

## 十项行动见行见效

乡村振兴全面推进行动

盛夏时节,武清区桃林飘香。一款名为“小猴摘摘”的精品鲜桃,正成为京津冀水果圈的新宠——名字可爱、包装精巧、价格不低,消费者心甘情愿买单。何以如此?

在武清区,这样的“萌宠”不止一只。从“小兔拔拔”水果萝卜到“小鹤登枝”口感番茄,从“小熊掰掰(陈咀)”鲜食玉米到“小猴摘摘”精品鲜桃,十几个“小”字辈IP组成了一支全年不断档的“水果天团”。2025年,核心“萌宠”品牌经营主体年销售总额超4500万元,全产业链基础设施建设加速推进,冷藏保鲜、净菜加工、尾菜处理、冻干生产线等配套设施相继落地,全国市场布局与销售渠道日臻完善。

把农产品做出“IP感”,让土特产拥有“萌宠”名——这套打法,乍一看像年轻人在“玩梗”,细究却是武清区精心布局的农业供给侧改革。其背后,是一个农业大区的系统谋划:以“武清果蔬”区域公用品牌为统领,政府搭台、协会链接、主体唱戏,用标准化筑牢品质根基,用全渠道打开市场空间。

## “小”字辈IP出道之后

“以前我们卖桃,就是‘武清大桃’,摆在地摊上论斤称。现在不一样了,它叫‘小猴摘摘’,进了精品超市,年轻人吃之前先拍照。”在武清区梅厂镇灰锅口村,晓森家庭农场负责人王秋祥将一颗颗圆润饱满的鲜桃小心翼翼地装箱,包装箱上那只可爱的小猴异常抢眼。

眼下正是“小猴摘摘”的销售旺季。这个采收季,王秋祥开通了视频直播。每天一大早,京东物流车就等在门口,当天采摘的桃子当天就能到客户手里。他翻开手机,查看密密麻麻的销售记录。“以前叫土特产,现在是精品果,价格涨了好几倍。”王秋祥说,很多老顾客就认这只小猴子。

名字变了,身价变了,农产品销售背后的逻辑也变了。一颗桃子的逆袭,折射的是整个区域的品牌觉醒。

武清是京津之间的“菜篮子”——粮食产量占天津20%以上、蔬菜产量占38%左右。这里农产品品质上乘,然而很长一段时间,却始终缺乏叫得响、卖得俏的品牌。如何扭转这一局面?

武清区启动“武清果蔬”区域公用品牌建设,定下一个目标:面向京津都市的中高端消费群体,打造全国果蔬产业的领导品牌。建立“区域公用品牌+单品‘萌宠’系列”IP矩阵,每个核心品类都有自己的“萌宠”形象和人格故事,彼此独立又相互呼应。

武清区农业农村委相关负责人告诉记者:“政府的角色是做好顶层设计和标准把控,果蔬产业协会负责牵线搭桥,54家经营主体按照统一的品牌形象、品质标准和推广模式,各自深耕优势品类。我们探索的,是一条‘品牌+品质+情感’的农业现代化新路径。”据了解,武清建立了一套品牌体系,核心就是“政府统筹规划、协会是桥梁纽带、主体市场化运作”——把原本默默无闻的土特产,变成有情感、有温度、会“卖萌”的品牌。

最先诞生的“萌宠”品牌是“小兔拔拔”——创意源自儿歌《拔萝卜》。小兔子拔萝卜的童年记忆,被巧妙地转化成农产品的名字和形象。此后,“小鹤登枝”口感番茄、“小猴摘摘”精品鲜桃等品牌相继问世,“小熊掰掰(陈咀)”鲜食玉米也成了这个“萌宠”天团的重要成员。

在位于陈咀镇的天津市吉丰农业科技有限公司里,“小熊掰掰(陈咀)”的负责人王全友忙得不亦乐乎,这几天,新一季的鲜食玉米开始上市了,开往新发地、海吉星的物流车络绎不绝。

“以前收下来的玉米没有品牌,人家卖9毛,我们就卖8毛5,想着快点出手。”种了20多年玉米的王全友对记者说,近两年,市、区两级农业农村部门频繁来调研,区里推出了“小熊掰掰(陈咀)”公共品牌,帮他引进优良品种、制定统一标准,“小熊掰掰(陈咀)”火了,去年还登上地铁专列,走进社区进行推广。“昨天有连锁菜市场主动找上门,想给我们设专柜。”王全友说,“市场认这个牌子,心里特高兴。”

从“论堆卖”到“论个卖”,从“没名气”到“有品牌”,武清的“萌宠”天团正在让越来越多的土特产实现价值跃迁。

一粒种子如何长成一个品牌?一颗桃子凭什么“摘”下大市场?看记者连日来的调查

## 武清「水果天团」养成记

记者 张立平



## 用品质留住消费者的“胃”与“心”

武清农产品出圈,仅仅是因为改了个“萌宠”名字吗?当然不是。

好品牌让消费者“想买”,好品质才能让消费者“反复买”。在武清,每一个“萌宠”品牌的背后,都有对科技与品质的不懈追求。

走进陈咀镇的鲜食玉米基地,200亩试验田里,900多个玉米品种在风中拔节生长——这里是王全友的“品种宝库”。从甜玉米、糯玉米到甜加糯玉米,从纯白、纯黄到黄白相间,他们每年要从几十个新品种中筛选出最适合本地种植、最对得起味蕾的那几款。“只有品种好,才能品质好。”王全友说。

