

谱好融合“三部曲” 乡村振兴更出彩

合川报记者 陈钰铃

风雨廊桥下,清澈的大肚子河水静静流淌;十皆院子里,追寻卢作孚精神的游客络绎不绝;金黄的稻田间,返乡创业的“新农人”驾驶着农机正在收割稻谷……走进合川区肖家镇,一幅景色宜人、产业兴旺的美丽乡村画卷在眼前徐徐展开。

强产业:现代农业铺就致富路
实现农文旅融合发展,农业产业是根基。

“田里的小龙虾已收获上市,晚季的米粉稻即将收割。”肖家镇圣明村稻虾轮作基地里,村民刘世海看着金灿灿的稻田,喜悦溢于言表。

自推进高标准农田建设以来,肖家镇已累计建成高标准农田1.78万亩,全镇粮油播种面积稳定在2.8万亩;推动土地适度规模经营,累计流转土地8000余亩。做大做强“一万五千”特色产业,构建以粮油为主导,特色经果、生态畜禽、绿色蔬菜为补充的多元化产业格局,有效拓展农业增效空间。

“稻虾综合种养是产业格局中的重要板块。”肖家镇有关工作人员介绍,当前种养面积已稳步发展至3000亩,实现“一水两用、一田双收”,有效拓展了农业增效空间。

家乡的发展不仅吸引了人才回流,也为落户肖家的三峡移民群众带来了新的发展机遇。果农卿山寨正是其中之一。如今,他的精品柑橘园面积已达120余亩,年产值近80万元。园内主要种植明日见、不知火等优质品种,产品通过线上线下销往全国各地。不仅如此,果园的发展还为附近村民创造了就近务工机会。

目前,肖家镇拥有家庭农场、农民专业合作社等新型农业经营主体28家,在带动小农户增收、应用新技术提效、对接大市场升值等方面发挥了积极作用。



肖家镇高标准农田。

肖家镇供图

育文化:作孚精神赋能乡村魂
“卢作孚祖屋、十皆院子、作孚实践教育园,这些有形的载体,很好地传承了作孚精神,也为我们的创作提供了灵感和依托。”6月7日,川渝两地五十余名作家跟随“传承卢作孚企业家精神”主题创作调研活动,走进肖家镇。一草一木、一砖一瓦、一街一巷中,随处可见的作孚元素,让作家们频频点赞。

为更好传承卢作孚精神,厚植文化优势,肖家镇以卢作孚“十皆”乡村建设理念为指引,联合广安市武胜县乐善镇、合川龙市镇打造“三镇十皆”川渝和美乡村建设先行区,构建“十皆”文化IP矩阵,共同用活作孚文化。已联合岳池县裕民镇、武胜县乐善镇开展川剧下乡、乡村振兴主题调研等活动20余次。

横向协同发展的同时,肖家镇向下扎

根,深挖作孚精神,组建了“十皆文艺队”“十皆志愿队”“十皆自治队”三支队伍,积极开展文艺演出、志愿服务,成立村民自治组织,创作《十皆民谣》并在全镇推广传唱,年均开展文艺演出12次,坚持以文化人,形成全民参与、共建共享的生动局面。

旺人气:“红绿”交融点燃小镇热
“大家眼前的建筑,就是当年的合川县明明小学。卢作孚先生曾为修建学校筹款捐资。”6月17日,卢作孚小学校长李南向前来参观游学的重庆市合川区卢作孚研究会成员,介绍着卢作孚小学的“前世今生”。
像这样前来追寻作孚足迹,感受作孚精神的“红色”之旅已越来越多。无论是游客,还是学员,在接受红色精神洗礼的同时,肖家镇山青水绿的自然风光,也让众人心旷神怡、流连忘返。

为点靓乡村颜值,肖家镇学习应用“千万工程”经验,着力提升人居环境,组织镇街、村社干部,聘用志愿者,常态化开展巡河、巡水库活动,守护一江碧波的同时,加紧院落整治,提升场镇面貌,打造精品民宿,让游客愿意来,更愿意留下来。

