

锐观察

火山与农业能擦出怎样的火花？

——山东昌乐独辟蹊径推动农业品牌发展

□□ 本报记者 吕兵兵

这是一片颇具神奇色彩的土地,1800万年前的火山喷发,形成了这里独特的地质结构,成为世界四大蓝宝石产地之一。如今,在境内近百平方公里的范围内,有大大小小的古火山近百座,丰富的火山灰资源,造就了此处独特的土壤条件。

这里是山东昌乐。近日,一个响亮的农产品区域公用品牌——“火山农八鲜”在此问世,用“火山+农业”来打造农产品品牌,这在国内并不常见。

谈到推动“火山+农业”发展的初衷,山东省昌乐县县长张建伟表示:“发展品牌农业,助推乡村产业振兴,如何破题?丰富的火山灰土壤,地处北纬36°黄金纬度线,这是昌乐的独特优势,也是发展品牌农业的核心竞争力所在。基于此,昌乐策划推出了‘火山农八鲜’这一区域公用品牌,今后将以此品牌为龙头,招才引智、整合资源、做强品质、多元传播,将其打造成为推动乡村产业振兴的强劲引擎。”

“火山+农业”碰撞出火花

2020年5月,全国首个主打火山品牌的特色高端优质西瓜品类“法晶红颜”在昌乐亮相,这是西瓜之乡昌乐在“火山+农业”上的牛刀小试。“一箱两个,售价160元,电商平台上架这款特别的西瓜后,2小时即被抢购一空。

“这真的让人十分震惊。”品牌主要策划人、中国服务贸易协会电子商务委员会主任苏军说,“分析这次火爆销售的前前后后,在当前农产品品牌竞争同质严重、跳出不易的大环境下,‘火山+’这一具有独特性、甚至唯一性的品牌特征,提升了识别性和传播能力,对建立品牌势能、实现品牌溢价,发挥了关键作用。”

为何“火山+”会产生这样的效应?这得益于公众对火山土壤优势的普遍认知。火山爆发导致火山灰及岩石碎片分布于喷发点周围的广阔区域,形成火山土壤,富含硒、铁、锰、锌、硅、

钙、镁、钾等营养元素。火山土壤种植的农产品品质较为出众,世界上知名的咖啡和葡萄酒大多产自火山区。

在国外,火山与农产品品牌的结合已经十分成熟。意大利那不勒斯地区的维苏威火山遗址盛产水果,品质超群;西班牙火山小岛兰萨罗特岛种植的葡萄,酿酒后是西班牙最知名的红酒之一;哥斯达黎加的火山土壤,更是造就了全世界知名的优质咖啡豆。而在国内,由于我国火山资源本就较少,火山等地质特征与农产品品牌的融合,几乎还是空白。

“独特资源就要发挥独特优势,让火山资源为昌乐乡村产业振兴注入强劲动能,刻不容缓。因此,昌乐找寻农产品的原产地价值基因,就将支撑点放在了‘依托独特火山资源、占领火山农产品空白市场’上。”昌乐县委副书记徐莹说。

举办专题峰会 招才引智谋发展

“昌乐火山农业的提出,是我国农业地质领域创新。独特的火山土壤地质基础,特定的地形、地理和适宜的气候条件,加上传统有效的耕作经验与现代农业技术的结合,以西甜瓜为代表的名特优昌乐火山农产品,具有广阔的发展前景。”在2020年召开的首届中国(昌乐)火山农业峰会上,中国地质大学(北京)地球科学与资源学院教授白志达如此评价。

峰会以“唤醒沉睡古火山、书写农业新篇章”为主题,由中国服务贸易协会电子商务委员会、中国电子商务产业联盟、潍坊国家农业开放发展综合试验区推进办公室和昌乐县人民政府等单位联合主办。

从品牌概念的提出,到未来的品牌发展,需要懂品牌、懂市场的智囊团。峰会期间,昌乐聘请中国火山地质专家、中国科学院院士刘嘉麒等6名专家为昌乐火山农业产业发展高级专家顾问。国际欧亚科学院院士朱明与红宝公司签订院士工作站建站协议,中国电商委、中国企业走出去联盟、山东省农科院等与昌乐县签订

