

基于云南省迪庆青稞产业发展的现代农业多功能研究¹

格茸取次, 赵鸭桥*, 张新蕾

(云南农业大学 经济管理学院, 云南 昆明 650201)

【摘要】:新时代,迪庆州青稞产业多功能实践的侧重点有所转变,其内涵也愈加丰富。本文从研究云南省迪庆藏族自治州青稞产业的发展现状出发,深入探索新时代青稞产业新功能嬗变的内涵及其不足之处;在此基础上提出拓展和优化建议,旨在通过充分拓展青稞产业的多种功能,极大提高其综合效益,为不易于实现规模化、集约化生产的迪庆青稞产业向现代农业转型升级提供可行的路径和理论指导。

【关键词】:青稞;产业化;农业多功能

【中图分类号】:F307.11 **【文献标识码】**:A **【文章编号】**:1004-390X(2020)01-0075-08

青稞属于禾本科大麦属作物,其适生能力特别强,凡是有作物分布的地方它都能生长,现普遍种植区域的海拔高度一般在2400~4750m之间,是藏民族及部分少数民族的传统主食和主要的饲料作物。

迪庆藏族自治州(以下简称迪庆州)位于云南省西北部,滇、藏、川三省交界区的云贵高原向青藏高原的过渡带,由香格里拉市、维西县和德钦县三个行政区组成,平均海拔为3380m,是云南省海拔最高以及唯一的藏族自治州。除地理气候条件适合优质青稞的种植及培育外,工业发展水平处于初级阶段的迪庆为青稞作物提供了无污染的土地和优质的水、空气资源,创造了良好的生长环境。

现阶段,在农业转型升级和全域旅游发展的背景下,在迪庆发展青稞产业并充分拓展其多功能就是充分开发和利用当地特色及优势资源并依托已有的丰富种植管理经验,把资源优势转化为生产力的过程,产业发展具备极大的可行性和良好效益性。

一、迪庆州青稞产业发展现状

¹ 收稿日期:2019-05-24

修回日期:2019-07-08

基金项目:云南农业大学第十二届学生科技创新创业行动基金项目“基于迪庆州青稞产业发展的现代农业多功能研究”(2019RWY011)。

作者简介:格茸取次(1994—),女,云南迪庆人,硕士研究生,主要从事农业经济管理理论研究。

*** 通信作者**:赵鸭桥(1966—),男,云南曲靖人,研究员,主要从事农村发展研究。

（一）迪庆青稞种植现状

1. 产区布局

迪庆州是云南省的青稞主产地,有悠久的种植历史,产区涉及香格里拉、维西、德钦三个行政市、县下的 28 个乡镇。

2. 种植规模

2018 年迪庆州青稞种植面积达 0.535 万 hm^2 , 总产 1.47 万 t, 单产 2.748t/ hm^2 , 产值达 4.2 亿元。近年来因各类经济作物的推广种植以及藏民生活质量的提高和膳食结构的改善, 青稞的种植规模呈现萎缩趋势。优良品种的匮乏, 加之农业基础设施及生产技术条件落后, 迪庆州的青稞产量较低且增长幅度平缓。

3. 青稞品种结构

迪庆州农业科学研究所作为当地唯一的作物品种研究与技术推广的农业机构, 始终聚焦于青稞生产和品种技术推广工作。农业科学研究所曾承担“香格里拉无公害青稞标准化种植示范”项目, 在香格里拉市、德钦县、维西县推广应用, 面积达 3 万 hm^2 , 春冬作区平均单产实现成倍增长。该项目选育的迪青 3 号、云青 3 号、短白青稞、长黑青稞是迪庆现栽培主要青稞品种。这类品种优质、高产、适应性强、抗病、抗倒伏、易加工, 深受农户青睐。青稞品种的改良及高效栽培技术的推广有效推动了迪庆农业增产、农民增收、地方经济发展, 具备良好的经济社会效益。

