

毕节黔南脱贫致富路上



■北海道薰衣草、安娜贝拉绣球等将被加工成香包、精油、花茶等，运出大山，走向全球。

基因 1:品质至上
从生手到熟手
一招“镊子功”叩开芳香产业大门

坐落云贵高原之上，地处乌蒙山深处，毕节市赫章县海拔高、日照足、昼夜温差大、环境无污染，与相邻的云南省昭通市气候相仿。这给了 2018 年前来赫章县调研考察的梁安莉母女灵感。

“这里非常适合花卉种植。”这名 90 后的香港姑娘，敏锐地发现了当地农业产业结构转型的突破口。在她看来，从商业的角度来判断，一定要做差异化，并且要选择高附加值的产业，“花路”便是最好的选择。

2018 年 5 月，梁安莉创立的广州港华公司与赫章县签订了协议，依托中国科学院昆明植物研究所等国家级科研团队，牵头“芳香产业”扶贫项目。受限于山区交通，梁安莉与母亲陈洁决定摒弃对时效极为苛刻的鲜切花市场，转向产业链更长、附加值更高的花卉精深加工领域。

香气浓郁却不刺鼻的北海道薰衣草，被提炼加工成纯天然精油、香包；饱满绽放的安娜贝拉绣球，化作永生花。后端精深加工技术的实现，离不开前端种植的标准化。

直到现在，中国科学院昆明植物研究所高级工程师、博士鲁元学仍记得刚来赫章县时，给农户们做技术指导时的场景。“好多农户连镊子都不会用，拿镊子的手都是抖的。”用于精深加工的鲜花，往往在播种、扦插时对技术的要求更高，这需要农户们有过硬的“镊子功”。

经过培训与实践，如今农户的“镊子功”不比科研人员差。“鲁博士对我们的要求，就是一定要标准化、高品质去种植。”陈洁说，只有鲜花的质量统一、有保障，才能对接市场要求。

同样在产业链前端死磕品质的，还有广州江楠集团。

在毕节市威宁县的广州江楠蔬菜种植育苗基地内，3 个高标准建设钢结构玻璃育苗大棚的外观并不起眼，内在却大有乾坤：一张张移动式的苗床，配上行走式洒水车、LED 补光灯，对蔬菜苗生长所需的气温、光线等条件，随时进行智能化调控。

如此高品质的蔬菜苗，却平均以市场价的五折提供给周边的合作社、农户。

“育苗就是来投钱的。”广州江楠集团副总兼贵州威宁物流园总经理李效军给记者算了笔“账”：一般市场上卖一毛零一分钱的菜苗，这边售价是五六分，3 个育苗大棚能够供 10 万亩土地种植。李效军表示，先以低价让利，让周边农户都种上现代农业科技培育出来的好苗子，种出让市场认可的优质蔬果后，才能吸引客商前来收购。全国各地的订单纷至沓来，进而推动当地物流园、冷链运输、商旅等业态运转起来，实现闭环式生态农业的循环发展。

基因 2:市场意识
从高原到沿海
迎合“老广胃”打通“出山路”

盛夏似火，不适宜在高温环境下种植生长的豆角、苦瓜、豌豆苗，早已在广州的酷夏中败下阵来。但在繁闹的菜市场中，在商超的蔬菜架上，仍能看到它们的踪影。偶尔标有“高山”二字的产品标牌，暴露了它们的出处。

在毕节市织金县以那镇五星村的农耀产业扶贫蔬菜示范基地上，43 岁的贫困户刘敏正忙着采摘豇豆，这正是老广们钟爱的豆角。从 7 点到 12 点，她得赶在下午三四点冷链运输车发车前，把豇豆按标准采摘、打包装箱，放在附近的冷库冷却上两三个小时，让豇豆的口感保鲜期从原本的 4 小时，延长至 2 天。如此，即便经 20 小时的车途抵达广州餐桌时，豇豆还能保证爽脆。

