



P.05 卷首语

p.05 别样丰收：添经济动能 迎小康社会 / 听涛

P.06 特别关注

p.06 中国优农协会联手拼多多等多家平台

带火 2020 年农民丰收节金秋消费季 / 麦子

p.09 河北桑蚕经济发展推进会在正定举行

桑蚕丝绸时尚品牌扶贫产品展览同步举办 / 杨雪

p.11 拉近农商距离 推动食品产业升级

——第三届中国食品农产品产销与电商大会在山东平度举行 / 秀云

p.14 草原之门盛大揭幕 精准扶贫创新发展

——第八届内蒙古武川（国际）燕麦文化节成功举办 / 建忠

P.17 专题

p.17 借外力推动全产业链发展

创品牌加速云南草莓走出去

——云南省草莓产业发展调研报告

p.22 创新驱动产业融合 全力以赴脱贫攻坚

——访江苏省蔬菜协会会长吴军平 / 周小英



P.27 说桑话蚕

p.27 全株利用 合作社走出蛋白桑品牌发展之路 / 吴古文

p.30 智能蚕桑 未来可期

——访重庆市奉节县祥飞茧丝绸有限公司总经理李秀成 / 周小英



P.33 观察

p.33 “新农活”经济价值之外还有社会意义 / 戈旭皎

p.36 如何发挥新农人在乡村振兴中的核心带头作用 / 齐凌峰

P.38 本期人物

p.38 刘利群的“玫瑰人生” / 杨雪

P.43 品牌故事

p.43 绿宝集团：“公司 + 基地 + 农户”开创农企双赢新局面 / 李亚洲

P.48 优质农产品采撷

p.48 解密舌尖上的甜蜜:大泽山葡萄 / 姜言芳 曲忠峰

p.52 猕猴桃“风暴”——多彩品种,加速优质品牌时代的来临
/ 崔冬冬 王晓芳 李颖芳 周菲

P.56 特色农产品优势区巡礼

p.56 江西广丰马家柚:“柚”惑难挡 / 秀云

P.58 产业扶贫

p.58 扶贫攻坚·农机答卷——农机行业优秀扶贫案例征集活动启动
/ 建忠



P.60 邮轮食品

p.60 梅州柚香飘上海滩 亮屏黄浦江

p.62 邮轮游艇产业发展服务评级将走上标准化

P.64 农艺与农机

p.64 2020 中国国际农业机械展览会探秘实录

——汇聚价值信息 强化场景服务 助推产业升级 / 展讯

p.68 悍沃“大棚王”拖拉机“钻进”蔬菜大棚 / 王晓亮

p.70 蔬菜产值最高的辣椒机械化收获如何从理想走进现实 / 柳琪

P.74 区块链农业

p.74 抓住“新基建”发展的新机遇促进绿色产业的振兴发展 / 冀晋黔



P.77 养生之道

p.77 大脑喜欢“吃”什么 / 刘淑敏

P.79 农耕文明

p.79 沿用至今的两大古代水利工程 / 李伟娜

P.82 他山之石

p.82 法国布列塔尼的民间苹果丰收节 / 张梅

p.85 各国农业教育的闪光点 / 李伟娜

P.88 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 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

别样丰收：添经济动能 迎小康社会

文 | 听涛

秋高气爽、瓜果飘香，一派丰收盛景中，第三个中国农民丰收节又在秋分如约而来。

今年，又是一个丰收年。农业农村部数据显示，今年我国夏粮实现了十七连丰，产量再创历史新高，仅全国范围内小麦、稻谷的库存量，就足够全国人民吃一年。“口粮绝对安全，无须屯粮抢粮”，这就是中国粮食安全的底气！

但我们深知，这个丰收来之不易。新冠肺炎疫情对国内外造成巨大冲击，农业生产也承受着巨大压力；长江流域严重洪涝灾害、东北地区夏伏旱、连续台风侵袭给粮食和农业生产带来挑战，但我国农业农村经济社会保持了相对稳定，夏粮再获丰收，更加凸显出“三农”工作“压舱石”“稳定器”的重要作用。2020年是决胜全面建成小康社会、决战脱贫攻坚之年，注定是一个具有历史意义的特殊年份。小康不小康，关键看老乡。广大农民特别是贫困地区的农民同步小康，才是真正小康。因此，办好今年农民丰收节，具有多方面重要意义。一方面要充分展示农业农村发展的巨大成就、整体消灭绝对贫困的制度优势、中华农耕文明传承的无限活力、乡村全面振兴的光明前景，另一方面要充分展现抗击疫情中“三农”领域表现出的稳健力量，为经济社会恢复发展提振信心、凝聚力量。

因此，今年农民丰收节以“庆丰收、迎小康”为主题。两年来，丰收节坚持农民主体、因地制宜、开放创新、节俭热烈的原则，各地节庆活动办得越来越好，农民参与更广、基层覆盖面更大，节庆内容更丰富、表现方式更多样，节庆文化韵味也更浓，充分展示了“三农”发展的巨大成就、

中华农耕文化的丰富灿烂、农民群众的时代风采，为打赢脱贫攻坚、实施乡村振兴坚定了信心、凝聚了力量。可以说，农民丰收节正在成为我国最具特色的乡村文化符号。

更为重要的是，农民丰收节还具有多重功能，能够产生很强的节庆效应，可以激发社会和市场的积极性、创造性，转化成农村经济社会发展的新动能，拉动乡村消费、带动乡村产业、实现乡村价值。特别是打赢脱贫攻坚战之后，如何推进乡村全面振兴，农民丰收节可以发挥特有的烘托和带动作用。

作为服务“三农”的公益性社会组织，中国优质农产品开发服务协会在中国农民丰收节的筹办工作中始终发挥着重要作用。每年由协会牵头筹办的丰收节各项活动都紧扣协会特点，着力突出“优”字，既接地气又聚人气。中国农民丰收节既是广大农民朋友的盛大节日，也是全民参与共享、爱农助农为农的重大公益活动。如何帮助解决贫困地区农产品产销问题，构建长效机制，推动消费扶贫，助力农民增收，始终是农民丰收节的重要内容。今年，优农协会在农业农村部相关部门的指导下，一如既往地积极参与到丰收节的筹备工作中，由优农协会牵头组织的金秋消费季、黄河流域九省区丰收展、“东西南北中”全国县长话丰收、农产品产销对接活动等，都充分发挥了协会连接政企、农企的纽带作用和公益属性，特别是抓住日益重要的线上消费、直播带货等消费新模式，为农产品上行拓宽新渠道，为展示丰收盛景和农耕文化扩展新载体，为办好农民丰收节做出了应有的贡献。

金风玉露，春华秋实，丰收有你，有我！