

把传统地方美食推向全国,产业带动温州400多农户创收8000余万元

巧借熏鸡,山乡孵出“金蛋”

本报记者 戚祥浩 共享联盟鹿城站 章志义 梦妮 金帅 陈璋琦

打扫、冲洗、消杀,连日来,温州市鹿城区藤桥镇养鸡大户陈长林忙着收拾鸡棚,等待新一批鸡苗的到来。在三面环山的藤桥镇,养鸡,寄托着许多农户的增收梦。

“去年还凑合,赚了20万元。”新春以来,不少村民向陈长林讨教养鸡方法,陈长林总要提及,“近两年受新冠肺炎疫情影响,多亏有公司保护价兜底,平均每斤收购价比市场价高出近一元,否则铁定要赔钱。”

熏鸡是温州传统美食。陈长林口中的公司,是当地的禽类制品深加工龙头企业藤桥食品有限公司(以下简称“藤桥

食品”),它以藤桥熏鸡为主打产品,近两年销售额年均增长20%以上。

过去只有过年才在当地餐桌上出现的藤桥熏鸡,逐步成了道口烧鸡、德州扒鸡等之外的国内另一道名菜。去年,藤桥熏鸡带动400多户农户创收8000余万元,助力藤桥镇成功入选农业农村部、财政部“2021年农业产业强镇创建名单”。

一只熏鸡为啥这么吃香?我们前往藤桥镇探寻答案。

按协议价收购
公司农户相互帮衬

3月2日,藤桥食品内一片忙碌景象,工人们忙着打包、发货,一辆辆满载熏鸡的车辆鱼贯而出,奔赴各地。这让许多像陈长林一样的农户,生活越来越有奔头。

作为一道地方传统美食,藤桥熏鸡肥而不腻、香味扑鼻,藤桥镇几乎家家户户都会制作,常在过年时用来招待客人。陈长林告诉我们,以前,一些村民自己养鸡,但难度不小。上游的饲料价格、出栏后的市场收购价、养鸡过程中鸡瘟等风险……都是农户不得不面对的问题。

幸运的是,陈长林养鸡已经连续10多年稳赚不赔,他把成功归结于与藤桥食品的深度绑定:苗鸡和饲料全部由公司提供,鸡出栏后,无论市场价格如何波动,一律按照协议价收购。“农户不用担心行情,避免过担惊受怕的日子,这太有诱惑力了。”陈长林说。

“现在一年光是养鸡我就能赚几十万元,人人都说我养的鸡会下金蛋。”谈及与藤桥食品的合作,藤桥镇潮济村村民刘邓克同样深有感触。2008年,刘邓克开始养鸡,最初只是屋前围了一圈小栅栏,养几只小鸡,如今已养到2万多只。在藤桥食品创始人张卢兄看来,公司和农户是合作共赢:“我们与农户之间是相互成就、共同成长。”

和陈长林一样,张卢兄过去也是养鸡大户。意识到坐等采购商上门不是长久之计后,张卢兄决定自己开拓市场,争取主动权。他先是寻求与一些炸鸡品牌连锁店合作,然后将家乡的熏鸡推向市场。没想到,市场逐步打开,烦恼也来了——原材料的供应跟不上。

要全部自己养?仔细分析后,张卢兄打消了这个念头。正如鸡蛋不

能全部放一个篮子内,养鸡并非规模越大越好,比如遇上鸡瘟的风险就不得不防。分散养殖,可以很大程度上回避这种风险。于是,张卢兄邀请农户为藤桥食品养鸡。“养一只鸡,能给我多少钱?”“把鸡养大了,你们不要咋办?”“如果碰到鸡瘟,鸡都死光了怎么办?”一开始,农户们有所顾虑。

