



文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张阿凤

新农人刘扬的首单

直播第三天，新农人刘扬接到了他在拼多多直播间的第一单——十只农家土鸽。当晚，他拿起久违的笔，激动地在笔记本上写下一句话：“2020年12月26日，拼多多店铺里成功卖出第一批鸽子，希望是一个好的开始。三十而立！”

“想写三十而立呢，一嘚瑟写了个‘立’。”这个在直播中侃侃而谈的90后青年，说起自己的创业历程时，笑得有些腼腆。刘扬所在的莘县十八里铺镇苏堂村是当地典型的“大棚村”，村里家家户户种大棚，220户人家拥有冬暖式大棚800多座，年人均纯收入达到3万多元。

莘县，地处鲁西，位于冀鲁豫三省交界处，总人口114万人，是聊城市人口最多、面积最大的县，也是山东农业大县。全县140万亩耕地中，瓜菜菌常年复种面积达到100万亩，年产量520万吨，面积和产量均居全国县域之首。

记者探访苏堂村时，村委门口的小广场上正在打造一个电商直播中心，建成后将由刘扬和几位村民一起运营。“一楼做展台，将摆放苏堂的长豆角、西葫、葡萄、樱桃、乳鸽等农产品，二楼做直播间，用来直播带货。”

一个案背后，是传统农业大县莘县在向着数字农业、智慧农业加速转型。莘县县委书记王峰介绍，近年来莘县招大引强，力求打造智慧农业产业矩阵，先后落地建设了电商产业园、腾讯云（莘县）农业数字经济产业基地、农业物联网创新基地等一批核心项目。

莘县商务和投资促进局副局长徐庚斌告诉记者，目前莘县拥有各类电商平台店铺6349家。2020年1—11月份全县网络零售总额达10.34亿，其中涉农网络零售额6.06亿，同比增长517.9%。

“莘县农业转型是坚持问题导向、目标导向的。”王峰说。面对转型，莘县农业有哪些难题要解？

白玉山药的“痛点”

莘县85后青年白金波主做白玉山药。傍晚时分，在莘县王奉镇闫庄村的家里，白金波小露一手，向记者展示白玉山药的三种做法，清蒸香甜软绵，清炒脆嫩爽口，小火慢炖则浸满肉香、香糯可口。

白金波种植山药已有11年。“你们可能没听说过王奉镇，但做山药的客商基本都知道这里，我们镇白玉山药的产量能占到全国总产量的40%。”说起自己的家乡，他十分自豪。

产量庞大，知名度却局限于客商，这是王奉白玉山药的“痛点”，也是整个莘县蔬菜的“痛点”。

白金波告诉记者，在莘县，农户种植的蔬菜，一般都是一股脑儿地卖

即使是山东本省人，也少有人知道，莘县蔬菜，无论在种植面积还是在产量上，均居全国县域之首，如今这里是名副其实的“中国蔬菜第一县”。不过，莘县这个第一当得并不好受，因为客观上面临着品牌影响力弱、农产品市场话语权低等诸多“痛点”。在国家大力推进乡村振兴的背景下，莘县蔬菜产业也开始向数字化加速转型，莘县智慧农业的图景正徐徐展开。



新农人刘扬在直播带货。

新农人的第一个 “10万+”

“中国蔬菜第一县”向数字化加速转型

给了批发商，直接从田间装上大车。不仅不会在本地做产品深加工，甚至连更基础的“分拣”环节都没有，不会将蔬菜按高、中、低品质分拣售卖，农户拿到手里的只有最微薄的利润。

“品牌影响力弱，社会公认度低，市场价格优势不明显；供销对接难，个体分散经营，缺乏市场谈判话语权；产业链条短，产品附加值低、竞争力差。”此前，在腾讯云数字农业产业高峰论坛上，王峰一语道破莘县农业转型升级的难点、痛点、堵点。

今年2月25日，国家乡村振兴局正式挂牌成立，全面实施乡村振兴迎来新起点。在此背景下，莘县蔬菜的产业升级之路更显迫切。

散户经营的“风险”

通过在莘县走访的几天不难发现，莘县蔬菜基本以散户经营为主，企业在整个莘县农业市场中占比极低。

莘县农业农村局局长张君印告诉记者，“莘县蔬菜目前主要定位于大众市场，这种模式下，散户经营是最具竞争力、性价比最高的。”

白金波的白玉山药生意，过去一直算得上是顺风顺水，去年疫情是他第一次栽跟头。往年至少两三块钱一斤的山药，去年1.5元/斤就卖了出去，一年亏损了十多万元。

“白玉山药很受行情影响，刚上市可能卖两块多，储存到行情好的时候可能卖到四块多，而老百姓很难自行储存，大多挖出来就卖掉。”

这正是散户经营的劣势之一。无论是恒温库的打造，还是冷链运输的构建，都不是普通农户可以做到的。此外，农民因为缺乏真实准确的市场行情价格作指导，很容易被田间地头的批发商压榨利润。

“普通菜农承受风险的能力非常弱。”莘县县委副书记王丽慧说，价格风险、极端天气风险、疫情风险，任意一种都可能让菜农损失惨重。

“传统大棚是劳动密集型产业，新技术新设备能有效节约人力。莘县传统农业向数字农业、智慧农业转型，势在必行。”王丽慧说。

数字农业的“红利”

