

作为北部湾的中心城市,广西钦州市盛产荔枝。大画家齐白石曾经三次到钦州,画了大量《荔枝图》,且留下了“一朝百首多何益,辜负钦州好荔枝”等诗句。随着人们消费需求的不断升级,钦州水果产业大力推进供给侧结构性改革,积极构建新型水果产业经营体系,促进果业结构调整和产业转型升级。

广西钦州积极构建新型水果产业经营体系

推进水果产业转型升级

●重视技术推广 支撑品控体系

谈起钦州的水果发展,绕不开钦州市政协副主席、水果局局长李云昌。打开他的微信朋友圈,荔枝刷了屏,有推荐品种、技术的,还有介绍每个时期病虫害防控要点的。李云昌从事荔枝这甜蜜事业三十余年,是个地地道道的“荔枝通”。

李云昌介绍,农户的技术水平对水果的产量和品质影响很大。国家荔枝龙眼产业技术体系在钦州设立了综合试验站,以体系为依托,钦州市水果局经常邀请国内著名水果专家开展技术培训指导。通过技术指导的形式,高接换种、密闭果园改造、药物疏花、水肥一体化滴灌、管道喷药、蛀蒂虫预测预报、病虫害无公害防控等一批实用新技术扎扎实实地落入了果园里。

在广西浦北县桂荔王果业专业合作社,走在半山坡的果园里,合作社理事长王彪指着眼前的一棵荔枝树说,“这就是经过高接换种的荔枝树,以前的品种是中熟品种‘黑叶’,现在已经改造成了早熟优质的品种‘妃子笑’。”高接换种技术是一项升级荔枝品种的技术,十年前,钦州的荔枝多以“黑叶荔”为主,曾因价格下跌导致果农损失严重,水果局积极推广高接换种技术,不用砍树,直接在树枝上嫁接目标品种枝条,挽回了钦州荔枝产业的发展势头。换种后生产的“鸡嘴荔”“妃子笑”等荔枝比“黑叶荔”价格高出2-5倍。

正是像高接换种这样一批新技术的示范推广,不仅提高了果农的收入,还给消费者带来品质更高的水果,推动钦州水果产业的升级。

●创新营销方式 升级销售体系

不仅是水果,钦州的木瓜、火龙果、百香果也是一大特色。邓福斌在当地因“木瓜哥”的称号而被熟知,从华南农业大学毕业后,他一直在海南三亚从事木瓜、火龙果、百香果等

热带特色水果种苗及鲜果生意。几年前,钦州水果局到三亚考察,来到了他的公司,钦州有升级水果产业的需求,而“木瓜哥”也想回钦州老家帮助乡亲们做些事情,一拍即合,钦州市钦南区新农园种养专业合作社很快就落地了。

邓福斌展示了正准备上市的百香果,包装上详细介绍了百香果的食用效果,为消费者提供更多的信息,他还给每箱百香果配备了“开果器”,让消费者食用更方便。不仅是这样,邓福斌采用电商销售的方式,主打品质销售。下一步,他将在钦州推广百香果种植技术,给钦州水果产业的结构调整增加活力。

笔者亲身感受到了钦州水果物流服务的周到。到快递点寄送荔枝,意想不到的,第二天接到了快递点的电话,快递小哥介绍,他们检查的时候,发现冒雨采摘的荔枝里水分较多,就取出来帮着晾干,重新称重,再次打包,快递还退还了多余的邮费。

创新的销售方式和周到便捷的物流,仅是钦州水果销售方式升级的一个方面。参加“2017全国优质荔枝擂台赛”获得佳绩,举办了一年一度的“灵山荔枝节”等,钦州通过各类展会宣传推广钦州荔枝品牌。组织天猫、京东、苏宁易购等多家大型生鲜电商,针对当季水果开展“互联网+特色水果”营销,主动出击,开展产销对接会,引来百果园、鲜丰、天天果园等20家水果大型零售商,多渠道、多方位搭建销售平台。

●抓好园区建设 完善支持体系

把政策支持化零归整,需要系统的平台来承接。钦州提出“以现代特色农业示范区为核心集中提升,以标准果园为辐射带动”的思路。

“把项目建设作为加快现代果业发展的第一抓手,狠抓自治区‘特色果业提升工程’和钦州市‘特色农业提升工程’等支农项目,利用各级项目资金、扶贫资金,不断引领产业方向、提升产业标准、扩大产业规模。”李云昌说。

