

# “科技范”出彩 农文旅融合 土特产出圈 “潮起来”

叶晓楠 刘雨馨 胡晓晓

香甜的红枣、清香的茶叶……近年来，从种植和加工到农业品牌的设计和推广，各地土特产或借助电商平台走出大山，或依靠科技力量实现产业升级，或凭借特色文创实现农文旅融合发展，通过个人、科技团队和平台建设的共同发力实现了飞速发展，一个个各具特色的土特产，正在出圈“潮起来”，让乡村“土”味香飘四海，走向更广阔的市场。

## “丑”苹果变身“致富果”

每天一大早，四川省凉山彝族自治州盐源县杨柳桥种植养殖专业合作社理事长胡秀洪都会和工人一起，赶到山上的果园里忙碌。眼下，苹果正值生长期，他们要忙着管理果园，并打理种植的花椒等作物。

盐源县海拔2000多米，是苹果优生带之一。由于当地苹果多数都带有果斑，被称为“丑”苹果，但有着独特的冰糖心，口感香甜。过去，因为地处偏远，农民们的“丑”苹果只能等着收购商上门批量收购，好苹果卖不出好价钱。

变化发生在2020年，盐源县把当地的土特产入驻脱贫地区农副产品网络销售平台（以下简称“832平台”），“丑”苹果被摆上了平台货架，大伙开始学习通过电商卖货，通过网络将自家的苹果卖到全国各地。

“我们只需坐在家中，操作电脑和手机，就能将苹果卖到全国各地。通过平台的推动，这几年，我们合作社和农业公司的苹果通过各种渠道销得很好。”胡秀洪说，到外地参加活动时，他总会带上苹果，逢人就送，并自豪地介绍这是来自盐源的“丑”苹果。苹果送完后，他还拿着空箱子在各个景点拍照打卡，留下纪念。

盐源县当地的乡村振兴带头人还不断接受“832平台”的多维度培训，提高农产品质量，提升店铺精细化运营及品牌建设能力，让越来越多的土特产走出大山。截至2023年底，盐源县在“832平台”累计完成交易额6921.53万元。

像大凉山盐源“丑”苹果一样，更多土特产正在通过“832平台”的消费帮扶，卖得更远，卖得更好。据了解，“832平台”是在财政部、农业农村部、中华全国供销合作总社指导下，由中国供销集团所属中国供销电子商务有限公司建设和运营的脱贫地区农副产品网络销售平台，自2020年1月上线运行以来，平台将脱贫地区带动能力强、产品质量好、有诚信的企业、农民专业合作社等经营主体与全国各地采购商连接起来，畅通农产品线上销售渠道，帮助832个脱贫县320多万农户巩固脱贫成果。

“在电商平台的帮助下，我们的脐橙走向了更大的市场。”湖北省秭归县脐橙果业合作社理事长龚雪说，“这两年，通过‘832平台’专业的销售团队和良好的品牌口碑，秭归脐橙的成交量显著上升，复购率达到了30%以上，有效提升了‘秭归脐橙’的美誉度和知名度。”她所在的合作社入驻“832平台”后，上架优质特色农产品累计100多款，销售额累计达5000多万元，每户年均增收3000多元。

除了像“832平台”这样的网络销售平台帮助外，土特产要顺利出山，还需要在种植、采摘、打包、运输等各环节严格把关，其中快递物流网络建设是重要一环。

在云南省楚雄彝族自治州永仁县，玉碗水村的果农李代国在田间，望着挂在枝头的沃柑，心中充满了丰收的喜悦。曾经令他担忧过销路的土特产，如今在中铁六局建设的永攀物流港的助力下，变成了农民手中的“金饭碗”。

永仁县依托得天独厚的光热、气候、生态资源，积极打造特色林果品牌，种植面积53.6万亩。然而，如何将这些优质农产品卖出去，成为当地发展的新挑战。2023年夏天，一批来自中铁六局的建设者来到了永仁，用了5个月时间，搭建起了一座连接产地与市场的桥梁——永攀物流港农产品配送中心。该项目发挥铁路物流优势，通过驻地直采直销，订单化、规模化生产，打造标准化一代代发平台，构建“种植户+产地仓+城市仓+交易平台+营销终端”的果蔬贸易体系，纵向联通“生产+贸易+加工+流通”的果蔬产业链。