4. 青稞生产基地建设

自 2012 年开始, 迪庆充分利用迪庆高原特色农业资源优势, 坚持因地制宜发展区域特色农业, 推动特色农产品的规模化、基地化发展。青稞产业作为迪庆特色优质作物之一, 基地建设面积居各类优质农产品之首。

（二）迪庆青稞产业加工现状

1. 青稞加工产品及龙头企业

青稞加工品主要是饮品和食品两个系列, 其中青稞酒和糌粑是传统的青稞加工产品, 在农村, 农户在民间作坊里采用简单的工艺和设备制作供自己食用的青稞酒和糌粑。

近年来, 伴随着全域旅游业的快速发展, 作为特色的青稞产品其消费市场不断扩大, 不同规格和风味的青稞酒、青稞食品也逐步开发出来。云南省香格里拉酒业有限公司生产的云南“香格里拉·藏秘”优质干白, 年产 4500t, 畅销海内外^[1], 2015 年被评定为“云南名牌产品”, 是迪庆州青稞产业化生产的龙头企业。为满足消费市场的多元化需求, 除青稞酒外, 富含营养价值的青稞食品种类不断丰富且深受广大消费者青睐。香格里拉青稞资源开发有限公司、云南藏雄集团等龙头企业在建成相应规模的青稞食品精深加工线的同时, 开发并推出青稞系列品牌产品, 部分产品已逐步实现按订单生产运作的模式。据统计, 现有的生产规模每年所需青稞原料 30000t 以上。以上加工企业的发展为迪庆青稞的规模化种植和产业化发展提供了有利条件。

2. 青稞加工产业实力状况

总体来说, 迪庆青稞加工产业规模小、品牌知名度低、市场竞争力弱。近年来, 云南省发展和壮大了一批青稞酒和青稞食品加工企业, 有关数据显示, 仅迪庆州就有 250 多家不同规格及经济类型的青稞酒加工厂, 还有很多青稞食品加工企业, 但大多都是重

复建设,属于粗放式生产^[2]。在规模上,除云南香格里拉酒业股份有限公司外,资产上千万的企业很少,在国际国内市场上出现的青稞产品也只有“藏秘”优质干红干白。国际国内市场对青稞产品的急切需求和迪庆无力提供符合其要求的产品的矛盾还十分突出^[3]。

二、新时代迪庆州青稞产业功能的嬗变

作为农业,青稞产业具备了生态、经济、社会及文化功能。在新时代经济社会高速发展和物质生活极度丰富的条件下,青稞的多功能实践侧重点由要素供给和经济效益逐步转向社会、文化功能且内涵趋于丰富化和多样化^[4]。

(一) 产品供给的“量”到“质”转变

1. “量”的递减

经济社会及交通运输业的发展打破了迪庆的闭塞环境,外来资源日益丰富了当地人民的生产生活。过去因物资匮乏而形成的以青稞为主食的膳食结构,需要大量青稞食品来满足藏区人民的物质能量需求,随着当代社会物质资源的极大丰富,它不再是藏民获取能量的主要渠道,其主食地位及量的需求都有所下降。

笔者调查了德钦县的书松村和玉洁村共 40 个藏民日常饮食结构,40 个样本选自 18~70 岁不同年龄阶段不同职业的人群。调查结果显示,青稞食品作为日常餐饮一部分的藏民人数占 38%,其中 46~70 岁年龄段占了 25%,其余年龄段仅占 13%。青稞食品的月人均食用量随着年龄段的增加而递减,这表明藏民膳食结构的变化,曾为藏民主食的青稞现仅有一部分人食用且这部分人群趋于高龄化,青年一代日常主食已被其他食物部分甚至完全取代;其他职务者青稞食品的三餐参与率与月人均食用量均少于同龄阶段的务农人员,这里的其他职务包括公职人员、自由职业者和学生,他们大多数人有机会走出封闭的环境并受到外来新思维及生活习惯的影响建立起与外界的联系,而膳食结构等个人行为习惯逐渐与社会大众趋同化。

