

品种优质,管理优秀,品牌优先——

黄浦江大闸蟹靠“三优”立口碑

□□ 本报记者 胡立刚

“大规模蟹总占比超过8成的!”近日,黄浦江大闸蟹开捕仪式在上海松江泖湖镇上海鱼跃水产专业合作社大闸蟹养殖基地举行,基地弥漫着丰收的喜悦,科研人员和松江区大闸蟹行业人士围绕黄浦江大闸蟹不停地交流分享。

这份喜悦的源头是“江海21”中华绒螯蟹。借此品种,上海大闸蟹产业结构就此改变,从中华绒螯蟹苗优势产地一跃而成大规模大闸蟹产地,在全国大闸蟹市场连续多年扬眉吐气,松江、崇明、宝山等依江傍海的涉农区纷纷创建大闸蟹区域公用品牌,上海大闸蟹市场份额由此被重新划分。

上海鱼跃水产专业合作社的“大湖牌”大闸蟹是黄浦江大闸蟹颇负盛名的产品品牌。合作社理事长郎月林告诉记者:“大湖牌黄浦江大闸蟹同规格价格保持了11年不变,松江超过80%的大闸蟹实现了统一标准统一价格,共创共荣四个字恰如其分地概括了松江黄浦江大闸蟹产业的发展历程。”



黄浦江大闸蟹。

资料图

同“松江模式”。

为什么是松江?

松江水产技术推广站站长张友良给出了答案:“松江模式”得到认可的关键在于严格精细化的执行管理。

据悉,“松江模式”是一套大规格、高品质大闸蟹生态养殖标准,需要贯彻到蟹苗培育、扣蟹养殖、育成成蟹的每一个环节,只有养殖户严格执行了,才能体现出标准的价值。为了提醒、督促养殖户执行养殖标准,松江水产技术推广站每年开展现场培训活动,按照不同的季节、蟹的不同生长阶段展开,一年三到四次。

“养殖户有的从养鱼转过来,更多的是看到大闸蟹行情好跟进,如果不执行上下功夫,就无法落实标准,区域产业离开共创就不会有成熟的模式。”张友良说。

“子以母贵”共生共荣

今年国内一些大闸蟹主产区受到水灾、病害等影响,大闸蟹行情因产量减少导致价格普涨。黄浦江大闸蟹不但同规格价格11年不变,而且几个大闸蟹产品品牌都按照同一时间点于10月15日开捕,“礼让”了国庆和中秋双节

市场,没有品牌自信是不可能如此从容的。黄浦江大闸蟹的品牌自信来自哪里?

“从业员从一开始就形成共创黄浦江大闸蟹品牌的共识,‘带头大哥’始终坚持‘子以母贵’为形成共识打下了很好的基础,几大产品品牌统一行动闯市场,奠定了如今的自信。”松江区农业农村委副主任杨文对黄浦江大闸蟹品牌的成长过程十分清楚。

同规格大闸蟹价格11年不变,三成大闸蟹被慕名而来的上海市民买走,这两个数据足以反映出黄浦江大闸蟹品牌的自信,没有抱团共创品牌,或者说抱团的力量不够,显然体现不出眼下的效果。可是,对于大闸蟹这类附加值高、门槛并不高的产品,没有“带头大哥”或者“带头大哥”的姿势不够完美,抱团就不是一件容易的事。

记者发现,上海鱼跃水产专业合作社和合作社的“大湖牌”是黄浦江大闸蟹当之无愧的“带头大哥”。上海鱼跃水产专业合作社的养殖基地是上海地产大闸蟹最大的高标准基地,面积差不多占了松江黄浦江大闸蟹基地的一半,合作社“大湖牌”大闸蟹又是最早创建的大闸蟹品牌,在市场上的影响力始终遥遥领先。

