

高质量推进产地冷藏保鲜设施项目建设

时宇

江苏省建湖县农业农村局

江苏省建湖县快速推进农产品产地冷藏设施项目建设，持续加强全程监管，推动项目早竣工、早达效，有效缓解农产品出村进城“最后一公里”瓶颈。全县现有大小冷库53个。其中，冷藏库（0℃~8℃）44个，总容积72754立方米；冷冻库（<-18℃）8个，总容积11600立方米；气调库（-2℃~15℃）1个，总容积1200立方米。在上述农产品仓储保鲜冷链设施中，已经配备具有无线发送交易信息的称量设备8套，配备分级分选设备5套、清洗设备6套、包装设备6套。辖区内以生鲜农产品专用或为主的运输冷藏（冷冻）车保有量10辆。当地以生鲜农产品专用为主、拥有一定规模的仓储保鲜冷链设施主要包括江苏正源创辉农业发展有限公司保鲜及冷链物流冷库容积15000立方米；盐城冠华水产有限公司冷冻库容积3200立方米、建湖县建阳镇景悦水果种植家庭农场保鲜冷库容积3500立方米、建湖县近湖镇英子种植家庭农场保鲜冷库容积3132立方米等8家，其中2021年之后建成的有2家。

建机制，加强项目全程监管

严格按照上级农业农村部门要求，建立健全项目管理机制，规范推进项目建设。一是加强组织领导。对冷链设施建设高度重视，成立农产品产地冷藏设施建设项目专班，由县农业农村局主要负责人牵头，分管负责人专抓，职能科室、关联科室、镇街部门具体负责。专班定期会办，领导亲自督查，协调解决项目建设中的矛盾和问题，有效保证项目的顺利实施。二是优选实施主体。在广泛调研全县农业企业、合作社、家庭农场等经营主体冷库需求的基础上，第一时间在县政府网站发布项目申报指南，发动符合条件的主体自愿申报，经镇级政府部门初审把关，县农业农村局审核、评审，在网站公示后，最终确定优质实施主体。全过程接受纪委、财政部门监督，确保项目科学合理、公平公正。三是强化质量监督。要求各建设主体健全档案资料，开展项目日常管理工作。落实镇级农业农村部门和主体项目监管职责，发现问题就地解决。局职能科室每月进行一次督查，发现质量问题立即汇报，及时协调解决，保证项目建设规范进行、质量达标。

强保障，加大要素支持力度

发挥上级补助资金的撬动作用，提升服务水平，加快项目建设进度。一是财政支持。每年按照部、省、市安排，印发《建湖县农产品产地冷藏保鲜设施建设实施方案》，由各镇（街道、区）根据年初上报的需求，部署实施冷链设施建设。2022年2个主体实施的3个冷库，新增库容6623立方米，项目全部于当年10月底竣工，12月份验收完毕。项目总投资650.62万元，其中中央财政补助195.19万元，资金于当年年底全部拨付到位，有效缓解了建设主体的资金压力。二是金融支持。鼓励当地金融机构发放助农贷款，支持主体生产建设。充分运用“苏农贷”平台，开展“普惠金融镇村行”行动，与农商行、农行等多家银行合作，给予经营主体授信，累计受益主体600多户，授信资金近4亿元。三是技术支持。组成技术指导组深入田间地头，认真调研，帮助实施主体制定方案，完善相关制度。通过上门服务，对实施主体进行“面对面”指导，及时帮助解决技术难题。

重运营，提升项目综合效益

对照预期目标，开展跟踪问效，确保项目在经济效益和社会效益上都能达到预期效果。一是仓储效能显著提升。冷链建设的完善，保障了经营主体经济效益最大化，尤其是将水果、蔬菜进行冷藏保鲜，实现错峰平衡销售，解决果蔬集中上市时销售难的

问题。二是成本控制效果明显。充分运用信息化技术，让传统农业插上科技的翅膀，不仅让产品的产量、质量大幅提升，而且最大化调剂全县冷藏仓储的利用效率，极大提升了农产品的品质和效益。2022 年一个设施葡萄项目，年实现降本增效 120 万元以上。三是销售渠道更加畅通。有了冷藏保鲜仓储的加持，除了保障线下销售外，更是为农产品电商销售提供了坚强后盾，实现了多渠道销售，并延长了销售周期。通过项目实施，涌现出了一批示范典型和成功案例。建湖县建阳镇景悦水果种植家庭农场主要从事水果种植、新鲜水果批发、零售，每年可产出葡萄近 400 吨。为提高经济效益和社会效益，于 2022 年启动优质水果保鲜冷藏库建设项目，总投资 335 万元，新建库容 3500 立方米冷库，分别是 2300 立方米机械冷藏库和 1200 立方米气调冷藏库，冷藏能力达 600 吨。对主要产品葡萄进行保鲜储藏，根据市场需求，合理安排销售，保证市场供应，并利用手机进行远程控制，及时了解冷藏保鲜库贮藏环境、贮藏数量，更好地管理冷藏保鲜库。不仅自用，还向周边种植户提供租赁服务，年流通量达 1000 吨，设立集中收购点，以合理的价格收购散户的水果，分拣分级，集中外销，大力开拓外地市场，将水果卖到浙江、上海，甚至香港等地，年销售收入 1000 多万元。



抓宣传，营造良好发展氛围

强化宣传发动，让法律法规、政策要求深入人心。一是县镇村联动宣传。印发《全面推进农产品产地冷藏保鲜设施建设的通知》等文件，送达各农业经营主体，2022 年累计发放宣传纸张 5 万份。二是新媒体宣传。与市县融媒体合作，拍摄农产品冷链建设宣传短视频，利用微信公众号等新媒体，充分展示项目建设成效，放大示范效应。三是定向点对点宣传。充分利用创新工作平台，即 15 个村级服务站，25 个村级服务点的优势，在全县范围内点对点地对重点经营主体进行宣传辅导。