“我们还开发了‘稻虾’生态垂钓、果蔬采摘、玫瑰观光等差异化体验场景,依托卢作孚祖屋、十皆院子等爱国主义教育基地打造精品研学路线,进一步丰富游客体验。”肖家镇相关负责人介绍,目前,该镇已初步形成“农文旅”融合产业链条,持续集聚人气,年接待游客超4万人次。

肖家镇将继续以传承卢作孚精神为主线,提质发展“一万五千”特色产业,不断丰富新时代“十皆”理念内涵,争先进位持续打造“作孚故里·美丽肖家”农文旅融合发展精品示范镇。
据《合川报》

花椒“逆袭记”： 从山货滞销到直播热销，“椒香”如何变“钱香”

荣昌区融媒体中心记者 杨丽丹

“家人们看过来,这是我们山里自然生长的青花椒,麻香醇厚……”近日清晨,荣昌区铜鼓镇刘驷村党总支书记熊贵英与该村驻村工作队第一书记弋松林一同来到村民罗克明家中,手持手机细致拍摄他家晾晒的干花椒。原来,罗克明家的花椒遇到销售困境,村干部正通过拍摄视频帮助他拓宽销路。

“今年收了七八百斤干花椒,价格低还卖不动,之前急得睡不着觉。”望着院子里的花椒,罗克明满脸愁容化作感激,“村干部帮忙拍视频、找渠道,比我自己跑市场省心多了,现在货走得明显快了。”

熊贵英表示:“我们希望通过网络宣传,让更多消费者看到村里优质农产品,帮助村民解决销售难题。”

在铜鼓镇,村干部化身“宣传员”助农销售已成为常态。素有“花椒之乡”美誉的铜鼓镇,拥有5000余亩花椒基地、9家种植企业和专业合作社,带动千余名村民增收。但“酒好也怕巷子深”,优质农特产品常因地处偏远遭遇销售瓶颈。“必须打破地域限制,让山里的宝贝走出去。”铜鼓镇负责人的话道出了发展电商的初衷。

从去年开始,铜鼓镇创新推出“支部+合作社+电商”模式,打造“铜鼓山乡”抖音直播间,鼓励机关和村社干部于每周二至



直播现场。

周五晚上七点半开展直播,为家乡农特产品“代言”。从最初面对镜头的生涩,到如今流畅介绍产品特性,干部们以真诚赢得网友信任。“通过屏幕让更多人看到乡村的变化、了解优质农产品,线下订单也随之增加。”熊贵英谈起成效时笑容满面。

电商发展也推动了产业链的延伸。当

地联合企业开展花椒深加工,开发出花椒鸡、花椒油、火锅底料等10余种产品,让“土疙瘩”变身“香饽饽”。

“花椒经初级农产品加工后,附加值普遍提高50%以上。”弋松林拿起包装精美的花椒足浴包介绍,“这款产品今年已卖出2万包,成了网红单品。”从田间到车间,从

原料到商品,产业链不断完善,为农特产品开拓了更广阔的市场。

电商赋能下,销售数据持续攀升。今年上半年,铜鼓镇农产品销售额突破100万元,其中花椒系列产品贡献超60万元。数字背后,是农户实实在在的增收,越来越多村民享受到电商发展带来的红利。

村民周汉高家种有4亩花椒,以往每年销售都得托人找渠道,今年通过合作社电商平台,不仅销售顺畅,价格还比往年高了近两成。“现在足不出户就能把花椒卖到全国,以前想都不敢想。”周汉高算起收入账,笑得合不拢嘴。

“不仅要卖产品,更要树品牌。”该镇负责人介绍,铜鼓镇将质量管控作为电商发展的生命线,建立从种植到销售的全链条品控体系。通过统一包装、规范标准,“铜鼓山乡”系列农产品逐渐形成品牌效应,在电商平台积累起良好口碑。

如今,铜鼓镇的电商发展路径愈加清晰。该镇计划以“荣昌铜鼓山乡”账号为核心,培育村干部网红队伍和村民主播群体,构建带货矩阵。下一步,铜鼓镇将重点推进品牌建设,持续优化产品与服务,让农特产品不仅“走出去”,更能“火起来”。

据《荣昌报》