“世界荔枝看中国,中国荔枝看灵山”,国



际视野引领园区建设。灵山县百年荔枝(核心)示范区,不仅有好吃的荔枝,还有多功能的荔枝体验游。百年桂味园、百年香荔园、荔枝良种良法展示园、荔枝科普文化长廊、荔枝文化展示馆,健全的游玩设施给游客展示了别样的荔枝文化风情,建设成为集优质果生产与加工、荔枝资源保护与开发、良种良法试验与推广、果园休闲与观光、荔枝文化挖掘与展示、技术交流与合作等多功能于一体的现代特色农业示范区。

经过专家组评定,浦北县佳荔水果产业(核心)示范区、灵山县百年荔枝(核心)示范区分别被自治区人民政府授予四星级广西现代特色农业(核心)示范区和三星级广西现代特色农业(核心)示范区。

而在惠及千家万户果农的标准果园建设工作中,钦州的力度逐年加大。灵山县龙武农场、浦北县碧水果品专业合社、钦北区贵妃红果品专业合作社等3个荔枝果园列为农业部第一批标准果园。2012年以来,市财政设立“特色农业提升工程专项经费”,扶持建设了一批市级荔枝标准果园。目前全市已建成荔枝标准园22个,其中国家级标准园6个。近两年,经费进一步向贫困地区的标准果园建设倾斜,去年钦州市“优质水果提升专项经费”总计180万元,其中165万元分配到11个贫困村,占资金总额的91.67%,重点扶持贫困村发展特色水果种植、荔枝高接换种和果园基础设施完善。

高飞

吉林省扩大 优质农业品牌影响力

“我们今年又认证了10万吨绿色食品稻谷,从选种、施肥、保管到加工全部标准化作业。”吉林省松原粮食集团董事长宝蒙权说,该公司已规划8万公顷(120万亩)覆盖嫩江沿岸等松原市主要水田区的绿色稻谷保护区。

据吉林省绿色食品办公室消息,到2016年末,吉林省绿色食品、有机食品、无公害农产品及农产品地理标志的“三品一标”农产品种植养殖面积达到69万公顷(1036万亩)。“三品一标”产品达到1593个,其中绿色食品628个,有机食品97个,无公害农产品853个,农产品地理标志15个。吉林全省目前已建成全国绿色食品原料标准化生产基地27个。

吉林各地近年来持续加大“三品一标”认证奖励政策,严防“毁牌”行为,加强监管检查。吉林省将今年确定为全省农业品牌推进年,全力扩大“吉字头”优质农业品牌影响力,全年规划新认证“三品一标”产品400个,基地面积达到76.67万公顷(1150万亩)。

郭翔

沈阳市农产品 “十大品牌”将亮相

以“绿色、品牌、创新、发展”为主题的第十届辽宁国际农业博览会暨第十七届中国沈阳国际农业博览会将于今年7月27~30日在沈阳国际展览中心举行,届时,沈阳农产品“十大品牌”将亮相展会。

据悉,沈阳农产品十大品牌是指:沈阳华美畜禽产品、沈阳辉山乳制品、辽育白牛、沈阳福来豆制品、沈阳寒富苹果、沈阳食用菌、沈阳西芹、沈阳杂粮、盛京大米、新民小梁山西瓜。

沈阳市农经委副主任邸瑞峰介绍,沈阳市农博会一直在追逐科技前沿,融合“互联网+”,促进辽宁省优质农产品线下、线上融合宣传推广和交易服务对接工作,已开通线上展示和交易平台——“农博网”。目前,农博网已经承担起沈阳与北京、沈阳与厦门、辽宁与江苏等省市对口合作工作,成为促进辽宁农产品供应链进入外省市农产品市场的线上平台。本届展会将充分发挥推进农村电子商务发展作用。利用网站、微信、商城,建立对接贸易、展示产品、交易体验等模式,创建O2O模式,实现农博展示永不落幕。

目前,沈阳市已与京东集团、阿里巴巴、建行等电商平台开展深度合作,在京东商城、淘宝、“善融商务”上搭建“沈阳特产馆”,推出沈阳农产品十大品牌产品。

马慧新 黄甜甜

陕西咸阳农产品 8月起将“持证上市”

为了进一步加快建立以质量安全合格为核心内容的食用农产品产地准出与市场准入监管衔接机制,从8月1日起,陕西省咸阳市将对上市销售的食用农产品查验合格证,为“舌尖上的安全”保驾护航。

