西北农林科技大学
NORTHWEST A&F UNIVERSITY

《引春风——新农人的时代先声》
Spring's Vanguard
案例五《仟吉农声》
KenGee voices from farm

访谈报告

—— 双语微纪录片系列 ——

Bilingual Micro-Documentary Series

新农人国际叙事与传播实践项目组

New Farmers International Narrative and Communication Team

一、访谈对象基本情况：

（一）访谈时间：2026 年 2 月 5 日

（二）访谈者名称：钟铎、韩昭君

（三）提问者名称：陈一凡

（四）基本情况介绍：仟吉农场整体位于武汉长江新区（原黄陂区），总占地 761 亩，其中陆地 650 亩、水塘 111 亩。钟铎：仟吉农场总经理；韩昭君：农业生产部负责人。

二、访谈内容：

陈一凡：为什么一直没换地方种植，坚持了十几年？

钟铎：我们在这儿种了十几年，主要有两个原因：一是前期投入大，没办法随意更换场地，成本不允许；二是必须攻克同一地块长期种植的技术难题，频繁换地成本太高，根本不现实。

陈一凡：我们这边全部是采用架栽，在栽培槽里种植的吗？

钟铎：对，我们这个嫁接实验做了很久了。从 13 年开始种草莓的时候就开始做这个基质栽培，这叫高架栽培。

陈一凡：我看到马上要进行消毒工作了，那你们一般是怎么消毒呢？

钟铎：一个是高温消毒，如果在地里，我们就高温消毒，然后用棉农消毒，棉农就是一个灭菌的杀菌剂，甚至说也可以用一些多菌灵、百菌清这类的。

陈一凡：这块区域会考虑做旅游相关的吗？

钟铎：会做一些，这个还没有完全想好做什么，不过这个里面很符合文旅的感觉，比如说我们会做一些草莓 DIY，就是把草莓熬成草莓酱，然后做成蛋糕的夹心。这样做也是因为有很多我们的粉丝、客户来，他们可能会带着家庭、孩子来一起做这个体验。

陈一凡：那平时来的人多吗？

钟铎：一到冬天其实人少一些，但是到春天，比如说 2 月份，马上过年，过完年以后，2 月份、3 月份、4 月份就会有大批的客户过来体验这类活动。

陈一凡：这就是咱们的高架草莓吧，想了解一下高架草莓主要的优点是什么？

钟铎：对，这就是我们的高架草莓，属于有机栽种的一种，因为是无土的有机栽种，在水肥的控制、温度湿度的控制还有品种的控制上，它要比地里栽种的合理一些。再就是草莓在高架上基本上是不落地的，悬在空中，再加上我们里边用的是袋装基质，这样很多管理方式就更合理一点。不过现在因为我们仟吉采摘的量比较大，所以你们现在看到的果子并不多，像这些果子稍微红一点就可能都要采摘了。

陈一凡：你们现在是专种红颜品种，这算是你们的创新技术吗？

钟铎：而且我们现在是专种红颜，这其实不算什么创新技术，现在各地也有种植，但是老百姓、莓农啊，他们是不这样做的，因为这个成本有点高，一般像我们这种科技含量比较高一点的企业会来种，现在全国各地也在推广这种高架栽培的方式。

陈一凡：那这个高架栽培技术的运用，对你们的草莓种植主要带来了什么？

钟铎：主要是因为我们仟吉这一块，对草莓的安全性要求比较高，所以我们尽量在探索完善一种方式，就是怎么样能用最低的成本在国家标准以内的措施来种植，比如说有些营养素还是要用的，但我们的要求会更高一点，而高架栽培基

本上能达到这种要求，也是我们未来推广的一种模式。因为它的产量、产值和价值都要提升起来，能实现增产，价格、品质也得跟上，如果这些上不来，成本就过高了，所以我们现在就不断在探索摸索这种模式，还有适时栽培的方式，现在我们整个农场都是以红颜为主。

陈一凡：看这边的栽培方式，自然生长的条件应该会更好一点吗？

钟铎：对，自然生长好一点，再加上在这里我们的种植措施也比较好一些，一个是我们用的是滴箭式的滴灌，你看这水是从这里滴到草莓里面去的，需要用水泵打水，这个滴箭有四个头，每个头都能定时定量供水。另一个是我们这个棚里头还有加温设备，水管在这里边，你看这个地方有保温棉，这条管子就是加温的，加热管把热水送进去，再从这边回水，主要是为了给草莓保暖。

