

产业融合激活乡野新动能

——第九届中国农民丰收节综述

□ 张 辉

秋分送爽, 岁稔年丰。9月23日, 第九届中国农民丰收节(以下简称“丰收节”)全国主场活动在湖北襄阳市枣阳市东郊村举行, 这是该国家级“三农”盛会首次落户湖北。本届丰收节以“丰收开新局、实干促振兴”为主题, 秉承“庆祝丰收、弘扬文化、振兴乡村”宗旨, 聚焦农业新质生产力培育、三产融合、和美乡村建设等方面, 以节为媒展示农业转型、乡村提质、农民增收实践, 为全国乡村振兴提供可复制的荆楚样本。

全国主场选址东郊村, 多重优势凸显。枣阳是全国产粮大市, 粮食播种面积常年超300万亩, 总产量连续15年保持在120万吨以上, 粮食保供根基扎实; 东郊村毗邻城区、交通便捷, 连片田园空间适合承办大型节庆活动。作为鄂北岗地转型样板, 该村通过土地整治打造稻、桃、渔立体种养体系, 昔日“好田好地全淹荒, 剩下三条黄土岗”的贫瘠之地, 如今建成千亩优质良田、千亩生态桃园、千亩养殖水面。该村深耕农文旅融合与数字乡村建设, 实现黄土岗向和美乡村蝶变, 对全国同类岗地丘陵区具有较强示范价值。全国主场落地正是对当地乡村改革成效的充分认可。

本届丰收节摒弃单一展演模式, 紧扣产业、改革、人才三大主线, 围绕联农活动庆丰收、“四个农业”促丰收、文明乡风润丰收、特产大集助丰收四个板块, 设

置13项主题活动, 打造成果展示、产业对接、人才培育、文化赋能一体化平台。通过农业新质生产力科普展和美乡村成果展、农耕文化展演, 集中呈现智慧农业、农文旅创新实践; 同步举办农民技能大赛、乡村电商直播大赛, 以赛育才拓市, 培育新型职业农民, 畅通农产品产销渠道, 推动乡村产业数字化、品牌化、标准化升级。

产业兴旺是乡村振兴的核心, 三产融合是农业升级关键路径。枣阳以东郊村为样板, 推动种养产业与文创文旅、休闲康养、数字电商深度融合, 依托桃墟文创工坊、田园休闲项目、乡村直播基地等载体, 延伸产业链、提升价值链、完善利益链, 推动农业从单一生产向融合增效、传统耕作向智慧兴农转型, 让丰收内涵拓展为产业、生态、民生、文化全方位振兴。

枣阳严守耕地红线, 筑牢粮食安全底线, 统筹保供稳产与提质增效, 推动智慧农业、特色农业、休闲农业协同发展, 形成资源转化、产业增值、农民增收良性循环, 探索出适配鄂北岗地的乡村振兴路径。

此次国家级盛会, 搭建起全国“三农”交流展示平台。下一步, 枣阳将以节促改、以赛促建, 持续深化农业改革, 做强三产融合, 加快培育农业新质生产力, 激活乡村内生动力, 放大节庆赋能效应, 以产业提质、乡村提脱、农民增收的实干成果, 为全国农业现代化贡献荆楚力量。

政策托底粮安 产业赋能增收

□ 王德弟

金秋硕果盈枝, 阡田喜迎丰收。2026年中国农民丰收节期间, 各地紧扣丰收振兴核心主题, 对标中央一号文件精神部署, 落地一批精准化、长效化惠农政策, 以政策托底守牢粮安底线、产业赋能带动农民增收、服务提质惠及“三农”发展, 让丰收节成为惠农政策落地见效、赋能乡村振兴的重要窗口, 持续夯实农业稳产增收、乡村高质量发展根基。

