

家庭农场典型案例系列报道②

生态种植、无土栽培，引种新品、创新营销……“90后”新农人夫妇返乡创业，两年建成省级示范基地——

科学种草莓 种出高效益

——浙江长兴宋莎家庭农场

中国妇女报全媒体记者 史玉根

宋莎家庭农场位于浙江省长兴县画溪街道白阜村，主要种植、销售草莓。

场主宋莎是一名“90后”新农人，2014年大学毕业，2016年辞去助产师的工作，和丈夫戴亮一起回到白阜村创业，2017年成立宋莎家庭农场，带领家人坚持绿色生态种植，实施创意营销，农业设施不断完善、升级，种植面积从15亩扩增至53亩，营业收入由50万元递增至162万元。与此同时，农场还带动和帮助当地部分困难村民种植、销售草莓，每户年增收3万至5万元。

生态种植，产量品质双提升

白阜村种植草莓已有20多年历史，种植技术相当成熟，但不同程度地存在生产环境差、病虫害防治方法落后等问题，给食品安全留下隐患。刚刚进入草莓行业，宋莎就打定主意实施清洁化生产和绿色防控。

在当地，草莓大棚里的地垄和畦沟大多是裸露的，特别潮湿的时候，村民顶多在畦沟里铺上一层稻草防滑。为了改善生产环境，宋莎在种植草莓的垄面覆盖黑色地膜，在两边墙面上挂上一层白网，在每道畦沟铺设塑料地毯。走进她家的草莓大棚，仿佛进入一个整洁的庭院，令人赏心悦目。

防治害虫一直是令许多草莓种植户伤脑筋的事，使用药物固然立竿见影，但可能造成残留超标，还可能误伤到给草莓授粉的蜜蜂。在农技专家的指导下，宋莎和丈夫在采用灭蚊灯、性诱剂诱杀等安全方法的同时，增加以虫治虫技术：孵化七星瓢虫来捕食蚜虫等害虫。

清洁化生产和绿色防控都需要增加不少投入。宋莎的父亲曾有过犹豫，宋莎给他讲道理、算细账，很快说服了他。生产区清洁了，不仅方便生产及管理人员作业和游客采摘，还可以避免果实受污染、减少畦沟水分蒸发，降低棚内湿度，减少草莓发病率；绿色防控虽然比药物防虫费用高，但更能确保食品安全，物有所值。

一年很快过去，宋莎采用清洁化生产和绿色防控技术种植的草莓，产量和品质双双提升，营业收入比那些按传统方法种植的莓农多出一倍。2018年，宋莎家庭农场被确定为“浙江省草莓全产业链质量安全风险管控示范基地”。在宋莎示范带动下，白阜村的草莓种植户们也陆续走上绿色生态发展之路。



▲ 宋莎家庭农场实施的立架无土栽培。

宋莎在农场的连体温室大棚里采摘草莓。

比红草莓和其他白草莓，风味更胜一筹。试种成功后，宋莎以它来主打高端市场。

近年来，宋莎家庭农场成功种植红颜、章姬、雪兔、越秀、越心、隋珠等品种，实现产品多样化，满足了消费者的不同需求，有的产品价格较高，仍然供不应求。宋莎总结说，“一定要创新，要有不一样的东西推出来，这样才能吸引消费者，才能更好地做出自己的品牌。如果试种成功了，人家没有，我有了，新产品就成为优势。另外，我试种成功了，还可以为村里的草莓种植户做示范。”

升级设施，实施无土栽培

宋莎和丈夫回乡创业的时候，当地草莓种植户采用的都是单体大棚，空间狭小，架构不太坚固，抗自然灾害的能力较低，还不便于安装高科技设备。在2018年初春的一场暴雪中，包括宋莎家庭农场在内的当地许多单体大棚，都受到不同程度的毁损。当时，宋莎就萌生了大棚升级的想法。2020年，家里有了一些积蓄后，她马上着手实施自己的计划：建连体钢结构温室大棚。

连体温室大棚比单体大棚体积大，造价高很多。父母担心投入的钱短期难收回来，有点犹豫，但宋莎胸有成竹。经过咨询和考察，她早就了解到，连体温室大棚可以提高土地利用效率，便于实施智能化管理，还可延长作物的生产期，提升作物产量和品质，所产生的经济效益远高于传统单体大棚。

说服家人后，宋莎拿出家里的所有积蓄，又向银行申请贷款，开始新大棚的建设。4个月后，一栋占地5亩的连栋温室大棚建成。宋莎随即按高标准对大棚进行配套建设，将其打造成一个不受季节、天气因素制约的现代化、智能化的种植基地。