战略合作协议16项。

做好“火山+农业”文章,关键是建立有统治力的区域公用品牌,建立产品矩阵。对此,2020年5月份以来,昌乐就与与会单位进行深度研判,又向与会专家多方征求意见,最终推出了“火山农八鲜”这一区域公用品牌,确定了“昌乐火山农产品、给大家多些新鲜”的传播口号。

主要策划人苏军这样解读“火山农八鲜”的优势所在:具有天然传播力,很容易产生“哪八鲜”的自然提问,易于对号入座、归拢产品;火山是品类属性,一目了然,一望可知是火山农产品;“鲜”是农产品的重要属性,具有品牌延展能力;地方八珍、八大名酒、八大菜系,八成为行业归类最喜欢用的数字;八仙过海是超级记忆点,昌乐“八鲜过海”,可为农产品走出去建立势能。

“火山农八鲜”放大品牌带动效应

峰会的召开,也开始了一场寻找“昌乐农八鲜”的评选活动。昌乐已将县内16个主要农产品列入备选名单,并通过全民投票和专家评审议的方式,最终确定8类产品成为首批“八鲜”代表。

在县农业农村局局长黄军清看来,确定“八鲜”品类后,更关键的是建立产品标准,根据不同的类别形成相应的管理体系,包括品牌申报体系、授权体系、产品管理体系、商品流通体系等,建立从田间地头到消费者餐桌的可追溯链条,提升全县现代农业发展水平。

为做好运营“火山农八鲜”品牌的准备,2019年以来,昌乐就统筹县域资源,集聚产业要素,发起成立了“火山农业产业联盟”。联盟横向统筹国有企业、金融机构和基地园区,吸纳18家农业龙头企业加盟;纵向布设村级乡村振兴服务站,通过信息化智能化管理,实现供需调节、集散收储、冷链配送等,共同培育壮大火山农业品牌。

地处乔官镇的联盟示范引领项目区,总占地2万亩,已形成种苗培育、农资供应、标准化



昌乐县火山品牌农产品。 资料图

生产、产品初加工、直播带货等产业链条,催生了观光采摘、直播体验、研学游等多类业态,让150多个村庄的1.6万名农民开始分享“火山+农业”的发展红利。

而且,“火山农八鲜”这一农产品品牌新IP,与互联网电商直播的气质高度吻合。在峰会上,昌乐与V5直播、豆果美食等平台达成战略合作。2020年10月22日,昌乐还带着新鲜出炉的首届“八鲜”产品,走进北京召开了专题推介会。

“作为火山农业发展的策源地,昌乐将持续放大独特火山资源优势,通过建立健全火山农业生态,配置完善火山农业发展要素,畅通火山农产品线上线下销售渠道,推动昌乐火山特色农业快速发展,逐步成为全国火山农业发展的风向标。”徐莹说。

区域风采

□□ 邱永林

安徽太和『上海青』受青睐

连日来,在安徽太和县三堂镇东村的“上海青”种植基地,几十位村民忙着把收割下来的“上海青”蔬菜装框、装车,送到村里一座大型冷库中,然后源源不断地运输到长三角地区销售市场。据介绍,近年来,该县三堂镇在上海市的一批“上海青”蔬菜种植能人陆续返回家乡,流转土地开始规模种植“上海青”。由于该产业投资少、见效快、利润高,吸引了当地不少村民积极参与种植。目前,这个镇“上海青”种植面积就达1.5万多亩,成为全国三大“上海青”种植基地之一。量大、质优的太和“上海青”引来全国各地特别是长三角地区众多客商青睐,每逢“上海青”成熟收割期,都会吸引大量客商前来收购,并运输到长三角地区进行销售,“上海青”产业的健康发展也促进了当地村民增收。