严守粮食安全底线, 靶向落实惠农直达政策。各地严格落实粮食安全党政同责要求, 全面落实中央财政强农惠农农举措。2026年中央财政强农惠农富农政策清单涵盖耕地地力保护补贴、农机购置与应用补贴等16项稳定实施政策, 多项直补到户。所有补贴直达农户、足额到位, 有效降低农业生产成本, 稳定农民种粮收益。秋粮收购关键期, 推行“政策托底+市场主导”收储模式, 秋粮旺季收购预计3.5亿吨左右, 仓容、资金、人员、器材等均已准备就绪, 切实实现“仓等粮、钱等粮”, 化解农户“卖粮难”问题。同时, 依托丰收节农技下乡活动, 落地种业振兴行动相关要求, 推动良种、良机、良法集成推广, 加速农业科技成果转化, 全方位助力粮食稳产增产, 坚决守住粮食安全底线。

聚焦产业融合升级, 健全产销增收政策体系。针对农产品产销脱节痛点, 各地以丰收节为契机启动金秋消费季, 搭建农商、农超、政企对接平台, 激活城乡消费联动动能。依托农村电商扶持

政策, 联动主流电商推出流量扶持、免费入驻、产销补贴等举措, 助力乡土特色农产品拓宽线上销售市场。金融机构同步落地乡村振兴专项金融政策, 依托农业信贷担保体系, 实行利率优惠、信贷增信、便民放贷等服务, 精准纾解家庭农场、农民合作社等经营主体。各地创新发展丰收市集、田间展销、直播助农等新业态, 依托农文旅融合扶持政策, 推动农业与电商、农文旅深度融合, 有效打通农产品产销链路, 让丰收产量切实转化为农民增收实效。

培育新型经营主体, 完善联农带农长效机制。立足乡村长效振兴, 摒弃节庆短期效应, 聚焦农业全产业链升级, 落实新型农业经营主体培育政策, 持续壮大农业龙头企业、家庭农场、农民合作社等核心主体。依托丰收节平台开展精准招商, 聚焦农产品精深加工、农事研学、乡村文旅等新业态, 落实乡村产业用地、用电优惠政策, 补齐产业链短板, 推动农业从单一种养模式向全产业链融合升级。

政策赋能强根基, 丰收聚力启新程。当前, 全方位、多层次的强农惠农政策体系持续完善, 稳固了农业发展基本盘, 激活了乡村振兴内生动力。下一步, 各地将持续以中国农民丰收节为重要抓手, 深化惠农政策落地落实, 推动节庆短期赋能与乡村长期振兴深度融合, 持续健全现代农业产业、生产、经营体系, 不断拓宽农民增收致富渠道, 以农业稳增产、农民稳步增收、农村稳定安宁, 谱写新时代乡村全面振兴高质量发展新篇章。

桃李 有话说

丰收节 不只是热闹

秋分一到, 第九届中国农民丰收节又来了。今年主题“丰收开新局 实干促振兴”, 全国3000多场活动, 线上线下10亿人决关注参与。但丰收节最动人的, 不在锣鼓喧天的场面, 而在老王那句大实话: “人来得多, 龙眼不愁卖”。

丰收, 一头连着粮仓, 一头连着农家。今年夏粮首次突破3000亿斤, 早稻连续6年稳定在560亿斤以上。可光有产量还不够, 得让农民把钱挣到手。湖北枣阳东郊村的主场活动, 不光有丰收市集、村晚、农超运动会, 还把乡村旅游一起做起来, 让游客“愿意住下来、把农产品带回去”。从“种得好”到“卖得好”, 中国这道坎, 丰收节正在为其搭桥铺路。

更让人高兴的是, 农民不再只是“看节”的观众, 而是台上的主角。村歌大赛里, 乡亲们把村庄变化唱进歌里; 乡村电影周、农民故事会, 讲的都是自己的日子。

大食物观下的丰收, 不只是地里多收了几斤粮, 更是农民腰包鼓了、口袋大了、日子有奔头了。节庆终会落幕, 但这份奔头, 不会落幕。

做好中国农民丰收节深度融合好文章

办好丰收节, 不能只做“一日丰收”的表面文章, 必须跳出“节庆办节庆”的思维, 牢牢抓住产业融合这条主线, 在做深产业根基、做透链条联动、做精品品牌IP、做强长效机制四个维度持续发力, 推动丰收节从“节庆流量”向“产业增量”转化, 把丰收节打造成为乡村产业振兴的常态化赋能引擎。