综上分析,青年一辈对青稞食品的喜好程度和社会的日益发展和开放决定了在未来的很长一段时间内,青稞作为主食其需求量递减的趋势会持续增强。

2. “质”的转变

在当代社会,迪庆藏区青稞食品主食地位的逐渐消退并不意味着其重要性的锐减,相反,随着生活水平的提高及迪庆全域旅游业迅速发展,作为特色优质的青稞产品深受消费者喜爱,这里的青稞产品区别于以往的藏区主食,它是一种经过精细加工的富含营养成份及承载藏民族文化的“高质”产品。如养生的青稞粥(材料选用优质饱满的青稞籽粒),迪庆藏民会偶尔食用来治疗慢性腹泻,青稞饼和青稞饭则在逢年过节或贵客到来时作为佳肴享用。市场上,绿色农业的兴起和发展使得具备良好的生长环境和丰富营养价值的青稞荣获了“健康无害绿色食品”的称号,精深加工后的青稞产品更是深受现代养生者的喜爱,多样化的加工食品不仅满足了不同消费者的口味,同时也是承载、传播及体验藏民族文化的重要媒介之一。

青稞产品供给从“量”到“质”的转变,不仅体现了藏民生活水平的提高,也展示出了迪庆青稞产业存在的巨大发展潜力,这也是青稞产业未来整体的发展方向和趋势。

(二) 文化创意功能

新时代青稞的文化功能内涵趋于丰富,由最初的习俗层面依附青稞产品这一媒介逐步上升到价值观的构建及藏民精神文化的弘扬和传播层面,青稞产品又借助藏民族文化实现了其附加值的提升。

1. 精神传承

“青稞精神”是一个新名词,目前学术界尚未形成公认系统的概念理论。天佑德青稞酒董事长李银会在 2018 年对“青稞精神”进行提炼总结,他结合青稞的特性,指出“英雄、健康、自然、欢乐”就是伟大的青稞精神^[5],这实质上也是对藏民精神及价值观的系统完整阐释。青稞精神是藏民精神的缩影,青稞精神的提炼实则是为便于更好的传承和弘扬藏民族文化中优秀精华的部分而将其更加系统化、规范化处理的过程。

2. 创造产品新价值

青稞产品的整条产业链都有藏文化的渗透与参与,在市场经济极度发达的条件下,其经济价值更是凸显出来。最典型的是在青稞产品的包装以及产品的介绍中融入文化创意,较为成功的案例有香格里拉啤酒·松嘎,其产品包装采用身着盛装载歌载舞的藏民的图样,每瓶上的人物舞蹈的动作、服装花色各不相同,展现藏民能歌善舞的品质和特点,香格里拉·大藏秘的产品介绍中有提及藏民淳朴勤劳善良的性格形象。这类融入文化元素的产品营销方式使市场获得产品和文化两重消费享受,不仅增强了同类产品中的市场竞争力,同时也有利于提升产品的附加值创造出产品的新价值。

(三) 藏传佛教参与下的旅游观光功能拓展

经过近十年的迅猛发展,迪庆的旅游业无论规模还是形式上都有了较大的提升。藏传佛教是迪庆的一大特色文化,而寺院作为最主要的宗教活动场所和藏传佛教生存和发展的土壤,现已被列入旅游景点的重要开发行列。迪庆现有大小寺院共 21 座,其中最出名的有位于香格里拉市境内被称之为“小布达拉宫”的松赞林寺,位于德钦县境内的东竹林寺,两座寺院也是迪庆州旅游线路上主要的景点。青稞系列的寺院宗教活动是游客观光的重要内容之一。

为感恩大自然的馈赠,藏民对青稞赋予了神性^[6]。作为藏传佛教祭祀活动必不可少的祭品,迪庆青稞产品的一大需求来源于各类寺院,青稞麦仁、糌粑、青稞酒是三大主祭品。以东竹林寺为例,寺院众诸佛前陈列着上千大小不一的装满青稞麦仁的法器曼扎,据了解该法器必须用神赐予的谷物青稞供养;糌粑则是加水后被捏制成山水日月及鬼神形状供奉于众佛前;青稞酒则倒入法器内直接供奉即可;东竹林寺寺院的壁画上有关于青稞的传说,诸佛中有手持青稞麦穗者;一些盛大的祭祀活动也吸引了大量的游客前来参观。以上青稞系列的宗教人文景观除了给游客盛大的视觉享受外,表象中透出的藏民尊重生灵、敬畏自然、感恩神灵的精神本质给游客心灵和精神上的洗礼,藏民的信仰和藏文化的博大精深也逐渐被世人认可和接受。

