

P.05 卷首语

p.05 全面推进乡村振兴 品牌农业大有可为 / 听涛

P.06 特别关注

p.06 百果园获 2020 第三届社会责任大会奥纳奖

p.08 11 则余氏家训影响百果园董事长余惠勇一生

P.11 专题

p.11 益农信息社“助力抗疫”先进获专项奖励 / 杨雪

p.18 双东益农社：抗疫助农 让龙门年桔出村进城 / 麦子

p.22 高美村益农社陈耀腾 热心公益 抗疫有为 / 实习记者 李涛



P.24 品牌之道

p.24 培育打造农产品区域公用品牌，要把握好三点 / 张国

P.26 专访

p.26 设施园艺产业新时期要解答新课题

——访中国优质农产品开发服务协会设施园艺分会会长李玉荣研究员

/ 杨雪 实习记者 李涛

P.30 观察

p.30 人工智能农业：看似远在天边，实则近在眼前

/ 特约撰稿 戈旭皎



P.33 本期人物

p.33 带领眉县乡亲共圆一个“华果梦”

——记中国优质农产品开发服务协会理事朱继宏 / 杨雪

P.37 品牌故事

p.37 寒地珍珠“煦米优粮”胚芽米 / 秀云

p.40 东西协作，品味独特的庄河草莓 / 杨雪 实习记者 李涛

p.43 一袭茉莉香 百年世家茶 / 石玲

P.46 说桑话蚕

p.46 中国丝绸桑蚕品牌集群发出关于认真学习 2021 年中央一号文件的通知

p.47 中国丝绸桑蚕品牌集群调研上海布鲁威尔食品公司 / 王德弟 郑林





P.51 优质农产品采摘

p.51 平度牛肉：高端牛肉是这样炼成的 / 姜言芳 贾睿

P.55 特色农产品优势区巡礼

p.55 忻州小杂粮做成大品牌 / 建忠

P.58 吃个明白

p.58 冬日暖阳里的苹果盛宴

——我国苹果全产业链、免套袋技术全面推广

/ 崔冬冬 李颖芳 周菲 李晨

P.63 道地中药材

p.63 中药材种植机械化：理想如何照进现实？

——以麦冬种植为例 / 柳琪

p.67 “斛”气东来 养心强体 / 方华

P.71 春华秋实

p.71 “寻找 2020 全国最美苹果摄影大赛”获奖作品选登

P.78 邮轮食品

p.78 时代的精神 文化的传承 东方的传奇 不老的传统

“红头船”——文化传承的产物



P.82 农艺与农机

p.82 我国小浆果机械化现状、特点和值得关注的问题 / 王晓会

P.84 食尚养生

p.84 如何认识有机农业和人类健康的关系？ / 齐凌峰 赖南平

P.87 农耕文明

p.89 中国古代的典型“农业法” / 陆垚

P.90 他山之石

p.92 罗马尼亚：个体农场主崭露头角 / 张梅

P.93 多棱镜



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

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 李涛（实习）

特约撰稿 苑同宝 戈旭皎

编辑 程燕 张雯婷

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

全面推进乡村振兴 品牌农业大有可为

文 | 听涛

2021年中央一号文件《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》2月21日正式发布。这是21世纪以来第18个指导“三农”工作的一号文件，出台时机特殊、意义重大。文件包括5个部分26条，主要内容可以概括为“两个决不能，两个开好局起好步，一个全面加强”。

“两个决不能”就是巩固拓展脱贫攻坚成果决不能出问题、粮食安全决不能出问题。强调设立衔接过渡期，实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴的有效衔接，确保守住不发生规模性返贫底线。明确要求“十四五”各省（区、市）要稳定粮食播种面积、提高单产水平，确保粮食产量稳定在1.3万亿斤以上。

“两个开好局起好步”就是农业现代化、农村现代化都要开好局起好步。

“一个全面加强”就是加强党对“三农”工作的全面领导。

值得关注的是，文件指出，要充分发挥农业产品供给、生态屏障、文化传承等功能，走中国特色社会主义乡村振兴道路。加快推进农业现代化，首先就要提升粮食和重要农产品供给保障能力。这其中首次明确了“深入推进农业结构调整，推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产”

成为重要举措。

2021年中央一号文件提出了新时期农业结构调整的核心，就是围绕品种、品质、品牌和标准化生产下功夫，而新时期农业农村现代化和全面推进乡村振兴的各项重大任务，更是为品牌农业发展提供了巨大的历史契机和更加广阔的舞台。如“接续推进脱贫地区乡村振兴。实施脱贫地区特色种养业提升行动，广泛开展农产品产销对接活动，深化拓展消费帮扶”“立足县域布局特色农产品产地初加工和精深加工，建设现代农业产业园、农业产业强镇、优势特色产业集群”“推进公益性农产品市场和农产品流通骨干网络建设”“开发休闲农业和乡村旅游精品线路，完善配套设施”“优化农产品贸易布局，实施农产品进口多元化战略，支持企业融入全球农产品供应链”等，无不需要农业品牌打造的大踏步前进。只有品牌先行，农业产业的打造、渠道的建设、功能的拓展、贸易的布局以及融入全球农产品供应链就有了重要基础。

农业品牌是农产品质量和知名度的价值体现，是农产品质量安全和农业高质量发展的必然要求，农业品牌的打造既要求品种的创新、品质的提高，更会带动农业标准化生产。品牌

农业的创新发展，会成为加快农业转型升级的重要动力，这使得品牌成为串联品种、品质和标准化生产的核心。

推进农业的品牌发展，是提高农业及农产品实行新消费、新营销、新流通的适配性基础。对脱贫地区的消费帮扶，消费主流就是品牌商品，或者说就是具有科技、文化、生态、地域含量的农业品牌商品。农产品和农业企业要提高未来消费、营销、流通的适配性，进入未来的市场，就需要把农产品变为商品，把原料农业变为产品农业，把产品农业变为财富农业，最为重要的就是要提高品牌价值，创造鲜亮的有竞争力的农业品牌。

农业品牌是农业现代化建设的金字招牌，是推进农业现代化建设的重要任务。当前我国农业的国际竞争力还有待提高，农业企业要想融入全球农产品供应链，最根本的还是要打造农业品牌。国际农产品市场上品牌就是竞争力，品牌就是国际农产品市场占有率。品牌农业的创新发展，是加强国际农业合作，特别是农产品贸易提高竞争力的基础工作。通过促进农业品牌创新发展，来提高我国农产品的竞争力，我国才能从农业大国真正建成农业强国，跻身于世界农业发展的大格局。**优**