

高山成“金山” 风景变“钱景” “景宁600”让越来越多畚乡农产品变成商品

海拔740米的景宁县沙湾镇叶桥村高山蔬菜基地,工人们一早便忙着收割带着露水的白菜、萝卜、芹菜等应季蔬菜,满眼的绿让冬日的大山格外有生机。

在地里忙碌了一早上,看着一筐筐堆放整齐的蔬菜搬上车子驶出大山,58岁的严振通脸上笑容愈发舒展开来。5个小时后,这些贴着“景宁600”品牌标记的有机蔬菜就将端上杭州、宁波等城市百姓的餐桌。

“这是我在这里干活的第4个年头了,在家门口种种菜,一年有6万元的收入,比外出打工好多了。”严振通说,因为生活在大山里,除了种地没有什么其他技术,哪怕出去打工,收入也很低。没想到几年前,“畚森山”农业企业负责人看中了家乡高海拔的地理优势和良好生态环境,回村流转了300亩土地,建起了高山蔬菜基地。从此,像严振通一样的村民们就成了基地的“技术工人”。这样的高山农业基地近年来越来越多,这得益于该县打造推出“景宁600”区域公用品牌所带来的影响力。

作为山区县,景宁县生态环境优良,但全县海拔1000米以上的高山有779座,全县136个行政村有96个在海拔600米以上,绵绵大山曾经是群众增收致富的阻碍,“穷在山上,苦在路上”一直在老一辈畚乡人的记忆深处。

如何让资源变成资金,让风景变成“钱景”,让大山里的

村民在全面小康路上一个也不掉队?2017年初,立足“九山半水半分田”,农业主体“低、小、散”的实际,景宁县将高山昼夜温差大、虫害少,生产的农产品无论是品质、口感还是安全性都比低海拔地区更好这一优势做大,发展高山生态精品农业,将全县海拔600米以上村庄出产的农产品统一种植技术、统一包装、统一销售,全力打造“景宁600”品牌,努力破解农业产业链短、品牌知名度小、附加值低的短板。

通过几年的发展,越来越多的社会资本投入高山生态农业,越来越多符合条件的农业企业产品进入“景宁600”品牌。同时,农业龙头企业发挥示范作用,统一生产营销,引领小农户优质生产。建立叶桥村高山蔬菜基地的畚乡物流有限公司就是首批参与打造“景宁600”品牌的企业,企业负责人苏承波说,基地严格按照传统种植模式生产优质高山蔬菜,每个在基地上班的村民,每年收入4万—6万元。目前,除了自己的300亩生产基地,还辐射带动周边20多个村的5000多亩土地纳入企业统一标准种植管理,3000多农户人均年可增收7000元。

同时,景宁县相关部门还牵头成立了“景宁600”有机耕作者联盟,组织龙头企业帮带,形成低收入农户创业联盟帮扶合作模式,并构建产业农合联,鼓励小农户自发组建“营销互助联



盟”,提升小农户对接大市场能力。

企业贴心助力,部门出台政策、提供技术支持精准发力,农户有干劲有活力,产业发展之路越来越宽。“无论是出口国外的地瓜面,夏季的高山冷水茭白,还是传统产业惠明茶,这些‘景宁600’产品都是助推农民脱贫的好产业。”景宁县农业农村局相关负责人介绍,截至目前,全县已经开发“景宁600”系列产品100余款,“景宁600”年销售额超过6亿元,平均溢价率超过35%。

胡伟鸿

“带货功力”渐长 “三衢味”品牌富农成效初显

“这次的‘三衢味’5年庆购物季活动十分火爆,很感谢给我们商家提供了这么好的平台!”日前,联系上华锦芳时,他正在“三衢味”松园门店核对当日的订单是否都已送达。11月底以来,购物季活动已经为该门店带来了30多万元的销售额。

华锦芳是衢州市柯城区石梁镇黄茶村的养鸡大户,以往销售渠道较为传统和单一。“小而散的农业品牌很难形成市场竞争力,搞农业最怕的就是产销脱节。”华锦芳说,如今,背靠“三衢味”区域公用品牌,农产品的销售途径更宽广,价格也更有保障。因为少去了中间商,客户群体也能更好地掌握在自己手中,还可以估算出整年养殖的数量,实现以销定产。