陈一凡：草莓对温度要求很高吗？

钟铎：对，草莓低于 0 度以后就要冬眠了，算是比较娇气的作物，特别是红颜草莓这一块，不仅娇气还容易生病，管理不好就会出问题。它一旦冬眠，再唤醒就需要一个过程，到那个时候，花果的生长就会变得迟钝。今年的温度都还算是不错，像往年的恶劣天气，外边达到零下八九度的时候，这个加温设备就起作用了，一般我们加温能把棚内温度控制在四五度以上就可以了。

陈一凡：这滴箭的水管还有区分是吗？

钟铎：对，这滴箭的水管分主水管和副水管，这边就是分水管通到里面，这边是加温的管路。水肥一体化的设备在另外一个区域，水肥一体化都是靠设备控制的。

陈一凡：如果是地里面自然生长的草莓，是不是只能结一季？

钟铎：对，地里面自然生长的草莓一季的生长期很短，就结一季果。

陈一凡：那你们在这个大棚里通过温度调控，能实现全年产果吗？

钟铎：也能做到，但是这个投资就会更大，需要更完善的设施。你看现在上

海青浦区有一个一年 365 天都能够吃到草莓的设施，那是国家投资的，我们企业投资不起。它基本上是按照草莓的生长习性，精准控制室内的温度、湿度、水肥，几时温度高几时温度低，都完全按科学来操作。

陈一凡：确实，现在大棚种植技术发展得很快，最早我们国家种蔬菜水果都没有大棚的。

钟铎：对，现在山东人把大棚种植做的很好，创造了奇迹，反而南方的菜很多都是山东供应的，这也是新农人追求的目标。而我们现在呢，只能做到中间的那个水平，特别高科技、高投入的我们做不起，因为我们毕竟是个企业，虽然规模也不小，但相对政府的投入来说还是有限的。不过和普通的草莓农比，我们的种植技术和科技含量要高一些，草莓农用的是最原始的草莓种植方法，我们现在的种植档次要高一点。从草莓育苗的脱毒培育一直到草莓成熟上市，我们年年都在讨论研究，也一直在学习，学些新的技术，这一点我们和普通农户不太一样，农户种不好可以明年再种，我们不行，我们在种植当中还有生产日志、生产记录，都要规范做好。

陈一凡：好的，那谢谢钟总。接下来我们想了解一下，在应用这些种植技术的过程中，有没有遇到过一些相关的困境，比如刚开始投入这个技术时，有没有资金方面的困难，或者技术把控、设备管理、温度设置这类的问题，还有后续是怎么解决的，有没有这样的小故事可以分享?

钟铎：说实在话，我们搞了十几年草莓，如果再让我来做这个事的话，可能在投资、设施设置还有投资主体方面，都有很多地方要修正的。比如说草莓种植，100 个人的投资都想投草莓，但是我认为最后可能就只有我们这样的少数企业能坚持下来，看似简单，实际上做起来很复杂。除了靠天吃饭，还需要掌握足够的种植科技含量，必须不断学习，再就是还有国家政府政策方面的问题。我们现在投资农业很多东西都靠国家政策支持，比如说土地方面，我们就因为土地问题吃过一次大亏，就是大棚房改整治，一下子把我们的设施拆掉了，我们在底下做了木屋，还有一些结合农业的硬件设施，但政府说这是在基本农田上建设的，以前没这要求，现在按新规要求拆除，一下就损失了 200 多万，一个农民能赚那么

多钱都不容易，企业遇到这种情况损失就更大了。这种情况也让我们有了风险意识，未来在投资方面需要更加合法合规，但是对于企业来说，面对政策的变动，其实还是比较无力的。所以说要来投资做这个行业，一定要审慎，每个企业做农业都有自己的特色，我们现在主要做草莓，草莓的技术含量比其他一些水果要高一点，门槛也稍高，因为草莓品种很多，我们仟吉选中了红颜，而红颜又是最不好种、最不好管理的一个品种，容易得炭疽病、白粉病、黄萎病、灰霉病，还有大量的红蜘蛛虫害，这些都需要做好防控。

