

一直以来,如何处理好玉米秸秆是一件让农户头疼的事,但东北一家企业却将“招人烦”的秸秆化为“招财树”

“长”在玉米秸秆上的绿色公司

本报记者 彭冰 通讯员 苏志坚

阅读提示

从秸秆收割到生猪养殖再到文旅融合……以秸秆综合利用为出发点,东北一家企业秉持现代农业可持续发展理念,尊重自然、顺应自然,构建了完整的生态循环农业产业链条。

4月的东北,春耕正忙,种植户们抢抓农时,播下今年的希望。望着黑土地上播种玉米的繁忙景象,陈晓雨的脑海里不禁浮现出秋收后秸秆遍地的金色画面。

“80后”陈晓雨,是吉林省明天生态农业科技有限公司董事长。对于这家企业来说,玉米秸秆可谓是企业发展的“基石”。

一直以来,如何处理好田地里的玉米秸秆都是一件让农户头疼的事:倘若将秸秆堆放田间,妨碍来年耕种;露天焚烧,污染大气环境。

这“招人烦”的秸秆,咋就成了陈晓雨的“招财树”?

当秸秆遇上科技“点金术”

明天生态农业科技有限公司,坐落在吉林省公主岭市二十家子镇全结村。公主岭是农业大市,有着“中国玉米之乡”的美誉。陈晓雨就在这片肥沃的土地上出生、长大。

1998年,在饲料行业摸爬滚打多年的陈晓雨决定自主创业,他从一家小型饲料加工厂起步,渐渐把企业经营得风生水起。也是在这个过程中,随着环保理念日益深入人心,陈晓雨开始把目光锁定在玉米秸秆上:“能不能变废为宝,把秸秆变成猪饲料呢?”

这是个大胆的想法。要知道,将秸秆作为牛羊等反刍动物的饲料虽不罕见,但因玉米秸秆表皮粗糙,适口性差,并不适合直接喂猪,因此利用率较低,秸秆资源浪费严重。

陈晓雨不信邪,他一次次前往长春、哈尔滨、北京等地向农业专家请教,寻找破题之道。

“猪吃百草草,看你找不找。玉米秸秆蕴

含4.7%粗蛋白、1.7%粗脂肪、28.3%粗纤维、50.3%无氮浸出物等营养物质,添加到猪饲料当中,原理上可行。”吉林农业大学动物科学技术学院姜海龙老师的一席话,坚定了陈晓雨的信心。

功夫不负有心人。依托高校科研力量,经过反复试验,陈晓雨获得一项独家技术:秸秆糖化酶。该技术可以降低秸秆表皮的木质素和纤维素,使之变得柔软易消化,成为可口的猪饲料。

有了秸秆“点金术”,陈晓雨承包了二十家子镇50%的秸秆收割任务,覆盖土地面积近5000公顷。

“一公顷地政府补贴秸秆收割费用450元,秸秆还归企业,这样一来,公司基本就实现零成本了”,陈晓雨给记者粗略算了一笔账:“收回来的秸秆,我们一部分直接销往内蒙古、河北、山东等地的养牛企业,根据秸秆的干湿程度,每吨可卖600元~1200元不等;另一部分通过技术创新提高附加值,公司的加酶秸秆饲料最高能卖到1800元/吨。”

“吃草的猪”成高端品牌

走进明天生态农业科技有限公司,一栋白墙蓝顶的现代化养猪场静静地矗立在蓝天白云下。饲养员王立志告诉记者:“目前公司生猪养殖规模1万多头,通过在猪的日粮中加入30%~50%的秸秆饲料,养殖成本降低20%,平均一头猪节省成本400元。”

