



新品“梦晶”（左）与“章姬”草莓（右）对比。

初冬时节，温暖的大棚里，一颗颗红宝石般的果子掩映在叶子下。一年一度的草莓季如约而至。

宁波是浙江省草莓主产区之一，经过多年发展，大棚草莓在奉化、慈溪、余姚、鄞州、镇海等地栽种广泛，并成为我市都市精品农业的一个代表品种，也是产地农户重要的“钱袋子”。

随着近年来电商的发展和农产品大流通的市场环境变化，来自市外、省外的草莓开始频频叩击宁波消费市场的大门。本地草莓如何引进新品种和新“基因”，保持产业优势、拓展市场？怎样促进一二三产业融合，做强草莓产业链？日前，笔者走进有“中国草莓之乡”美誉的奉化尚田，与农户、农技专家一起探讨草莓产业的升级发展路径。

记者 余建文 通讯员 尚媛

精细化生产 小草莓成就“富民果”

12月3日，尚田冷西村的村民开始今年第一批草莓的采收。临近中午，村民宋大姐拎着一大桶刚采收的草莓，从大棚出来，准备分拆包装好，给客户送去。“冷西地处山坡，草莓要比平原地区晚采收一周左右。今年入秋气候偏暖，草莓长势不错，果子个大味甜，眼下批发价每公斤60元，比往年同期高了10元。”宋大姐笑吟吟地说。

在宁波，说起草莓，以奉化草莓的名头最为响亮，而尚田又是奉化草莓的核心产区。早在20世纪80年代中叶，尚田就有农户零星种植草莓。在尚田，草莓专家吕鹏飞被农户尊称为“草莓之乡”的“袁隆平”，他是尚田草莓发展历史的见证者和引领者。1992年，当时还是镇农技员的他拿自家房子做抵押，从银行借了15万元，帮助农户盖棚引苗种草莓，第一年就发展了100亩。在吕鹏飞的带动下，尚田草莓种植突飞猛进，他还引进、培育草莓新品种，帮助制订了奉化草莓栽培技术和产品质量标准，实施标准化规范化生产管理，引领尚田草莓产业做强做精做优。

今年，尚田草莓种植面积5000余亩，主要集中在冷西、方门、孙家、下王几个村，占奉化全区的一半多，草莓种植户有2000

多户。吕鹏飞说，中国的草莓主要引自日本的“红颜”“章姬”两个品种，其中“红颜”的面积、产量占了三分之二。“我们经过仔细选择，发现尚田的土壤特别适合种‘章姬’，就是俗称的奶油草莓，品质上佳。10多年来，我们采取一家一户的精细化生产方式，从引种育苗、疏花施肥、防治病虫害等各个环节严格控制，不断提升品质和产量。”吕鹏飞说，在宁波，奉化草莓就是以奶油草莓为标志，味道好，价格也高，平均亩产1500公斤，极大增加了农户收入，“回头来看，这一路子走对了”。

自2002年尚田举办首届草莓文化节起，这一文化盛会至今已连办19届，不仅打出了尚田草莓的名气，还极大带动了乡村旅游产业，每年带来约20万人的采摘游客。尚田还向外输出草莓种植人才和技术，现有200多名农户在上海的南汇、金山、浦东等地规模化种植草莓，打进了上海大市场。如今，下王、广渡等村的草莓育苗产业也发展红火，一株草莓苗能卖2元。尚田街道副主任竺裕达说，现在尚田大棚草莓平均亩产值3.5万元，效益要比别的地区草莓田高出一大截，小小的草莓成为农户致富的“绿色银行”。



▲草莓成了尚田农户最大的“钱袋子”。

►疏花摘叶，打理果园。

摄影 余建文



尚田草莓：补链延链做强「富民果」



▲莓农采收大批草莓。

面向供给侧 期待新突破

“尽管尚田草莓多年来一直不愁卖，但我们不能光着眼于宁波市场，小富即安，要有危机意识。”奉化区草莓产业农民合作经济联合会负责人宋小赞说。

宋小赞所说的“危机”，是市场环境变化对草莓产业提出的新要求。这几年，安徽、山东等地，包括本省的建德，大力发展草莓种植，并通过大型商超等渠道逐渐向宁波市场延伸。另一方面，余姚、象山等地草莓产业也发展迅速，新品种不断涌现。面对市场竞争新态势，奉化草莓仅以单一的“章姬”品种应战，未免有些“势单力薄”。