2016年,看好“三衢味”区域公用品牌未来潜力的华锦芳,第一时间为自家的“营盘山”土鸡、土鸡蛋提交了申请,凭借过硬的产品品质拿到了“三衢味”品牌授权使用证书。此后,华锦芳常常收到参加各种农展会、食品博览会的邀请。几乎没怎么出过远门的华锦芳夫妻俩,在政府部门的统一安排下,带上自家的产品,去了杭州、宁波、上海等地参展,他家的农产品被卖到了

全国各地。

“这两年,‘三衢味’区域公用品牌的推广活动力度更大,推动农产品销售的成效也更明显了。”今年年初,在衢州市会展中心举办的“三衢味”年货市集上,华锦芳生产的农产品15天销售了20万元。今年10月“三衢味”金秋消费季,20天时间门店销售额达60多万元,比平时的销售额多出50多万元。

销售额增长的同时,华锦芳的门店也在不断扩张。2018年,在政府部门的政策扶持下,华锦芳的“三衢味”松园门店正式开业,占地60多平方米,除了销售自家的土鸡、土鸡蛋,还汇聚了20多种“三衢味”农产品。2019年,华锦芳的“三衢味”丹桂门店、亭川门店也陆续开门营业。

眼下,华锦芳正在筹划开一家“三衢味”农产品体验店,集产品展示、烹调试吃、直播销售、业务洽谈等功能于一体,向大众展示农产品由田园到餐桌的过程。“到时,我们会请大厨来店内向顾客展示食材的最佳烧法,以达到更好的营销效果。”华锦芳说。

“十三五”期间,衢州顺应社会消费需求升级,突出发展“绿

色、健康、放心、好吃”优质农产品的导向,着力打造“三衢味”区域公用品牌,推动小农户对接大市场,加快衢州生态优势向产业优势转化。

2016年,衢州取得国家工商总局商标局颁发的“三衢味”商标注册证书,共计10大类别,成为覆盖全市域、全品类、全产业链的农产品区域公用品牌。2016年,G20杭州峰会期间,全市有21家企业向峰会总仓运送了24吨“三衢味”食材,成为除杭州本地以外向峰会供应食材品种最多、数量最大的地区。

通过积极组织“三衢味”企业参加省内外农博会、食博会、森博会和文博会等,以及在衢州有礼城市品牌云推介和长沙、大连、广州、厦门、宁波等城市推介会上进行产品宣传展示,“三衢味”农产品在全国的知名度和美誉度迅速提高。今年以来,“三衢味”年货市集、金秋消费季、5年庆活动轮番上阵,品牌富农成效初步显现。仅“三衢味”金秋消费季活动,平台销售总额就达1368.87万元。截至目前,全市累计有101家主体的155个产品被授权使用“三衢味”商标。

徐正良

「妙西黄桃」通过农产品国家地理标志登记评审

近日,中国绿色食品发展中心在京召开2020年第四次农产品地理标志登记专家评审会,湖州市吴兴区的“妙西黄桃”顺利通过专家组评审。

评审专家按照相关规范对“妙西黄桃”品质特色、产地环境、生产方式、人文历史、产品知名度、产业发展前景6个方面进行了审查和讨论,认为“妙西黄桃”历史文化内涵丰富,产品地域特色明显,有较高的产品知名度,同意“妙西黄桃”农产品通过国家地理标志登记评审。

近年来,吴兴区大力发展黄桃产业,目前全区黄桃种植面积5500亩,年产量8150吨,年总产值近1.2亿元。在妙西镇一带形成了浙北地区最大的黄桃生产基地,种植面积达4500多亩。作为“四锦”品牌黄桃的发源地,妙西西南部地形主要为低山丘陵以及盆地,疏松的土壤和丰富的矿物质形成了得天独厚的自然环境,十分适合黄桃的种植。目前,妙西镇已基本形成集黄桃种植、初加工、采摘体验、观光和文化于一体的产业链。

下一步,吴兴将以妙西镇为重点,以省农业标准化生产示范创建(“一县一品一策”)为抓手,以专业团队为技术支撑,加快推进黄桃产业标准化生产,推动一二三产深度融合,让“妙西黄桃”成为浙北地区的一大特色产业,成为带动农民致富,助力乡村振兴的一块金字招牌。

郑嵇平