2005年下半年,受禽流感影响,三黄鸡收购价格跌至每斤2.3元。而张卢兄与农户签订的收购合约为每斤5.2元。“可以借机主张不可抗力,放弃收购。”有人支招。但考虑到农户的困难,放眼长远,张卢兄全部按照合同价收购了农户的三黄鸡。这些收购来的三黄鸡,大部分成为积压货,仅这一项就给公司造成直接经济损失1000万元。一时间,农户很是感慨,从此,他们打消了顾虑,开始和公司合作。

农户利益有保障,公司同样也受益。张卢兄介绍,除了规避鸡瘟风险,“公司+基地+农户”这种轻资产经营模式对资金占用较少。而且,在市场价格超过收购协议价时,按照协议价执行,也保护了公司利益。

一只鸡有200多种做法 藤桥熏鸡“走”出温州

一头连着养殖户,一头连着千变万化的大市场。“公司和农户在联手的过程中,只有积极谋变,才能更好地发展。”张卢兄表示,把熏鸡推向市场,就是主动谋变的过程。

“市场上以前缺少有温州辨识度的礼品。”张卢兄说,藤桥熏鸡就是一个不错的选项。但传统熏鸡只在腊月生产,其他时间做出来的熏鸡要么口味不行,要么容易变质。想做大熏鸡生意,一年只在腊月做可不行,张卢兄一家人开始为此忙碌。他们遍寻国内外食品工程师,多次求教,终于捣鼓出了冷干生产线——模仿腊月的冷干环境,参照西班牙火腿的发酵工艺,搭建冷干车间,让冷风呼呼地吹上7天,一只完美的熏鸡便制作而成。从此,地道口味的藤桥熏鸡实现了全年无时限量生产。

然而,销量持续增长多年后,增幅一度放缓。到底怎么了?藤桥食品市场部负责人潘一杰指

出了问题所在:藤桥熏鸡起家,被深深地打上了温州烙印,一开始对本土市场开拓起到了积极作用,但随着规模越做越大,问题来了。“温州人买只藤桥熏鸡送给朋友,再正常不过。但杭州人买藤桥熏鸡送朋友,总觉得别扭。”

如何让一个地方的农特产品走向全国,让更多人认可并买单?近年来,鹿城区一方面深挖熏鸡饮食文化,另一方面鼓励企业动态跟踪调研多省市消费者的口味、习惯,不断改进工艺、创新产品、丰富种类。

饮食文化的挖掘,从菜品开发破题。鹿城区巧妙地结合厨艺大赛等活动,组织厨师用熏鸡为原料来设计菜肴。蛋挞熏鸡、熏鸡白玉羹、什锦熏鸡煲……各种藤桥熏鸡做法,目前已经开发出200多种。如今,藤桥熏鸡进入各大酒店时,都会附赠一本“熏鸡菜谱”。

凭借熏鸡开路,藤桥食品进一步推出了鸭舌、鸭爪、鸭脖等休闲食品,还专

门针对云贵川等市场开发了泡椒凤爪、麻辣鸭脖等特色口味。

种类丰富的产品拓宽了销路,如今,公司线下营销网络已覆盖全国32个省份、260个地市,仅熏鸡一项,迄今已卖出1亿多只。

藤桥食品对原材料的需求量越来越大,农户合作养殖的热情也水涨船高,多的时候,大大小小上千养殖户为公司养殖。

养殖户一拥而上的弊端很快显现,整个藤桥镇,曾经随处可见鸡棚乱搭、鸡粪乱拉。农户按照土方法养殖的鸡,质量和口感也难以保障。制定统一的养殖标准,引导科学规模化养殖,是时候了。

经鹿城区有关部门牵线搭桥,藤桥食品与华中农业大学、浙江大学农学院、温州大学、温州食品研究所等专业科研院所建立了长期合作关系,并引进专业技术人员,引导农户科学养殖——公司不仅统一提供鸡苗、饲料、营养配

方,连每平方米养几只鸡、一天清理几次鸡棚、鸡一天吃几顿,全部有具体规定。

技术人员隔三差五去各个养殖场查看鸡苗成长情况,跟进饲养进展,深度介入每批次鸡的成长。对所有存栏鸡的重量、疫苗接种等信息实行动态监管并全流程开展指导。养殖户慢慢地感受到了技术的力量,增强了扩大规模的信心,从数十只、数百只到数千只,再到一口气养数万只鸡。

