(六版)

(七版)

产品与产业并重 消费与市场多元

岳西:念好茭白产业"三字经"

咸鸭蛋"触电"记

(八版)

"旧院黑鸡"为何没做成大产业

早在1963年,中科院西南考察组专家在 四川省万源市旧院镇发现一种鸡,浑身羽毛 和皮肉乌黑,母鸡产绿壳蛋。当时,在国际上 有记载的此类鸡种只在南美洲发现过,这是 世界第二次发现,而在中国尚属首次。后来, 专家将这种罕见的鸡种命名为"旧院黑鸡"。

万源处在富硒产业带上,"旧院黑鸡"无 论在口感还是营养价值上都很突出。从上世 纪80年代起,万源便将此作为一大产业来发 展,本世纪以来,当地也曾提出"千万黑鸡下 江南"的口号,但时至今日,"旧院黑鸡"仍未 大规模走出万源。

记者从万源市农业主管部门和一些大型 养殖场业主了解到,"旧院黑鸡"长期以来一 味追求量的突破,在品种保护、品牌维护、市 场监管以及市场开拓等方面都很欠缺,产业 发展存在诸多问题和隐患。振兴"旧院黑鸡" 产业,时不我待,科学有序发展才是正道。

扎堆上市 铩羽而归

"'旧院黑鸡'被发现后,收入了万源地方 资源志,并列入四川省资源保护名录。上世 纪80年代起,开始有人小规模养殖,产品获四 川省优良品种、全国地方优良品种等荣誉。 2000年后,因政府重视,开始出现规模养殖。" 万源市农业农村局畜牧渔业股股长胡渠说。

规模养殖,需要大量种鸡,刚开始,最原 始的办法是从农户家收购。"但数量根本无法 满足,一些养殖户便从外地引进类似的黑鸡, 经杂交,品种便出了问题。"胡渠说。

为了保护品种,政府将旧院镇等相邻7个 乡镇列为"旧院黑鸡"原种保护区,禁止外来 鸡种进入保护区。但这种保护实际上没有具 体措施,外来鸡种进入仍然没有完全杜绝。

尽管如此,"旧院黑鸡"因物以稀为贵,在 川内名气日渐增大,到了2008年前后,活鸡即 使卖到30元/斤,鸡蛋卖到3元/个,产品仍供 不应求。于是,更多的人涌入这个行业,万源 市恒康农业开发有限公司董事长王宇就是这 时入的行,当时,他可是位软件工程师。

2010年,万源市政府提出"千万黑鸡下江 南"的口号,政府投入大笔项目资金,鼓励发 展"旧院黑鸡"。"最重要的政策是给予鸡苗补 贴和圈舍建设资金补贴,每平方米圈舍补贴 资金最高达到150元。"胡渠说,而发放补贴的 鸡苗最高峰一年竟达到60万只。

到2012年时,全市存栏黑鸡竟高达300 万只,这么大量一到出栏季节,洪水一样涌入 市场,价格便出现了断崖式下跌。"活鸡最低 卖到8元/斤,鸡蛋也跌倒1元/个,已经跟大型 养殖场普通鸡和鸡蛋没有区别,于是导致大 片养殖场亏本甚至倒闭。"胡渠介绍说。

养黑鸡不赚钱、"旧院黑鸡"不好吃等等 声音开始在市面上流传。"说不赚钱是因为价



格跌得凶;说不好吃主要是因为滥市,加之很 多人急于抛售,没到出栏期限就卖了,相比一 般养殖时间长的其他品种土鸡来说,同样的 吃法当然口感上差点儿。"王宇说。

随着大量养殖户开始拆栏弃养,全市存 栏量急剧下降,到2014年最低谷,全市存栏量 仅存100万只左右,1000只以上的规模养殖场 只剩下100家左右。

品种保护和品牌维护是"短板"

"旧院黑鸡"因长期被农户散养,从一开 始被发现时,就已经存在跟其他鸡种杂交的 现象,母鸡生下的蛋有绿色,也有浅绿色,还 有浅黄色以及浅粉色等,品种已经不纯。

究竟什么样的黑鸡才是"旧院黑鸡"? 没有进行标准化研究。在这种前提下就开 始产业化发展,当然要出问题。一些养殖户 急功近利,引进外地黑鸡杂交,使问题变得

"旧院黑鸡"属于地理标志保护产品,也 是一个区域公用品牌,"区域公用品牌往往会 遇到这样一个问题,政府部门要鼓励产业发 展,但对使用该品牌的经营户又不好限定得 太死,这就有可能导致一些不法商家以假乱 真、以次充好。"胡渠说。