永攀物流港的建成，不仅帮助解决了销



图①：五月十一日，在浙江省杭州市塘栖北村枇杷标准化种植基地的大棚内，工作人员通过直播的方式向观众介绍塘栖枇杷以及枇杷衍生产品。新华社记者 徐昱摄



图②：4月1日，在贵州省铜仁市江口县梵净山脚下的贵茶产业园，工人在包装欧标抹茶。

贵茶集团供图



图③：6月2日，在江西省瑞昌市高标准设施蔬菜示范中心，工人在采摘西红柿。

魏东升摄（人民图片）

图④：5月6日，在山东省东营市莱州网络广饶县快递集中配送中心，电商在进行直播带货，推介农产品。

刘云杰摄（人民图片）



图⑤：6月1日，安徽省芜湖市孙村镇中分村，错落有致的民居与田野、道路、青山等相映成趣，构成一幅美丽的乡村田园生态画卷。

肖本祥摄（人民图片）

售难题，还推动了当地核桃精深加工、芒果精深加工等产业的发展，为农民提供了更多就业机会和增收渠道。如今，永仁的农产品能通过配送中心畅销全国，农民的日子越过越红火。

“我们不怕种不出好果子，最心疼的就是这么好的果子，却没有好销路，每年都盼着经销商早点来。现在有了永攀物流港，帮我们把土特产变成了‘金饭碗’。”李代国感慨地说。

## 数字化推动品质升级

依靠大数据、人工智能等现代科技赋能，土特产的育种、种植、深加工等过程越来越精细化、科学化、标准化，从而拥有了更高品质和“科技范”。

在世界自然遗产地梵净山脚下的贵州省铜仁市江口县，距离茶山约20分钟车程的贵茶产业园内，建有大型抹茶单体精制车间，每年有约4000吨抹茶产品从长278米、宽48米的厂房内产出，并运输至全球超40个国家和地区消费者的手中。



在这个规模庞大的抹茶生产车间里，很多生产环节上，却看不见大量的工人身影。“除个别流程需借助人力外，近95%的精制环节都由机器完成，只有后期定制化包装环节需要借助人力的力量。”贵州贵茶（集团）有限公司副总经理兰方强告诉本报，精制色选、拼配匀堆、灭菌、研磨等十几道工序全部数字化操作，既降低了劳动力成本，又极大提高了生产效率。

除了现代化的生产车间外，茶园基地里的其他数字化设备也引人注目。由于茶青对生长环境的要求非常高，基地配建了实时的茶园绿色防控系统，通过20个红外夜视数字设备端严密监测茶园，将收集到的土壤水分、湿度温度、病虫害发生频率、特殊虫害气味收集等环境参数，形成诊断报告，从而有效进行预警研判。

“从茶园病虫害防治到全流程机械采摘，都把质量关。”兰方强说，“我们对茶园进行编号、制图，将平时的农事活动进行记录，并上传到电脑，通过大数据分析和管控，可以从源头进行全产业链追溯，实现生态保护和绿色防护相结合。”

在抹茶的加工过程中，贵茶集团还和第三方设备厂家共同进行研发，对设备进行不

断的升级改造，研制出自主知识产权的碾茶精制生产线，已经申请了13项专利。兰方强介绍，集团将在接下来继续加深和科研院所的合作，对整个产业链进行深入的创新与研究，不仅着力提升抹茶品质，更将致力于扩展抹茶深加工产品布局，让抹茶香气留得更久，飘得更远。

科学种植、走品牌化路线，贵州抹茶的走向表明，现代科技的应用，能将土特产资源的深层价值更充分地挖掘出来。当下，立足本地特色资源和产业特点，各地正积极与科研院所合作对接，以新品种新技术推广、技术规范推广、科技成果转化等方式，打造绿色优质产品链条，促进产业转型升级和高质量发展。

“由于土特产大部分都是鲜活农产品，非常容易腐烂变质。要解决损失率高的问题，就要建立全程无缝冷链流通体系，使果蔬采收后预冷、商品化处理、贮藏、运输、配送和零售各个环节始终处于产品所需的适宜低温环境下，以减少流通损耗、保证质量安全。”中华全国供销合作总社济南果品研究所所长吴茂玉在接受本报采访时分析说。

以山东威海的无花果为例，其采收后腐烂率高达30%以上。“生了不好吃，熟了不好

运”，让威海这一具有竞争力的优势特色产品走不出去。吴茂玉介绍，为了解决这一难题，研究所在多层级压差预冷、防霉气调保鲜、精准温区蓄冷保温运输等技术上实现突破，建立了“标准化采摘—压差预冷—防结露包装—冷藏运输”的无花果商业化冷链流通体系。“现在，我们已经可以将威海高成熟度的无花果销售至多个地方，流通保质时间也大大延长了。”吴茂玉说。