藤桥食品还制订了年度生产计划表,根据每家养殖户规模分配养殖数量,敲定具体出栏日期。

“不多一天不少一天,公司每次都掐着时间上门收购。”陈长林告诉记者,鸡过了生长周期,就不怎么长肉了,按照一茬两万只鸡计算,多养一天,意味着数千元饲料开支的增加。通过标准化养殖,什么时候引进鸡苗、什么时候出栏、养一茬鸡能赚多少钱,农户一开始就清清楚楚。



腊月天气晴好时,一排排挂户外的熏鸡,是藤桥镇常见的风景。

藤桥镇村民学做直播,为当地农产品代言。拍友 周炳法 摄



藤桥食品有限公司生产车间。

直播带货乡村游齐上阵
“熏鸡发展模式”开挂

藤桥美食,也让曾经名不见经传的藤桥镇有了更高的曝光度。

“很多人吃着熏鸡,才知道有藤桥这个地方。”藤桥镇党委书记徐宁笑着说,可藤桥并不仅仅只有熏鸡。

眼下,藤桥镇加快培育农民专业合作社、家庭农场、专业大户、致富带头人和农民经纪人,推动藤桥镇生态蔬菜、水果、泡茶等产业走向品牌化、市场化发展路子,让更多“熏鸡发展模式”在藤桥扎根生长。

农户和公司可以抱团合作,不同特色农产品之间是否也可以联手擦亮区域品牌?藤桥为此专门打造了农业馆。走进新打造的农业馆,我们看到,藤桥熏鸡、乌豆酒、炒面、藤桥大米、高山猕猴桃等本土农产品琳琅满目。农业馆内还设有多间直播室,农民可以加入农业馆的直播队伍,成为自己产品的代言人。直播现场,农户杨爱兰正面对镜头为自家产品代言,过去见到镜头就慌的她,如今已经十分老练。

“农味”越来越足的藤桥镇,计划在未來3年推进肉鸡及相关产品生产设施智能化改造,优化升级基础设施设备,把养殖加工全产业链产值提升30%以上,达到6.65亿元。

让一只熏鸡释放更大的能量,藤桥镇建立了熏鸡文化展厅,打造熏鸡起源探索节等特色活动,让熏鸡有了文化味、历史感。

“温长旺,饲养年数12,合作年数12,养殖规模1.7万只;叶学丰,饲养年数11,合作年数11,养殖规模1.8万只;陈薇,饲养年数5,合作年数5,养殖规模1.7万只……”在不久前新落成的熏鸡文化展厅内,合作养殖户的照片、养殖年数、合作时间等信息被一一列出。

“农户获利,就是公司获利,共赢,才是我们的最终目标。只有真正做到让农户得到实惠、出效益、增收入,才能保证企业长远稳定的发展。”张卢兄说。

如今,熏鸡产业链进一步延伸,成为藤桥打开农旅融合发展的金钥匙。

藤桥镇对养殖基地等改造提升,配套开发了5条涵盖休闲观光、民宿旅游、蔬果采摘、亲子研学的乡村游线路。去年,该镇迎来了20万游客。在镇上,闲置的教学楼成为夏令营举办地;本地产的竹子成为学生体验搭竹筏的教具;村民的农房摇身变成农家乐……“店里推出的熏鸡主打菜,成为揽客招牌菜,经常全场上阵都忙不过来。”村民李素华把自己的住房改造成农家乐,面对络绎不绝的顾客,他笑得合不拢嘴。

记者手记

让联合产生聚变效应

戚祥浩

10多年来,藤桥熏鸡越“飞”越远。

它如今已成为带动乡土经济壮大的支点之一,托起了众多农户的增收梦。

共同富裕背景下,公司联合农户的做法各地都有,该怎么联合,才能产生聚变效应?