三、迪庆青稞产业功能存在的不足

农业多功能拓展是解决农业发展后劲不足的有效手段,农业产业化发展程度又是影响农业多功能拓展和效益水平的重要因素。迪庆青稞产业仍处于发展的初级阶段,不完善的生产体系及组织管理体系决定了现有青稞产业的多功能发展水平并没有充分挖掘其应有的效益。

(一) 经济效益不明显

青稞产业作为迪庆高原特色产业,不仅是当地藏民的食物、饲料及肥料来源,也是面向广大外来消费人群的具备加工价值的特色产品,又是作为高原景观和民族风情的当地两大旅游基石的重要构成部分。青稞产业的经济功能类型多样,但单个功能的效益并未得到充分发挥。

1. 初级产品使用粗放

在迪庆青稞作为食物、饲料及肥料来源,其采用的是传统、粗放的加工方式,如手工作坊制作的糌粑、青稞酒,由于设备简陋产出的糌粑粗糙、产酒量低;当地藏民凭养殖经验把青稞秸秆和空穗直接作为喂养牲畜的饲料,肥料则是在地理焚烧青稞秸秆做成草木灰,这类方法有一定程度的浪费和污染环境。改良初级产品的生产加工方式,能有效避免资源的浪费并带来良好的经济效益。

2. 加工产值低

近年来迪庆青稞产品逐步趋于多样化,但与市场的多元化消费之间的矛盾仍较为突出。产品口味的小众化,加工企业技术、资金实力弱以及营销渠道的单一化(实体店及景区销售)决定了加工企业发展后劲不足、可持续发展能力弱,青稞产业的产值及当地整体的经济实力都会受到影响。如表 6 所示,青稞产值在迪庆农业产值中所占的比重均高于青稞加工产值在农业加工总产值中的比重,且增长幅度趋于平缓。作为迪庆主导的高原青稞产业,从种植规模及青稞产值上看,均有望创造更高更好的经济效益,所以要继续发展和完善青稞加工产业链,实现农业产值的提升和经济效益的拓展。

3. 观光价值微弱

迪庆观光旅游中,青稞只是作为旅游干线或景点周围辅助的一种生态景观,或是藏民风俗体验园中众多美食之一,其藏文化的主体地位并未显现出来。近年来,随着人们生活水平的提高及借助香格里拉这一大旅游品牌,如果能够深入挖掘并开发出以青稞生产或青稞文化为主题的观光体验园,青稞的观光旅游价值将会体现出良好的经济效益,而且这种效益在未来有不断增长的趋势。

(二) 社会效益不突出

1. 受益群体有限

目前,迪庆州的大部分农业企业正在全力打造“企业+基地+农户”的经营组织模式,但大部分农业企业实力较弱的现状决定了其带动农民就业农户增收能力的有限性。香格里拉酒业股份有限公司作为龙头企业,其万亩规模的青稞种植基地辐射带动周边近 2000 多农户,为农户带来了“薪金+租金”的双重收入,其他部分企业则采取订单收购青稞原料的方式。据统计,2018 年迪庆州青稞企业采购和消耗青稞量 7827t,而当年全迪庆州的青稞产量达 1.47 万 t,即无论是青稞种植基地的农户增收还是订单采购的青稞原料价款提升,累计只有 5000 多个农户受益,其受益群体规模小。故政府要发挥牵头作用,继续引进有实力的龙头企业,发挥更大规模的辐射带动作用,为全州脱贫攻坚做出积极贡献。

