



新经济周刊



找记者 上壹点

A15

齐鲁晚报

2021年3月13日
星期六

洞
察
趋
势
预
见
未
来

□ 策 划 : 编 辑 : 赵 丽 萍
□ 美 编 : 继 红
□ 组 版 : 洛 菁

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。三十而支棱!”

“想写三十而立呢,一噤瑟写了个‘支棱’。”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、西葫芦、葡萄、樱桃、乳鸽等农产品,二楼做直播间,用来直播带货。”

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。

“大屏幕上显示的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。”