首先,要以共赢理念联合。公司成就农户,需要努力开拓市场,让农户享受到更多发展红利;农户成就公司,需要全力提升产品品质,让公司没有后顾之忧。相互间只有全力以赴做好分内事,才能打下联合的基础。

其次,要以契约精神联合。合作难免有风险。白纸黑字,写在契约的条款,哪怕再难,也要尽力扛住。在遭遇禽流感、人人谈鸡色变时,藤桥食品有限公司诚信履约,用自己的亏损换来了农户的坚定追随。同样,在市场价格远超过收购价时,正是农户的“不为所动”,换来了公司的稳定经营。

再次,要以谋变意识联合。发展不是一成不变,如果死抱着老观念、老经验、老办法不放,也就没有今天的藤桥熏鸡。从打破熏鸡制作的季节性属性,到标准化养殖模式的打造,再到更多菜品的开发、新品的研发,藤桥熏鸡的发展,处处透着“变”字。

总之,公司和农户之间,不是简单的相连相加,要植入更多类似“软件”,才能产生聚变效应。



兰溪永昌:保护利用 古村逢春

丁宇

风雅古韵的村舍建筑,四通八达的乡村道路,妙趣横生的非遗活动……近年来,兰溪市永昌街道社峰村按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的要求,深挖传统文化资源,发展特色文旅产业,着力打造古城古村开发样板。一幅美丽乡村画卷正在社峰村的大地上徐徐展开。

底蕴深厚 描绘文旅蓝图

“快来瞧瞧无骨针刺花灯……”坐在自家店里,吴大伯手拿绣花针,在红色的花灯上刻下“国泰民安”字样,时不时抬头吆喝一声,吸引了不少游客进店参观。

行走在社峰村,古庙、古桥、牌坊、厅堂等古建筑尽收眼底;沿街的无骨针刺花灯、传统戏剧等民俗节目精彩纷呈。近年来,社峰村修缮了“国保”积庆堂、吴氏宗祠等古建筑,配套建设了广场、沿溪绿道等硬件设施,巧妙布局了养砚斋书法小院等景观节点。同时,立足历史文化优势,鼓励村民依托古民居开设业态,目前传统小吃、特色糕点、民俗手工艺、非物质文化遗产、

书画摄影等新型文化业态已初具规模,走出了一条“文化+旅游”的新路子。“让村落看得见变化,让村民争得到收入,让年轻人留得下来,这是我们的发展目标。”社峰村党支部书记吴志贤说。

记住乡愁 传统文化焕新

舞布龙、迎桥灯、开庙会……

元宵佳节,社峰村迎来了一年一度的传统民俗活动,村民们舞着龙灯沿着村道徐徐前进,欢庆的锣鼓声中寄予了对平安吉祥的企盼。

近年来,社峰村深谙民心期盼,开展系列惠民工程,通过挖掘德孝文化、耕读文化、家族文化等优势资源,开展“送戏下乡”、无骨花灯、民俗节庆等群众文化活动162场,把“活”业态引进“老”习

俗中,让传统文化飞入寻常百姓家。

“弘扬优秀传统文化让原乡人更有自豪感,做大做强业态让归乡人更有归属感,把握商业风口吸引更多外乡人来布局描点。”永昌街道党工委书记陈丽娜说。

头雁领航 助推共同富裕

永昌街道组建项目专班,邀请

专家顾问,与街道纪工委深入一线开展监督检查,有效推动项目建设,全力保障惠农惠民政策落地落实。

火车快不快,全靠车头带。在党员、村民骨干的带动下,240户农户主动筹集资金257万元;部分农户主动拆除违建搭建12处。此外,带动村内闲置劳动力从事基建、绿化养护、民居修缮等劳务,已促进63人就业。

“头雁领航”带领“群雁齐飞”,通过党建引领,社峰村容貌焕然一新,文明风尚蔚然成风,游客慕名而来,村民日子越过越红火。

· 资讯 ·