鱼跃水产专业合作社从2007年开始带头探索“松江模式”,面对其他合作社的兴起,鱼跃水产合作社没有采取事不关己高高挂起的

策略,反而还无条件把探索的成果分享给跟进的合作社、养殖户,并动之以情、晓之以理,团结最广大的养殖户联合起来,统一开捕、统一价格,共生共荣。十多年来,理事长郎月林的逻辑始终没有动摇过,那就是“子以母贵”大伙儿才能共生,共生之后求效益,方能共荣。

郎月林的苦心没有白费,超过80%的黄浦江大闸蟹和“大湖牌”统一上市统一价格,共生共荣的产业理想因此实现。

新产品为品牌注入新价值

黄浦江大闸蟹是“捡”的,成熟一只“捡”出一只,市场上正宗的黄浦江大闸蟹都是24小时内出水;黄浦江大闸蟹上市前每一个养殖合作社都会签订一份诚信经营承诺书,绝不以次充好短斤缺两等等,这些措施帮助黄浦江大闸蟹赢得了消费者忠诚度。但是,在技术水平水涨船高的产业环境下,在市场营销创意无限的竞争态势下,黄浦江大闸蟹品牌如果一味靠高规格、高品质,不一定能继续“横行”市场。

王成辉看到了风险,张友良看到了风险,郎月林和抱团发展的养殖户也看到了风险。今年,上海市中华绒螯蟹产业技术体系开展“六月黄”产品攻关,上海鱼跃水产专业合作社再一次承担起开路先锋的角色。

上海市场喜好“六月黄”,这是其一。第二,联合攻关的“六月黄”绝非传统意义上的“六月黄”,要确保高产,规格就不能小,要确保高品质,口味不能差,也就是说,上海地产“六月黄”新产品要建立在确保养殖户和消费者利益的基础上。这就需要探索如何在提高蟹苗投放密度的情况下保持黄浦江大闸蟹的生态养殖效果。

“需要调整放养模式,提升水草养护技术,加强水质调控,增加饲料营养。在确保规格更大、品质更高的成蟹的同时,养出带给消费者惊喜的‘六月黄’,为黄浦江大闸蟹品牌注入新的价值。”王成辉表示。

上海鱼跃水产专业合作社总经理王友成告诉记者:合作社今年尝试的“六月黄”新产品效果非常好,个头均匀,重量均在110克以上,带给消费者的是惊喜,沉淀下来的是黄浦江大闸蟹品牌的附加值。

湖北赤壁市将举办青砖茶产业发展大会

近日,记者从湖北省赤壁市获悉,2020“一带一路一茶”赤壁青砖茶产业发展大会将于12月10日-11日在赤壁市举办,会议由中国茶叶流通协会、湖北省农业农村厅、湖北省供销社合作总社、咸宁市人民政府主办,咸宁市农业农村局、赤壁市政府承办。

赤壁因青砖茶而兴,因青砖茶而名。赤壁市市长董方平介绍,近年来,赤壁依托丰富的茶资源和深厚的茶文化,主动融入“一带一路”国家发展战略,打造百亿茶业、重振万里茶道,一年接着一年干,一届接着一届抓,截至2019年,赤壁市跻身全国百家重点产茶县(市)前十,拥有优质青砖茶基地16.2万亩,赤壁青砖茶年销售额12亿元,全产业链产值47亿元,被纳入湖北全省重点成长型产业集群。这次赤壁青砖茶产业发展大会将以国家级茶产业协会为桥梁,以地方政府为平台,以企业及市场为主体,全力打造永久展览交易中心,推出赤壁青砖茶创新产品、促进茶旅融合,推动茶业高质量发展,助力乡村振兴。

据悉,赤壁以茶为媒已成功举办了2015年国际茶业大会、2019“一带一路”国际茶产业发展论坛暨第五届中国茶业大会,及连续七届中国有机农产品展销会暨中国青(米)砖茶交易会。历届展会共吸引国内外数千家参展商、采购商参会,现场交易、签约额超百亿元。

据悉,2020“一带一路一茶”赤壁青砖茶产业发展大会主题为“品赤壁青砖茶,游古镇羊楼洞”,共设会前、会中、线上同步3大类14个子项活动,包括赤壁青砖茶品牌战略研讨会、大会开幕式暨“万国茶市”开幕式、赤壁青砖茶机械化采摘与仓储管理团体标准审定会,将开通网上会议室、各类直播带货等。

