

每斤高出市场1.5元收购，10天时间，沃尔玛、麦德龙等大超市直采冬枣突破1000万斤

农超对接让黄升枣农增收上千万元

“仅仅10天的时间，我们基地1100万斤冬枣就被沃尔玛和麦德龙超市抢购一空，枣价每斤高出市场价1.5元，仅此一项可使枣农增收1200万元，这都亏了我们与大超市的对接。”10月18日，沾化县黄升镇鑫春冬枣专业合作社负责人兴奋地说着。

“过去卖枣，半夜三更就起来，拉着冬枣颠簸几十里排队卖，商家挑挑拣拣，耽误工夫不说，价格也上不去。如今，有水果大公司亲自来我们村里收购，服务好，价格还高。”正在卖枣的一位枣农笑着说道。

农超对接，是指农户和商家签订意向性协议书，由农户向超市、菜市场和便民店直供农产品的新型流通方式，它将千家万户的小生产与千变万化的大市场对接起来，构建市场经济条件下的产销一体化链条。据悉，该镇在2009年就与沃尔玛公司成功对接，建立了全县第一家农超对接冬枣直采基地，相继又与麦德龙、鑫荣懋等大型超市对接。运行三年来，与公司签订的沾化冬枣销售协议突破2000万斤，将沾化冬枣送进了全国100多家大型超市，每年枣农增收高达1000万元以上，为农业标准化建设和健康发展搭起了有效的保障平台。

源头严控，技术创新， 做好农产品进入高端第一步

想让农产品卖出高价，进入高端市场，

质量是关键。建立起了完善的管理体系、质量控制体系和追溯体系三大有机标准认证体系，实现了从田间到餐桌的全场监测。在整个生产体系中，合作社聘请市、县农业局农艺师定期到园区技术指导，镇冬枣办技术人员靠上抓，村技术员具体抓，实现管理标准化。同时，采用物理、生物的立体防控体系，基地发展冬枣大棚36个，广泛应用杀虫灯、粘虫板、地膜覆盖等管理新技术，杂草全部使用人工锄和人工拔除，杜绝使用除草剂，有效地解决了农药残留问题，确保了产品质量安全。在肥料利用上，统一使用合作社专门采购的已取得有机认证的有机肥料，辅以生物有机菌肥，确保冬枣含糖量、口感好。在生产过程中，枣农有严格的生产档案，统一制订《沾化冬枣有机生产基地操作记录表》，对病虫害防治记录、施肥记录、合作社统一购生产资料记录全场记录，保证生产过程安全。同时，合作社把有机冬枣生产基地划分A、B、C、D四大生产区域，每一农户有统一编号，生产的冬枣在统一的包装盒上打上标号，如发生质量问题，直接追溯到生产农户。基地周围严禁建设化工企业，不存在环境污染问题，浇灌地下水源，生产环境安全。

专业组织，统防统治， 把农产品抱团推上高端市场

一直以来，沾化冬枣都是一家一户的管理模式，导致产品流通单一、产业链条短、市场销售被动、风险大、影响了产业的良性发展。成立专业合作社组织，进行标准化统防统治，无疑是破解这一瓶颈的最好出路。在冬枣产业上，该镇自2007年成立起沾化首家富硒套袋冬枣专业合作社以来，先后成立了“全利”、“鑫春”、“树林子”等23家冬枣专业合作社，在管理上，由合作社统一供肥、供药，统一进行枣园管理，统一聘请技术人员作指导，统一收购，“抱团”闯市场，实现了冬枣产业一体化，有效解决了政府“统”不了、部门“包”不了、单家独户“干”不了的难题。经过几年的管理运作，实现了国家级重点专业合作社一处、省级一处、市级两处，沾化冬枣有机转换产品认证基地达到两处。

品牌效应，互利共赢， 让农产品与大超市顺利对接

有了品质好的沾化冬枣，如何把枣卖出去、卖出高价，成为摆在我们面前的一大课题。好酒不怕巷子深。有了规模，品质也有了质的飞跃，要让沾化冬枣成为全镇枣农致富的一项产业，必须从销售上下功夫，走向高端市场是关键。一是注册商标，打造品牌。先后在工商部门正式注册了“全利”、

“鑫园红”、“国庆红”、“寒红”、“傲霜红”、“升圣红”、“靓红”、“林园红”、“友三”九大商标品牌，并设计了专门包装，积极发动枣农入股，注册成立了果品有限公司，为实现村企合一迈出了第一步。二是建设载体，搭建平台。先后投资280余万元修建孙家、大姜等8处大型销售市场，建设万米冬枣观光长廊，开发集游园采摘、民风民俗、农家乐于一体的沾化冬枣基地，为客商入驻和旅游采摘搭建了多元化平台。三是对接洽谈，互利共赢。外出跑市场宣传推介，进超市洽谈引入，积极发挥政府“红娘”助农超结“良缘”的作用，力争与更多的超市、企业对接。有机冬枣的质量认证、“全利”、“友三”等一系列农产品品牌为品质保驾护航的硬招牌，恰好迎合了大型连锁超市跨过中间商，直接从基地采购生鲜农产品的需求。三年来，与美国沃尔玛、德国麦德龙、深圳鑫荣懋、青岛沃林、深圳家乐福连锁超市等国际国内大型果品公司超市纷纷签约，达成收购协议，每年都要签订高于市场价1-2元的收购合同，从保护农民利益为出发点，让农户获利。

