

【异域传真】

吉尔吉斯斯坦政府宣布临时禁止部分农产品出口

为应对新冠疫情影响,防止商品严重短缺并确保粮食安全,吉尔吉斯斯坦政府决定自11月19日起,临时禁止吉活牛、活羊、活家禽、小麦、大麦、大米、面粉、植物油、鸡蛋、砂糖、含碘盐等共14种农产品向欧亚经济联盟以外的国家出口。此禁令不适用于转口和人道主义商品,禁令有效期为六个月。

2020年哈萨克斯坦已收获棉花31.6万吨

据哈萨克斯坦农业部消息,2020棉花采收工作接近尾声。截至目前,已收获棉花31.6万吨,完成计划总量的95%,平均单产为24.3公担/公顷。84%的棉花由联合收割机完成收割。图尔克斯坦州奥尔达巴新地区(30.2公担/公顷)和马克塔阿拉尔地区(25公担/公顷)棉花单产较高。采收的棉花将运至当地的18个棉花加工厂。由于推广农作物种植多样化,2020年哈棉花种植面积从上年的13.12万公顷减至12.58万公顷,减少5500公顷,导致棉花产量下降,价格上涨。

伊朗谷物储量位居世界第九

根据世界粮农组织最新发布的报告,2020农作物年度,伊朗共生产谷物2160万吨,同比下降0.6%;伊朗本年度谷物储量达到970万吨,同比增长6%,储量位居世界第9,而伊朗在人口方面排名世界第17。

秘鲁农产品出口额连续9年实现增长

秘鲁对外贸易协会近日表示,根据国家海关和税务管理总局的数据,尽管受到了新冠疫情的影响,但今年1月至9月农产品出口额累计已经达到44.31亿美元,同比增长了2.8%。这个数字意味着,1至9月农产品出口额自2010年以来连续9年实现增长,农产品出口也是唯一一个出口实现了正增长的部门。

法国蓝鲸苹果：深耕小众市场

2020年全球新冠肺炎疫情爆发,对于“盘踞”中国市场已久的一众外国水果商而言,无疑是一场时间与空间的博弈。而在这场“水运”战中法国知名品牌蓝鲸苹果微笑依旧。



品控和供应链是如何运营的

法国是欧洲第三大苹果出口大国,仅次于波兰和意大利。年苹果能产162万吨,法国的苹果占法国水果总量的58%,占水果出口的71%。是法国果蔬业的拳头产品,法国领先的苹果名叫“蓝鲸”,英文名“blue whale”。蓝鲸公司成立于1959年,目前他们在法国已经拥有了300多个水果种植基地,11个合作社,果园的种植面积达到550公顷,横跨了多个种植区域和气候带,蓝鲸公司生产的水果当中90%都是苹果,所以说它打造了成熟的苹果供应链的运营体系,农产品的成功不仅仅是产品的生产,更重要的是它们的品控和供应链的运营,这家具有61年品牌的公司,它们的品控和供应链是如何运营的呢?

第一个就是它们先进的分拣线,采摘下来的苹果进入产地工厂过后第一步进入水运分拣机。没错!就是水运,以流动的水作为载体,输送到分拣线,这样一来整个的水果摆放自然均匀,流动的过程当中不会让苹果彼此损伤,然后进入分拣机进行初级分拣。对于外部损伤,果型大小不一的进行分级分

类的分拣。“Blue Whale”的分拣中心每小时能够分拣20吨的苹果,这个效率是非常不错的。

第二道工序就是打蜡,分拣过后的苹果将自动进入自动化的打蜡过程。那么苹果打蜡了人吃了对身体有害吗,苹果在生长过程当中表面就有一层自然的果蜡,这是为了防止外界微生物的入侵,苹果的自我保护屏障,重要的是防止水分流失带来的表面褶皱,苹果在分拣过程中打蜡是很多国家允许的,其实也是保证苹果长时间的储存的运输的重要手段。

第三个环节就是包装环节,打蜡完毕过后非常漂亮的苹果就进入了流水线,进入打包的过程,首先进入到贴签的工序,我们看到的进口苹果每一个都有一个标签就是这么来的,这个过程当中全部都是自动化的贴签,效率极高,贴签完了过后进入装箱的过程,全部都是机器人作业,每一个机器人的手臂吸住苹果把它放在盒子里面,装箱完毕过后进行打包、入库这个环节就结束了。

第四个方面就是苹果的储存,苹果的储存大都是用的气调库,气调库可以人为的控制里面的氮气、

二氧化碳、氧气等,各种气体的比例,以及温度、湿度、气压等相关环节,其工作原理就是通过抑制苹果细胞的呼吸,来延缓其新陈代谢,使之进入了休眠状态。注意是休眠状态,不是死亡的状态。这样的方式水果在较长的时间能够保持它的质地、色泽、口感、营养等基本不变,进而能够达到长期保鲜的效果,这样的储存方式苹果的寿命可以达到8-12个月,存储在气调库里面的苹果就可以根据市场和渠道的需求陆陆续续地分批次的发货了。

拥有全法最高级别的果园环境

今年,蓝鲸获得了HVE土地环保认证。这项由法国农业部授予的最新认证HVE意味着蓝鲸拥有全法最高级别的果园环境。获得这项认证需要考察果园的四方面:生物多样性、植物病虫害管理、土地肥沃程度及水资源管理。蓝鲸竭尽全力从环境方面改善对苹果的影响。目前,蓝鲸的果园已有90%的区域获得HVE认证。明年,将实现HVE全覆盖。