相比往届活动,本次大会有个三亮点:一是全力打造永久展览交易中心,今年,赤壁将实施“百家茶企入茶市”,通过出台招商奖补政策,引导全国名优茶企在赤壁羊楼洞“万国茶市”开设实体店;二是将推出一批时尚化、功能化、便捷化产品,赤壁青砖茶(青年)为赤壁“轻”砖茶(轻重的“轻”),满足市场多元化需求;三是引入国内各类茶文化特色关联商业街区,包装推出“羊楼茶点”经典小吃,辅助民宿、茶楼、茶吧等业态,丰富旅游经济。

董金健 本报记者 乐明凯

河北蠡县麻山药产值有望达20亿元

近日,记者从河北省“蠡县农民丰收节暨麻山药正宗原产地发布会”上获悉,目前该县麻山药种植面积达10万余亩,2020年预计总产25万吨,总产值20亿元,常年从事麻山药种植、加工、销售的农民近10万人。

蠡县农民种植麻山药历史悠久,种植面积和总产量均居全国前列,是知名的“中国山药之乡”。许多年来,该县坚持品牌发展战略,致力打造麻山药金字招牌,先后获得“国家地理标志保护产品”“中国京津冀饭店餐饮业好食材”称号。

在大力实施“品牌战略”过程中,蠡县麻山药产业实现了又快又好发展,成为当地农民增收致富的重要渠道。据统计,目前全县有麻山药合作组织265家,重点农业产业化企业9家,加工产品有切片、麻山药粉、罐头、饮料、酒、啤酒等。2020年,该县麻山药线上销售每日达到10万单,预计全年销售额达5.5亿元。

本报记者 李杰

“广西好嘢”名优食材餐饮供需发布会举行

近日,由广西壮族自治区农业农村厅和广西壮族自治区商务厅共同指导,广西烹饪餐饮行业协会主办的寻味·丰收——“广西好嘢”名优食材餐饮供需发布会在南宁国际会展中心举行。现场发布第三批“广西好嘢”农业品牌名录,首次增设广西食材品鉴推介环节,多个品牌展位为各地农户代表提供食材展示的平台,5家广西优质餐饮企业获评广西烹饪餐饮行业协会颁发的广西扶贫食材推广及桂菜创新研发突出贡献单位。

据介绍,“广西好嘢”是广西农业品牌总体形象标志,截至2019年,共认定两批“广西好嘢”农业品牌199个,其中农产品区域公用品牌46个、农业企业品牌47个、农产品品牌106个,品牌总产值达656.7亿元,品牌价值超过1500亿元。未来广西将继续大力实施品牌强农战略,向全国乃至海外市场传递广西“生态、长寿、富硒”农业品牌价值。

2020年是脱贫攻坚决胜之年,广西餐饮业也纷纷积极响应国家精准扶贫、振兴农村经济的号召,将菜品研发与广西食材结合,助力广西名优食材市场价值的提升。

近年来,广西壮族自治区农业农村厅认真贯彻落实中央和自治区部署要求,鼓励支持更多农业企业和农产品提品质、强品牌向“广西好嘢”品牌靠拢,积极与全国各大餐饮企业、经销商对接,打造“广西好嘢”高端农产品供应链,为全国人民提供更多绿色生态、美味健康高端农产品,不断扩大“广西好嘢”农业品牌形象的影响力和知晓度。

本报记者 阮蓓

江苏盐城市大丰区大中街道抓品牌带产业

近年来,江苏省盐城市大丰区大中街道充分发挥恒北村“麋鹿”牌早酥梨的品牌优势,积极更新拓展以“翠冠”等优质品种为主的梨园1000亩。这是该街道推动品牌农产品建设,辐射带动周边农户增收致富的一大举措。