2. 社会交往功能弱化

社会交往功能是青稞独具的社会功能,该功能主要存在于小规模种植、散户经营的迪庆农村。人情礼信方面^[7],在婚丧嫁娶等重要的日子互赠青稞食品作为礼品;在青稞播种和收获季节,组成互助小组互帮互助;产生矛盾时,互赠青稞食品以示赔礼道歉等^[6]。青稞产品及生产活动在邻里沟通交往、维系亲密感情方面发挥着至关重要的作用。

近年来,为积极响应国家关于坚决打赢脱贫攻坚战的相关政策号召,迪庆州开始积极推广油料、药材、蔬菜和烤烟等经济作物,并不断扩大其种植面积,青稞种植面积连年萎缩。农户的青稞种植意愿也不断弱化,有农户甚至把原有的青稞地改良全盘种植经济作物,或转租后外出务工。农作物种类及种植方式的改变,隐形中影响着藏民的生活方式,青稞的社会交往功能也逐步弱化。

(三) 青稞文化缺乏传承模式

青稞特色文化包含了饮食文化和宗教礼俗两个内容,作为迪庆藏民的生活习俗,是 1500 年青稞种植历史积累的文化成果。

饮食文化中的待人礼仪及宗教礼俗中敬畏自然、感恩神灵的精神符合现代社会倡导的“和谐、文明”的价值观,值得传承和发扬。但由于藏民的文化意识薄弱,加之没有能力去挖掘、创造和传承其精华部分,所以大部分人只看到其表层的东西,并不能掌握到青稞文化的深层次内涵^[8]。

迪庆现有的青稞文化传承模式更是一种以藏民生活习俗的形式存在,它潜移默化地影响着迪庆全域的藏民。但近年来愈多的年轻人外出务工,本土年轻一代的青稞文化传承者逐渐减少,长此以往青稞文化可能面临消亡的危机。故要探索出一条有效的青稞文化传承模式,把文化产业与其他产业相融合,以此来增强青稞文化的影响力和作用力。

四、提升迪庆州青稞产业功能的建议

综合分析,青稞产业功能存在多样性和特殊性,新时代青稞产业的发展需要优化其多种功能。优化多功能又必须遵循青稞产业发展的整体思路,即围绕国家乡村振兴的总体战略与部署,着眼于迪庆青稞产业多功能发展的重要意义,立足于市场对高原特色绿色优质高端青稞食品的需求,根据全产业链发展的需要,引入农业龙头企业,注重连接农民和带动农村,强化政府的服务与监管,搭建发展平台形成发展合力,努力通过特色青稞产业发展,实现特色农业产业发展强州的目标。

(一) 优化经济功能

1. 提高青稞产量质量,增加原粮供给当前,迪庆州青稞原粮供应严重不足,尚有 2.95 万 t 的供应缺口,要填补这一大缺口必须做到以下几点。

(1) 确定主攻方向。以优产高质为突破口,合理规划种植布局,以扩大青稞种植面积和提高单产为主攻目标,抓好良种繁育体系建设,要尽快推广和转化应用现有的农业科研成果,抓好良种繁育体系建设,扩大良种种植规模,提高青稞产量。

(2) 建立优质高产的青稞生产基地。一个优质的青稞生产基地,需要完备的青稞质量检测体系、信息服务体系、病虫害预警和防御系统等^[9],所以要改善基地基础设施建设,加大资金和技术投入,增强抵御自然灾害能力;同时加大产品市场开发,加快推进青稞产业化经营,提高综合生产能力,把迪庆州建设成云南省最好的青稞生产基地。充足优质的青稞原粮供给是青稞产业发挥经济功能的基础和保障,同时也为迪庆州青稞产业的发展壮大提供了可能性。

