

产业总产值达49亿元——

东港草莓何以走向全球

经济日报·中国经济网记者 张允强



上世纪90年代，辽宁东港市草莓产业开始起步于小规模、家庭式的生产经营，全市草莓栽培面积仅2万多亩，总产量5万多吨，总产值3亿元左右，草莓的销售基本依靠一家一户的地摊式销售。而到2016年，东港草莓产业总产值已达49亿元，产品远销国内外。这种变化到底是如何发生的——

春日的清晨，辽宁省东港市椅圈镇马家岗村汇心草莓合作社一派繁忙，采摘、检斤、装箱、装车。种植基地外面几十辆货车随时待命，装满就走，发往全国。“一颗成熟的草莓被采摘下来后，就迅速进入倒计时：15℃以下可以存放两天，36小时后腐烂率将达到17%。”辽宁汇心科技有限公司董事长刘勇就和200多户社员一起从事这种娇贵农产品的生产和销售，“草莓每天不是坐专车就是坐飞机”。

2016年，东港市草莓生产面积达到19万亩，产量47万吨，分别占全国草莓面积、产量的6.4%、12%，总产值达49亿元，牢牢坐稳“中国草莓第一县城”。全市9万户农民、2000多名经纪人，以及上百家企业从事草莓生产、加工和商贸，年出口草莓制品近4万吨，出口创汇达3500多万美元。农民人均草莓收入9423元，占农民总收入的60%以上。

掌握核心技术 建完整产业链

东港市位于辽东半岛东南端，南临黄海，海上的温湿气流和山区冷湿气流交汇形成独特的小气候，素有“北国小江南”之美誉。这里阳光充足、昼夜温差较大，土壤氧化还原反应剧烈，不仅有益菌群、微生物群的生长提供了良好的自然环境，还有利于土壤中微量元素的产生和植物有机物质的合成和积累，为草莓的生长和发育提供了得天独厚的自然条件。

然而，要想做大草莓产业，光靠良好的自然条件是远远不够的。陈元新是东港市前镇农民，1997年他刚开始种植草莓时，才有十几亩地，“瘦卡卡，良嗽嗽的，果子味道不好，也没有销售渠道，更别提卖上好价钱了”。

上世纪90年代，东港草莓产业处于小规模、家庭式的生产经营状态，全市草莓栽培面积仅2万多亩，总产量5万多吨，总产值3亿元左右。草莓的销售基本依靠一家一户的地摊销售。

就在这时，东港市在长山镇组建了东港草莓研究所，主攻技术关。100多名草莓科技工作者常年活跃在田间大棚，为草莓质量安全提供了可靠的技术支撑。全市草莓生产完全按出口草莓种植标准、加工技术规程等一系列技术标准执行，为东港草莓走向世界提供了安全保障。东港草莓研究所还从日本、意大利、西班牙等国引进草莓专家，在



上图 采摘下来的草莓要在第一时间包装、运输。图为草莓种植农场工人对草莓进行筛选和包装。



左图 草莓种植基地发展生态旅游，吸引游客采摘。

王思仲摄

东港草莓注入最先进科技元素的同时，也让东港在种苗生产、草莓种植管理技术方面领先全国。东港草莓研究所于2012年被辽宁省科技厅批准更名“辽宁草莓科学技术研究院”，这是全国县级成立的首家省级草莓科学技术研究院。

“我们的科研基地内，一字架立体栽培模式、物理生物防控技术、光照补充调节技术、杂交品种选育等科研成果日趋成熟，并逐一推广到农户的大棚里。”辽宁草莓科学技术研究院院长王春花说。

为了实现规模化、标准化、产业化生产，东港市引导种植大户通过反租倒包等形式，在所有乡镇都建设了高标准示范园区，同时为农民提供全覆盖的科技培训。如今，东港市的草莓种植户几乎个个都是技术员。

“你瞧，我这儿大棚里种的是草莓脱毒种苗，铺设的是滴灌带，垄上覆盖着黑膜，棚顶悬挂的是硫磺熏蒸防治白粉病的吊袋，加上自动温控系统的运用，种出的草莓个大、色亮、形美、味佳。”椅圈镇李家店村的孙立军说起草莓种植、管护技术头头是道。

从“拿来”国外技术到引领世界草莓技术，从成立全国首个草莓科技研究院到加快科技攻关、成果转化和乡镇科技培训全覆盖，东港草莓产业掌握了核心技术。

为壮大产业，东港还努力推动草莓产品向精深加工发展。多年来，东港市重点扶持了广天食品、永明食品、东大食品等一批草莓深加工企业，草莓产品已形成罐头、果脯、果酱、果酒、果粉等10