"本来是好货,却因我们自身忽略品种保 护和品牌维护砸了牌子,这是值得深刻反思 的问题。"王宇说,其实阻碍"旧院黑鸡"发展 壮大的另一个重要原因是,整个产业链没有 打通和延长,以至于无法掌控终端市场价格

"过去我们只注重养,只顾把养殖数量盲 目扩大,加之仅仅提供鲜活产品这一个品种, 高昂的物流运输成本,如果再遭遇收购方压 价,产品便会滞销。大量的活鸡在养殖场卖不 出去,多一天就多一份成本,久而久之,整个产 业就会出现严重问题。"王宇对此很是感慨。 2007年他涉足"旧院黑鸡"养殖,投入的资金基 本血本无归。2008年,他改养殖为贩卖,因此 对整个产业链有了初步的认识。2009年,再次 进入养殖环节,发展至今,他的养殖场占地近 400亩,常年存栏种鸡1万余只。

王宇以"公司+合作社+养殖户"的方 式,提供鸡苗给农户养殖,然后回购商品 鸡,向外销售,一年活鸡外销量达10万余 只。"我现在正在进行全产业链布局,线上 线下同时拓展,线下以直营店为主,在市场 和产业链没有完全打通的情况下,不打算 盲目扩大规模。"

稳品系、强监管,才能赢市场

王宇的养殖场现在是四川省省级资源保 种场、四川省核心育种场、"旧院黑鸡"原种 场,自去年起与四川农业大学进行了深度合 作,主要目的是对"旧院黑鸡"进行品种保护 和开发利用。"只有从源头上保证了品种的优 良,才能让产品具有市场竞争力。"王宇说。

"2015年以前,产业发展走了弯路,但之 后我们开始了理性思考,认为只有循序渐进, 科学发展,才能成功。"胡渠说,品种保护是绕

不过去的必经之路,这是当前的首要任务。 "我们必须解决'旧院黑鸡'性状和基因的稳 定性,选育出若干品系,并形成标准。"

这项工作很复杂。首先,要对目前存在 的五花八门的"旧院黑鸡"进行分离,然后进 行提纯扶壮,经过长期核心选育,形成稳定的 基因数据,并建立数据库。"比如有单冠的,有 双冠的,有肉用的,有蛋用的,有绿壳的,有粉 壳的,这些都要逐一分离,甚至逐一细化,单 冠又分离出单冠肉用、单冠蛋用,甚至单冠肉 用绿壳、单冠肉用粉壳等。"胡渠说。

近年来,万源市委、市政府及农业、商务 等部门出台了很多扶持"旧院黑鸡"产业的政 策,其中尤为重视营销宣传、市场拓展、屠宰 加工等方面。凡是开办"旧院黑鸡"实体店、 体验店的均可得到政府的补助资金。在这种 背景下,"巴山食品"屠宰场与北京"黑鸡小 馆"之间建立了稳定的供应链,后来这一业务 拓展到上海,仅此一家每年便可销售20万只。

"在市场拓展的同时,加强市场监管也十 分重要。"王宇说,"待品种选育和产业标准出 台后,政府要加大行业准人和市场监管力度, 尤其是对'旧院黑鸡'区域公用品牌的使用要 严格审核,对一切假冒伪劣产品要加大惩戒 力度,提高违法成本,以保护产业健康发展。

据统计,目前万源全市"旧院黑鸡"存栏 量约为200万只,年出栏量约为330万只,年 出栏量超过1万只的规模养殖场有20多家。 "照此稳步发展,实现'千万黑鸡下江南'也不 是不可实现的梦。"胡渠说。

■品牌故事

品种调早调优 种植轻简升级 子母品牌协同发展

马陆葡萄:沪上"老牌"优果的新追求

本报记者 胡立刚 文/图

日前,2019年上海葡萄产、销、研论坛暨优 质早熟品种展示活动在上海嘉定区马陆葡萄公 园举行,来自全国的葡萄专家共话葡萄产、销、研 创新与实践,并见证了上海葡萄第一品牌"马陆 葡萄"品种调早调优,种植调简提升,子母品牌





葡萄产、销、研论坛暨优质早熟品种展示活动上展示的"马陆葡萄"。

产量全球第一,种植面积全球第二,鲜食葡萄占 世界消费量的一半。在国内,葡萄是仅次于柑橘 的第二大水果产业。

"马陆葡萄"是上海嘉定区的特色农产品, 始种于1981年,至今已有30多年的发展历史。 马陆镇1999年被原农业部命名为"中国葡萄之 乡"。在2001年上海市优质葡萄品评活动中,马 陆葡萄研究所生产的"马陆"牌葡萄获得金奖。 2002年"马陆"牌通过了上海市优质农产品认证 中心的认证,成为市郊第一批"安全、卫生、优质"