据了解,咸阳市的食用农产品合格证以产品的相关信息、生产者的主要信息以及产品的安全保证方式作为基本信息。生产者可采取自检合格、委托检测合格、内部质量控制合格、自我承诺合格等4种形式开具合格证。同时,生产者也要对其生产并上市销售的食用农产品质量安全承担责任。普通农户可以到当地的农业局免费领取食用农产品合格证,其种植的农产品也可以通过自检或自我承诺合格的方式进入市场。食用农产品合格证开具之后将作为相应农产品质量安全的责任追溯依据。一旦发现不合格的食用农产品,将按照《食品安全法》和《农产品质量安全法》的有关规定进行处理。

张美

【做法】

“三亚芒果”带动农业品牌“加速跑”

近日,一组来自海南三亚市农业局的统计数字显示,几个主要水果价格与去年相比:芒果提高1.24元/公斤,西瓜提高2.0元/公斤,哈密瓜提高1.76元/公斤,香蕉提高0.66元/公斤;价值相比:芒果增加10.2亿元,西瓜增加0.32亿元,香蕉增加0.062亿元。可以说,这就是三亚品牌农业带来的效益和附加值的体现。

农业品牌带来看得见的效益

据三亚市农业局负责人介绍,在推进品牌农业创建工作中,三亚扎实开展农产品“三品一标”认证、商标注册申请等创建工作,实施标准化、规范化、科学化、规模化、产业化生产经营管理模式,注重创建农产品品牌,实现农产品生产全程可追溯,确保农产品质量有保证、更安全、更放心。

芒果作为三亚第一大热带水果产业,已成为三亚农业的支柱产业。市农业局负责人说,三亚芒果畅销全国,其产品价值和品牌是赢得市场的关键。近年来,三亚市农业部门将芒果种植产业当作热带现代特色农业的重要组成部分,不断加大科技、资金投入,采用换冠的方式对品质不优、产量不高的品种给予淘汰,引进优良品种,同时还加强热作科技成果的推广力度,针对性地采取集中培训、现场示范培训和座谈等方法,开展芒果热作实用技术培训和技术咨询。

“从去年以来,三亚相继开展芒果区域公用品牌系列宣传活动,助推了三亚芒果品牌的市场效益。据统计,2017年三亚整个区域的芒果总产值比往年增加近十个亿。”三亚芒果协会会长彭时顿介绍。

除了三亚芒果的品牌叫得响外,今年刚刚获得国家地理标志的三亚莲雾,也是三亚品牌农业发展中的“佼佼者”。

品牌思想体系尚未完全建立

实际上,三亚品牌农业发展过程中也存在一些问题和瓶颈。市农业局负责人认为,首先,品牌意识不强,品牌思想体系尚未完全建立。许多农业企业、农业公司缺乏创建品牌、发展品牌的新思维、新方法和新手段。一些企业、公司虽然申请了商标、认证了“三品”,然而商标、“三品”认证获证后没有用起来,没有维护、没有保护、没有打造,依然“我行我素”。

品牌影响力不强,对品牌消费渴望不强。多数品牌的影响力还仅仅停留在局部地区,跨省、跨区域的品牌不多,没有中国著名商标和驰名商标,国际知名品牌就更谈不上。

品牌营造氛围不浓,宣传力度不够。一方面,没有在大型媒体上、主要广告栏上、报纸杂志上宣传推介三亚品牌,另一方面,农业企业与农业公司对自己的品牌缺少宣传。同时由

于品牌发展各部门缺少配合,相互制约,影响品牌发展。

要利用芒果品牌带动其他品牌发展

对于三亚品牌农业今后如何发展?市农业局负责人认为,要以三亚芒果为突破口,着力打造三亚芒果公用品牌,带动其他品牌的发展。

对于未来怎么做好三亚芒果品牌产业的发展?彭时顿认为,在生产方面,以树为本,严格按国家优质芒果生产标准,科学施肥合理用药,增施有机肥,合理使用生长调节剂,践行绿色生态种植;在采摘方面,以果为本,采摘果实成熟度保证果品口感的最佳标准;在销售方面,以人为本,维护果农、果商和消费者权益,培育和打造产地三亚芒果优势品牌。

彭时顿建议,政府部门要出台相应的政策推进三亚芒果的标准化生产,如采摘、包装和销售等一系列的标准。同时要支持建设标准化规模化的包装分拣车间、建设芒果冷链仓储和物流。此外,还要出台政策支持芒果的微商销售平台,提升包装及降低物流成本,支持发展芒果的深加工。

市农业局负责人建议,政府加大奖励扶持力度。除省政府每年拿出相当数量的资金,奖励扶持品牌农业的发展外,市政府也要在此基础上再加把“火”,让品牌深入人心,加速品牌发展。

林志猛