对于蓝鲸来说,这项认证意味着公司对改善人类居住环境的努

力。果园与人类的居住环境及生活条件息息相关。对于现在的消费者而言,健康和环保都是他们的购物喜好之一,并且将会长远地影响他们的购物行为。有了HVE认证,将会有更多消费者关注蓝鲸苹果。

深耕小众市场，未来将在中国建有机苹果园

销售方面,蓝鲸已经有50年的出口史,苹果出口到全球70多个国家。蓝鲸拥有专业的销售团队,为各个市场的销售渠道提供最好的服务并配合协调确保物流万无一失。

蓝鲸苹果具有很强的的行业竞争力。他们不仅种植苹果,同时也销售苹果。蓝鲸作为法国最主要的苹果供应商,每季都要销售大约24万吨苹果。种植方面,蓝鲸一直都致力于改良现有品种并积极开发新品种的苹果,例如Candine和Kissabel。Kissabel苹果是由IF-ORED集团研发出的新型红肉苹果。去年蓝鲸在马来西亚、曼谷、香港和新加坡市场已经推出。

据悉,法国的Blue Whale蓝鲸苹果一直想进入中国的市场,2018年它们参加了阿里巴巴的盒马生活节,想把造法兰西贵族式的苹果推进中国的市场,从法国蓝鲸苹果的运营模式可看出未来的任何生鲜农产品要做出品牌,必须要建立现代化的智能加工厂,流水线作业、标准化生产、智能化的拣选、数字化的管理这些一个都不能少。

正如蓝鲸苹果的亚洲市场主管Marguerite JeansonMarguerite Jeanson所说的中国14亿人口的消费市场太大了。因此,对于蓝鲸而言,只要瞄准机会,任何小众市场都将是潜力股。例如有机苹果市场。虽然调研认为目前有机苹果只占整体市场的5%,但说句实话,这也意味着可以向7000万人口的消费群体来推广蓝鲸苹果。这比整个法国市场还要庞大。当然,我们也不能忽视日益壮大的本土苹果种植商。他们的年销售量也有大概4000万吨。因此,进口苹果还是应以小众策略进入中国市场。对于中国市场的长期目标是在中国创建自己的有机苹果园。

【新主体·人物】

邹杰：让乡亲们“开着宝马种芒果”

“我有一个梦想,未来让大伙儿开着宝马种芒果!”这个出生在丽江华坪荣将镇和爱村的傈僳族女孩,久久追逐着自己的梦想,而且一步一个脚印。她始终坚信,这个5年前定下的梦想,不是痴人梦呓,而是“让丽江芒果走出去”的目标使然。

梦想的起源,还得从邹杰坎坷的人生经历说起。“从小我在农村长大,是一个地地道道的农民,跟爸爸妈妈一起种地。记得小时候种了很多蔬菜,但很多时候一两毛钱一斤都卖不出去,只能烂在地里。感觉农民就是一直在盼,盼到收获的时候能有一个好的结果。长大了就感觉自己应该做一些事情帮帮农民。”邹杰回忆说。

2009年,邹杰与芒果结缘,创立了丽江华坪金芒果生态开发有限公司。自公司创立之初,她始终坚持“为耕者谋利,为食者谋福”的初心,经过10余年的发展,在华坪这片金沙热土上,让芒果这枚“金果果”成为村民脱贫致富的法宝,让丽江芒果走出了大山,走出了国门。

目前,邹杰创立的公司,拥有集芒果种植、销售、产品深加工于一体的全产业链,有现代化、标准化的芒果种植园6000亩,承担着全县芒果新品种培育和研发。拥有现代化的无菌生产车间,建有芒果原浆生产线、速冻果块生产线、芒果干生产线,年生产芒果原浆7500吨、储藏芒果干220吨、保鲜3万吨。以电子

商务平台为引领的线上、线下业务渠道遍布全国各地,与盒马鲜生、诚实果园、百果园等行业巨头建立了稳定的供货关系,年销售额实现1.05亿元。

同时,凭借着商业嗅觉,邹杰积极抢抓电商发展机遇,通过“互联网+”解决芒果销售问题。邹杰在建立芒果种植基地的过程中,逐步探索出“公司+基地+农户”的发展模式,带动基地周边的贫困户发展芒果产业,并为他们发放芒果苗、农药、化肥等,同时提供技术支撑,带领大家共同发展致富。公司聘请了华坪芒果站芒果技术专家担任技术顾问,定期对合作社种植人员和村民进行晚熟芒果控花技术、病虫害防治、肥料的正确使用等技术

培训,几年来在基地现场技术培训达60多次,发放果苗、农药等金额达20多万元。通过设立吴茂玉专家工作站、与中国热带农业科学院南亚热带作物研究所深度合作等形式,把最先进的芒果种植技术、深加工技术引进到华坪县,实现了华坪芒果产业与世界先进芒果产业的接轨。

为增加果农收入,邹杰每年向全县芒果种植户大量收取尾次果,通过智能化方式将不同类别和成熟度的芒果农产品用于适合的商品生产线,解决了尾果滞销的问题,让原本烂掉、扔掉的芒果成了农户的又一利润增长点,增加贫困种植户的收入。

今天,华坪县越来越多的人实现了开着宝马种芒果的梦想。

公司先后解决了1.5万人次的临时就业,公司的芒果深加工车间每天有约100余名周边的农民参与车间生产管理,越来越多的人通过芒果产业实现了增收致富。公司采用资金集中使用、抱团发展的模式,动员引导基地所在地贫困户加入村委会成立的合作社,引导贫困户将贷款投入产业发展建设集中管理,定期向贫困户发放收益基金。2018年9月公司与石龙坝镇六个村委会签订产业扶贫协议,共计入股贫困户99户,入股资金464万元;2018、2019两年向入股的99户贫困社员分发了收益基金两期,共计70万元。