陈一凡：那按照国家的绿色认证标准来种植，是不是遇到的困难会更多？

钟铎：对，按照国家的绿色认证的标准来做，遇到的困难就多了，最深刻的就是种苗问题。草莓就像生孩子、管理孩子一样，种子不好，培育的苗就不好，结的草莓也不好。我们曾经因为没有控制好种苗，在外头买的种苗回来以后，上百亩草莓地全部被染上了白粉病，全年基本上就损失完了，这是我们十几年种植中最大的教训。也是因为这个，我们现在开始自己培养草莓苗，这几年的实践证明，自己培育的苗效果很好。所以我们现在的草莓育苗又更上了一个档次，老百姓都是在地上育苗，我们是自己筛选无毒的草莓苗，在高架上育苗，现在你们看不到，因为还没开始种，草莓苗要到明年 2、3 月份过了春节以后才开始育。我们育出来的苗，第一健康无病菌，第二个花芽分化比较早。这十几年，要说有技术、经验和教训，主要就在草莓育苗上，以前吃了很大的亏，所以才坚持自己育苗。而且我们湖北省落地育红颜草莓几乎是不成功的，所以我们都要上高架育苗，再加上和省农科院的合作，我们又开始做脱毒育苗，这是技术上我们遇到的最大的困难，现在我们已经开始做高架育苗了，还想把这个高架育苗技术推广出去，希望能给更多人供应优质苗，打造一个大型的草莓育苗基地。

陈一凡：您能介绍一下咱们的草莓品种选择、发展历程以及新品种研发情况吗？

钟铎：其实种红颜草莓还是比较好的，你们吃过或者听说过东北的 99 草莓吗？在市场上卖的 99 草莓，其实也是红颜的一个品种，在东北种很合适，到我们这来就不行。云南也有很多草莓，但是现在市面上卖的最好的还是红颜，我们

湖北或者安徽的红颜，在东北就叫 99 草莓，相当于红颜的兄弟品种，同一个亲本培育出来的。十几年前，草莓还只有法兰蒂一个主要品种，红颜很少，那个时候市面上的草莓检测都会超标，为了保证食品安全，我们就试着自己种草莓，我一开始也不懂怎么种，就摸索着种红颜。当时做市面调查，发现草莓农都不种红颜，因为不好种、产量又低，高价还卖不起来，消费者当时只要求便宜、好看，法兰蒂就是价格便宜、果子大，但是口感不好。后来我们就不断摸索改进，现在不仅我们种，大部分草莓农也都种红颜了。现在全国又出现了新品种叫灵玉，是早熟品种，能提早上市，但是口感和品相都比红颜要差。所以我们一直也想找新品种，园区里也试种了很多新品种，想寻找能替代红颜的，目前还在摸索中，说实话全国现在都还没有找到能替代红颜的新品种，所以我们还是继续做红颜，同时慢慢找新品种，我们自己也培育了新品种，叫吉果 1、吉果 2，因为我们仟吉有一个注册商标叫吉果连连，想围绕这个做自己的品种。

陈一凡：那咱们的草莓主要是供给仟吉做原材料用是吧？

钟铎：对，仟吉面包里面的草莓酱，面包上头的新鲜草莓果，都是我们这里的。我们旁边就有自己的加工厂，自己生产，新鲜草莓果就是每年现摘的。当然仟吉也会考虑外边的草莓，因为外边的草莓价格便宜，有人说想用外边的，我说可以，我没有意见，甚至说我们农场可以退出，但是外边草莓的安全性他们要自己注意。很多人拿着便宜的草莓找仟吉老总推广，老总觉得价格划算，我就跟老板说，如果你都觉得外边的便宜草莓好，我们还办这个草莓农场干什么呢？连我们自己吃的都不放心的产品，怎么能给消费者吃？所以我们现在基本上就做高品质的草莓，价格肯定会贵一点。做了十几年农业，我也有个感受，为什么日本的农产品品质都非常好，因为他们的消费能力比我们国内的要高的多，我们国内的消费能力还没跟上，消费者都想买便宜的、大的、好看的，而生产者为了满足这种需求，就会用很多激素和各种各样的混配肥料。比如说前几天市面上的毒红薯，就是因为生产者想高产，本来一个红薯藤底下只产两三斤，用了药以后能产一二十斤，品相也好看，结果检测出来有毒，消费者就抱怨吃到有毒的东西，生产者也委屈，说消费者又要便宜，又卖不出价格，不这么做根本赚不到钱，最后还是消费者买单，害了自己。所以我经常跟身边的人说，外边打折的食品千万不能买，

吃的东西就买贵的，衣服便宜点买无所谓，不好看可以扔，不影响身体，吃的东西不一样，关系到健康。我们这些人现在转型做新农人，真正实践做农业才知道有多难，我整整熬了快 15 年了，也有很多心得。要说其他的核心技术，其实也没有，就是草莓育苗这块，是我们十几年当中吃亏、积累经验教训最深的一件事情，吃了很多亏，现在自己育苗以后，情况就开始好转了，现在地里除了少量试种的品种以外，其他的都是我们自己培育的苗。