莘县农业要实现产业升级，智慧化、绿色化、优质化、品牌化是必走之路。而对于数字农业的打造，莘县从去年起就已加速布局。

“大屏幕上是莘县农产品价格监测可视化平台，莘县两日内农产品价格的涨跌幅、近30天涨跌幅排行榜以及国内一些大型农产品交易市场的农产品均价，都一目了然。”在腾讯云（莘县）农业数字经济产业基地，工作人员向来访企业介绍道。

这是莘县打造数字农业的核心项目之一。基地于去年6月开始建设，去年11月27日正式开园。腾讯集团副总裁马斌介绍，这是腾讯集团在全国布局的首个农业数字经济产业基地，基地布局建设了数字农业、冷链智管、AI种植等智慧农业应用系统。

“我们会去对接更多更优的线上销售渠道，通过区块链溯源、供应链金融等功能建立供需关系，缩短链路、做深产业、做细服务。”基地具体运营方，聊城腾元大数据有限公司副总经理冷万达说。

大数据可以使农业走向精准。通过探索更有效的温室种植AI算法，实现水、肥、光的最佳利用，病虫害的自动分析，提前预警，让作物保持自然生长的状态，减少农药依赖、降低农残甚至做到零农残，这样一来，农产品品质必然提升。

“短期内，我们还需要将生产端的产能规模和需求端的销售规模进行有效匹配。长期来看，我们希望先帮助20%的涉农企业实现数字化和平台化，再带动更多农户共同参与进来。”冷万达说。

开店三个月，如今刘扬的“大刘子鲜蔬”拼多多店里，农家土鸽销售件数已超过“10万+”。“莘县蔬菜的名气已经慢慢起来了，电商直播中心建好后，我们也想围绕‘苏堂村’，打造我们村的农产品商标。”

“瑞蚨祥”商标权之争终审，孟氏后人等到想要的结果 “金字招牌以另一种形式回到孟家”

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 李培乐

瑞蚨祥创始人孟洛川的五代孙孟钢一心想扛起祖业的大旗，却屡屡受到商标权的掣肘。2015年起，他就对“瑞蚨祥创始人”商标提出异议，6年后，终于迎来了他想要的终审判决。

去年11月20日，齐鲁晚报·齐鲁壹点独家报道过“瑞蚨祥创始人”的商标权争议。为何起争议？新中国成立后，瑞蚨祥积极响应公私合营号召，随着时代的发展，瑞蚨祥在1954年彻底与孟家脱离了关系。“瑞蚨祥”的商标，目前隶属于北京瑞蚨祥绸布店有限责任公司（简称北京瑞蚨祥公司）。

后来，孟钢重拾祖业，注册了“孟洛川”商标，用自己祖上的名字开始了创业。“2015年，‘瑞蚨祥创始人’这六个字，北京瑞蚨祥公司要注册为商标，我提出了异议。”从此孟钢开始了长达六年对祖上无形资产的争取。

9日下午，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者见到了孟钢。“这是北京市高级



◀ 孟钢
向记者展示
北京市高级
人民法院的
终审判决
书。

人民法院的终审判决书！”刚见面，他就递过来这份承载着其希望与梦想的判决书。

判决书的最后一页，明确写着“驳回上诉，维持原判”。“有了这八个字就是尘埃落定了！”孟钢说，自己六年的努力终于得到了想要的结果。

根据法院的通报，北京瑞蚨祥公司于2015年9月15日分别在“服装、围巾、婚纱等”商品和“定做材料装配（替他人）、服装制作、服装定制

等”服务上申请注册了“瑞蚨祥创始人”商标（简称诉争商标）。孟钢于2018年7月3日针对诉争商标向国家知识产权局（简称国知局）提出无效宣告请求，国知局经审查作出无效宣告请求裁定认定：诉争商标予以无效宣告。北京瑞蚨祥公司不服该裁定向北京知识产权法院提起诉讼。

2020年7月10日，北京知识产权法院对此争议进行了判决，没有

支持北京瑞蚨祥公司的撤销诉争商标无效宣告的诉求。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者仔细查看了终审判决书，其中有这样的表述，“创始人”与“使用者”归一的观点将损害创始人后人基于血脉传承的利益和情感。

说起当初对商标提出异议，孟钢很庆幸自己的坚持和笃定，“对于祖上的无形资产，我们有传承的权利。”

孟钢说，“瑞蚨祥”这个金字招牌从1954年离开孟家，到这份终审判决书出炉，可以说又以一种新的形式回到了孟家。为了表达自己的欣喜，他第一时间将判决书发在了朋友圈，获得了83个点赞，有很多的朋友留言，“实至名归，发扬祖业，重任在肩，复兴辉煌。”

在欣喜之后，孟钢很快又平静下来。“对我来说，喜忧参半，现在责任更大了。”孟钢坦言，“之前官司没有最终判决之前，主要想的是要争取权利，等到权利争取到了，接下来想的就是如何将品牌真正发扬光大了。”

洞 / 察 / 趋 / 势
预 / 见 / 未 / 来

□ 美编：继红
□ 组版：赵丽萍
□ 策划：李培乐
编辑：李培乐
记者：李培乐