据介绍,该街道借助江苏省农科院的技术优势,在全国“一村一品示范村”恒北村成立专家工作室,为果农推广新品种、传授新技术,发展新工艺,实施新栽培,取得了良好的经济效益和社会效益。

该街道还充分发挥“丰收大地”中国驰名商标、“裕华”牌大蒜等地理标志农产品作用,以脱毒种苗技术提升科技水平,以设施栽培提升产业层次,以深加工项目拉长产业链条,辐射带动周边区域大蒜产业发展,成为上海大蒜主供应基地。

陈正坤

区域风采

红心猕猴桃“甜”了六盘水

□□ 本报记者 刘久锋 实习生 龙小敏

秋高气爽,瓜果飘香。从贵州省会贵阳市搭乘“凉都弥你红”号高铁一路向西,一个小时候左右的时间,就来到六盘水市境内。

六盘水是典型的低纬度高海拔山区,非常适合猕猴桃生长,境内野生猕猴桃总面积达163万亩,品种有14种,可开发利用面积60万亩,有中国野生猕猴桃之乡之称。

“冠名‘凉都弥你红’号高铁专列,彰显了‘凉都弥你红’雄厚的品牌实力,向万千乘客传达凉都弥你红‘一颗红心,甜蜜你心’的品牌理念,并借此建立起联结广大消费者‘高速通路’,助力品牌

跑出‘中国速度’。”六盘水市农业农村局副局长施关正说。

猕猴桃是六盘水的经济和生态财富。2000年,六盘水猕猴桃产业在水城县猴场乡引种并取得成功。经过20年的发展,六盘水猕猴桃已成为助农增收的富民产业,种植面积超过了20万亩,覆盖了14.86万人。每年提供就业岗位达六七百万人次,促进务工总收入2亿多元。

据六盘水市农业农村局副局长胡兴建介绍,今年六盘水猕猴桃增产增收,产量预计达到2.5万吨,商品果率从去年的60%提高到了75%,价格去年的基础上稳中有升,产值有望达到7亿元。

六盘水猕猴桃产业的蓬勃发展,为各路精英搭建了创业平台,一大批煤老板转行投身农业,组

建公司大规模种植猕猴桃,延长产业链。同时,猕猴桃产业的发展也为农村产业发展开辟了新的道路,吸引了一大批农民返乡创业,从而造就了一大批新型职业农民。

记者望着龙河镇安寨山腰上的一堆堆建筑材料向正在休息的农民问出了心中的疑惑:“为什么堆在那里?”

“运上来修房子,以前修不起,现在有钱了,家家都开始改造老房咯!”

据了解,在龙河镇没有大面积种植猕猴桃以前,当地没有可以通车的道路,就算外出务工赚了点钱想要修缮老房也力不从心,运输成本太高了。自六盘水市农业投资开发有限公司入驻以来,为当地修了一条可供大货车通过的水泥路,

为基地更好地发展补足了“短板”。

龙河镇猕猴桃基地是六盘水猕猴桃产业发展的重要组成部分,现有种植面积5000余亩,共种植猕猴桃24.4万株,辐射了周边5个村落,涉及农户8006人,其中贫困户1471人,基地平均每年可以解决就业400余人,优先从贫困人口中选择,贫困户人均年收入现已超过了5000元,基地所涉及及的贫困户通过园区务工、土地流转及年底分红等方式已经全部实现了脱贫。

六盘水为保证市场的规范性、延长猕猴桃的销售周期,使用科学的储存方法,将原本仅有一个多月鲜果食用期的猕猴桃从当年的8月延长到了次年4月,并保持口感不变,打造高端精品品牌,创新销售模式,提高猕猴桃的市场竞争力。

2020品牌农业发展国际研讨会倡导

以优秀品牌支撑农产品贸易高质量发展

□□ 本报记者 王小川

为贯彻落实习近平总书记“贯彻落实新发展理念,紧扣推动高质量发展,着力构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”重要讲话精神,推动我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段,近日,2020品牌农业发展国际研讨会通过线上直播的方式成功召开。

