

【开栏语】

登高望远天地宽,鉴往学先可知来。

党的十九大提出实施乡村振兴战略以来,全国各省区市、各相关行业都积极投身到产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴和组织振兴中,勇于实践,开拓创新,探索出一批行之有效的发展模式,总结出一批可学可用的先进经验,涌现出一批代表性强的典型案例。今日起,重庆日报在乡村振兴周刊开设《乡鉴》栏目,报道外地实施乡村振兴战略的典型经验,为我市全面推进乡村振兴,为加快建设农业强国贡献重庆力量,提供借鉴和参考。



2月14日,梁平区重庆上口佳农业开发有限公司,工人在预制菜生产线上忙碌。
特约摄影 刘辉/视觉重庆



广东预制菜龙头企业中膳集团中央厨房作业现场。

(受访者供图)

区县动态

城口鸡鸣乡

到“老张茶室”喝茶聊天
解决身边问题

近日,城口县鸡鸣乡双坪村“老张茶室”开业,村民在这里边喝茶边聊天,一些矛盾悄然化解。

据介绍,“老张茶室”邀请了村里德高望重的乡贤、老党员、法律明白人等共同组成10人服务团,以“一杯黄茶化衷肠,一杯花茶解民忧;一杯绿茶谋发展,一杯红茶颂传承”的茶室文化,专门帮助解决一些“疑难杂症”,这里就是双坪村新的矛盾纠纷调解室。

“喝茶就能解决老百姓的问题,大家还能到这儿听听政策、谈谈发展,老百姓更愿意说了,参与的积极性高了,我们也能更好地收集民意,帮助百姓解决问题,真正做到为群众办好事。”双坪村社长曾兴权说。

在探索基层治理的道路上,双坪村还创新打造了数字乡村示范点,打造集智慧党建、智慧乡村、智慧治理于一体的“村村享”信息平台。在重要村道卡口、群众庭院安装智能监控,充分运用信息化载体,为群众多方面、多渠道提供服务,平台村级“四务”公开透明,全面保障群众知情权、参与权和监督权,实现社会面治理一网通、智能化。

城口融媒体中心 汪从亮

大足

植保无人机施肥
3000亩地只需半天

近日,在大足区金山镇佛手产业基地里,伴随着旋翼的嗡嗡声,6架植保无人机不到几分钟便完成了一片林园的肥料喷洒作业。

春季施肥对于佛手树的管理非常重要,3000亩地原本20名工人施肥就要3—5天时间,利用6架植保无人机作业,只需要半天就能完成,大大节省了时间和人力成本。“比起人工作业,无人机喷洒的效率真是太高了,而且还很均匀!”大足区鑫蕊琪农业开发有限公司负责人周鑫感叹。

植保无人机可以通过测绘田块三维模型,实行地块航迹规划,从而实现无人机自主作业,降低人员劳动强度,提高作业精细度。据操作人员介绍,无人机机身搭载双雾雾化喷洒系统、智图系统,有雷达和视觉感知系统,集飞防、航测于一体,可实现40公斤的喷洒与50公斤的播撒载重,大大提高了效率,助力春耕生产。

大足融媒体中心 毛双 李海

南川

挖掘“冷”资源
走体旅融合路

近日,600余名学生走进南川金佛山滑雪场,开展“冰雪运动体验课”,开启了一场与雪亲密接触的运动体验。

金佛山滑雪场,是市内面积最大、距离中心城区最近,积雪条件好、雪期长、业态全的高山室外滑雪场,拥有得天独厚的滑雪优势和冰雪资源。近年来,该区围绕“体育+旅游、教育+旅游”发力,规划滑雪、戏雪、教学、娱乐等多个特色专区,打造“重庆市首个冰雪运动体验课”研学品牌,走出“教旅融合、体旅融合”的路子,已有近万名学生走上滑雪场,体验冰雪运动的乐趣。

目前,金佛山滑雪场拥有初级滑道3条、中级滑道1条,配备专业滑雪装备2000多套,驻场滑雪教练近200人,为滑雪培训、专业竞技、研学旅游等多方面活动的开展打下了坚实基础。

南川融媒体中心 陈蒙

直播带货

巴南蔡家寺村

清甜沃柑只要4元一斤

眼下,巴南区姜家镇蔡家寺村的300余亩沃柑已陆续成熟上市,一个个颜色鲜亮、个大饱满的沃柑挂满枝头,散发出诱人的香气。

蔡家寺村水土优良、温度适宜、光照充足,种出的沃柑果肉饱满,皮薄易剥,口感清甜,肉质细腻化渣,采摘价格4元一斤。

联系人:李老师;电话:18883322021

巴南融媒体中心 袁启芳

武隆八角村

草莓成熟50元一斤

近日,武隆区石桥乡八角村草莓基地的草莓陆续成熟,售价50元一斤。

基地内种植了20亩草莓,主要品种为红颜,其色泽亮丽,味道香甜可口,采摘时间将持续到5月份,喜欢草莓的你可约上三五好友,一起去闻闻泥土的芬芳,感受浓浓的果香。

联系人:童老师;电话:19936306668

武隆融媒体中心 代娟

□本报记者 栗园园

3月3日至5日,全球约800家预制菜企业、近千名采购商齐聚广东佛山,参加被业界称为预制菜“第一展”的首届中国国际(佛山)预制菜产业大会。人潮涌动的产业大会折射出中国预制菜行业已经迎来快速发展的“黄金时代”,资料显示:2022年预制菜市场规模达4196亿元,同比增长21.3%,5年内将突破1万亿元产业规模。