> 农产品。2015年, "马陆葡萄"获得国 家农产品地理标志 登记保护。马陆葡 萄以其上乘的质量、 浓郁的口味、丰富的 营养深受消费者喜 爱,在上海乃至全国 都有较高知名度。 作为上海葡萄第一 品牌,马陆葡萄转型 升级成功与否,在某 种程度上影响着上 海葡萄产业能否做 大做强。

据了解,今年, 马陆葡萄种植面积

为4600余亩,产量达7000多吨,亩均产值为2万 余元。今年最早的马陆葡萄产自马陆葡萄公园, 6月1日正式上市,6月15日开门迎接市民采摘 游、比去年开放采摘提早一周。在第十九届上海 马陆葡萄节期间,葡萄公园将有50余个葡萄品 种相继上市。这是马陆葡萄近年来调早、调优工

葡萄公园的调早行动已经持续了多年,最近 几年,通过重点引进优良早熟新品种如京蜜、日 光红无核等和中晚熟品种如阳光玫瑰等,形成了 早、中、晚熟50多个葡萄产品,丰富了品种的同 时,拉长了产品上市时间,从而为"马陆葡萄"品 牌注人新的活力。

在使品种延长产品上市时间的同时,上海马 陆葡萄公园自2013年开始实行轻简化栽培改 造。截至目前,采用省力高效栽培模式,葡萄种植 人均管理面积由原来的5亩提高到现在的8.5亩, 运用半稀植平棚架的"垄式种植"方式,一亩地种 植36-42棵,降低了种植密度,方便了小型机械进 人,因此减轻了劳动强度减少了劳动力成本。

除了在种植模式上进行升级外,葡萄公园还 积极运用物联网技术。在公园4000平米的智能 温室,目前已实现重金属含量、灌溉水质等指标 的检测,还实现了自动灌溉、肥水一体化、自动喷 药、臭氧水消毒、补光、补气等自动化功能。

中国农学会葡萄分会会长、河北林科院院长 刘俊是参加本次活动的重量级嘉宾。他在《中国 葡萄产业新形势新问题新发展》报告中指出,中 国要从葡萄产业大国转型升级为强国,必须有效 解决面积大、产量高、成熟期集中、产能过剩及劳 动力及土壤环境不断恶化等问题。马陆葡萄公 园的创新显然走在了前面,不仅通过弥补上海市 场5、6月间的果品空档期实现高价高效,还能为 "马陆葡萄"品牌辐射到的基地产品提前做品牌 推广,这显然是实施葡萄品牌化的应有创新。

在提升葡萄种植水平的同时,马陆镇、嘉 定区注重通过举办农业节庆的方式扩大马陆 葡萄知名度和美誉度。马陆葡萄节已经连续 举办了十九届,今年葡萄节期间,游客不仅能 在葡萄公园采摘、观光,还可以在上海保利大 剧院领略葡萄艺术之夜的魅力。马陆葡萄公 园在成功实现了葡萄一二三产业融合的同时, 也验证了葡萄品牌发展的模式,即区域公用品 牌"马陆葡萄"和企业品牌"传伦"牌葡萄完全 可以互促互进携手发展。

"传伦"牌葡萄自2009年起至今连续通过 中绿华夏有机食品认证,在生产过程中严格控 制葡萄产量,实行标准化栽培管理。公园内的 每一个葡萄品种都有各自的留梢、留穗和留粒 标准。有了品质保证,又得益于"马陆葡萄"品 牌的加持,近年来,"传伦"牌葡萄先后荣获中 国十大葡萄品牌、中国果品百强品牌、最具影响 力葡萄品牌等荣誉,为"马陆葡萄"品牌注入了 全新的内涵和价值。

■ 业界动态

吉林 推进"长白山人参"品牌建设

为进一步提升"长白山人参"生产经营主体的品牌意 识、标准化种植水平和加工转化能力,近日,吉林省参茸办 在通化市举办了人参产业重大技术协同推广项目现场经验 交流会及培训班。

吉林省农业农村厅相关负责人表示,随着城乡居民保 健意识增强,人参市场空间很大。要守护好、发展好"长白 山人参"区域公用品牌这块金字招牌,加大人参后续系列产 品研发力度,加快实现产品向精深加工产品的转变。

近年来,吉林省加强人参产业科学谋划,依托长白山区 人参产业发展特殊地域优势、技术优势、产业优势和历史文 化传承优势,大力推进"长白山人参"区域公用品牌建设,不 断提升产品质量和市场影响力。"长白山人参"先后获得 "2016年度中国农产品网络品牌五十强""2017最受消费者 喜爱的中国农产品区域公用品牌""2018亚太知名特产" 2019年区域公用品牌"神农奖"等荣誉。