技术还体现在土特产的全程质量控制上。“同样的农产品，看着差不多，但品质风味差别很大。现在，我们可以通过数字化技术进行精准画像，对质量、品牌、特色进行数字化的表征，能够让好品质被清晰看见，有利于推动土特产优质优价。”吴茂玉说。

此外，还应通过提高科技含量，加强鲜活土特产的产地初加工和精深加工，比如引入分级分选的商品化处理手段、新型NFC果汁技术、浓缩果汁节能加工技术、果蔬脆片压差膨化技术、果蔬发酵技术等，提高资源的综合利用效率。“实践证明，通过新质生产力赋能，延长产业链，提高竞争力，未来会有更多的土特产走向全国、走向世界。”吴茂玉说。

## 深度拓展新业态

各种土特产产区，往往也是风光胜地，多地推出与农时季节相适应的特色农旅线路，做足“农业+旅游”的生态观光文章，由之前传统的种植、加工逐步向“特色农业+互联网、文创、旅游”等新业态深度拓展，走向农文旅融合发展。

近日，中国供销电子商务有限公司与新疆维吾尔自治区喀什地区喀什市人民政府正式签约，双方通过“平台+政府”合作模式，进一步带动喀什市农业全产业链发展，强化农产品加工链条，打造“一盒子里喀什”农产品系列组合并宣传喀什文旅。这是该平台助力农产品从单一的销售走向农文旅融合发展新模式的一个创新做法，不仅丰富了消费者的购物体验，也为当地产业升级带来了新机遇。中国供销电子商务有限公司总经理孙娟说，“832平台”联合喀什市人民政府，通过“以需带产，优化供应链，以销促农，完善利益链”，做好喀什市土特产文章。

为了使产品更具吸引力，自今年4月起，“一盒子里喀什”系列组合产品还与喀什市文旅部门携手合作，通过开展“买盒子送门票”等系列活动，共同探索“商品卖出去、客人迎进来”的农文旅融合推广模式。

“832平台”不仅通过消费帮扶的方式助力乡村初级农产品销售，还通过新技术、新模式、新业态等综合应用，由“输血”向“造血”转变，推进乡村产业全链条升级，深入挖掘乡村多元价值，推动脱贫地区一二三产业融合发展。”孙娟说。目前，“832平台”已先后与吉林汪清、江西鄱阳、安徽临泉、重庆黔江、新疆喀什等地合作，落地15个“产业帮扶示范县”项目，销售额超30亿元，帮扶农户超10万人，有效带动当地优势特色产业发展，为乡村产业振兴提供有力支撑。

和喀什一样，近年来，多地土特产走出文创风，大力开拓农文旅融合发展增值空间，推动特色农业产业与乡村休闲旅游深度融合，合理开发利用农业、农事、民俗文化等旅游资源，培育乡村旅游、生态旅游、观光游、农事体验游等农文旅融合产业。

上秤、包装、装车……在江苏省宜兴市后洪村的水芹交易市场，村民们天天忙着发货。“这是我们不久前上线的新产品。”拎起一个漂亮的上文创礼盒，后洪村党总支书记沈浩介绍，万石水芹卡通人物IP“水灵灵”被印在了盒子上，与徐舍西乡白芹一起，装进“两芹相悦”土特产礼盒。独特的文创形式，吸引了一波购买热。“为拓展客户群，让更多年轻人爱上农产品，需要在品牌创新营销上下功夫，土特产也能走文创风。”沈浩说。

这次的联盟销售让人耳目一新。沈浩说，相比单独销售而言，联盟品牌提高了产品利润，获得了市场认可，下阶段，万石水芹还将继续走好文创路线，与水八仙或更多农产品“联姻”，打造原创IP，让土特产的推介更加时尚。

延伸价值链，释放新价值，从水芹种植到水芹文化，这几日，后洪村正在和相关文化企业洽谈合作，拓展研学游市场。借助村内建设的万石粮仓一号风景道和宜兴市丰汇现代农业产业园，去年村内打造了一条以劳动创造、乡村文化为主的农耕研学路线，一经推出就受到好评。今年，后洪村将牵手第三方，围绕村特色人文、农田资源等，深度开发农田体验、水芹园艺等特色课堂，“以水芹为主题，开设吃住游玩娱一站式研学基地，让市民沉浸式感受田园之美。”沈浩说，接下来，村里还打起了闲置大棚的“主意”，要将其改造升级为露营地基地，发展餐饮、体验等业态，让更多年轻人走进村庄，提升村庄吸引力。

（于海对本文亦有贡献）