南马村，全村加工“一根绳”

把小网绳做成大产业，年销售收入达2200万元

农村大众报惠民讯 （通讯员**王军 蒋美丽**）1月20日，大寒，走进惠民县姜楼镇南马村，村边空场、院落里各色布条、布片堆积如山，“喳喳”声响一片，不一会儿，五颜六色的布条便在机械上打着卷拧成了几根绳。妇女们三五个一伙穿梭于机械之间，不时就可见到装满网绳的小货车沿着笔直的柏油路驶出村子。

“咱们村没有外出打工的，家家户户都是老板。”村支书马洪军边说，边带领笔者来到村西头的贾立花家，一座二层小楼，院落西面的配房里整整齐齐地堆放着一捆捆布条加工成的绳子。贾立花告诉笔者，现在从外地进来原料自己加工，然后集中销售到全国各地，平均每天的纯利润都能达到200元以上。说话间，贾立花招呼搭档又开工做绳子。笔者见她首先将线疙瘩盘放在地上，几股布条顺着房顶的滚轴下来，将布条头打个活扣，套到机械下排的钩子上，顺势一拉四根布条就被牵拉着往十多米外的捻绳机另一端带去。

“原料是从浙江进来的，六毛钱一斤，一斤可以生产60多米网边绳。出来成品就可以净赚一半。”贾立花说，“再说，自己做老板，比给人家干活要强，俺一家人一年能挣七八万。”

“我们两个村庄靠的很近，我常年在这里干活，一天能挣50块钱，上了岁数，出去打工人家也不要，就在家门口打工，家里的活也耽误不了，俺挺知足的。”大年陈镇王西池村董振芳说。

△南马村有74户从事网边绳生产，全村劳动力不用出村打工。

惠民县是绳网大县，该县绳网生产和加工业户已达6900个，从业人员7万余人，主营业务收入可以占到全国同行业主营业务收入的70%。早在1996年，马洪军了解到当地绳网企业所需网边绳大多从外地进货，“当时村民都热衷跑绳网销售，没人能看上这种只有几分钱赚头的行当。”他介绍，“需求量大了，也是可以赚到钱的。别人不做，咱们做。”马洪军便停下其它生意到福建、浙江考察网边绳原料市场，并与杭州永固塑胶材料有限公司建立了长期供求合作关系，而后投资15万元购置了4套网边绳加工机械，从村里雇了十几个妇女开始加工网边绳，当年就产网边绳600吨，实现了利润12万元。

榜样的力量是无穷的。在马洪军的带动下，目前，全村已有74户从事网边绳加工生产，全村劳动力打工不出村。

目前，全村共有网边绳加工机械220套，年生产销售布条网边绳1.3万吨，在保证满足当地绳网企业所需的基础上，还把产品销售到了黑龙江、辽宁等地，年销售收入达2200万元，仅这一项，全村人均年增收2万多元。

科技电影 点亮“菜乡”夜生活

农村大众报郯城讯 （通讯员**禚艳华 刘科玲**）1月18日晚上，红花镇孙塘村的中心街上热闹非凡，一张大荧幕正在放映大棚西红柿种植技术影片，数百名村民看得津津有味。

红花镇素有“鲁南菜园子”美誉，为扶持菜农依靠现代科技发展特色农业，该镇从去年10月开始，采取“科教片+故事片”的放映模式，有针对性地根据菜农的种植项目和文化需求，开展“送科技电影下乡”活动，广大菜农在家门口就能免费看到科普电影。目前，该镇已为群众放映科教专题片130余场次，受众达2.8万人次。一张大荧幕点亮了“菜乡”的夜晚。

窗口围绕社会转 部门围绕窗口转

烟台开发区政务大厅国土资源局窗口简化办事程序，提高工作效率和服务水平，召开专题会议研究窗口工作，通报窗口工作情况。同时，局分管领导到大厅窗口调研，听取工作汇报，结合工作实际，协调办件手续，进一步提高窗口办事效率，方便用地单位。**(文琳)**

鸡粪运到大棚村作底肥，尾菜卖到养殖村作饲料

合作社联姻，两村产业“互补”

农村大众报临邑讯 （通讯员**陈金山 葛玮**）“村党支部牵线，自从与鲁庙村邑丰种鸡合作社签下底肥合同，我的5个西葫大棚节约肥料投入8000元，而大棚尾菜由邑丰合作社回收，经过处理后成为鸡饲料，养鸡户节省饲料投入2000元，我们互相合作，一年可节省投入成本上万元。”1月20日，临邑县理合务镇沙于村的温棚西葫芦种植大户董庆华介绍说。

