

县水木农业开发专业合作社，带领村民抱团发展。

“原来种地也需要文化。”刘合凤笑着说。在驻村第一书记们的影响下，她也学会了用“文化”种地。

进京取“经”

与刘合凤等村民接触多了，驻村第一书记沈正波发现，村民们虽然勤劳踏实，但思想有些保守，如何打开村民的发展思路和眼界更为重要。于是，沈正波决定，让“领头雁”出去看看外面的世界。

为此，沈正波与清华大学协调，为南涧县专门开设“领头雁”培训班，带领西山村村组干部和致富带头人到北京及清华大学考察学习。2019年4月，刘合凤成了第一批飞进清华大学的“领头雁”。

为了让“领头雁”们学有所成，清华大学为他们量身定制现场教学课程，组织刘合凤等人到北京市张山营镇、门头沟区等地参观学习农业产业发展经验。在张山营镇的葡萄种植基地，刘合凤开了眼界：智能化种植、品牌化包装……最让她惊讶的是，张山营镇的果子还在树上，就接到了订单。反观自家的葡萄基地：施肥浇水喷药全凭感觉、果子摘下来才找销路、拉到集市零散销售……“当时我就想，如果我们能像他们一样掌握技术、做好品牌，葡萄产业肯定会发展得更好。”刘合凤说。

培训结束后，刘合凤坐在回南涧的车上，不像刚来时的兴奋懵懂，有了许多心事。“当时，满脑子想着如何学到人家的葡萄种植技术和销售方法，怎么样才能发展好自己的葡萄产业。”刘合凤说。

学成归来显身手

从北京回来后，刘合凤把自己的

学习收获以及对葡萄产业发展的想法与沈正波进行交流，并开始重新梳理葡萄产业发展的思路：学技术、改包装、做电商。

在沈正波的牵线搭桥下，清华大学在西山村建立乡村振兴工作站暨清华农民学校，经常邀请农业方面的专家教授为村民进行线上线下授课；清华大学支教团的学生们也来到西山村，为当地农特产品设计包装、打造品牌，并教刘合凤按照葡萄品质进行分级销售；清华大学的师生们还积极为西山村农特产品找销路……

2019年，南涧县水木农业开发专业合作社的“阳光玫瑰”葡萄上市。刘合凤家里一派繁忙，沈正波和村民们忙着把一串串“阳光玫瑰”打包发往北京，每箱葡萄重2公斤，售价高达180元。“以前种的葡萄1公斤仅卖15元，现在通过分级、做包装、打品牌后，每公斤能卖90元。”刘合凤高兴地说。

为拓宽葡萄销路，刘合凤参加乡村振兴工作站暨清华农民学校举办的电商直播培训，并在驻村第一书记的帮助下，在快手、抖音、B站等网络视频平台打造“西山玫瑰姐”形象，大力宣传西山村“阳光玫瑰”葡萄。

如今，南涧县水木农业开发专业合作社的农特产品远销北京、上海、广州等城市，还出口到新加坡等国家，年销售额100万元以上。同时，合作社为西山村村民提供就业岗位30多个，并辐射带动周边村组销售农特产品。

据介绍，清华大学为南涧县开设的“领头雁”培训班已成为常态机制，当地积极组织基层干部、致富带头人赴清华大学学习深造，为他们提供干事创业的条件和扶持措施，让“领头雁”带动力更强。

本刊记者 曾永会 通讯员 余春华/文 郝亚鑫/图