近日,河南省开封市尉氏县庄头镇牛家灯笼扶贫作坊的工人在赶制节庆灯笼。随着新年的临近,牛家灯笼扶贫作坊的灯笼销售迎来了黄金季。近年来,尉氏县采取“党支部+公司(专业合作社)+基地+农户”的模式,大力发展“一村一品”特色产业,引导农民加工、种植、养殖等特色产业。目前,全县516个行政村组建了309个“一村一品”农民专业合作社,吸纳了1.16万群众加入合作社,实现村民在家门口就业。

李新义 本报记者 王帅杰 摄

浙江开化将红茶纳入顶级茶管理体系

钱江源育好茶 “开门红”树标杆

□□ 本报记者 王壹

李群勇已经入驻家乡开化县的钱江源开门红大师工作室一月有余了。

钱江源开门红大师工作室是开化县专门为红茶加工制作人才而开设的。首批受聘的三位大师已经于2020年12月9日正式入驻,李群勇正是其中之一。

浙江省衢州市开化县位于浙皖赣三省七县交界处,浙江省母亲河—钱塘江的源头,是国家生态文明建设示范县。

在2020年度中国茶叶区域公用品牌价值评估中,开化龙顶品牌价值达27.16亿元。如今,以龙顶茶闻名、有“中国龙顶名茶之乡”称号的开化县,因为精制红茶而夺冠的李群勇,步入红茶产业发展的“快车道”。

据2020年发布的我国红茶市场与产业调查分析报告显示,目前我国红茶产区集中,并呈多元化分布。一方面,我国红茶产区主要集中在滇、闽、鄂、湘4省,2018年四省红茶合计产量占全国总量的67.9%。另一方面,我国红茶区域分布趋于多元化,贵州、广东、江西、江苏、四川和陕西的红茶产量占比提升,挤占了滇、闽、鄂、湘4省4%的产能份额。

如何让并不位于红茶主产区内的开化红茶更好更快进入市场,“飞”入寻常百姓家?近日,在浙江开化县举办的2020钱江源开门红高质量发展圆桌会上给出答案。

依托悠久历史 打造品牌好茶

开化县是浙江省重要产茶区,种茶、制茶、售茶历史悠久,始于晚唐,盛于明清,在明朝已被列为贡品。

如今,开化县茶园总面积12.5万亩,从事茶叶行业人员5万余人。共有茶叶专业合作社、家庭农场351家,其中合作社143家、家庭农场208家,基地面积100亩以上的133家。有大小小加工厂483家,其中具有标准化茶厂的企业14家。

2020年,开化县茶叶总产量2397吨,产值10.18亿元,同比增加1.56%和15.4%,其中,开化红茶年产值为1.5亿元,占整个产业比重为15%。

在2020年举办的全国茶叶加工工(精制)职业技能大赛决赛中,代表浙江省参赛的李群勇和华慧芸两位选手分别取得了红茶加工全国个人第一、第三名。浙江省获得了团体第一的好成绩,改写了浙江省红茶弱省的地位。依托茶产业发展的悠久历史以及李群勇获得冠军的事件,开化县迎来了把“开门红”产业做大、做精、做强的好机会。

好茶如何能叫好又叫座?在李群勇看来,品牌竞争力非常重要。“生产好茶最终要落到增收致富上,不能只有好产品,一定要打造品牌。”李群勇说。

提高准入门槛 确保茶叶品质

“开门红”品牌红茶研制起步于2012年,优选钱江源头平均海拔600米以上的生态茶园,以一

芽一叶至一芽二叶初展的优质当地群体种群鲜叶为原料,充分挖掘开化茶叶生态环境的优势。

有了好原料,接下来就要有好标准。浙江省农业农村厅茶产业发展首席专家罗列万告诉记者,制定标准是保障开化县持续产出高品质红茶的一个重要原因,“无论是从选材上,还是产品的规格、等级、加工工艺、茶艺师等,都要制定标准和准入门槛,避免劣质的红茶流入市场,影响品牌口碑”。

开化县副县长陈崇也有同样的感受。“开化县将以成立大师工作室为契机,把‘开门红’红茶纳入开化县顶级茶的管理体系之中,推动出台行业标准,以此提升品牌价值。”陈崇说。

记者从开化县茶叶特色产业发展中心了解到,开化拟通过几年努力,将红茶年产值在全县的比例从15%提升至25%。目前开化县茶科所正在制定红茶标准,预计将于今年出台。相关负责人告诉记者,标准出台后一方面会规范“开门红”的行业标准,其次,县里也会向符合标准的一部分企业开放公用品牌的授权使用。