“苦瓜此时在广州基本接近种植尾声，但广州人夏天爱煲苦瓜汤降火，我们马上就在接下来的一季安排。”作为基地管理负责人，李朝晖不仅要负责对农户进行种植采摘技术的培训，还要管理 500 多个大棚一年三季的蔬果种植。利用云贵高原夏季气候凉爽的特点，打好“海拔差”，提前捕捉餐桌上的需求，成为当地蔬果出山并广受市场欢迎的“必杀技”。

在江楠市场有“蔬菜大王”之称的广州耀泓生态农业有限公司，对 500 多个“扶贫大棚”实行标准化、规模化管理，亦高度重视精准把握市场需求。

李效军透露，江楠集团将在贵州开展大数据种植。“每年根据育苗数推算种植品种的亩数，在物流园交易时，蔬果的品种、吨数、来源全部录入到结算中心，后期出园运往全国各地市场，可通过出去的数据，分析哪些品种更受欢迎、哪些省份与市场对哪些品种的需求量更大。”他解释，通过数据对比、环比等分析，将市场需求量化，进而根据需求及时调整蔬菜种植品种、面积，防止盲目种植。

今年，在广州市协办消费扶贫专班联动各方资源的力推下，来自毕节市纳雍县高山上的滚山鸡爆红，一举打响“黔凤入粤”的品牌。

滚山鸡火了之后，贵州纳雍源生牧业仍在冰鲜技术上花心思。老广爱食鸡，白切鸡、靓鸡汤等广式家常菜，对鸡的新鲜程度要求更高。原来的冰鲜技术加冷链运输，运到广州仓库，全程仅需 18 个小时，可保障 7 天有效食用期，但这仍满足不了老广对鸡肉口感的“挑剔”。

“我们计划采用液氮技术，零下 196 度速冻，大概 4 小时能够完成，能最大程度保障鸡肉的鲜度。”该公司副总经理王维英告诉记者，公司的屠宰冷链中心一天能产 5 万—8 万只滚山鸡，广州市场份额目前占了三四成。液氮保鲜的生产线将在未来两个月安装并投入使用。



■今年，在广州市协办消费扶贫专班联动各方资源的力推下，来自毕节市纳雍县高山上的滚山鸡爆红了，一举打响“黔凤入粤”的品牌。

清晨时分，当广州这座南方城市尚未完全苏醒时，一辆来自贵州省毕节市织金县以那镇五星村的货车，缓缓驶入广州江南果菜批发市场。车上满载着一箱箱打包整齐、品相诱人的豇豆、丝瓜、南瓜——这些昨天刚从地里摘下来的贵州蔬果，今天将端上老广的餐桌。

千里之外的毕节市赫章县，早上山里气温尚低，雾气仍未散去，在广州港华农业科技有限公司鲜花种植基地工作三年多的贫困户周大姐，已经习惯了如现代企业员工一般，先打卡再开工，一筐筐北海道薰衣草正等着她整理、阴干。

粤黔两地间这千丝万缕的联系，过往四年来，每天都在发生着，且与日俱增。自 2016 年 7 月新一轮东西部扶贫协作工作开启以来，广州市对口帮扶毕节市、黔南州，紧抓产业扶贫根本，牵牢消费扶贫“牛鼻子”。截至目前，共引导 227 家广东企业先后到毕节、黔南两地投资兴业，实际投资额 117.88 亿元，带动 12.78 万贫困人口增收。

历时一周，新快报记者奔赴毕节、黔南两地七县，深入广州协作扶贫一线采访发现，“广式生意经”的一招一式，早已融入当地的日常生活中。骨子里的改变，让贵州的产业正在走出深山，大步迈向广阔的市场，在决战决胜脱贫攻坚的号角中，乡村振兴的美好图景也在徐徐展开。

■统筹：新快报记者 张英姿 潘芝珍

■采写：新快报记者 沈逸云

■图片：新快报记者 夏世焱