□ 王德弟

金秋沃野, 五谷飘香。2026年秋分时节, 第九届中国农民丰收节(以下简称“丰收节”)如期启幕, 全国主场落地湖北襄阳枣阳市东郊村, 各地同步举办3000余场庆丰收系列活动, 线上线下汇聚10亿人次关注。从江汉平原到西南峡谷, 从南疆果园到江南水乡, 广袤田野处处涌动丰收热潮。历经九年深耕, 丰收节已从最初的农事庆典, 演进为集成果展示、产销对接、科技赋能、文化传承、城乡消费于一体的综合性平台。

办好丰收节, 不能只做“一日丰收”的表面文章, 必须跳出“节庆办节庆”的思维, 牢牢抓住产业融合这条主线, 在做深产业根基、做透链条联动、做精品品牌IP、做强长效机制四个维度持续发力, 推动丰收节从“节庆流量”向“产业增量”转化, 把丰收节打造成为乡村产业振兴的常态化赋能引擎。

做深根基: 锚定产业本源, 夯实丰收节融合发展底座

产业是丰收节的底色, 没有坚实产业支撑, 节庆活动便是无源之水、无本之木。丰收节推动产业深度融合, 首要任务是回归农业本源, 立足资源禀赋做强特色种养产业, 筑牢一产根基, 为后续加工、文旅、电商等业态融合提供坚实载体。

坚持因地制宜, 摒弃同质化办节倾向。2026年丰收节, 各地呈现多元产业图景: 云南富宁县花甲乡那耶村万亩梯田迎来水稻集中收割期, 当地投入5台农用无人机搭建空中运粮通道, 破解山区秋收运输难题, 守住山地水稻产业根基; 新疆皮山县皮亚勒玛乡依托昆仑山雪水灌溉优势, 发展2.6万亩石榴产业, 预计总产量突破1.8万吨、产值超过1亿元, 配套标准化种植、产地分拣与冷链直发, 让石榴从田间地头直接销往全国市场; 上海立足都市农业定位, 推出53条沪郊乡村主题旅游线路, 串联田园采摘、草本采收、生态观鸟等场景, 打造大城市周边乡村产业样板。各地实践充分证明, 丰收节不能套用统一嘉年华模板, 产业布局必须尊重资源禀赋, 聚焦粮食、特色果蔬、畜禽、桑茶、林下经济等本地优势品类, 稳定产能、提升品质, 夯实产业基本盘。

坚持科技兴农, 以农业新质生产力丰富丰收场景。今年丰收节一大亮点, 就是大量现代农业科技走进田间地头、节庆现场。智慧农机、无人机植保、物联网监测、农产品无损检测等技术集中亮相, 重塑传统农耕面貌。过去山区梯田依靠人背肩挑, 如今无人机参与粮食转运; 传统果园依靠人工估产, 数字平台可实时监测作物长势、病虫害情况与成熟度。丰收节既是丰收成果的展示台, 也是农业新技术推广的试验场。可以依托丰收节的契机, 组织科研院所、农技专家下沉基层, 开展技术培训、现场答



9月23日, 2026年中国农民丰收节全国主场活动在湖北省襄阳市枣阳市举办。

新华社记者 杜子璇 摄

疑、成果转化, 推动良种、良法、良机下沉县域乡村, 把科技要素嵌入生产全过程, 持续提升农业标准化、绿色化、规模化水平, 从源头提升农产品品质, 夯实产业融合质量根基。

坚持农民主体, 守住丰收节根本立场。丰收节是农民自己的节日, 产业融合的最终受益者必须是广大农民。节庆策划、产业项目、收益分配全过程要充分尊重农民意愿, 鼓励家庭农场、农民合作社、村集体经济组织作为核心参与主体, 防止资本“越位”、农民“靠边”。无论是丰收市集、稻田音乐会, 还是农产品直播展销, 优先吸纳本地农户、新农人参与运营, 引导农民以土地、劳动力、产品入股, 共享产业链增值收益, 让丰收节带来的订单、品牌、客流真正留在乡村、惠及农户, 实现“农民办丰收、农民享丰收”。