产业互补发展 品牌多元并进

据统计,我国红茶产量2017年是22.55万吨、2018年是23.33万吨、2019年是30.72万吨,2018年的增长率是3.46%,2019年的增长率是31.68%,2019年的增速非常快,说明红茶市场的发展已经非常成熟,并进入快速成长期,开花的“开门红”将迎来极好的发展机遇。

开化县委副书记、政法委书记汪黎云表示,开

化县委、县政府近年来提出“高端茶引品牌价值,大众茶促百姓增收”的茶产业发展思路,加大茶产业调整力度,形成绿茶为主,红绿并进,多层次、多门类相结合的产品结构体系。

但也有人担忧,发展红茶是否会和开化龙顶绿茶的发展产生矛盾,从而影响开化县整体茶产业发展进程?

在本次红茶加工竞赛浙江省选手的集训加工专家、中国农业科学院茶叶研究所高级农艺师邓余良看来,这其实并不矛盾。邓余良从五方面解释原因:第一,发展红茶产业可以充分利用开化龙顶茶采完以后的茶鲜叶,提高茶鲜叶原料的利用率。第二,可以延长茶鲜叶的采摘期,能有效缓解目前采茶工紧缺的矛盾。第三,将原来废弃不采的春末、夏初茶鲜叶变废为宝,开发高品质的功夫红茶,优化和延伸开化县茶产品的品种结构,可以极大提升茶叶原料的附加值,增加茶企和茶农的收入,又不影响茶树的修剪和生长。第四,红茶在常温干燥的条件下可以贮藏3—4年而不降低品质,可以降低产品的销售风险,提高企业抗风险能力。第五,开化县的生态环境和品种形成了茶鲜叶原料内含物丰富的特征,非常适合加工高品质红茶。

“建议开化县首先提升茶产业发展水平,从改变茶企、茶农的发展观念着手,做成本低、品质高、利润高、有开化特色的红茶。可以吸收知名品牌的成功经验,不要拼原料,要用技术赚利润。”邓余良建议。

业界动态

湖北秭归脐橙产销对接会在武汉举行

“粽橙之恋、橙皮炖猪蹄、橙蜜红心薯……”近日,秭归脐橙品牌推广暨全国产销对接会在湖北武汉市举行,来自上海、浙江、武汉的30多家渠道商、秭归脐橙的龙头企业代表参会,品鉴了一桌以脐橙为原料制作的脐橙宴。

秭归脐橙是中央广播电视总台“品牌强国工程”重点扶持的湖北品牌之一。据秭归县委书记卢辉介绍,近年来,秭归县充分利用独特的峡江气候,大力推广先进的种植、采收、储运技术,着力调优品种结构,形成了春有伦晚、夏有夏橙、秋有秋橙、冬有长红纽荷尔,一年四季均有鲜橙上市的产品供应格局。经过近三十年发展,秭归脐橙已经形成了从种植到深加工的全产业链和完善的供应链体系。

在湖北省农业农村厅、省商务厅、共青团湖北省委等部门的支持下,活动现场,由湖北广电垄上产销联盟组织的多家渠道商代表与秭归县政府以及当地的龙头企业达成多项合作协议,进行了产销合作签约,为秭归脐橙走向全国市场搭建更多渠道。

本报记者 乐明凯

广西田林打造生态油茶品牌

广西百色市田林县具有种植油茶的传统,该县从生态入手打造特色品牌,注册有“鑫意”“鑫福源”“岑王老山”三个商标,产品畅销县内外。产品供不应求,发展前景大,成为当地群众脱贫致富的支柱产业。

