；技术运用上，采用粘虫板、杀虫灯替代农药，同时利用水肥一体化等农业物联网



2月28日，江津区第八届“金色黄庄”菜花旅游文化节开幕式暨江小白·金色黄庄开园仪式举行。图为游客在“农科萃萃”体验馆游玩观赏。 重庆日报记者 齐岚森 摄



酉阳何家岩“云稻米”计划，吸引了全国各地的消费者认养土地。（受访者供图）

3月2日，涪陵区蔺市镇的美心红酒小镇施工现场，村民在摩天轮下耕作。 重庆日报记者 刘旖旎 摄

设备，让农业生产变得更精准。

但是，如果按照这种方式种粮油、蔬菜等，平均每亩要倒亏200元！但赵龙却并不担心这个问题，提外损失堤内补，可以通过配套发展其它农业产业来增加收益。

中膳集团掌握了800万消费人群的市场大数据，同时又采集了全国重要农产品市场的数据，因此它能够通过大数据分析，知道哪些农产品好销，哪些农产品卖得起价。

以青龙庙村新改造的农田为例，他们将采取“水稻种植+澳龙养殖”轮作模式。为何选的是澳龙而不是其它水产品？“这就是大数据分析的结果。”赵龙说，40多元一斤的澳龙不仅附加值高，还不愁销路。即使出现销售问题，食品供应链平台汇聚的食品加工企业，可以把它做成预制菜销售。

“庞大的消费群体是我们‘务农’的最大底气，它会‘告诉’我们生产什么样的农产品，这些农产品最终又以什么方式，卖给哪些消费群体。”提起优链云“跨界”做农业的商业模式，赵龙充满信心。

美心集团 “网红”引流推动农旅融合发展

优链云“跨界”农业的成功秘诀在于拥有庞大的消费市场做后盾，还有很多企业不掌握市场，却也“跨界”做起了农业，重庆美心集团有限公司（以下简称美心集团）就是其中之一。

众所周知，美心集团是以门业为主导产业，它为人熟知的产业还有城市“网红”美心洋人街，以及后来在涪陵区蔺市镇打造的红酒小镇。但近日记者到红酒小镇采访时却见到农民管理葡萄园的场景。

在蔺市镇泡桐村620米高的山顶上，一座直径100米的摩天轮已经矗立，摩天轮下则是成片的葡萄园。“我们打算自己种葡萄来酿酒，同时利用农旅模式发展葡萄园观光、红酒制作体验等，带动红酒销售。”美心集团董事长助理杨孝永介绍。

由于看好红酒市场，2008年，美心集团决定在重庆打造一座红酒小镇。他们的思路是——借鉴卖门薄利多销的模式，船只运门出口到欧美，返回时再装满红酒，运往国内销售。

“虽然没有经销商等中间环节，但只能说是薄利多销。”杨孝永说，红酒加工对葡萄需求量大，为了控制成本，集团在涪陵打造了上千亩的示范园，通过标准引领，再将种植技术、管理模式传授给农民，农民按公司要求来种，种出来的葡萄公司包回收。

种葡萄对美心集团来说，并不只是为红酒提供原材料，背后还有另一笔账。

“种葡萄只是引子，农旅融合带动红酒销售才是根本目的。”杨孝永解释说，美心红酒小镇仅去年就有近500万人次的流量，如果把山下的游客吸引到山上，游客除了能体验葡萄的种植、采摘、酿造等生产过程外，还能走进红酒体验馆、红酒加工车间加深对红酒文化的认识，红酒也就能变为旅游商品。

“既保证了红酒的原料，又开发出葡萄的多重价值，带动红酒销售，一举多得。”杨孝永说。

腾讯公司 利用数字技术为“土特产”吆喝

美心集团“跨界”做农业的成功秘诀，在于它有做城市“网红”的经验，把引来的人流变成旅游商品的消费者，腾讯公司也擅长此道，不同的是，它是将线上的流量变现。

张嘉宇是腾讯西南总部重庆公司（以下简称腾讯公司）的副总监。进入4月，一身运动装的他，带着团队成员到酉阳县花田乡何家岩村走田坎访农户。

一家数字技术公司的白领，为何会出现在田间地头？

2021年9月，腾讯公司和酉阳县签订了数字化助力乡村振兴的合作协议。张嘉宇和团队来到何家岩村进行调研，了解到有600多年种植历史的花田贡米，并没能给当地农民带来更多收益。

