

生态探索

标准化

品牌化

电商化



茶园春色

推进产业提升,高山小番茄供不应求

7月29日,丽水市第三届茭白节在缙云大洋镇举办。茭白节的一个重要内容——丽水高山蔬果精品展吸引了无数目光。四季豆、松花菜、长豇豆、番茄、茄子、辣椒……长相漂亮又水灵的高山蔬菜,令人想一尝为快。

遂昌县高农产品专业合作社摊位前更是挤满了人,他们的特色产品——彩色小番茄,正被大家抢着品尝。“去年亩产达到了3500公斤,每公斤售价54元,卖到杭州上海等大城市,供不应求。”里高合作社的老总包孙雄说。

“7、8、9月,是丽水地区蔬菜收获的旺季。这个季节是长三角地区高温、干旱、多台风的季节,是蔬菜的淡季。我们以高品质的蔬菜进入市场,所以能够取得很好的收益。”市农业局领导说。

这次在茭白节上展出的几家企业,只是丽水精品农产品创业与发展的一个典型。在丽水,越来越多的地方,利用当地的气候、地理优势打造生态精品农产品。

“什么是生态精品农业?打个

比方,就是先筛选出最优质的品种,再落实科学、因地制宜的种养方式,通过建设现代农业设施,精确‘配送’农产品生长所需的阳光、水、温度。在选择肥料以及农药时,必须兼顾产量和安全的双赢效果。”市农业局领导说,在产品采收时,严格遵循时间控制、冷藏冷冻处理、运输过程保鲜等环境的具体要求,确保产品品质达到最佳。

近两年来,当大城市不断出现雾霾问题,位于浙西南的丽水,却依靠优越的生态系统,成为全国空气质量前十的内陆低海拔城市。丽水山好水好空气好,全年温暖湿润,具有明显水平地域性和垂直差异性山地立体气候。优异的生态环境,成了丽水发展农产品的核心竞争力。

2012年3月,丽水在全国率先提出发展生态精品现代农业理念。2013年,丽水正式出台“2013—2020年生态精品现代农业发展规划”,为发展生态精品现代农业提供科学依据和宏观指引,也是丽水农产品发展路上的一个全新起点。

深加工品牌化,让丽水土特产走得更远

在庆元工业园区,浙江百兴食品新的厂房就坐落在这里。玻璃落地窗、咖啡吧,简洁但舒适的装修,显示着这个企业的文化和理念。和很多庆元企业一样,百兴食品最早是做香菇的干品交易。随着对这个行业的不断深入,百兴菇业开始致力于香菇深加工的研究。2011年开始正式研发,次年,第一批香菇酱即推向了市场。此后3年,公司的年产值几乎都以翻番的速度增长,产品远销美国、日本、澳洲等。香菇的深加工,不仅仅让百兴食品拓宽了公司发展之路,也给庆元的菌菇发展带来新的启示。

“庆元地理位置不大好,要把鲜菇运往大城市,运输成本十分高,做农产品精品和做深加工,就可扬长补短。菌菇的深加工,可以大大提高农产品的附加值。”百兴食品行政部经理毛时晔说。

2013年,单单香菇酱这个品种,就卖出了3000多万元。但企业不断扩大,百兴始终坚持做“生态”、做“精品”。毛时晔说:“首先保证原材料的有机,我们菌菇都是通过国家农产品的有机认证,其次我们不用色素,不用添加剂,只用天然的保存方法。”

“山区里的大众农产品生产成本高,普通产品没有竞争力,如何让生态优势最大限度地转化成经济优势,便需要深加工,出来的产品才可能是精品。”市农业局领导说。

据介绍,丽水依托生态优势,探索发展全国山区农业现代化的丽水模式,将培植一批具有较大规模和较强加工能力的特色农产品加工园区、加工龙头企业,打造成为集资源交易集

散地、产品加工集聚地、产品营销中心为一体的综合性农产品深加工基地。到2016年,各县(市、区)规划建设形成农产品加工园区1.22万亩。争取培育国家级农业龙头企业2家、省级骨干农业龙头企业36家、市级重点农业龙头企业260家。年销售收入1000万元以上农业龙头企业350家,1亿元以上农业龙头企业30家。

除了深加工,品牌化也是提高农产品附加值的一个重要途径。

清明前后,你如果到松阳的茶叶市场走一走,一定会被壮观的场景所震撼。这个浙南茶叶著名市场,不仅吸引了周边县市遂昌、武义、云和等地的茶农,福建、江西、湖南、安徽、湖北、广西等地的大量茶农也纷纷赶来,更有四川的茶农不惜打“飞的”,将竹叶青拿到市场来买。松阳茶叶市场为什么这么火?这与一直打造松阳茶叶品牌是分不开的。

“跳出传统农业的思维桎梏,是推进生态精品现代农业发展的前提。”丽水市农业投资发展有限公司总经理徐炳龙介绍,为了进一步打好秀山水的生态牌,丽水专门委托浙江大学编制了《丽水市农产品品牌发展战略规划》,围绕“丽水生态精品农产品”区域品牌,指导全市农产品品牌创建。通过农产品品牌的标准制定、宣传、推广、营销,成功打造了“丽水香菇”、“丽水油茶”、“丽水香茶”、“丽水高山蔬菜”等公共品牌。各县(市、区)也积极跟进参与,提升县域品牌共享性,并支持经营主体开展“子母品牌”创建,积极发挥品牌原产地效应。

坚持电商化,农产品从“农门”跃向大都市

7月21日下午,阿里巴巴的马云率团队专门到遂昌考察,论剑农村电子商务的发展。遂昌这个偏远的山区,凭什么吸引了互联网“大腕”马云的光临?