吉林省自2010年开始实施人参产业振兴工程。成立 了"长白山人参"品牌管理委员会;相继出台了《吉林省人参 管理办法》《人参产业条例》,人参产业管理步入法制化管理 轨道。2017年,申请注册了马德里联盟82个成员国和10个 特定国的"长白山人参"国际商标;完成了中国"驰名商标" 吉林省"著名商标"和长春市"知名商标"的认定:并建立了 人参标准化生产基地150余个,吸纳联盟成员7000多人,涵 盖东北三省约70%的种植户,为全面实现长白山人参品牌 产品可追溯奠定了基础。 本报记者 程天赐

第四届中国大豆产业 国际高峰论坛将举办

为分析当前国内经济与大宗粮油贸易走势,推动全球 粮油业界的交流与合作,"第四届中国大豆产业国际论坛暨 新时期产融结合创新发展探讨"将于8月16日在黑龙江省

此次大会由黑龙江省农业农村厅、大连商品交易所、黑 龙江省大豆协会、黑龙江省农业投资集团、九三粮油工业集 团、南华期货股份有限公司共同主办。会议将邀请政府有 关主管部门、国内外权威行业专家全方位、多视角解读相关 政策,分析市场走势,共同探讨新时期中国大豆、玉米产业 与金融结合的创新之路。

会议主题演讲方面设置了"新时期中国大豆产业转型 发展之路""期货市场服务实体经济转型 助力产融深度结 合"等8个议题,同时,会议还专门安排了"新时期大豆/玉米 产业创新发展探讨"等两个专题论坛,针对当前行业热点问 题进行解读。 本报记者 房宁

新疆(阿克苏) 农产品交易中心启用

近日,新疆(阿克苏)农产品交易中心启动运营。

该交易中心作为新疆特色农产品疆内收购和疆外销售 的重点建设项目,按照"线上+线下"融合发展模式,与新疆 果业集团有限公司和田、伽师、吐鲁番等地的线下农产品批 发交易市场形成呼应,构建上下贯通的网上供销合作社,推 动新疆农产品现代流通体系建设。

新疆(阿克苏)农产品交易中心项目由新疆果业集团与 阿克苏地区供销合作社联合社共同投资新建,占地面积688 亩,建成仓储、加工、保鲜经营服务设施20万平方米。项目 建成后,每年实现农林产品仓储、保鲜、交易规模30万吨以 上,服务带动中小微企业、农民专业合作社、卫星工厂100 家以上,直接、间接带动就业2万人次以上。

据介绍,新疆果业集团已在阿克苏、和田等地开工建 设5个疆内仓储收购加工交易集配中心项目,新疆核桃 (和田)批发交易市场及仓储加工集配中心、鄯善林果产品 仓储加工交易中心两个项目的功能设施已完成建设并投 人运营。

湖南炎陵县 多举措保护黄桃品牌

7月19日,以"炎陵黄桃 桃醉天下"为主题的湖南省 炎陵黄桃 2019年上市发布会在北京新发地批发市场举 办。本次活动旨在借助北京新发地平台的区位、资源和服 务优势,让"炎陵黄桃"走进京津冀,开拓更加广阔的北方 乃至全国市场,让京津冀地区的广大消费者能够享受到 "炎陵黄桃"的甜美。

"炎陵黄桃"产自于湖南省炎陵县境内海拔300米~ 1200米的山区,采用林区山地小块分散种植、依树势定挂果 量、果实套袋防虫等科学栽培方法,实施人工精细管理。果 树成长于优良生态之中,具有早果丰产、果型大、不裂果、外 观美、品质优等优点,是炎陵最具经济效益的农产品。

近年来,随着"炎陵黄桃"知名度的提升,也引来了它的 "模仿者"。为了加强"炎陵黄桃"的品牌保护工作,炎陵县 采取了统一商品包装物、对网络平台以及微商商标授权、委 托专门机构负责维权打假、开通维权热线等措施。在商标 授权方面规定,凡在网络平台销售"炎陵黄桃"的均要求办 理商标授权,非授权户不得经销该产品。目前,全县对3200 个经销商办理了授权手续,其中网络平台380户。在维权 方面,该县利用12315热线维权。目前,已经接到湖南、广 东、福建等地的13家实体店销售假冒"炎陵黄桃"的热线举 报。此外,炎陵县还与长沙诤信律师事务所签订了维权协 议,在线上、线下全面开展维权工作,并与阿里巴巴建立了 本报记者 范英娜 协作机制。