余个系列30多个品种。目前，东港市有草莓深加工企业近百家，产品不仅销往全国各地，还出口到新加坡、日本、韩国、俄罗斯、中国香港等国家和地区。

“我们拥有自有草莓种植基地，同时每年也与农户进行订单收购，占公司加工需求量的六成。”辽宁广天食品有限公司副总经理王娇说，在个别年份遭遇不利市场行情时，公司始终坚持与农民的订单收购，为的就是保护农民的种植积极性，维持东港草莓产业的活力。

如今，东港市草莓产业已构建起“企业+农户+基地”“专业合作社+农户”等生产模式，形成了集生产、加工、销售为一体的完整产业链条，种植户在家门口就能将草莓卖个好价钱。

加大电商营销 开展人才培养

“往年同期，我们主要靠线下渠道营销。今年加大了电子商务营销力度，通过各种电商平台开展线上销售，尤其加强与电商巨头的合作，取得了明显的效果。”有190多户成员的马家岗草莓公社理事长于和春告诉记者，他们主要是整车配发草莓，同时也接线上订单，整车配发地主要是长春和哈尔滨。

经过几年的探索发展，以草莓为代表的电商产业正成为东港市农业供给侧改革和促增长、惠民生的新动力。2015年东港市举办了全国草莓微商大会，通过微商的作用，将东港草莓销往全国，打响知名度。2015年底，东港政府与北京网库信息技术股份有限公司合作

成立东港网库草莓科技有限公司，2016年该公司建立的中国草莓产业网正式上线运营，该网站聚集了大量草莓产业相关信息，以及草莓上下游产品，旨在以东港草莓产业为中心，聚合全国草莓及其上下游相关企业，打通草莓产业链。

在第12届中国草莓文化节上，东港市政府与京东集团签订战略合作协议，双方将就地理标志性产品电商上行、农村电商发展、电商人才培养、互联网金融等领域进行全方位合作。

从去年初开始，东港市开展了大规模的电商宣传和培训工作，全市参加培训近万人次，东港青年创业热情空前高涨。截至今年6月，全市已建设3个电商产业园、5个电商平台、18个乡镇级电商服务中心、162个村级电商服务站，各类网店达到15000多家，电子商务交易额突破30多亿元，解决就业20000多人，东港已通过工商注册的电商企业，猛增到270多家。

“通过电商特色营销渠道，草莓的利润空间较传统模式高出50%以上。”东港一家浆果专业合作社理事长告诉记者。虽然东港今年草莓亩产有所下降，但产值却明显增加，且电商销量占总销量的80%。东港市电商办常务副主任刘正卿感叹，“互联网+特色农业”正在为传统农业插上腾飞的翅膀。

草莓销售火爆，不仅让草莓商和果农尝到了甜头，东港市各家物流运输企业也在销售大潮中获利良多。全市20多家快递物流企业，每天将东港草莓源源不断地送往全国各地，每天仅由顺丰速运寄出的东港草莓就有2000斤左右。

特色产业

地处豫东平原的河南省周口市扶沟县，是著名抗日民族英雄吉鸿昌将军的故乡。早在1927年3月，该县即成立了党组织，为夺取红色革命政权，开始领导武装斗争。抗日战争和解放战争中，陈毅、彭雪枫、王定烈等著名革命家、军事家，多次来到扶沟开展革命活动，留下了大量的革命遗迹和珍贵文物。

近年来，扶沟县深入挖掘红色文化内涵，充分发挥红色旅游资源优势，打造了特色鲜明、主题突出的红色旅游线路。目前，吉鸿昌将军纪念馆、吉鸿昌烈士故居、塔湾烈士陵园、“筑路英雄”张福林烈士事迹陈列馆等一批全国爱国主义教育示范基地连成线，吸引着全国各地的游客慕名而来。

“恨不抗日死，留作今日羞……吉鸿昌烈士视死如归的精神令我震撼！我带着孩子来学习抗日英雄的事迹，就是要让他知道今天的幸福生活多么的来之不易，从而树立远大理想报效祖国。”来自驻马店市遂平县的游客刘丽说。

为进一步打响红色旅游品牌，扶沟县把发展红色旅游纳入全县经济社会发展总体规划，科学规划设计、精心组织实施，倾力把扶沟打造成豫东地区红色旅游集散中心。

在塔湾革命烈士纪念馆前，记者见到了10多位来自洛阳市的老年骑行爱好者，并和领队刘援朝攀谈起来。“我今年65岁了，从部队转业到地方，对革命军人的情怀却越发浓烈。我们听说扶沟县打造了一条红色旅游线路，便结伴骑行到这里，看到了吉鸿昌将军的塑像和塔湾的无名烈士墓，我们要向他们敬礼。”

据介绍，自红色文化旅游线路开通以来，扶沟县已成为远近闻名的爱国主义教育基地，累计接待来自全国各地的游客170万人次。让游客在休闲度假的同时，学习英烈事迹，回顾历史瞬间，激发爱国情怀。

