



P.05 卷首语

p.05 为决战脱贫攻坚贡献更多品牌力量 / 听 涛

P.06 特别关注

p.06 一级战斗英雄史光柱走进中国绿色食品发展中心

史光柱被中国优农协会聘为顾问 / 杨 雪

P.08 专题

p.08 礼赞丰收 助力小康

——第三节农民丰收节黄河流域特色展示展销活动综述 / 麦 子

p.11 中国农民丰收节“金秋消费季”巡礼 / 宏 伟

P.14 说桑话蚕

p.14 桑蚕药食界盛会——“首届桑蚕中药材发展论坛” / 周小英

p.17 河北桑蚕产业走出融合创新发展特色路 / 秀 云



P.20 观察

p.20 小农经济与规模农业的共生之道 / 戈旭皎



P.22 品牌之道

p.22 绿色食品在食品安全中发挥的重要作用 / 粘昊菲

P.26 本期人物

p.26 苏钦东：中国“大蒜王”的逆袭 / 杨 雪

P.31 优质农产品采撷

p.31 马家沟芹菜：坚持高端 不走寻常路 / 姜言芳

p.35 燕麦之乡张家口 / 宏 伟

p.38 寿阳“三宝”：梨先生、油柿子、豆腐干 / 李亚洲

p.41 如何提升优质葡萄价值主张？ / 李晨 周菲 王晓芳 韩 真

P.48 特色农产品优势区巡礼

- p.48 赣南脐橙：从一棵树到一个产业集群 / 建 忠
- p.50 科尔沁草原：风吹草低现牛羊的肉牛之都
- 对话通辽市农畜产品质量安全中心主任孙丽荣 / 周小英

P.54 产业扶贫

- p.54 食用菌撑起剑河县扶贫大业 / 李亚洲

P.58 邮轮食品

- p.58 十月中食展 金秋的收获
- 对话通辽市农畜产品质量安全中心主任孙丽荣



P.61 农艺与农机

- p.61 鲜食玉米的机械化移栽 / 柳 琪
- p.65 小麦耕整播新装备, 怎样才算“中”? / 苑同宝
- p.69 粮食机收损失率高吗?
- 减损还需农艺农机相结合 / 朱礼好

P.73 大视野

- p.73 照进农业的一缕“春之光”
- 光翌植物工厂新技术 / 赵 冉

P.76 区块链农业

- p.76 发展区块链基础设施“新基建”率先迎接信息社会的崭新未来 / 冀晋黔

P.79 养生之道

- p.79 警惕餐桌上的“毒物” / 刘淑敏

P.82 农耕文明

- p.82 古代中国是如何防虫治蝗的? / 李伟娜

P.85 他山之石

- p.82 世界“农业服务业”的发展趋势 / 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

为决战脱贫攻坚贡献更多品牌力量

文 | 听涛

“我们的绿茶、红茶和白茶产品都是当地特色的含硒茶叶，但是作为贫困地区的中小型企业，想要自家的特色农产品‘走出去’、打出品牌真的很困难。”在今年农民丰收节主会场举行的贫困地区农产品展销活动上，来自湖北咸丰县的袁长青作为恩施自治州的代表带着自家的长青富硒茶叶产品参加了活动。对于如此难得的品牌展示推介、产销对接的机会，袁长青非常珍惜。

与袁长青面临的情况相同，中国多数的贫困地区都在西南、西北农村，这些区域多地处边陲或高原腹地，有着丰富的物种资源、传统农耕文化资源、区域特色自然资源，但其区域及各类产业、产品的品牌化程度极低。至今，这些地区绝大多数的产品，依然以原料为主体进入市场竞争，大面积低价出售区域的各类资源，无法得到品牌溢价，无法获得品牌价值。

贫困山区土地资源分散和小农产业特征，如何促进小农户和现代农业发展有机衔接，如何帮助小农户对接大市场，如何发展多样化的联合与合作，如何重塑城乡关系、走城乡融合发展之路等，都迫切需要将品牌建设摆在突出位置，以品牌扶贫为产业发展夯基垒台、为乡村振兴立柱架梁。而如今的市场趋势是“酒香也怕巷子深”，这让品牌传播成为品牌建设中至关重要的一步。在当今时代，没有传播就没有品牌，没有传播就没有产品的市场价值。一些贫困地区，资源丰富、产品优质，但就是无法突破时空障碍，为消费者所了解。这就要求我们的政府主管部门责无旁贷地承担起品牌宣传推广的职能，为贫困地区的农业品牌推广搭建更多的平台、沟通更多的渠道。2018年，农业农村部发布了《农业农村部关于加快推进品牌强农的意见》，决定从区域品牌、企业品牌、农产品品牌三个层面推动农产品品牌建设工作。作为我国农产品交易会的“领头羊”，中国国际农产品交易会从2016年开始以品牌强农为主题，聚焦农产品区域公用品牌，相继举办了省部长推介、名人公益推介、农民推介、市县长推介等品牌专场活动，取得了显著成效。2019年，中国农业品牌目录制度，在农交会上向社会推介了300个农产品区域公用品牌。今年第十八届农交会还将首次面向社会推介农业企业品牌。

像这样“国家级”品牌推介平台还远不能满足我国贫困地区优质、特色农产品品牌的推广需要，品牌农业的建设和推广还需要全社会的关注和支持。而作为专业组织，行业协会在其中应该发挥更多的积极作用，搭建更多从贫困地区到城市消费市场、从地头到消费者认知的桥梁，紧紧抓住品牌强农的核心，为决战脱贫攻坚贡献更多的力量。