2. 挖掘青稞饲用价值

迪庆州属于半农半牧区,也是云南省唯一的牧区,牲畜数量庞大,需要大量的饲料供给。

(1) 青稞茎、枝叶等残渣富含优质的粗纤维饲料,营养价值高,搅碎压块后的青稞粗饲料可以解决青稞残渣零散化而导致的饲料浪费的问题;(2) 采用蒸煮技术制备青稞饲料,可以提高青稞营养物质的利用率;(3) 青稞精饲料富含畜禽生长所需微量营养物质,但由于原料供应不足和价格高,所以采用青稞和玉米混合,降低青稞用量,既降低饲料价格,又提高饲料的营养成分。青稞制酒后的酒糟是重要的精饲料。充分开发并高效利用青稞的饲用价值,可以较好地解决迪庆州畜牧业特别是冬季面临的饲料不足问题,促进迪庆州畜牧业的发展^[10]。

3. 大力发展青稞产品精深加工

迪庆青稞产品加工业发展比较滞后,青稞酒仍是目前青稞加工业的领头羊,青稞食品加工也主要以传统的初级加工为主,产品比较单一。青稞精深加工是提高产品附加价值,拓宽销售市场,提高其经济价值的有效途径。

(1) 青稞酒。青稞酒一直是当地销量较高的酒品,所以要稳定青稞酿酒技术的创新体系,以保证青稞酒的稳步发展。就目前的产业发展状况来看,白酒系列的青稞酒开发已趋于饱和,发展空间有限^[11],所以要进一步进军国内国际市场,就急需开发青稞酒的新品种,如青稞啤酒、青稞干酒以及多营养保健酒、多功能青稞酒等高档酒系列产品,拓宽酒类花色品种,迎合消费者新的消费需求^[11]。

(2) 青稞食品。研发大众化的青稞食品是青稞精深加工的重要内容之一。青稞是藏民的主要口粮,长期以来当地已自然形成一套青稞产品的加工体系。青稞食品的精深加工就需要政府牵头,引入有实力的龙头企业,通过搜集整理地方风味小吃种类,完善传统的生产工艺,并用现代工艺进行技术改造,拓展青稞的加工适宜性,开发一系列集保健和营养于一体的青稞大众化食品,全面提升青稞的加工利用价值。

4. 拓展旅游观光价值

农耕体验是拓展青稞旅游观光价值的重要方式之一,由于迪庆的青稞产业发展尚未步入成熟阶段,所以与青稞有关的旅游观光产业如农家乐、农业园区有待进一步开发。在迪庆著名景区周边投资建设青稞农耕体验园,以景区的客流量为依托,为游客提供观光休闲、播种采收、科普教育及青稞产品直供等的农业体验项目和服务,让游客了解并参与青稞耕作活动,分享青稞文化带来的乐趣,最大限度拓展青稞的观光旅游价值。

(二) 社会功能拓展

发展一个产业,造福一方百姓。青稞产业的社会功能拓展方向是全力提升青稞在产前、产中、产后的专业化、社会化、服务化水平,建立好利益联结机制,增强就业吸纳能力,政府在这一过程发挥着重要的作用。

1. 政府引导,建立青稞发展协会

针对迪庆大量实力薄弱、低效益的青稞系列加工企业的发展问题,政府要进行统一规划和布局,发挥其引导作用,建立青稞发展协会、加强行业联合、优化资源配置、提高效率^[3]。该协会职责是建立青稞研究、生产、加工和市场拓展的一个桥梁。通过它的组织、协调和监督作用,在迪庆逐步建立起具有统一的规划和布局的青稞加工企业^[3],减少生产的盲目性,适当减少加工企业的数量,提高质量,增强竞争力。

2. 健全完善利益联结机制

“企业+基地+农户”是迪庆州目前最优的青稞产业组织模式。该模式可以克服订单收购带来的青稞产量波动及青稞品质参差不齐等一系列问题。由于迪庆州青稞产业发展比较缓慢,这种组织模式的普及程度较低,适用范围仅限于诸如云南香格里拉酒业股份有限公司一类的实力强大的加工企业,能从中获益的群众数量有限。迪庆目前有 200 多家小型私营青稞酒加工厂和青稞食品加工作坊,均处于无序低水平竞争,决大部分属于重复建设,科技含量低。