陈一凡：那如果在外边买的苗出了问题，卖家会赔偿吗？

钟铎：一般来说不可能，打官司也没有用。

陈一凡：那草莓的这些病害是不是传染性很强？

钟铎：对，白粉病，炭疽病，黄萎病，所有的这些草莓病症都传染，绝对不会只自己得病，总要拉其他植株一起染病。

陈一凡：看这一块能看见大棚的区域，都是咱们的种植面积吧？

钟铎：对，你在这一块能看见到大棚的都属于是我们的面积，整个这一块大棚都是，那底下那边都是，我们这算是在种植区的最北端。

陈一凡：感觉整个田都比较平整，还方方正正的。

钟铎：是的是的，它其实边角余地还是比较多，虽然看似平整，但是是一个阶梯一个阶梯下去的。这个区域将来都是做高架草莓的，那边是我们曾经最早试验的简易棚，叫简易高架，你看那边那一排像架子、像床一样的，一趟一趟的，现在上面放着育苗的盆子。

陈一凡：现在看不太出来育苗的状态，什么时候来能看到？

钟铎：你们这个时候来看不出来，等到三月份再来，就能看到我们的育苗情况了。

陈一凡：那你们的育苗方式和吊兰种植是不是有点像？

钟铎：对，你种过吊兰吗？草莓育苗就有点像吊兰，一个草莓植株会长出一根一根的匍匐茎，吊兰的匍匐茎按在地上就能长新苗，草莓也是一样，把匍匐茎按在装了基质的袋子里，撒点水，就会慢慢长新苗，完了以后再进行水肥管理、遮光，还有一些科学的辅助措施，培育新苗。

陈一凡：韩经理，您方便简单介绍一下自己吗？比如姓名、专业，还有负责的区域。

韩昭君：大家好，我是武汉市禾盛吉农业开发股份有限公司的韩昭君，现在主要在农业生产部负责相关工作。我大学毕业之后，就直接来到我们农业公司，一起做农业板块的事情，到现在已经有八年的时间了。

陈一凡：韩经理，您最开始是怎么想到从事农业相关工作的？对田园生活或者农场生活有什么向往吗？

韩昭君：刚开始也没有想那么多，很多事情都是做着做着，慢慢摸索前进的。我从小也没有在农村待过，对农村环境其实是陌生的，最开始也没有对田园生活有多大的向往。但我们现在做的这件事，其实是有一定吸引力的。如果我们不去做这些事，农村就会面临空心化、缺少年轻人参与等很多问题，而且我们现在有这样的机会和平台，也是一个很好的机遇。当时我就是想出来锻炼一下，做一些不一样的事情，然后就在颜总的号召下，和大家一起来到这个农场，从一无所有做起，到现在我们整体的一二三产业布局都比较完善了。

其实农业这个板块，和其他产业、其他板块还是不一样的。农业日复一日、年复一年，面临的挑战还是比较艰苦的。从新农人的角度来说，我们面临的挑战以及每年的不可控因素都比较多。简单来说，仟吉农场是为仟吉品牌的产业赋能，目的是让广大消费者从舌尖上就能保证产品的健康。我们农场的产品，核心就是健康、新鲜，公司的初心就是让广大消费者吃到我们农场出产的健康草莓。我们从最开始的产业链源头做起，前面你们也看到了，我们从育苗开始，一直到生产苗、草莓种植，整个形成了一条闭环产业链。从最开始的源头，一直到每天清晨草莓采摘后，直接送到我们的工厂使用，这样就能保证我们所有产品的品质都在

可控范围内。

未来，我们肯定还是要在一产、二产的基础上，发扬我们自己的特点，我们的战略定位，决定了我们未来要做的事情。仟吉品牌的定位是用美味推动人类对生活的热爱，其实最重要的是要回归生活本身。不管身处哪个行业，回到生活本身，就是注重人与人之间的关系，追求美好事物。我们做食品行业、烘焙行业，其实就代表了一种对美好事物的象征，我觉得在这方面，还有比较大的发展空间可以去探索。

而且我们仟吉整个平台，我也是从刚开始什么都不会、什么都不懂，慢慢做起的，包括我们身边的同事也是一样，从零基础开始，慢慢了解市场、掌握技术、熟悉整个产业链，我对这个产业、对整个公司，都有很深的感情，也希望未来能继续为公司和农场的发展贡献自己的力量。其实还有一个很重要的原因，就是我当时也投了钱，当然这是开玩笑的，主要还是觉得这件事有意义，所以才一步步坚持到现在。未来，肯定是想把这个农场建设得更好，继续往前走。