日前，围绕奉化草莓如何补链强链、进一步做强做大主题，尚田街道邀请农户代表、农技专家以及区供销社、农业农村局等单位负责人汇集一堂，“搭脉问诊”。“章姬”草莓香滑味甜，确

实好吃，但因为果肉太软，存在运输难、保存时间短的问题，不利于通过网络平台进行长途销售。”有着多年农村电商经验的宋小赞这样说。她告诉笔者，尚田草莓比起口感脆甜的建德草莓，零售价每公斤要高6元至8元，比北方草莓更要贵三分之一，网上销售没优势，因此只局限于宁波市场一块，省外销量几乎为零，“奉化草莓要走出去、在全国打开知名度，需要引进更多品种，丰富产品线，提高性价比”。

奉化区高级农技师俞庚戌说，一家一户精耕细作模式是把“双刃剑”，草莓的单位产量是提上去了，但基础设施简陋，难以统一管理、规模种植比重低的短板也很明显。目前，奉化草莓单户种植面积普遍在一二亩，10亩左右的已经是大户了，规模化生产形不成，新技术就很难推广。另外，草莓种植

户老龄化严重，对新品种引种热情不高。“接班”的年轻人不足，不利于产业的长远发展。

下王村种植大户王春平提出，奉化草莓不仅要打名气，还要统一包装，提升形象。现在礼盒包装农户自己设计，五花八门，能不能统一？对草莓单果重量、草莓成熟度等有一个标准来限定，“最好每个基地有一张图来表明草莓是不是达到最佳赏味期，品相有没有受损，做到更加精准销售，高品质卖高价”。

草莓运输保鲜难题也需要新手段来解决。目前，草莓要靠人工一个一个地套袋包装，仅包装费就要15元一箱，如果通过顺丰长途运输，还要再加30多元的运输费，成本太高。有农户建议，最好由政府出资建造冷库，在三四月份草莓大量集中上市的时候，先冰冻一部分，等紧缺时再拿出来销售，以平抑市场供给，提高莓农收益。

发展产业融合 做强草莓产业链

“草莓是尚田一张响当当的名片。我们要把这个产业做强做好，让小草莓给农户带来更多的收益。”尚田街道党工委书记张维斌对尚田草莓给出4个方面的建议：培育精品、创新营销、拉长产业链、政策支持。

精品培育，一方面要保持现有“章姬”草莓的品质优势，一方面要积极引育新品种。在冷西村的试验大棚里，笔者看到陆续引进试种的“隋珠”“小白”“梦妃”“白雪公主”等新品种。莓农宋宣叶家大棚里种植了宁波市农科院的新品“梦晶”，长势喜人，鲜果售价每公斤200元。宋小赞说，“梦晶”呈粉红色，果型椭圆，香气浓郁，口感脆甜，有望成为新的当家品种。

“要多发展样子好看又适合采摘的新品种。”市农科院生物所副

所长沈岚认为，现阶段，通过政策引导，鼓励适度规模化种植，比如一家农户种10亩至15亩，这样有利于进行高位栽培、立体栽培，推行水肥一体化精准控制技术，将大大提升草莓的产量和品质。

农业提质，设施进步是重要一环。今年，奉化区推出新的农业扶持计划，比如莓农改造设施大棚，政府不仅给予政策补贴，还可以列入“五新”项目，享受全贴息的“红利”。区供销社负责人表示，将积极对接农资公司和农商银行，为莓农争取更多贴息资金，缓解农户资金难题。区草莓产业农会发挥农户与政府的桥梁作用，做好生产、供销、信用方面的服务以及“老中青”三个梯队的过渡和衔接，让草莓事业“后继有人”。

作为全国农业产业强镇，尚田街道实施新的产业规划，重点打造富硒草莓文创园、草莓三产融合示范区，把草莓种植、深加工以及文旅几大块融合形成产业链。目前，在冷西村，“冷西小栈”、草莓综合服务中心等设施已经建成投用；孙家村莓好农创园新建了1000平方米旅游接待中心，游客既可采摘鲜果、购买农副产品，还能品尝农家美食，体验乡村生活的乐趣。“以前，每到四五月份草莓旺发期，鲜果才几元一公斤，农户面临销售难。”竺裕达说，街道通过发展深加工，实现“接二连三”，很好地解决了这一难题。去年，宁波奔野奉桃酒业有限公司的果酒生产线投用，研制蒸馏酒系列甬宾草莓酒和甬宾蜜桃酒。今年收购草莓3万多公斤，明年收购量将翻一番，计划腌制草莓酒5000箱，年产值将达700万元。