据悉,该县根据油茶“双千”计划种苗种植要求,重点加强良种苗源建设,提高良种苗木质量,每年生产良种穗条2500万条,良种苗木供应达600万株以上。从源头保证产品的质量安全,提高产品综合利用价值,支持和鼓励企业开展工艺改造、技术创新及科技攻关,提高精炼水平和高附加值副产品的综合开发技术。全县油茶林面积30.06万亩,年产油茶籽1.14万吨,年产特优质茶油可达2000吨,产值达4亿元以上。

黄碧碧

贵州余庆小叶苦丁茶远销海外

近日,“贵茶出海·助推脱贫攻坚”专柜出口中亚发车仪式在贵州省余庆县举行,满载着100吨余庆小叶苦丁茶叶的货运车,前往西安,再通过中欧班列发往中亚国家。

近年来,余庆县坚持发挥党组织的引领作用,秉承“让天下人喝干净茶”的理念,做干净茶、挣干净钱,打造品牌、扩大市场,将小叶苦丁茶产业的发展作为农村支柱产业,采取“支部+公司+基地+农户”的模式推动发展,建成小叶苦丁茶园面积4.2万亩,产量1260吨,小叶苦丁茶销售网络不仅遍布上海、广州等国内一线城市,还走出国门远销非洲、北美、中亚等地,产值达到5亿元,辐射带动2.3万余农户从事茶产业发展,年人均增收3000余元,茶产业已成为当地农民增收、壮大集体经济、助力脱贫攻坚的重要支柱产业。

现如今,余庆“干净茶”做出了品质、干出了成效,欧盟检测连续3年合格率达100%。2020年5月贵州省第12届茶产业博览会期间,余庆小叶苦丁茶作为遵义最具代表性的茶之一,深受欢迎。

吴明富

江苏溧阳埭头镇获评“味稻小镇”

日前,江苏溧阳市埭头镇被江苏省农业技术推广协会、江苏省作物学会、江苏省水稻产业技术体系联合命名为“2020年江苏‘味稻小镇’”,为该镇农业产业发展增添色彩的同时,更是推进当地农业品牌建设的一枚强劲的助推器。

据悉,江苏溧阳市埭头镇有耕地面积3.1万亩,水稻种植面积达2.4万亩,其中高标准粮田面积达1.57万亩。近年来,埭头镇着力打造优质稻米品牌,坚持以“土生土长、绿色生产”为生产主题,组织合作社成立水稻产业“航母”,扎扎实实打造、培育本地本土的“味稻田园”。

埭头镇还在稻米加工生产方面,立足“自种植、自加工、自营销”的市场主体运营,注重稻米产品品牌建设,着力推进一二三产业融合发展。该镇建有从事稻米加工销售企业2家,形成了年加工优质品牌大米1.25万吨的产能。

涂俊明 钱卫忠 殷俊涛



近日,安徽省宿州市埇桥区顺河乡蓝天弯板有限公司,质检员在检验发往上海的U型板材。2020年以来,作为全省板材产业集聚乡镇的顺河乡“危中寻机”积极开拓国内外市场,打响“板材之乡”品牌,板材业实现产销两旺。2020年,该乡板材业产值实现63亿元。

祝家刚 摄

2020中国粮油财富论坛举行

日前,以“高层次 高质量 高效率”主题的“2020中国粮油财富论坛”在北京举行。本次论坛由粮油市场报主办,来自全国各地的优秀粮油企业代表、业内专家学者、粮食行政管理部门负责人等通过主题演讲、论坛对话等形式共话我国粮食产业高质量发展以及“双循环”格局背景下构建更加现代化的国家粮食安全保障体系。

据悉,中国粮油财富论坛自2011年创办以来,历经10年的创新和探索,目前已成为国内粮油界的年度智慧盛宴。

论坛期间,“第十届中国粮油榜颁奖典礼”同期举行。现场对2020年度中国百佳粮油企业及中国粮油领军企业、中国粮油领军品牌、中国粮油影响力公共品牌、中国粮油影响力人物、中国粮油抗疫保供典范企业、中国十佳粮油集团、中国十佳粮油高质量发展标杆企业、中国十佳粮油创新(智慧型)企业、中国十佳粮油标杆品牌、中国十佳粮油区域领导品牌、中国十佳粮油优质特色产品等进行了颁奖。

黄慧