目前在沾化镇，“农超对接”真正破解流通环节多、消费者购买价格高、生产者获利少难题，“农超对接”已结出“丰硕果实”。

本报通讯员 张华

棉花该摘了 “钟点工”吃香啦



10月13日，农家妇女张晓梅在梁山县小路口镇为缺劳力户拾棉花。目前，正是“三秋”大忙时节，小路口镇针对大量青壮年劳力外出务工的实际情况，积极引导农家妇女成为“钟点工”活跃在田间地头增加收入，每天收入40—50元，顾家挣钱两不误，便成了缺劳力农户的“抢手货”。黄河滩区每到农忙季节需雇人拾棉花、剥玉米，干些农活，因此，田间“钟点工”便应运而生。从事“钟点工”的既有农村剩余劳动力、农家妇女，也有城镇下岗工人。“钟点工”的劳动报酬一般按劳动强弱、农活技术熟练程度而定，或是按田亩、斤两计酬。一般每天收入40元以上，一天一结算，深受“钟点工”的欢迎。

(杨玉建 史春玲 摄)

从种到收全部实现微机数字化，全国种粮大户汶上农民张道立 种田追求“高科机”，一机顶千人——

数字玉米收割机直接出粒

10月22日，在汶上县苑庄镇王庄村张道立三千亩晚玉米方田里，随着一台微机控制的数字收获机的隆隆轰鸣声，一排排近两米高的玉米秸秆被绞碎还田，籽粒饱满的金黄色玉米同步脱离进入机仓。目睹这一场景，现场75岁的种田“老把式”李孟祥被惊呆了：“俺种了一辈子地，看见收玉米从棵上直接出粒还是头一遭！”

张道立是2010年受到国家表彰的全国种粮大户，承包土地4000余亩。据他介绍，今年用数字播种机种植了3000亩玉米，1亩地不仅比以前节省一半种子，而且还能亩均增收100公斤，亩产达到650公斤以上。往年他家种的近千亩玉米，收获时需要雇100多人，得用1个多月的时间才能全部收完。今年好了，他从国家有关科研单位引进了这台价值300多万元的全新微机操控的玉米联合收获



机，四五个人只需一周时间就能全部收获完。这台配有空调驾驶室的收割机械，配有三台微电脑，采用国内首创的双向前进、倒开操作驾驶系统，作业挡位8进8倒，配备有正开、倒开两套驾驶操纵机构，驾驶员的座椅

可以360度旋转和高低调整，实现了人体工程学原理最人性化的驾驶操作性能，一次作业即可同时完成玉米果穗摘收、升运、集箱和秸秆切碎还田，大大减轻了农民收割玉米的劳动强度，降低了收获过程损耗，避免了大量秸秆焚烧带来的环境污染，解决了秸秆还田的难题，提高了农业收获机械化水平，实现了玉米种、管、收全程100%机械化、数字化。

图为地里出仓的玉米直接运往市场。(本报通讯员 刘长春 张伟光 何西荣 摄影报道)

创意创造商机

玉米土豆变身 婴童用品添新

玉米、土豆等这些家常菜，大家经常吃到，但是您见过用它们做成的奶瓶吗？近日，安徽金天帮商贸公司就开发出一些新奇产品，不论是奶瓶还是学饮杯、碗勺、玩具等系列婴童产品，均是用从玉米、土豆等植物中提取的淀粉、植物纤维等材料制成。从外表看，这些奶瓶与市场上卖的普通奶瓶没有多大差别，只是颜色呈淡黄色。除了安全性，食用植物材料产品另一个优势就在于它的环保性。这种食用植物材料做成的奶瓶

在任何环境下不会释放化学毒元素。当产品被丢弃后，在一定的自然条件下，可按规定时间降解。

据了解，食用植物材料已获得包括欧盟、美国、瑞士等全球官方权威机构认证。目前，新材料产品覆盖北京、天津、山东、江苏等20多个省市。和普通奶瓶相比，这种食用植物奶瓶的价格并不高，一个奶瓶价格约百元。除了生产婴童用品，该公司还研发生产一次性餐饮用品。

(张剑 孙金山)

传统盆景换颜 水果中药齐争妍

安徽歙县是徽派盆景的发行地。近年来，该县结合市场需求，不断创新，推出盆景新品种，获得了不错的效益。柑橘原本是结在山间树上的水果，如今结在不足一米高且种在花盆里的树上。虽说种在花盆里但硕果盈枝，果实和普通柑橘一般大小，且树的形状千奇百怪。这是笔者近日在安徽歙县新溪口乡塔坑柑橘科技示范园内看到的一幕。

据介绍，歙县许多盆景基地、农业专业协会还把名贵的中药铁皮石斛做成植物盆景，把花儿艳丽的桔梗、贡菊花等做成盆景出售，让消费者在家里也能栽种名贵中药，感受高雅的盆景艺术和养生之道。

目前，歙县许多盆景基地、农业专业协会还把名贵的中药铁皮石斛做成植物盆景，把花儿艳丽的桔梗、贡菊花等做成盆景出售，让消费者在家里也能栽种名贵中药，感受高雅的盆景艺术和养生之道。(汪庆勇)