如何通过数字技术让更多人知晓何家岩，帮助农民把贡米卖出好价钱？

“对于农业而言，我们也感到陌生。”张嘉宇坦言。后来腾讯公司找到了中国农业大学团队，邀请他们加入了“云稻米”计划。

在这项计划中，由中国农业大学负责帮扶模式搭建，腾讯公司负责贡米营销，当地政府负责组织农民进行稻米标准化生产。

“游戏是我们的强项，一款游戏在线玩家可以达到上千万人，要是把贡米耕种收的场景植入到游戏里，何愁没有市场？”张嘉宇很有信心。

团队把花田梯田的实景通过数字技术植入到游戏的虚拟场景中，玩家通过开垦土地、育秧、栽秧、施肥、收谷子等环节，在游戏中体验水稻种植的全过程，最终获得虚拟的大米奖励。

为让玩家把虚拟的成就感变成现实，游戏后台会弹窗提醒玩家，关注小程序可线下进行土地认养，收获实实在在的大米，并且还能通过视频查看大米的生产过程。

“云稻米”计划发布30个小时后，便吸引了来自全国的5000余名消费者完成3.8万平方米土地认养。通过数字技术，去年腾讯公司带动贡米销售达65万元。

“现实和虚拟的结合，把游戏里的体验感变成现实生活中的获得感，这是数字技术赋能贡米成功销售的秘诀。”张嘉宇说，为加快数字技术赋能“土特产”销售，腾讯公司先后在酉阳、巫溪展开助农活动，带动当地农副产品销售数百万元。

记者手记

找准切入点 “跨界”更出彩

非农企业“跨界”农业早已不是什么新鲜事，多年前就有房地产商、互联网巨头、娱乐明星等“跨界”做农业的报道。但细数下来，成功的案例似乎并不多，不少项目往往雷声大雨点小，有的甚至半途夭折了。

记者在采访中了解到，一位建筑小老板因为看好“生态养殖”，去年“跨界”养起了“跑山鸡”。但由于不懂养殖技术，也没有市场销售途径，这项产业让他亏得血本无归。

在记者看来，他的失败，就在于没找准切入点，以为搞好了“生态养殖”就会适销对路，殊不知，全市乃至全国打“生态牌”的农产品比比皆是。

那么该如何找准切入点，让“跨界”更出彩？优链云、美心集团、腾讯公司的探索或许能给我们一些启发。

优链云从一个做三产到二产再到一产的企业，探索出“团餐+园区+食材种植”模式，实现种植、加工、销售的全产业链闭环，找准的切入点是它每天要满足全国庞大的市场消费需求，进而通过数据分析来精准指导生产。

腾讯公司找准的切入点则是它通过数字技术的运用，来实现对流量的变现能力。它把花田梯田植入到游戏场景中，让玩家身临其境感受到当地的文旅资源和农耕文化，把游戏里的成就感变成生活中的获得感。

美心集团的切入点则是它通过在红酒小镇景区内，植入葡萄种植、加工的新场景，走农旅融合发展之路，带动红酒销售，联动一二三产业发展。（赵伟平）

新农安法助力 “土特产”发展驶入快车道

□ 宋生辉 赵岩 王振振

近年来，各地积极探索现代特色农业发展，以食用农产品为代表的一些“土特产”被培育成为带动当地农民增收的支柱产业，孕育了一批耳熟能详的农业品牌。品质优、口碑好的“土特产”，既丰富了百姓餐桌，又促进了农民增收。随着人们健康理念不断升级，消费需求正由“吃得饱”向“吃得好”“吃得营养健康”加快转变，消费者需要质量更好、品质更优的农产品。

2023年1月1日，新修订的《中华人民共和国农产品质量安全法》（以下简称新农安法）开始施行，新农安法通过强化田间地头到百姓餐桌的全链条监管，完善农产品质量安全管理制度措施，为包括“土特产”在内的农产品产得出、产得优提出要求，作出规范、给予保障，助力“土特产”发展驶入快车道。