陈一凡：在您看来，新农人和传统农民最大的不同是什么？

钟铎：很多人对农人都有刻板印象，觉得农人就是面朝黄土背朝天，一直在田里干活。但我觉得，为什么要这样定义别人，或者被别人定义呢？自己做自己喜欢的事情就好，假如我不做农业，可能也会去做别的事情，职业没有高低之分，只是选择不同而已。比如我们陆总，他喜欢音乐，也会画画，他就算不做农业，做个画家、做个乐队乐手也很好，这和做农业本质上是一样的，只是职业不同。农民是个体的、自然经济的产物，而我们现在做的是市场经济，是通过洞察市场的需求，去做符合市场趋势的产品，然后进行销售，我们是在做公司，而不仅仅是在做农业。

三、经历总结

仟吉农场十几年的坚守与探索，同样围绕技术、市场、观念三个维度破解现代农业发展难题，把设施农业、智慧种植、产业链闭环等农业新质生产力落到实处，走出了一条企业办农场、从田间到舌尖的高质量农业之路。

在技术层面，农场长期面临连作障碍、土传病害、种苗品质不可控、红颜草莓难种植、食品安全标准严苛等痛点。他们依托高架基质栽培、水肥一体化、精准温控、脱毒育苗、高架育苗等现代农业新质生产力，从 2013 年起坚持高架无土栽培，配合滴箭式精准滴灌、棚内加温保温系统，实现对水肥、温湿度、生长周期的科学管控，让草莓更洁净、更安全、品质更稳定。面对外购种苗带病绝收的重大教训，他们转向自主高架育苗、脱毒育苗，从源头保障健康，解决了草莓易染病、难管理的核心问题，同时坚持标准化生产日志，全程可追溯，用技术筑牢食品安全底线。

在市场层面，他们面临前期投入大、政策变动风险、消费者追求低价好看而忽视安全、供应链不可控等市场困境。仟吉农场以产业链闭环、品牌兜底、体验式文旅、源头直供破局，坚持自建基地专供烘焙核心原料，拒绝不安全低价外购草莓，把品质与品牌信誉绑定；面向消费者开放草莓 DIY、采摘体验，用亲子文旅增强品牌粘性；坚持十几年不换地，攻克长期种植技术难题，稳定供给能力；同时以市场需求为导向，淘汰劣质品种，专注高品质红颜草莓，用安全、稳定、优质的产品赢得市场与消费者信任，把农业做成有标准、有品牌、有体验的现代产业。

在观念层面，他们要打破“农业=面朝黄土背朝天”“农人=辛苦低效”“便宜优先于安全”等社会刻板印象，也要面对传统农户重产量轻品质、重短期轻长期的思维局限。仟吉团队用现代企业理念做农业，强调科学种植、标准管理、食品安

全、职业尊严，让农业变成有技术、有标准、有前景的现代职业；韩昭君等青年新农人用专业与热爱扎根农场，证明农业可以体面、干净、有科技感；团队始终坚守“食材安全大于一切”的底线，引导消费者重视健康与品质，推动行业从“低价内卷”走向“优质优价”，重新定义新农人与现代农业的价值。

四、思考

仟吉农场的发展故事，针对国内观众，我们重点突出十几年坚守一块地、企业做农业的责任、高架草莓科技感、从育苗到餐桌全闭环、为食品安全作出贡献，这些内容贴近食品安全、乡村产业振兴、品牌信任等大众关切点，极易引发共鸣。对国外观众，重点呈现中国设施农业水平、精准种植技术、全产业链品控、企业办农场的可持续模式，能打破国外对中国农业“小规模、粗放”的刻板印象，展现中国现代农业的标准化、精细化、绿色化。而仟吉农场故事最打动人的共鸣点，是他们吃过大亏仍坚守品质、投入巨大仍坚持安全、面对市场浮躁仍守初心，这种“较真”与“长期主义”，比技术本身更有力量。

我们的视频适合用干净明亮、治愈舒缓的风格，分三集讲述仟吉农场的技术、市场、观念，视频可用高架草莓、整齐大棚的画面建立科技感；穿插大棚温控设备的画面，配合钟总、韩经理的真实讲述，把“吃亏—攻关—坚守”的过程讲述清楚；节奏平稳温暖，突出“放心食材”的安全感与幸福感。公众号推文走深度故事+科普感路线，文字扎实有温度，配高架栽培、育苗、大棚、草莓特写等图片，突出“仟吉为什么要自己种草莓”这一灵魂问题，根据不同板块选取不同的推文风格。播客适合用对谈式，加一些合适的背景音乐和音效，使听众能够充分感受到

仟吉农场故事中的力量所在。