余姚：“土专家”宣讲大道理

记者 孙吉晶
通讯员 曹婷婷 何彦浩 文/摄

“各位观众朋友，你们好啊。说起史丽娜可能人们有点陌生，但说起‘姚江女’，在余姚志愿服务领域可以算是众所周知……”近日，由余姚市委宣传部主办的“舜江快播”网络宣讲栏目推出“余姚好人”系列主题宣讲视频，在“余姚微理论”等微信公众号上刊播。

在五分钟的短视频中，主讲人魏东围绕“余姚好人”的事迹，将北方评书风格融入方言故事讲述当中，用生动幽默的语言，潜移默化地将文明崇德的理念传递给观众。“听阿东讲大道，讲讲么有趣，想想么感动，那些楷模的故事都很激励人，传递满满的正能量。”长安社区工

作人员唐丽丹表示，楷模事迹通过讲大道、说故事的方式表达出来，多了一丝接地气的味道，更让人感同身受。

如何让党的创新理论和文明崇德的价值观“飞入寻常百姓家”？余姚在不同方面做出努力，搭建宣讲平台、培育宣讲队伍、打造宣讲品牌，不断推动党的好声音、新思想在四明大地落地生根、开花结果。在此过程中，余姚坚持“大道理论”“土专家”来讲”原则，挑选一批理论素养高、基层宣讲经验丰富的“宣讲名嘴”“草根明星”，充分发挥他们植根于群众、善于运用群众语言的优势，把复杂枯燥的理论术语转化为简明生动的方言俚语，发民声、说民事、讲民理。这些接地气的宣讲名师注重把“想说的”和人民群众“想听的”结合起来，使党的创新理论宣讲“活

起来”“乐”起来”“动”起来，用乡音乡情、群众语言、走心故事宣讲的“大道理”，乡亲们更愿意听、听得懂。

省十大（基层）优秀宣讲员、省基层宣讲名师赵永焕，理论宣讲经验丰富，他善于以通俗易懂、朗朗上口的形式，把复杂的理论术语转化为生动的群众语言。在最新一期的“舜江快播”栏目《老赵讲理论》中，赵永焕围绕党的十九届五中全会精神，用小载体讲清大道理，用小角度阐释大观点，用小事例回答大问题，接地气、聚民气，紧紧抓住了听众的心，引起了强烈反响。

阳明社区老党员熊孝海一边专心听课，一边仔细做笔记，笔记本上写得满满当当。“赵老师的宣讲生动形象，语言活泼，道理简明，解读精辟，加深了我对五中全会精

神的认识和理解。”熊孝海表示，这种宣讲形式好，大家听得懂、记得牢。

为了让理论宣讲工作与俱进、跟上时代步伐，余姚在网络宣讲上颇费一番苦心，从如何用好新媒体平台、占领网络阵地制高点，做出一系列探索，让党的创新理论切切实实地“飞入寻常百姓家”。他们利用电台、电视台、微信公众号等各类媒介平台，积极阐释党的创新理论，使基层党员群众处处可看、时时可学，实现多维度的理论供给，从技术上、空间上解决理论宣讲对接基层党员群众的“最后一公里”问题。

“现在方便多了，足不出户就可以学习党的最新理论，我一有时间就会看上几段。”在四明山腹地的四明山镇大山村，老党员唐永忠对此深有体会。以前由于地处山

“精神粮”送入百姓家



赵永焕在“舜江快播”录制党课节目现场。

区，系统学习党的创新理论总有诸多不便，聆听现场理论宣讲的机会更是屈指可数。如今只要一智能手机，通过网络就能随时收看党课宣讲视频。“这极大地激发了基层党员学习的积极性，让我们可以及时地跟上党的最新理论思想。”

唐永忠表示。截至目前，“舜江快播”已推出“老赵讲理论”“谢老师讲故事”“草根讲新事”“初心讲堂”“阿东讲老人”5个子栏目，已播出微视（音）频300余个，累计点击量逾500万人次。