最近几年,“养猪难、难养猪”现象愈发突出,不少生猪养殖企业正面临饲料成本上升和猪价低迷的双重压力。

不过,采用秸秆饲料养猪不仅大幅降低了养殖成本,还可明显提升猪肉产品质量,这给了陈晓雨“逆境养猪”的底气。

据介绍,用加酶秸秆饲料喂大的猪,胆固醇含量较低,肉质肥而不腻、瘦而不柴,肉质和口感独特。基于这些突出优势,2014年,明天生态农业科技有限公司创建了“吃草的猪”品牌。

“我们不仅自己养‘吃草的猪’,还以‘公司+农户’的方式带动村民养殖。”陈晓雨告诉记者,对于签约的农户,生猪出栏时,企业以每斤高于市面3角钱的价格收购。

下午2点,记者走进公主岭市一家“吃草的猪”专卖店时,看到货架上猪肉已基本售罄。工作人员告诉记者,虽然店内猪肉每斤约比普通猪肉贵5元,但产品依然供不应求。

“我们定位的就是高端人群,公司原先在长春开设了多家直营店,并与多家生鲜超市合作,近两年因疫情关系,企业打算重新布局,改为采用连锁加盟的模式。”陈晓雨说。

打造绿色闭环产业链

明天生态农业科技有限公司厂区内虽建有养猪场,却闻不到养猪场惯有的刺鼻味道,这主要是因为养猪场的不远处便建有沼气工

程项目。

2019年末,明天生态农业科技有限公司4000立方米沼气发电及生态有机肥项目竣工,生猪养殖基地的粪污被直接输送到沼气罐中进行密闭发酵处理,产生的沼气用于猪舍的取暖及企业发电自用;沼渣则被变成有机肥用于果蔬种植,既解决了养殖废弃物处理难题,又为公司打造“生态循环农业”夯实了关键一环。

“这个沼气项目拟处理二十家子镇及周边200家养殖场(户)产生的粪污,年处理量可达4.5万吨。利用生猪养殖废弃物与秸秆颗粒混合发酵,可产生大量的有机肥料,以此为基础,我们计划吸引更多的农户参与进来,进行绿色蔬菜的种植、销售,让更多农户直接受益。”陈晓雨说。

为发挥当地农业龙头企业的示范带动作用,2021年,公司又启动了“乡遇山间小院”农业文化旅游项目。该项目占地(山林)21万平方米,涵盖“吃草的猪”散养基地、缤纷生态果园、绿色蔬菜种植、民宿等。

“以秸秆综合利用为出发点,公司构建了完整的生态循环农业产业链条。从秸秆收割,到生猪养殖,到粪污处理,到绿色蔬菜种植,再到文旅融合……可以说,从大地里的秸秆,一直到老百姓的餐桌,在我们这个链条上基本没有废物,最大程度实现了循环利用。”陈晓雨说。

浩荡春风拂过“乡遇山间小院”,拂开了漫山遍野的花朵。

“品‘吃草的猪’,尝新鲜山野菜,赏最美梨花……五一前后我们计划搞个山花节。”陈晓雨告诉记者,受疫情影响,企业面临一定的生存压力,但他坚信,只要企业秉持现代农业可持续发展理念,尊重自然、顺应自然、围绕绿色闭环产业链精耕细作,“明天”一定会更好。

G 企事录

今年我国将大力推动煤电“三改联动”

事件:在近日召开的全国煤电“三改联动”典型案例和技术推介会上,国家能源局副局长余兵表示,“三改联动”(节能降碳改造、灵活性改造、供热改造)具有很强的“正外部性”,改造升级煤电规模超过2.2亿千瓦,促进煤电清洁低碳发展。

点评:在当前形势下,煤电既是顶梁柱,又是压舱石。今年我国将大力推动煤电节能降碳改造、灵活性改造、供热改造“三改联动”,煤电行业可借此实现健康可持续发展,还可带动可再生能源大规模开发和整个电力系统低碳转型。