把好生产环境，净化一方水土。“南橘北枳”是农产品的明显特点，不仅仅是气候，不同的土壤也能培育出不同品质、不同口味的农产品。但是，无论何种气候、土壤，土地干净，才能生产出安全优质的农产品，这是底线。新农安法规定国家建立健全农产品产地监测制度，加强农产品产地安全调查、监测和评价。一方面，与土壤污染防治等法律法规相衔接，规定了特定农产品禁止生产区域管理制度；另一方面，规定生产经营者应当科学合理使用农药、兽药、肥料等农业投入品，按照规定回收并妥善处置包装物和废弃物，防止对产地造成污染。“土特产”与当地土地、气候等自然环境联系紧密，应当更加重视对土地的保护，在源头上守好其生长环境，推进绿色发展。

开展教育培训，传承种养技艺。优质的“土特农产品”往往蕴含着更复杂的种养技术和加工技艺。新农安法明确国家鼓励和支持农产品生产经营者采用绿色生产技术和全程质量控制技术，并与农业技术推广法相配合，对各级人民政府及有关部门、农业技术推广机构、农民专业合作社、农产品行业协会、基层群众性自治组织、农村集体经济组织，指导、培训农产品生产经营者开展生产活动作了规定。各方可以加快制定保障地方优势特色农产品的生产技术和操作规程，确保“土特产”生产有章可循，创新教育培训方式方法，让农民一看就懂、一学就会、一用就见效，将独具特色、饱含风情的种养技艺传承下去。通过强化生产过程管理，保证“土特产”品质，弘扬当地风情文化。

创新经营模式，延长产业链条。需要注意的是，“土特产”生产经营者中存在大量的小农户，如何用好这些农户资源，实现联农带农富农以产生更高的社会效益是一项重要任务。实践中，有的地方建立了全产业链农业服务中心，建成了集种养技术服务、农产品初加工和储运中心、物联网展示、农旅融合等于一体的配套服务体系，将小农户、公司、政府资源相融合，发展农产品公共品牌，产生较好效益。新农安法对政府及其有关部门、农产品生产企业、农民专业合作社、农业社会化服务组织、行业协会等作出了一系列规范，例如新农安法第十二条明确规定“农民专业合作社和农产品行业协会等应当及时为其成员提供生产技术服务”，为“土特产”产业链升级夯实了基础。关键是落实好帮扶政策，采取“土地托管”“订单农业”等方式，把“抱团”经营上规模、提质效、增诚信，开发农业多种功能和乡村多元价值。

优化基础设施，保障供给质效。“土特产”中有相当数量的肉类、水果、蔬菜、水产品、乳制品、速冻食品等，而我国冷链物流发展不平衡不充分问题突出，跨季节、跨区域调节农产品供需的能力不足，农产品产后损失和食品流通浪费较多，这是让“土特产”“进城”，实现“买全国、卖全国”的难点痛点之一。对此，新农安法规定国家支持农产品产地冷链物流基础设施建设，健全有关农产品冷链物流标准、服务规范和监管保障机制，保障冷链物流农产品畅通高效、安全便捷，扩大高品质市场供给。为聚焦产地“最先一公里”和城市“最后一公里”，补齐两端冷链物流设施短板提供了法律保障。

强化质量安全，提振消费信心。大部分“土特产”是一种自然产品，但往往存在单个生产经营主体规模小、产业链条短、品质及品牌影响力不高等问题，还有的存在质量安全隐患。一起质量安全事件，就有可能误伤一个产业、损害整个地区多数生产者的利益，必须重之又重地对待。新农安法强化各主体农产品质量安全责任，建立健全农产品质量安全监测制度、推行承诺达标合格证制度、实施追溯管理等，建立了全过程、全链条的管控措施；同时，明确国家鼓励和支持农产品生产经营者选用优质特色农产品品种，引导、推广农产品标准化生产，鼓励、支持建立和实施危害分析和关键控制点体系，实施良好农业规范，加强地理标志农产品保护和管理等，为扩大优质“土特产”市场供给提供了法治保障。

此外，通过包装和附加承诺达标合格证等标识，可以实现生产记录可查询、产品流向可追溯、责任主体可明晰，提高生产经营者质量安全意识，以此推动“土特产”品质、品相提升，不断赢得消费信心，形成有影响力的农业品牌。

做好“土特产”文章，土地、生产过程、产业链条、公共服务、质量安全等元素是不可分割的，在发展过程中，要聚焦特色，在乡土资源、当地风情、产业集群等方面下足功夫，牢固树立质量第一意识，避免同质化、短期化和低端化发展倾向。在推进农业品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产中，充分展现“土特产”的价值，全面提升生产质量效益，将食品安全“四个最严”的要求高标准践行在“土特产”上。