“红色旅游正逐渐成为扶沟经济发展的新增长点。红色旅游有助于形成特色优势产业，增强造血功能，提高人力资源素质，改善生态环境，这些综合带动作用将全面促进扶沟经济社会发展。”扶沟县委书记卢伟说。

深圳龙华区：

时尚服饰产业形成品牌效应

本报讯 记者喻剑报道：深圳市龙华区日前通过国家质量监督检验检疫总局“全国时尚服饰产业知名品牌示范区”现场验收。近年来，深圳龙华时尚服饰产业快速发展，已形成品牌集聚效应，80%的龙华服装生产企业有自主品牌，拥有中国驰名商标6个、广东省名牌产品11个、广东省著名商标9个。

截至目前，龙华服装自主品牌的行业产值比重由上世纪90年代初的不足5%上升到约85%，其自有品牌由不足50个增长为301个。示范区3家骨干企业歌力思、卡尔丹顿和艺之卉的品牌价值分别为10.02亿元、5.65亿元和2.1亿元。

在大浪时尚创意城，许多品牌企业引进了ISO9001、ISO14001、OHSAS18001等国际标准，按国家强制性标准和行业技术要求建立了内在质量控制、制程控制、不合格品程序控制、外观检验等质量控制体系，默根服饰、百丽等企业参与了11项国家标准的制定，部分企业还引进了环境和职业健康安全管理体系、5S及六西格玛管理模式，产品质量稳步提升。2016年上半年，示范区20家知名品牌企业共同参与了“大浪服饰”集体商标，并向国家商标局申请注册，标志着区域品牌建设进入了一个新的阶段。据悉，示范区企业还抱团走出国门，积极参加国外四大时装周，歌力思在纽约时装周举办了专场时装秀，开辟了中国品牌服装以主角身份参加外国著名时装周的先河。

山东阳谷：

“蔬菜触电”销四方



图为山东聊城市阳谷县阿城镇鲁阳蔬菜合作社社员正在给通过电商销售的有机西葫芦芦菜保鲜袋。近年来，阳谷县注重引导农民探索“互联网+”模式，逐步完善县、乡、村三级电商网络体系，使优质有机蔬菜通过电商销往全国各地，在丰富市民菜篮子的同时，有效缓解了当地农民卖菜难问题。 陈清林摄

湖南补足银行业服务县域经济短板——

“一县两行”让当地的资金用在当地

本报记者 钱箬梳

湖南从体制上打造“门当户对”的县域金融服务供给结构，在每个县改制组建一家农村商业银行、设立一家村镇银行，既注重发挥农商行县域金融主力军作用，又注重村镇银行的“补位”和“激活”作用，“两行”既相互竞争又相互配合，促使“当地的钱留在当地”

供给结构，重点是在鼓励大型银行加大县域金融服务力度的同时，突出法人导向，加快构建“一县两行”，即在每个县改制组建一家农村商业银行、设立一家村镇银行，支持做优做强“当地人民自己的银行”，促使“当地的钱留在当地”“当地的资金用在当地”。

为进一步落实“一县两行”，湖南还通过强力推进农信社股改、大力培育村镇银行等措施，完善县域金融服务供给结构体系。数据显示，2016年末湖南全省开业农商行93家（合计重组农信社111家）、

批筹3家，剩余6家已完成清产核资或在申筹。

“要激活农村金融市场，必须要有新的竞争力量介入，既注重发挥农商行县域金融主力军作用，又注重村镇银行的‘补位’和‘激活’作用，‘两行’既相互竞争又相互配合。”唐智杰表示，为此，湖南银监局制定村镇银行培育发展3年规划，多措并举支持省外符合条件的银行业机构、省内符合条件的农商行作为发起人设立村镇银行。2016年末，40家村镇银行覆盖47个县市，县域覆盖面达54%。

此外，针对长期以来县域资金“虹吸”现象，湖南银监局于2014年制定出台《关于湖南银行业金融机构设置的指导意见》，将既有机构存贷比40%、新设机构存贷比承诺达到50%以上作为新设县域分支机构的前置条件，遏制资金外流。

最新的统计数据显示，湖南省的县域资金供给有效增加。2016年末，湖南省87个县市贷款余额8048.7亿元，2010年以来年均增速19.6%，高于全省3.95个百分点；存贷比48.5%，比2010年末提高3.6个百分点。

“两行”提升县域存贷比效果明显，把钱更多地用于当地。实现“一县两行”的47个县市近6年新增长存贷比为53.8%，高于其他县市10.1个百分点，余额存贷比51.1%。宜章、醴陵、双峰等较早实现“一县两行”的10个县市余额存贷比达63.7%。