做透链条: 贯通三产联动, 构建全产业链融合生态

产业融合, 核心是打通一二三产业壁垒, 推动“农业+”多业态协同发展。丰收节最大价值, 在于搭建跨部门、跨主体、跨区域要素对接窗口, 推动生产、加工、仓储物流、品牌营销、乡村文旅深度串联, 破解长期以来农业“种养强、加工弱、流通堵”的痛点。

做强农产品精深加工, 延伸产业链、提升价值链。当前很多地区丰收节展销依旧以初级农产品为主, 丰产不增收问题依然突出。摆脱这一困境, 关键是依托丰收节搭建产销对接平台, 招引农产品加工主体落地县域, 发展产地初加工、精深加工、副产物循环利用。依托丰收节招商洽谈会, 对接龙头企业, 建设产地分拣中心、保鲜冷库、预制菜车间, 把田间的鲜果、粮食、畜禽就地转化为保鲜产品、休闲食品、功能性原料, 将农产品“原字号”变成“制成品”, 把一次性收获变成全年持续供给。不少茶区借丰收节推介茶叶深加工产品, 开发茶食品、茶日化; 畜牧产区延伸熟食加工、副产品综合利用, 把产业链增值收益留在县域乡村。丰收节不只是售卖当年新收农产品, 更是展示全产业链能力, 对接长期订单, 建立稳定产销合作机制。

做优数商兴农与流通体系, 打通城乡双向流通大动脉。2026年丰收节金秋消费季持续深化数商兴农行动, 直播带货、产地仓、快递进村、冷链物流集中发力, 把田间地头与全国消费市场直接连通。新疆皮山石榴通过产地直播、快递直发, 从南疆果园直达全国消费者餐桌; 各地丰收市集同步开设线上直播间, 村干部、新农人走进镜头推介乡土好物。要把丰收节作为农村电商培育载体, 常态化开展直播培训、电商孵化, 培育本土主播运营团队。同时, 借节庆契机补齐县域冷链仓储短板, 完善田头保鲜、分拣包装、干线冷链、末端配送体系, 减少

产后损耗, 破解农产品季节性集中上市价格波动难题。推动“农产品进城、工业品下乡”双向流通, 激活城乡消费循环, 让丰收红利持续释放。

做活农文旅文体融合, 把田园资源转化为消费场景。农文旅融合是丰收节最具感染力的融合赛道。今年丰收节各地创新场景供给: 北京怀柔把乡村电影周搬进城市商圈, 以光影讲述乡土故事, 打破城乡文化壁垒; 四川广汉举办稻田丰收庆典, 配套农民趣味运动会、乡土美食展; 云南怒江打造稻田音乐会、农耕体验活动, 依托峡谷风光展示草果、咖啡特色产业; 全国同步举办村歌大赛, 以乡土文艺唱响乡村故事。农文旅融合不能简单堆砌景点, 而是以田园、古村落、民俗农事为基础, 开发开镰仪式、农事体验、非遗手作、乡村美食、研学露营等沉浸式场景。把丰收节的节庆场景转化为常态化乡村旅游产品, 在节庆期间引爆客流, 节后持续运营, 实现“节庆短期引流, 全年持续消费”。推动农业、文旅、体育、文化多元业态共生, 让乡村不再只是农产品生产空间, 同时成为城乡居民共享的生态空间、文化空间、休闲空间。

做精品品牌: 擦亮丰收IP, 实现乡土价值持续放大

丰收节本身就是国家级公共品牌。做好产业融合, 必须用好丰收IP, 统筹区域公用品牌、企业品牌、农产品品牌协同建设, 从一次性节庆宣传, 转向长期品牌培育, 讲好新时代“三农”故事。