眼下,部分发电企业勇于创新,与技术服务方联合,积极开展改造工作,为全国更大范围内推进“三改联动”的落地实施做出了有益的探索。接下来,各省在做好保供工作的同时统筹实施改造,因地制宜、因厂施策,统筹安排好改造方案、改造时间、资金分配,充分挖掘灵活调节能力,更好保障我国能源电力供应安全。值得一提的是,虽然电力系统清洁低碳转型的步伐将进一步加快,但我国以煤为主的资源禀赋,决定了煤电在相当长时期内仍将承担保障我国能源电力安全的重要作用。2021年煤电以不足50%的装机占比,生产了全国60%的电量,承担了70%的顶峰任务。

健身直播走红

事件:过去一个月,刘畊宏共进行了近30场健身直播,累计观看人次超过7400万。在他进行直播的平台上,一个星期里粉丝数量上涨超过1000万,达到1858万。在4月17日的直播中,观看人数达到1391万,最高同步观看人数达110万。

点评:健身直播,刘畊宏不是第一个。自疫情出现之后,居家健身的话题就多次得到关注,包括Keep在内健身品牌也多次推出线上直播课。刘畊宏的走红,一方面有名人效应加持,更重要的是不同于传统健身达人从场地选择到课程设置透出的“专业性”,刘畊宏的直播以家庭为背景,这就拉近了与网友的距离。

刘畊宏能够持续走红多久,这个问题目前很难有答案,但这一现象无疑会让平台、主播和资本重新审视健身直播的可塑性。对主播来说,要设计出适合广大没有健身基础的群体学习的课程;对平台说,则要为健身主播提供更多可靠的商业化路径。

冷冻速食品牌获新一轮融资

事件:冷冻速食品牌“烹烹袋”完成Pre-A轮近千万人民币融资,融资将主要用于产品技术研发和渠道通路深耕等方面。

烹烹袋成立于2020年6月,是一个主打微波加热、袋内即食的速冻食品品牌。

点评:所谓微波速食,即从冰箱取出后无需解冻,也不用拆开包装,加热完成后使用膨胀起立的包装袋直接食用。这一产品的目标对象,是那些希望“更快吃到饭”的消费者。

虽然定位是为“极致懒人”服务,但袋装微波食品品牌依然有众多竞争者,比如霸蛮米粉推出过可微波拌粉、三全有微波速食盖浇饭、和府捞面推出微波的锅气炒饭。此外,像所有的速食食品一样,微波食品也要面对外卖食品的激烈竞争。不过,目前速冻食品、微波加热食品在中国仍处于快速发展阶段。或许再经过几年的布局,将会有头部领跑者出现,届时,人们在方便食品的选择上将会更加丰富。(骆驼)

中国“最北自贸区”加速推进数字经济转型发展

4月24日,在哈尔滨海科信息技术有限公司生产车间,工作人员在进行生产作业。

日前,中国(黑龙江)自由贸易试验区哈尔滨片区坚持一手抓防疫,一手抓经济,加大与数字经济头部企业合作,深入推进数字经济涉及的新材料、电子信息制造、软硬件服务三大产业集群化发展的产业定位,通过数字经济内部产业链划分,形成数字经济产业细分图谱,努力实现数字经济转型发展。新华社记者 张涛 摄



一条“电商路”,“土货”成“网货”

本报记者 黄仕强

“小张,收鸡蛋咯!”4月8日,重庆市秀山土家族苗族自治县洪安镇的养鸡户王元廷一边高声招呼着,一边走进“武陵生活馆”店铺,并从篮子里拿出了200枚鸡蛋。店主张敏登录一款名为“村头”的软件,开始记录、下单。曾经无人问津的“土货”成为抢手“网货”,这是秀山县大力发展农村电商产业的一个缩影。据了解,过去5年间,秀山县已累计实现电子商务交易额705亿元,网络零售额136亿元,卖出价值64亿元的农产品及加工品。

怎么卖:农村物流“最后一公里”被打通

距离重庆市中心城区450多公里的秀山县,是一座地处武陵山区腹地的县城,受地域条件限制交通落后,大量农产品难以外销,村民收入难增,曾经的秀山县也是国家级贫困县之一。