预制菜产业引起从中央到各省市的高度关注——预制菜产业首次写入今年中央一号文件;从各省市来看,除广东外,山东、河南、福建、四川等多个农业大省,都在加速

从不为人知到异军突起——

预制菜站上C位

“在大部分人眼中,预制菜是新兴产业。实际上它早就存在了,而且已经渗透到人们的生活之中,只是许多人没有意识到而已。”在广东千股就食品有限公司,销售负责人周兴丽开门见山,讲起了公司发展预制菜产业的经过。

千股就的母公司——广州鼎一食品有限公司,原本是一家从事冷冻肉批发业务的食品企业。从2015年开始,有客户提出能不能把整块的猪肉分割一下再销售,后来又进一步提出能不能把切好的肉再腌一下……在不断满足客户的需求中,公司推出了第一批预制菜——调理肉类产品。

“我们当时并没有意识到正在进军一个新的产业,甚至都没有使用预制菜这个名称。”周兴丽说,现在业界把即食、即烹、即热、即配的预制调理食品都统一称作预制菜,之前的叫法可谓五花八门,有的人叫懒人菜、半成品菜,也有人叫冷鲜菜、预包装菜等等。这两年受新冠疫情等因素影响,加上都市年轻消费群体的追捧,预制菜市场进一步扩大。

为了把猪、牛肉等原材料“吃干榨尽”,鼎一食品针对不同肉类及其不同部位,开发出多元的预制菜产品,以牛肉为例就有牛扒、牛仔骨和牛肉饼等,因此也诞生了千股就、千股福、

预制菜产业布局。近日召开的重庆市委农村工作会议明确提出,要实施千亿级优势特色产业培育行动,其中就包括预制菜、火锅、小面等产业集群。我市一些区县也在加快跑上“赛道”,比如梁平区去年已提出打造中国(西部)预制菜之都,并成功举办中国预制菜产业发展峰会。

在上述预制菜产业发展“先头部队”中,广东入局较早,并在去年3月25日出台了《加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》,在全国率先组织化、系统化地推广预制菜产业,掀起了发展热潮。近日,重庆日报记者赴广东对其预制菜产业进行了调查采访,为重庆预制菜产业发展提供借鉴参考。

千股顺等生产不同系列产品的公司。仅千股就公司每天就要向大大小小的餐饮门店提供鸡扒、牛扒等肉类加工品100吨,可供100万人同时就餐。

【启示】

市委党校经济学教研部主任孙凌宇:粤港澳大湾区庞大的消费市场助推了广东预制菜产业发展,而作为八大菜系的川菜在西南地区甚至全国也有庞大的消费人群,重庆有自带流量的火锅、小面等美食,还有丰富的农产品原料基地,发展预制菜产业同样极具前景。

如今,预制菜产业已成为我市支持发展的重点产业集群,一些区县正在建设预制菜产业园、火锅产业园等平台,重庆预制菜产业也迎来了发展的“黄金期”。相关农业企业和食品企业应牢牢把握机遇,精准研判市场供需,学会趁势,做好借势,更要顺势,才能在竞争中占先机得席位。有关部门也应及时出台各种支持政策,完善相应规则,制定行业标准等,使预制菜产业能够规范有序发展。

展,又提振了养殖企业的信心,国联水产、国美水产等龙头企业相继涌现。

在水产养殖龙头企业的带动下,一大批养殖户也成为预制菜产业链条的受益者。在肇庆市,振业水产冷冻有限公司通过“公司+基地+农户”的经营模式,与2000家养殖户签订订单。公司负责人韩金良说,依托水产养殖优势,公司通过聘请专业团队开发适合大众口味的菜品,年销售额达到4亿元。

【启示】

梁平区农业农村委主任谭功胜:养殖业遇上加工业,让罗非鱼实现身价倍增,这背后不难看出打造全产业链对预制菜产业发展的重要性。预制菜产业一头连着农业生产,一头连着消费市场,只有建立完善、成熟的产业链条,产业才有快速发展的活力和持久的生命力。

对重庆而言,不乏梁平张鸭子等特色产业,这些产业既可以立足原材料优势,充分结合市场需求,发展加工业和相关文旅产业,进一步延长产业链条,提高产品附加值,也可以通过引进、培育、壮大加工型企业,培育有市场竞争力的预制菜产品,以此带动优质农产品基地发展。