为了进一步提高“小熊掰掰(陈咀)”市场竞争力,在区农业农村委、镇政府的支持下,基地与天津农学院合作,成立了全市第一家鲜食玉米领域的教授工作站。育种、食品加工、品牌策划——多学科团队扎进田间,从播种到销售,教授们全程指导。

王全友记得清清楚楚。天津农学院教授工作站一落地,就带来了实打实的技术。育种专家在试验田里种下几十个新品种,每个品种都有详细的生长数据。“以前种玉米凭感觉,现在靠数据说话。”王全友说,从几百个品种中,他们精准锁定了最适合鲜食的“耕耘白糯”“金玉良田35号”等6个独家品种。

去年,“小熊掰掰(陈咀)”的“耕耘白糯”参加了天津市首届鲜食玉米擂台赛,在100多个产品中脱颖而出夺得“擂主”。随后又有几个品种在武汉、南宁的全国鲜食

玉米产业大会上接连获奖。“这些奖不是白给的,那是专家和市民一口一品尝出来的,更是技术指标一项项比出来的。”王全友说。

“小猴摘摘”的追求,就是要做一只具有吸引力的桃子,必须“有桃味儿”。怎么实现?王秋祥说,一要品种好,二要管理到位,三要舍得控产。作为国家绿肥体系天津实验基地,晓森家庭农场在肥料使用上有自己的独到之处。他们在桃园里种植了二月兰,早春时节,桃花与二月兰交相辉映;花期过后,将二月兰粉碎还田,化作天然绿肥滋养桃树。舍得控产,是另一个法宝。普通农户一亩地能收4000公斤,而王秋祥偏偏把产量压在2000公斤以下。他说,要确保每一颗留下的桃子,都能得到更充足的养分和光照。

走进天民田园,副总经理陈晓杰带领记者参观。“我们不用化学农药,怎么防虫?全程采用物理防控与生物天敌防控技术开展病虫害防治,从源头上守护番茄生长安全。”他弯腰托起一串番茄,“看到没?果形周正,秘诀是蜜蜂授粉,这样结出的番茄口感才更有层次。”

更关键的是,园区采用滴灌灌溉,精准控制用水量,调节昼夜温差让糖分充分积累,让每一颗番茄都经得起舌尖的检验。

这片土地上种出的不只是番茄,更是一代人关于味道的记忆。而从土壤到枝头,从田间到舌尖,每一项技术的引入、每一道标准的坚守,都是在为这份记忆“保鲜”。

## 全渠道“宠粉”让土特产变成“金疙瘩”

“小猴摘摘”在商场站稳了脚跟。怎么才能让更多乡亲从这只“小猴子”身上受益?

今年王秋祥有了新的规划,他要带领乡亲们干件大事——建农产品深加工基地。“就拿我这个农场来说,1000亩地桃园,年产量250万公斤,八成是生鲜出售,剩下二成,怎么办?”王秋祥说,他正在规划一个3000平方米的保鲜库,引进深加工生产线,那些长得周正、个头小的二级品,就能进行深加工,与此同时,他投资400万元引进了国内顶级的桃子分选设备。整条流水线根据水果大小、颜色、外观和糖度精准分级,可以做到一箱桃子大小一致、颜色一致、糖度一致,分选后的精品果及时锁鲜,保留最佳口感。“从采收入库,每一个环节都在跟时间赛跑。”王秋祥说。

销售渠道也在拓展。今年,王秋祥开启了线上直播,同时与海吉星、新发地等批发市场建立精品水果合作,进入精品批发渠道。“以前论斤卖,现在论盒卖,渠道不一样,身价也不一样了。”

品牌带来的改变,不只发生在王秋祥的农场。在武清,“小兔拔拔”水果萝卜带动周边500余农户,户均年增收超2万元;“小熊掰掰(陈咀)”鲜食玉米带动陈咀镇及周边6万亩种植,年总产值近8000万元;“小鹤登枝”口感番茄每年免费培训农民2000余人次,带动周边建设设施农业超2万亩。2025年,全区全品牌体系年销售额突破10亿元。

更值得关注的是农旅融合带来的新增长点。每年桃花节、萝卜节、丰收节,武清的田间地头挤满了京津游客。王秋祥的农场每到周末游客不断,“很多京津游客专程过来,带着老人孩子一起采摘,就是尝这一口鲜。”

更深层的变化,是种植观念的转变。以前追求产量,现在追求品质;以前“收下来就卖”,现在“按标准种、分级卖”。王秋祥说,有不少农户主动找他请教怎么控水控肥、怎么提升糖度,“因为他们知道,品质好了,品牌硬了,自己的收入才能稳。”