统筹区域公用品牌打造, 整合分散乡土资源。不少县域农产品种类丰富, 但品牌小而散, 单打独斗市场竞争乏力。丰收节提供了品牌集中展示窗口, 各地可依托节庆庆, 整合县域特色产品资源, 统一打造区域公用品牌, 建立统一生产标准、品控体系、包装形象。上海依托丰收节打造都市农业品牌集群; 天津集中优势资源主攻小站稻、沙窝萝卜等区域品牌, 推动小站稻入选全国农业品牌精品培育计划, “津农精品”品牌农产品年销售额连续三年超百亿元。以节庆活动中集中推介, 放大品牌声量。同时强化品牌管理, 规范授权使用, 守住品质底线, 防止以次充好损害区域品牌口碑。

创新传播叙事, 构建城乡共情的丰收话语体系。新时代丰收节宣传, 不再局限于传统展板、文艺汇演, 而是多元媒介协同发力。短视频直播、乡村电影、村歌大赛、稻田实景演出、丰收美食品鉴等载体, 让丰收故事更鲜活。要跳出单纯宣传产品的思路, 把农耕文明、劳动精神、乡土人文融入品牌叙事, 挖掘乡土文化内核。既要讲好粮食安全、产业振兴的宏大叙事, 也要讲好新农人返乡创业、合作社抱团致富、小农户勤劳增收的微观故事, 让城市消费者读懂乡村价

值, 建立情感认同, 把节庆流量沉淀为品牌信任。

推动品牌标准建设, 以品质支撑品牌生命力。品牌的根基是稳定品质。借丰收节契机, 推动特色农产品标准化生产, 完善绿色、有机、地理标志认证体系, 建立产品溯源体系。消费者扫码即可查看产地、种植过程、检测信息, 实现从田间到餐桌全程可追溯。把丰收节的品质承诺, 转化为全年生产经营刚性标准, 避免节庆展示样品优质、日常供货品质缩水, 真正实现以品牌促品质、以品质拓市场。

做强机制: 健全长效运营, 推动丰收效应可持续释放

丰收节产业融合最怕“节过事停”。要坚持系统思维, 构建政府引导、市场主导、农民主体、社会参与的长效运营机制, 把短期节庆势能转化为长期产业发展动能。

构建“节庆引爆+全年运营”的周期化工作机制。丰收节集中在秋分前后, 但产业融合不能只做秋季文章。要建立“全年谋划、秋季集中引爆、持续落地转化”工作模式: 节前开展产业摸底、品牌培育、主体培育、基础设施建设; 节庆期间集中举办成果展示、招商对接、产销洽谈、文化活动; 节后持续跟进签约项目落地、订单履约、客流转化、品牌运营。把丰收节打造成为全年乡村产业发展成效的集中检阅窗口, 避免将其简单视作一项阶段性任务, 立足长远统筹推进产业培育, 实现节会效应向常态化产业效能转化。天津建立丰收节长效转化机制, 依托节庆平台培育25个国家级产业融合载体, 小站稻、沙窝萝卜等产业持续扩容, 村集体稳定增收, 实现节庆成果长效落地。

构建多元主体协同联动机制。丰收节产业融合, 需要农业农村、商务、文旅、市场监管、供销、金融等部门协同发力。政府重在规划引导、公共服务、基础设施建设、政策供给; 经营主体承担产业开发、产品加工、市场运营; 村集体与农户作为资源提供者和收益主体; 科研、媒体、金融机构提供技术、传播、资金支撑。鼓励社会资本有序参与乡村产业开发, 完善联农带农机制, 防范资本下乡“圈地赚快钱”, 保障农民权益。金融机构可依托丰收节开展涉农信贷、农业保险推介, 为经营主体提供资金保障, 破解乡村产业融资难题。

健全评价导向, 转变办节考核标尺。要调整丰收节评价标准, 弱化文艺演出规模、到场人数等形式指标, 重点考核产业订单签约量、农产品销售额、新增产业项目数量、村集体增收、农户带动数量、品牌建设成效等实质性指标。引导各地把精力放在产业培育、助农增收上, 摒弃重形式轻实效的办节倾向, 推动丰收节真正回归产业振兴、农民增收本源。