



平谷：大桃致富经



年轻人“桃醉”农业经济新梦想

北京市平谷区，素有“中国桃乡”之称。在“互联网+大桃”的工程下，平谷区大桃走出了大山，从一种果品发展成一项富民产业，托起了百亿品牌价值，成长为一个世界级的农产品品牌，同时也为“农业中关村”的发展添上浓墨重彩的一笔。

平谷大桃的升级，加速了平谷区农业转型。作为北京发展定位中的首都生态涵养区，平谷区正以生态为底线，以农业科技创新为主线，努力立足绿色发展、创新发展，实现高质量发展。

伴随《平谷区农业科技创新及产业提升三年行动计划（2020-2022年）》即将出炉，平谷区农业也迈入了全新的发展阶段。

从“赚钱难”到“致富果”

7月3日，2020年“平谷鲜桃季”启动，平谷区22万亩大桃进入成熟采摘季。直至10月，平谷区的白桃、油桃、黄桃、蟠桃四大类200多个品种的精品鲜桃，不间断供应首都及全国市场。

“自1993年成为大桃生产专业村以来，我家的果品收入一年比一年高，从1万元逐渐增长到十几万元，不出村就能把钱挣到手，日子越过越红火，越过越有劲儿。”刘家店镇桃农王亚芬高兴地告诉北京商报记者。

用王亚芬的话说，大桃已成为平谷的“增收果”和“致富果”。据了解，平谷区全区17个乡镇、街道均有大桃种植，大桃生产专业村达到128个，全区10万农民从事大桃生产，年产量达4亿斤。

作为素有“京郊大桃第一镇”之美誉的大华山镇后北宫村，早在1968年，后北宫大队开始发展大桃种植产业，开辟600亩土地、种植2万棵桃树。后北宫村曾于1985年在村北建成全国第一个村级“大桃批发市场”。1997年大华山镇被评为“北京市产业结构调整十佳乡镇”。

相比如今的红红火火，平谷大桃也曾有“赚钱难”的时候。1983年，全国实行双层经营、家庭联产承包责任制，后北宫村仅在短短两年时间内，将全

村5000多亩土地都种上了桃树，成为平谷第一个大桃生产专业村。“那会大桃不好卖，甚至有人把树都砍了。”平谷区黄松峪乡黑豆峪村果农卢宝生说，后来，种植信息一传出去，东北的大车都来收桃了。

1991年初，平谷县（2002年改设平谷区）政府专门成立果品办公室，提出“大桃一品带动果品产业发展战略”的科学决策，加快了大桃产业发展。到2004年，平谷区形成了22万亩的种植规模。

2019年，“平谷大桃”品牌价值达到100亿元，成长为一个世界级的农产品品牌。大桃产业成为平谷10万农民增收致富的重要渠道。同年9月30日，平谷大桃成为“国庆桃”，引起网友们关注。

平谷区农业农村局局长胡宝旺在接受北京商报记者采访时表示，大桃已经是展示平谷区形象的亮丽名片，在国内外具有较高的知名度，品牌价值达100多亿元。这个产业来之不易，为传承好、保护好、发展好平谷大桃产业，将以问题为导向，以平谷国桃标准引领全区桃产业的发展，按照全区促进大桃“全产业链”发展思路，以“抓基础、提质量、树品牌，强科技、融产业、转方式、增效益、可持续”为目标，推动平谷大桃产业实现高质量发展，实现果农持续增收致富。

互联网成了“新农具”

“只需在手机上一划一点，我们的大桃就可以从果园卖到全国各地。”王亚芬兴奋地告诉北京商报记者：“当下科技大发展，党和政府引导我们果农上网学电脑、打字，上快手、抖音等很多网络知识，我都积极参加了，智能手机也能用了，还上了快手，结交了很多新朋友，在网上也能卖桃了，既快乐又能卖桃挣到钱。”

如今，一部小小的智能手机成了农民手里的“新农具”。在为平谷大桃打开互联网销路的背后，离不开已实施三年的平谷区“互联网+大桃”工程。该工程还建立了政府主导、合作社主体、农民自营的三级网络营销体系，为果农打开了自主销售的一扇窗。

为了加强果农电商知识培训力度，平谷区政府还成立了平谷新农人讲团，深入全区各个乡镇村进行“互联网+大桃”培训，让果农掌握大桃定价权、交易权、收益权。在创新农产品营销新手段同时，展现“好人种好桃”的农民精神风貌，将田间地头的“平谷好物”送到消费者的舌尖。与此同时，平谷区还推出了网红培养计划，组建“网红平谷”志愿者宣传团队，为平谷特色农副产品推介带货，让平谷大桃走出平谷走向全国。

“我现在上的快手刚初级，手机弄得也还是差点，我人老心不老，争取网上多卖桃，积极参加政府组织的网络学习，不懂就问，并添加了农网校老师的微信。”王亚芬表示。