从一颗桃子到一根玉米,从鲜果销售到深加工增值,从田间种植到农旅融合,武清的“萌宠”品牌正在把土特产变成“金疙瘩”。这场品牌觉醒的最终落脚点,是农民腰包实实在在的收获。

## 乡村走读

## “三到家门”解民忧

——静海区大邱庄镇用心办好暖心事

记者 李杨 通讯员 陈泽宇

愿服务队队长邢红友在各家商户门前挂上“暖‘新’食堂”的牌子,户外劳动者可以在这免费用餐休息。

随着“暖‘新’食堂”影响力越来越大,送餐现场增加了劳动维权、反诈、交通安全普法宣讲等活动,收集大家的微心愿。到了解决问题阶段,明确责任人,一件件落地,将党的温暖送达每个角落。

“我们想让城市建设者感受到温暖!”大邱庄镇党建办主任张妍说,这是全镇加强基层党建的创新举措之一,以此调动各领域、各群体力量,共创幸福城市,一同分享城市发展的成效。

目前,大邱庄镇组建了17支专业志愿服务队,200多名志愿者活跃在服务一线,连续两年开展敲门送服务活动超100场,惠及群众超1.2万人次。务实的服务,体现了完善的治理,更在大家心里埋下一颗崇德向善、与人分享种子。

## “片长”敲门,联结助企服务闭环

7月6日一大早,在天津鑫丰包装制品有限公司门前,办公室主任周璐正协调准备出厂送货的车辆,一抬头,正好碰

见“片长”李明煜来送材料。

李明煜是大邱庄镇对接企业的“片长”,周璐把李明煜迎进厂房,两人面前,是最新的生产线。它的投产运行,紧跟市场需求改造,将为公司创造超百万元收益。可在半年前,公司还在为要不要掏钱搞升级为难。

企业转型专攻精细化生产,但改造周期长,资金链有风险。这时,正值全镇推行“片长制”服务,成为企业敢于转型升级的定心丸。

就在企业犹豫不决时,李明煜敲响了公司门,第一句话就是:“这项目没准能走这个政策,咱坐下聊。”仅半个小时,周璐心里踏实了,和同事们说了句,“这政策好,看来咱这事情能干!”

接下来,由专业团队接手,开展“保姆式”服务。很快,公司就成功申报超长期特别国债。资金的及时足额拨付,不仅缓解了资金链紧张,更是对企业的肯定和鼓励,提高了企业对市场、对未来的信心。

据了解,大邱庄镇共划分了6个网格化服务片区,由镇干部出任园区“片长”,加快项目技改升级,绿色改造,兑现政策

红利。“片长”服务体系带来了好政策,也带来了企业服务社会发展的基础。”李明煜表示,“全镇将始终用‘好服务’,推动企业‘好发展’,引导更多企业创造更多社会价值。”

## “陪伴”敲门,满足乡亲心愿

早晨8点多,“橄榄绿”退役军人志愿服务队队长陈红友找到居民张大叔,邀请他和老伴儿利用空闲时间,去退役军人服务站拍个照。

张大叔的儿子刚结婚。他的老伴儿李大娘和邻居聊起婚事,笑得合不拢嘴,可又叹了口气,说:“我跟老伴儿年轻时条件不好,都没照张像样的照片,现在年轻人的生活真幸福!”

下村入户的陈红友碰巧听到这话,就记在心里。他和志愿服务队、村干部一合计,肯定还有很多老人心里有这个遗憾,不如借这个机会组织一次免费拍照志愿服务,满足大家这个心愿。

这个想法得到了大家的赞同,志愿服务队联系热情、懂摄影的志愿者,村里找场地、搭背景,挨家挨户通知参加。一开始,好多老人不好意思,但当一家人拿到合照,有人笑了,有人哭了。

张大叔一家得到满足的“小心愿”,是大邱庄镇“三到家门”服务的缩影。全镇精准对接群众多样化、精细化需求,常态化组织开展“守望邻里”系列志愿服务活动,让民生服务看得见、摸得着。

一桩桩温暖实事,通过“敲门服务”落地生根,将政府、企业、群众紧紧凝聚在一起,书写了大邱庄镇产业兴旺、百姓富足、乡风文明的乡村全面振兴崭新篇章。

本版图片由受访单位提供



户外劳动者享用“暖‘新’食堂”提供的早餐

近段时间,在静海区大邱庄镇,一场“三到家门”的暖心服务正如火如荼开展,党员干部、志愿者主动下沉一线,深耕为民惠企服务,把贴心举措送到群众家门口、企业门口,用一桩桩实事温暖民心,赋能企业发展。

## “早餐”敲门,守护新就业群体

这两天,在静海区大邱庄镇一家街边早餐店门前,总能见到清洁工、外卖小哥边说笑边吃早餐的身影。随着气温逐渐升高,志愿者们还在门前搭起了遮阳棚,准备了绿豆汤等解暑饮品。这些贴心的举措,都来自“暖‘新’食堂”志愿服务。

去年5月,爱心送餐“暖‘新’”志愿服务活动在全镇铺开,志