连栋大棚建成后，宋莎又开始圆她的另一个农业梦——实施立架无土栽培。原来在地面生长的草莓被移到离地半米多高的架子上栽培，凹槽里的基质由椰糠、草炭等混合而成，基质里埋设地热线，湿度低了可以加温；水肥由一根根细管输送，滴灌到每一棵草莓根部。立架种植可以保持基质干爽，减少病虫害的发生，避免根系腐烂。自动滴灌技术不但节省人力和水肥，还能精准控肥控质。

2020年冬，宋莎家庭农场的连栋大棚正式投入使用，2021年，农场的草莓产量和效益提升30%，传统单体大棚一亩地产2000~3000斤草莓，如今提升到4000~5000斤，销售额达190万元。

创新营销，打造网红产品

除了借助农业科学技术、利用现代设施，提高作物的产量和品质，宋莎还通过创新营销，把草莓销得更远，并卖出好价钱。

宋莎夫妇一开始就重视品牌建设。农场成立伊始，他们注册了“宋莎”商标，并申请通过了农产品绿色认证。从2017年开始，农场出产的草莓连续4年获得浙江省精品草莓金奖。短短几年，“宋莎草莓”就成为当地颇有名气的品牌。

销售方式直接影响产品销售。以前，当地草莓种植户大多采取无分级“大波轰”式销售。宋莎进行市场调查后，决定将草莓分为精品草莓、大草莓和中型草莓，实行分类销售。她认为，虽然草莓分拣费时费力费工，但因为能满足客户和消费者的不同需求，产品一定卖得更好。结果证明，她的选择是对的。实行分类销售后，农场的草莓销售额不但没减少，还增加了50%。

和许多新农人一样，宋莎也充分利用互联网来实施创新营销。两口子经常忙里偷闲拍摄短视频，在社交网站和各自的朋友圈发布，介绍草莓种植过程中的点点滴滴，宣传自己的品牌和产品。每年到了草莓销售季节，他们都会策划组织营销活动，比如，扫微信送好礼、邀请亲子家庭到农场体验采摘等等。短短几年，粉丝越来越多，他们家的草莓也成了网红产品。如今，草莓的线上销售量占农场销售总量一半以上。销售旺季，每天有100多笔订单，营业额达6万元。

为了保证当天接单当天送达，县城客户和消费者订的货，宋莎坚持亲自送货上门。这是一个很辛苦甚至经常遭受委屈的活儿，但宋莎乐在其中，“有时候很累了，客户拍一张照片过来，告诉我说，草莓很新鲜，孩子很喜欢吃。那个时候，我就很开心。因为自己做的事情得到了认可，再累也觉得值得。”

乡村振兴 巾帼行动

河北省承德市妇联推动美丽庭院迭代升级，向精品庭院、精品民宿发展——

美了家园 拓了财源

承德市的美丽庭院都在迭代升级，向精品庭院、精品民宿发展。

近日，中国妇女报全媒体记者在承德市乡村走访看到，一个个精品庭院镶嵌在青山绿水间。滦平县古城川村，王秀华家三层楼式的民宿精致、温馨；丰宁坝上的小北沟村，杨秀丽家的“娜娜民宿”简约、时尚；隆化县七家镇温泉村，张国荣家的善水行舟民宿别有风味……

记者了解到，近几年，承德市妇联全力推进美丽庭院示范创建，将其纳入农村人居环境整治专项行动和乡村振兴战略部署，取得了明显成效。今年，承德市启动实施“盛世100”项目，选取103个村作为民宿经济发展集中承载村，精心培育“承德民宿”城市文旅品牌。围绕这个中心工作，承德市各级妇联组织遵循“美丽庭院+”的思路，因地制宜，挖掘美丽庭院的社会价值、经济价值、文化价值，助推妇女和家庭从洁净庭院、美丽庭院向精品庭院、精品民宿转型发展。宽城县妇联通过微信传播、进村入户、

宿，用来接待游客，很快获得了可观的收入。“我，还有我爸妈、爱人都不用出去打工了，一家人好好经营民宿。”

在兴隆县，像付志新家这样的民宿还有很多。近年，兴隆县妇联依托3条旅游线路，打造出了美丽庭院、精品庭院创建示范群。在示范群里，南天门乡“满乡情”农家院女主人郭志杰，把老旧的房屋改造成具有满族特色的小四合院，发展乡村旅游，带动周边贫困姐妹创业脱贫。挂兰峪金山湖村返乡创业大学生温小艳夫妻的“树洞小屋”入选河北省十佳百优美丽庭院。

兴隆县妇联主席赵海利介绍说：“兴隆县有优良的生态环境和毗邻京津的区位优势，我们倡导妇女们动手对闲置农宅和原有农家院进行改造升级，打造风格多样的特色民宿，不仅扮靓了乡村生活，还成为乡村经济新的增长点。”