政府在对当地小型青稞加工企业扶持和升级后,要积极推广“企业+基地+农户”的组织模式,实施标准化生产。这一方面有助于企业获得稳定、优质原料,另一方面通过土地流转、雇佣劳动力的方式,吸纳大量的劳动力,提高周边农民的收入水平。统一规划和布局的青稞加工企业有更大规模的辐射带动范围和更强大的辐射带动能力,这也是迪庆产业扶贫的重要组成部分,有利于维护社会稳定,促进经济社会协调发展。

(三) 文化功能拓展

青稞文化是藏区农业的宝贵财富,是藏文化的重要组成部分。弘扬青稞文化,拓展青稞文化的多功能性,不仅是弘扬优秀藏文化的重要举措,同时也是实施乡村振兴战略的具体行动。扎实推进青稞文化和乡村旅游的融合发展,实现产业链向第三产业延伸。以青稞文化开发迪庆的旅游资源。当地拥有文化、民俗特色、特产、生态等资源,通过与第三产业的渗透和融合,可以开拓本地资源利用的新模式和新领域。

1. 发展特色餐饮

独特的青稞饮食文化是藏民族传统文化的重要组成元素,发展青稞系列产品的特色餐饮是传承饮食文化的重要举措,餐饮店在提供传统青稞食用方法和青稞食品的同时也开发和提供大众化的青稞产品,如青稞面、青稞营养粉、青稞纤维饼干等,满足市场对青稞产品多元化的需求。

2. 建设并推广青稞文化馆

作为当地民俗特色之一的祭祀活动是藏民敬畏、感恩自然的表现,这种精神值得传承和发扬。“青稞文化馆”是青稞饮食文化、青稞祭祀活动和祭祀精神等藏区民俗特色宣传和推广的重要媒介。青稞文化馆包括青稞科普、农耕文化展示、青稞加工体验、青稞3D影院、青稞产品展示和销售等^[12],这不仅能让游客体验农耕文化、了解藏民族的文明渊源,而且有助于当地藏民增强其文化认同感和文化自豪感,对当地藏民优秀文化的传承和发展有积极的推动作用。

[参考文献]

- [1] 张建华,肖植文,杨晓洪,等.小杂粮在云南农业产业化中的作用探讨[J].云南农业大学学报(自然科学),2005,20(4):513.DOI: 10.16211/j.issn.1004-390x(n).2005.04.013.
- [2] 吴志杰,和敢武.试论香格里拉县青稞产业发展[J].农业开发与装备,2014(1):14.
- [3] 米艳华,张建华,张金渝,等.云南青稞产业的现状及优势分析[J].大麦科学,2004(4):1.DOI: 10.14069/j.cnki.32-1769/s.2004.04.001.
- [4] 焦自伟.汉传佛教视角下的农业多功能化研究[D].北京:中国农业大学,2014.
- [5] 刘雯.迎接中国农民丰收节 李银会首次提炼“青稞精神”[N/OL].https://sd.ifeng.com/a/20180629/6689840_0.shtml.2018-06-29.
- [6] 闵康.迪庆青稞高效栽培技术与利用[D].北京:中国农业科学院,2010.
- [7] 迟玉花.当代藏区村落社会研究[D].兰州:兰州大学,2013.
- [8] 李刚,李双元.拓宽农业多功能推动农村三产融合[J].安徽农业科学,2018,46(24):197.
- [9] 梁珠英.海南地区青稞产业发展现状及对策措施[J].农业科技通讯,2019(3):13.
- [10] 邓蓉,王伟,胡宝贵.论我国沙棘产业的多功能拓展[J].农业展望,2012,8(1):34.DOI: 10.3969/j.issn.1673-3908.2012.01.009.

[11] 马生祥. 青海省青稞加工产业发展现状及对策[J]. 安徽农业科学, 2013, 41(10):4620.

[12] 刘振远, 胡然然. 看西藏青稞如何从“产自高原”走上“产业高原”
[N/OL]. <http://wemedia.ifeng.com/31147864/wemedia.shtml>, 2017-09-26.