本届会议的主题是“共商共建共享·区域合作新格局”,来自国家相关部委、联合国及相关国际组织、外国驻华机构以及国内外行业协会、品牌企业的代表参加研讨会。会议期间,与会专家学者围绕促进农业产业国际交流与合作,推动各国农业品牌与国际市场接轨、拓宽农产品进出口通道等主题深入沟通研讨。

第十二届全国政协副主席李海峰为大会发来贺词,李海峰表示,国际间的交流合作,对中国乃至对中国的伙伴国家都是非常重要的,中国坚持改革开放,基于中国人民对美好生活的不断追求,也符合世界人民追求和平与发展的期盼。中国愿

意同各伙伴国家携手在各个领域建立互利互惠、共商共建共享的合作关系。希望大会及主办方能够继续联合相关国际组织,一起推动现代农业的可持续发展,实现共同繁荣的美好愿景。

与会专家指出,“十三五”期间,我国农业品牌建设力度空前,区域公用品牌、企业品牌、产品品牌“新三品”协同发展,强势品牌崭露头角,知名度和影响力有了大幅提升,形成了政府强力推动、企业主动创建、社会积极参与的良好局面。农业是国民经济的基础,加快实施品牌强农战略已经成为推动农业高质量发展、提升农业竞争力的必然选择,成为为广大农民谋幸福、为中国农业谋强盛的必由之路,具有深远的战略意义。

当前,我国已成为经济贸易全球化的重要推动者,伴随着“一带一路”等区域合作的加快推进,国内农业面临更加开放的环境和更大的竞争压力。在此背景下,塑造中国农业品牌,推动其进入全球农业品牌竞争的语体系,是提高我国农业国际竞争力、应对全球竞争的重要途径。

与会专家表示,当前我国农业品牌正处于蓬

勃发展阶段,要秉持共商、共建、共享的合作观进一步加强品牌建设,擦亮农业品牌、展示中国形象,以优秀品牌支撑农产品贸易高质量发展。加快实施“品牌强农”战略,加强“两个市场、两种资源”统筹,构建“双循环”背景下的农产品贸易新发展格局成为大势所趋。

中国优农协会会长黄竟仪在接受记者采访时表示,经济复苏离不开世界各国携手合作、共建共商,离不开产业全球化发展,农业国际合作的重要性也日益凸显。此次活动将进一步凝聚人心、凝聚力量,把交流的经验成果和形成的广泛共识,不断转化为推动品牌农业发展的新动能,持续加强农业领域的区域化国际合作。

据悉,2013年以来,中国优质农产品开发服务协会连续举办7届“品牌农业发展国际研讨会”,现已成为中外专家交流品牌发展经验、强化区域国际合作、促进国内外农产品贸易的重要平台。

作为本届会议的重要议程,大溪谷论坛以“区域合作 挖掘增长新动力”为主题,来自马来西亚、摩洛哥、巴基斯坦等国的代表和中国媒体、企业

代表就品牌农业发展与国际交流共同探讨,为农业产业链升级换代发掘新动能,为品牌优质农产品的贸易互通寻找新路径。

作为品牌农业发展国际研讨会的永久举办地,成都市蒲江县长期坚持“生态优先、绿色发展”理念,走农业“规模化、标准化、市场化”“三化联动”、品种、品质、品牌“三品提升”、农业、农产品加工、农业休闲旅游业“三产联动”的道路。蒲江县副县长赵斌斌介绍,蒲江积极抢抓“一带一路”和“蓉欧+”等重大战略机遇,培育了“蒲江雀舌”“蒲江猕猴桃”“蒲江丑柑”“蒲江米花糖”等国家地理标志保护产品,不仅有力促进产业规模化、标准化进程,增强区域品牌的市场核心竞争力,还有效提高农业经济效益,带动当地居民增收致富。

本届品牌农业发展国际研讨会由中国优质农产品开发服务协会、中国检验检疫学会、国际农业协会联盟、四川省农业厅、成都市人民政府共同主办。据不完全统计,会议直播期间,超过200万人次通过网络收听收看会议直播,共襄品牌农业发展盛举。