山间民宿内景。滦平县五道营子乡大营子村悦格

中国妇女报全媒体记者 周丽婷

上午9点多，河北省兴隆县安子岭村付志新正在给庭院里的花草、果蔬浇水。小院很精致，可以看出女主人的心思。沿着院墙砌了一圈不宽的池子，里边的草莓长势良好；院子南端是一个小水池，里边种着养鱼；院子北端是一个多种花草的小花坛；房前屋后种着豆角、茄子和瓜。

“有了花草，小院就有生机，客人们来了更喜欢。到了瓜果成熟的时候，客人们可以随意摘。”付志新说。

三年前，付志新在村里别人开的农家宾馆打工。看到家门口旅游业日渐红火，她也把自家庭院和房屋改造成精品民

乡情乡韵

王阿丽

外婆所在村里的那座石桥位于村东头，是村民们通往镇里的必经之桥。这座建于清代嘉庆年间的老石桥，桥面由4块花岗岩拼接而成，每块约3米长，半米宽，没有桥栏，似一位饱经沧桑的老人，默默地迎来送往，见证着村庄的时代变迁。

小时候，每到寒暑假，妈妈都会带着我们兄妹浩浩荡荡回娘家。外公外婆不在了，舅舅、姨妈家便是妈妈的娘家。远远瞧见石桥，我们就变得异常兴奋，我们知道走过桥那头的小巷便是姨妈家，再拐过弯就是舅舅家。

妈妈返家后，我们便留在舅舅家或是姨妈家度过寒暑假，石桥也便成了我们的乐园。有时，我们趴在桥板上，双手放在嘴边呈喇叭状，对着桥缝大喊大叫，此时，我仿佛听到了石桥远古的回应；有时，我们站在桥上往河里掷石子，空中划过一道道美丽的弧线，碧清的河水溅起涟漪阵阵。

清晨，我们赶着羊群，走过石桥，去田边放牧；傍晚，我们坐在石桥边上，等待长河落日圆的夕照时光。夏天，顽皮而又胆大的孩子从石桥上往水里跳，一个接着一个如下饺子般闹腾；冬天，下雪了，我们更是急不可耐，不约而同聚集在石桥上，滚雪球，堆雪人……石桥承载着我太多的童年欢乐。

最近，回乡探望舅舅、姨妈，发现村里变化可真大，柏油马路穿村而过，二层小楼鳞次栉比，村部旁边的“幸福小广场”几个字分外引人注目，村里绿树掩映、蔬果飘香，多年不回村的我险些迷了路。问过老乡，远远地看到熟悉的石桥泊在那里，这应该是村里唯一不变的建筑，它默默注视着村庄，又似一位母亲伫立村头，静静等候游子的归来。

创富文摘

会种也会卖 农民成网红

在浙江省兰溪市，有近百位种植杨梅、枇杷的农民如今成了网红，消费者追着他们买水果，由此带动当地两个时令水果销售热潮，价格还出现不同程度上扬。

据介绍，兰溪杨梅和兰溪枇杷都是国家地理标志农产品。近些年，兰溪市引导农民改变以往批发商销售模式，让其直面终端消费者，打造个人品牌。兰溪一边要求规模种植户在包装盒上印姓名，既实现水果可溯源，又做好口碑；一边加强农民培训，邀请网红直播团队到种植园，教农民跟网友分享种植过程，带农民在“朋友圈”卖货。如今，全市约有近百位规模种植户开通了微商、电商销售渠道，且有十多位种植户以个人名字注册商标。“尖货”网红的引领极好地带动了两个果品的销售。今年，该市杨梅产值预计近4亿元，比去年增加18%；枇杷产值达0.8亿元，比去年增长38%。这两个水果今年预计能为1.8万名农民增收30%。

（据《浙江日报》）

“承租返包” 助力生态修复

四川省华蓥市禄市镇依托在荒山荒坡、石漠化和退耕复垦土地上发展起来的近4万亩优质蜜梨，今夏再获丰收。7月18日，禄市镇月亮坡村的农民在承租返包的梨园采摘梨果。

华蓥市从2001年开始引进业主对禄市镇月亮坡、山门口等村的荒山荒坡、石漠化土地实施生态修复，并采取“承租返包、借地还园、合作经营、利益分成”经营模式，发展优质蜜梨种植。经过20多年的发展，如今，梨园经营规模已近4万亩，涉及4个镇（街道）、100余个组，仅返包梨园的农民就有112户，返包面积达2万余亩，上万名农民在家门口实现了增收致富。

邱海鹰/摄



月亮坡村村民在承租返包的梨园采摘梨果。