因此,如何打通农村物流配送“最后一公里”成为关键。

“‘村头’这款软件是我们秀山县自己开发的,里面有来自全国各地的客户订单。”张敏告诉记者,店铺收到村民的农产品后,加价在“村头”平台发布信息,再由物流车运送到城里的仓储点,进行包装后出售。

阅读提示

长久以来,“物流”“产品”“人才”是制约农村电商发展的三大难题。重庆秀山县以构建城乡双向物流、打造电商产业扶贫基地、开展电商培训等手段破解难题,从曾经的国家级贫困县变成农村电商示范基地,创造出独具特色的模式。

“在建立农村电商之初,我们就确定了自建电商物流体系,提高物流效率和降低物流成本的策略。”秀山县委相关负责人介绍道,当地开通了6条城乡物流快递专线,形成城乡双向物流体系。同时,还建成集自动分拣、自动打包、自动包装等现代化设备的电商云仓和武陵山区唯一的韵达快递秀山分拨中心,提升商品从入库、分拣、配送等各个环节的运营能力。

有数据显示,平均每天有8万个快递包裹从秀山县物流园区始发,繁忙景象成为这里的一道风景线。

卖什么:村民变身供应商

“借助于电商,农产品的开发迎来良机。”秀山县电子商务协会相关负责人说,该县大力发展“一村一品”,建立电商产业扶贫基地2000余个,认证特色农产品基地163个,投产自热火锅、红薯粉、豆腐乳、红糖饮品等电商产品加工线44条,发展电商企业1760家、网

络店铺1.73万个,直接让村民变身成为供应商。

站在自家的脐橙果园里,秀山县雅江镇麻雀坡村村民王成刚直言,“以前想都不敢想,一天可以卖出那么多。”前不久,在一场农产品直播带货大赛中,他种植的脐橙赢得了不少带货主播的青睐。“一单10斤,一下子2000多单,一天就卖了2万多斤脐橙。”说起销量数字,他的喜悦溢于言表。

“电商不但开拓了农产品销售渠道,也让农村能够第一时间了解市场,引导农产品生产和加工,促进农村新产业新业态发展。”重庆村头科技发展有限公司相关负责人表示。

据了解,目前秀山县电商企业自主创建了品四方、溜达猫等品牌68个,形成以休闲食品为主,水果及本土特产、民族工艺品为辅的品牌体系。值得一提的是,秀山县还针对农产品质量安全建立了二维码溯源体系,推行“一农户一二维码”,秀山土猪、土鸡、土鸡蛋、秧青米、茶叶等近20款农产品实现了二维码质量溯源。

谁来卖:“产教融合”输出电商生力军

“通过实训学习,我在短视频拍摄、网店设计、直播带货等技能方面都得到明显提升。”来自秀山职教中心2020级电子商务班的学生王海峰说,他将来希望通过从事电商工作,促进家乡产业发展。

有意思的是,王海峰和同学们一天都没有在教室里待过,他们的课堂直接被搬进了位于秀山县高新区的电商大厦入驻企业里:如何开网店,如何根据市场情况选择产品,如何为自己的产品获取更大流量,如何选择更好的供货方……

作为秀山县聘请的入驻培训企业之一,重庆大嘴蛙商贸有限公司见证了这里的电商人才队伍一步步壮大。其负责人感慨地说,“从基础培训到‘孵化式’培训,从电商学院到‘产教融合’入企实训,秀山为农村电商后续发展源源不断地输出生力军。”

正是借助着完善的人才培养体系,秀山县破解了农村电商“谁来卖”这个难题,一大批创业大学生和返乡农民工成为电商从业者,开起了网店,做起了直播,形成了“全域电商、全民电商”的氛围。

据秀山县电子商务协会统计数据显示,截至去年年底,该县已陆续培育8.2万名电商学员,其中6500余人成长为电商精英。