遂昌山多地少,区位优势不明显,产业规模小且分散。2005年始,一些精明的遂昌商人开始涉足淘宝等网上市场,主要经营竹炭、烤薯、山茶油、菊花等富有地方特色的农产品。

2010年3月,在遂昌县委、县政府的引导下,遂昌网店协会正式成立。这个以帮扶网商成长、整合供应商资源、规范服务市场和价格的非盈利组织,串联起了农村电子商务的各个环节。此后,遂昌县电子商务开始步入集群式快速发展期。

数据显示,至2012年底,协会卖家会员发展到了1200多家,全年共完成电子商务交易约1.5亿元。

2013年1月,淘宝网全国首家县级特色馆“特色中国·遂昌馆”正式上线。它的诞生,宣告了以农特产品为特色、多品类协同发展的县域电子商务“遂昌现象”初步形成。

今年,阿里研究中心对外发布《遂昌模式研究报告》。这是国内首份从县域经济角度研究农产品电子商务的报告。阿里研究中心高级专家张瑞东称,“遂昌模式”在农村电子商务发展行业具有里程碑意义。

遂昌的农村电子商务,是丽水通过网络销售农产品的一个成功典型。事实上,如今在丽水,生态精品现代农业与电

子商务,已是两个密不可分的概念。去年,产自丽水的126吨农产品中,有35%~40%销往上海和江苏。在全市农村电子商务创造的21.08亿元销售总额中,农特产品就占了37.4%,且增势显著。

近年来,丽水市相继建立丽水生态精品农产品网、淘宝丽水特色馆、农产品电子商务交易平台、农村农产品电子商务网店,越来越多的丽水生态精品农产品被挂到网上,卖到全国各地。目前,全市已建成农村电子商务网店4663家,庆元香菇、木耳,松阳香茶、脂松香、松脂,遂昌竹炭等6个产品,相继在天津渤海商品交易所挂牌上市。这些标志着丽水“生态精品现代农业”成功跃出农门,迈入了更广阔的发展空间。

拓展农耕文化,弘扬丰富多元的文化底蕴

缙云大洋的第三届茭白节,吸引了省市农业部门的专家、各地摄影家协会及爱好者、全市部分农业龙头企业、蔬菜种植和销售大户参加。正是茭白丰收的季节,大洋镇随处可见碧波延绵的茭白田。除了对大洋高山茭白优良的品质赞不绝口,宾客们也对大洋的生态环境、美丽独特的风光留下了极深的印象。

8月3日,云和田坪第二届西瓜节热闹地举办,共有6000多人被吸引前来。吃西瓜、雕刻西瓜、鹊桥挑西瓜、西瓜王比赛……西瓜成了好吃又好玩的东西。“不仅打开了云和田坪西瓜的知名度,还打造出西瓜文化来。”云和县紫水滩镇人大主席雷兰军这样说。

丽水有着浓郁厚重的农耕文化,稻鱼共生文化、香菇文化、处州白莲文化、畚乡文化、云和梯田文化、龙泉茶瓷水文化、遂昌劝农节文化、青田鱼灯文化……它们有着上千甚至几千年的历史。利用这些农耕文化,丽水发展形成了一批具有本地特色的,在全国有影响力的农耕节、杨梅节、开茶节、白莲节、红提节、香菇文化节等农业节庆品牌,建设了与产业一体化的农博园、博览馆以及开心农场,培育农业文化产品。

近3年来,全市举办各类农事节庆活动20余场。庆元香菇节、松阳开茶节(中国茶商大会)成为全省十大农事节庆活动。建成以展示香菇历史文化和产业发展为主题的中国庆元香菇博物馆,全方位、多角度地展示了香菇文化的源远流长。香菇产业的绚丽辉煌,成为国内菌类博物馆中的一朵奇葩。

浓郁厚重的农耕文化,为丽水打造农产品精品提供了丰富多元的文化底蕴。而农产品的文化底蕴,不仅提升了本身的销售价格,对进一步打造品牌影响力更有着深远的意义。

本版图文由丽水市农业局提供



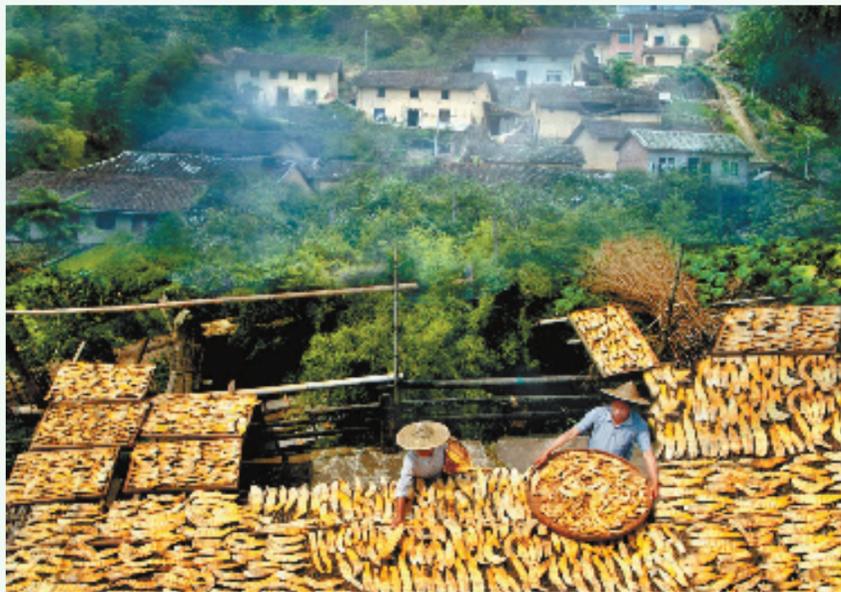
采菊



杏鲍菇



生态鸭



笋香飘飘