鲁庙村与沙于村只有一桥之隔，两个村距离虽近，但是原来因各自产业不同而联系不多。沙于村近八成的村民从事西葫种植。鲁庙村是养殖特色村，有一半以上村民养鸡。以前，沙于村蔬菜大棚的有机肥是从周边乡镇甚至外县的养殖场购买转运过来，供应量不稳定而且购销成本高，而大棚西葫产果后期尾菜及瓜秧清理出大棚后，因不能利用白白腐烂掉。

2014年底村“两委”换届之后，两个村都成立了新的村“两委”班子。为更好地带动村民创业致富，鲁庙村党支部与沙于村党支部牵手结成友好对子，考虑到两村的生产实际，他们把鸡粪作为大棚西葫的有机底肥，西葫芦的尾菜经过加工处理做鸡饲料，这两个原来看似不搭调的产业撮合在一起。

鲁庙村邑丰蛋鸡养殖合作社与沙于村玉美人蔬菜产销合作社联姻，形成了富有特色的“绿色循环经济”，这一生产模式让两个村230余户农民年节支增收100万元以上。

小板栗“触网”撬动大市场

农村大众报诸城讯 （通讯员**徐春光**）时下，手段多样的互联网营销创新，令小板栗在互联网上玩出大文章。如今，诸城市昌城镇果润食品有限公司就成为该行业嫁接互联网思维的最先尝试者。

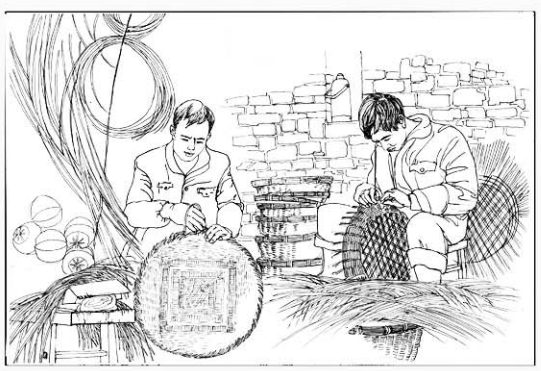
走进果润食品厂区，可随处可见互联网“标签”。餐厅是吃货聚集地，办公室是栗想工厂，员工宿舍是栗客驿站，生产车间是栗想致富堡……

“年轻化”是当地栗农对果润食品的评价。在他们眼里，“果润食品的那帮孩子们整天在捣鼓折腾，虽然整不明白，但是这个厂子效益好，栗子卖给他们能多赚钱。”其实，年轻的果润食品在介入互联网思维之前还是一个传统的商贸企业，依靠出口赚取外汇。“在互联网时代，还是按照传统的销售渠道来卖栗子，就落伍了。今年8月份，我们果润的线上品牌‘举个栗子’正式运行，‘双十一’期间销售额达到了200万元。”果润食品有限公司负责人孟伟说，网络带来的销售业绩是他始料未及的，今年“双十一”，果润的板栗还被卖到了韩国、日本等国家。自去年8月份迅速搭建淘宝、天猫以及一号店官方旗舰店后，公司目前正在筹备入主亚马逊卖栗子。

在孟伟看来，果润用互联网思维做事，也是市场倒逼的行为，传统渠道的萎缩以及激烈的市场竞争都逼着企业进行转型升级，实现“生产厂家——互联网——消费者”电商销售模式，从而降低商品销售价格，减少人员工资和物流成本。

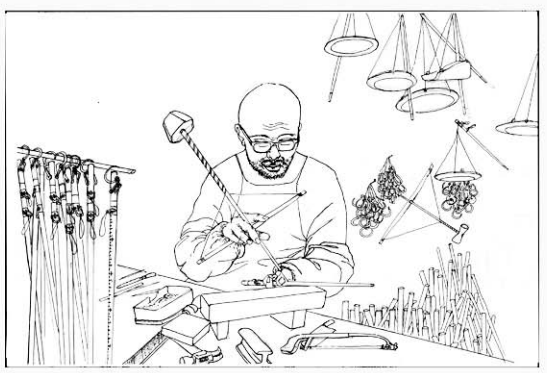
大型系列组画

乡村记忆 七行八作



二十五、篾匠

笊篱簸箕，筐篼篮篓；徒弟编帮，师傅收口。
祖传生意，做工讲究；宁丢下走，不能丢手。



二十六、秤匠

世求公平，秤匠造秤；秤杆秤砣，秤盘秤星。
秤星不语，秤砣无声；孰轻孰重，自掂自称。

绘画 王德超 王珂
撰稿 王中