营销活动唱响“四季歌”——

预制菜走向万千餐桌

方兴未艾的预制菜产业,让大量预制菜产品涌入市场。怎么让它们走入千家万户?广东给出的答案是:活动营销。

“对于新兴消费产品来说,需要不断培育消费者的消费黏性。”广东预制菜产业相关负责人称,为了让更多人接受并喜欢预制菜,广东坚持市场挺在生产前,市场领着生产走,每年分为春、夏、秋、冬四个阶段,持续开展品牌营销系列活动。

每年“双节”(元旦和春节)是预制菜销售的高峰期,也是市场竞争最为激烈的时段,广东举办了“双节”营销活动,全力拼市场、争销量。

在广东,盆菜寓意着团圆美满,是当地颇受欢迎的菜品之一,但盆菜的烹饪,不仅所需菜品繁多,而且制作流程繁琐,所以普通家庭要逢年过节或是在其他喜庆日子才吃。“双节”期间,在广东预制菜企业的推动下,各大商超为盆菜开辟了专门的货架,打造丰富的线上线下消费场景,使盆菜成为热销“爆款”产品。

广东还在年前开出一趟从广州到北京的年鱼春运专列,列车内桌贴、头巾、宣传栏上都有浓浓的广东年鱼设计元素,同时还发放了菠萝咕嚕鱼、剁椒鱼头、蒜香烤鱼、盐渍海鲈鱼等广东年鱼产品大礼包,成功将广东年鱼深深“刻”进了乘客脑海中。

现场品尝、产品推介、直播带货、打折优惠、美食分享……为获得消费者青睐,各预制菜企业使出浑身解数。2023年“双节”期间,广东省预制菜销售额达到128.75亿元,同比增长超过40%。



正在选购预制菜。
三月六日,两江新区金马鲜生汽博店,市民记者 刘诗旻 摄/视觉重庆

记者手记>>>

预制菜好吃,更要吃好

当90后群体成为市场消费主体,在面对快节奏的都市生活,“懒人经济”市场壮大。表现在饮食方面,就是点外卖成为常态。

可在新冠疫情期间,外卖无法配送时,许多人只能走进厨房,与锅碗瓢盆“打交道”。一时间,诸如“买菜、洗菜、摘菜……一顿操作猛如虎,到了锅里却成了一锅‘焦土’”之类的厨房趣事在网络上相继出现。而这也推动了预制菜从企业端走向消费端。

预制菜的出现,不仅让人从买菜、做饭等繁琐家务中解脱出来,同时,在现代物流体系、食品加工技术的加持下,通过食材营养搭配,很好满足了现代人对高品质生活的追求,慢慢被一些消费者列入购物选项。

预制菜行业门槛并不高,随着市场的火爆,许多企业纷纷加入,由此产生了一些担忧和争议,如食材不新鲜、口味欠佳、信息标注不全、质量良莠不齐等问题不时发生。还有一些预制菜产品属于高盐、高脂肪、高热量等,不利于消费者身体健康。

所以预制菜今后要实现可持续发展,必须严把食品安全关,让预制菜好吃的同时保证消费者吃好。这就需要相关行业、部门,加快制定行业标准,加强生产环节的监督管理,杜绝不合格、不安全的食品进入市场。同时,也需要预制菜行业在菜品研发、速冻锁鲜、冷链物流、包装工艺等方面进一步提高技术标准,精益求精。

(栗园园)

一条鱼的身价倍增——

预制菜“吸金”能力强

“农业靠天吃饭,农产品卖难又是普遍现象,但预制菜可以把它们变成菜品,写在菜单上,降低产业风险的同时还能提升附加值。”在中膳集团负责人李力强看来,预制菜产业的异军突出,可以有力助推乡村产业的发展。

广东预制菜业内人士给出了一组关于预制菜产业联农带农的调研数据:以预制烤鱼为例,其原材料为湛江、茂名养殖的罗非鱼,活鱼塘头均价为4元/斤,做成烤鱼后,每份烤鱼(约1斤)均价卖40元,产值翻了10倍,还带动了姜葱蒜等调味品产业发展。预制烤鱼销售火爆后,又反向带动了活鱼售价水涨船高,涨至6元/斤,农户增收50%。

在广东湛江吴川市,这一数据得到佐证。作为我国南方罗非鱼的主要产区,吴川淡水养殖面积超5万亩,其中罗非鱼养殖面积4万余亩。

“市场消费是水产养殖业发展的根本动力。”当地农业部门相关负责人说,水产预制菜以其便捷性深受市场青睐,火爆出圈。其中,罗非鱼刺少、肉多、鲜滑,成为水产预制菜的首选材料。

嗅到商机的吴川水产企业纷纷乘势而上,加大精深加工研发投入,向烤鱼加工方向发展,实现从生产原始食材到预制菜品加工、从养殖到餐桌的转变。而加工业的快速发