

种得好、卖得好、监管好

五常大米：“老字号”铸就新辉煌



来源:黑龙江新闻网

□郭诗瑛

●好土好水出好米

隆冬时节,在五常大米主产区黑龙江省五常市的各个大米加工厂里,全自动生产线在不停运转,伴随着机器的轰鸣声,稻米经过脱壳、谷糙混分离、色选、抛光,乳白色的大米倾泻而出,被装袋、打包,成为全国各地饭桌上的一道佳肴。

“咱们五常大米,米粒狭长,饱满坚硬,色泽清白。蒸煮后米香醇厚,入口香糯,回甘无穷。”五常市大米产业服务中心主任张野介绍,五常大米的高颜值和好口感来源于“好出身”。

俗话说“一两土,二两油”,五常市地处张广才岭西麓,森林覆盖率达50.4%,寒地黑土层厚度达1米左右,土壤有机质含量最高达10%以上,堪称“膏腴”之地。高山雪水和山泉水汇聚而成的拉林河、牯牛河等两大水系297条河流贯穿全境,水质达到国家二级饮用水标准,经由磨盘山水库、龙凤山水库晾晒调剂,特别适合水稻生长。

“从高空俯瞰五常稻作区,是一个三面环山,开口朝西的马蹄形盆地,东南季风吹过受山脉的阻挡形成回旋,地处北纬45度黄金纬度,光照充足,昼夜温差大,使干物质和可速溶双链糖积累较多,直链淀粉和支链淀粉适中,口感自然好。”张野自豪地说,“离开当地的环境,同样的稻米品种移到别处,品质就会发生变化。”

老天爷赏饭吃,人更要端好这碗饭。走进稻作区会发现,这里除了稻米加工业外,没有任何工业企业进驻。近十几年间,为了捍卫五常大米自然生态的纯洁性,五常市坚决拒绝污染环境的产业,采用原生态种植方式,施用有机肥,不用除草剂,保持稻作区零污染。目前,五常水稻种植面积249.1万亩,大米加工企业700余家,五常市绿色种植全域覆盖,有机种植达100万亩,年产优质大米70万吨。

五常市委书记杜平说:“虽然五常市需要产业,但绝不摆放在稻作区。做到这一点不容易,也就犹豫过、纠结过。但我们想,五常大米,天下唯一,所以五常坚持住了,也做对了!”

●好米卖出好价钱

五常市电子商务公共服务中心外面的道

路上,时有满载货物的货车疾驰而过。“9、10月份的时候,这条道上来往跑的就全是各家快递的车了。”五常市商务局副局长关宝琨说。电商卖货是五常大米实现“种得好”到“卖得好”转变的重要出路。

五常市杜家镇七一村是黑龙江省著名“淘宝村”,全村546户农户,开设的各类线上网点有134家,仅淘宝店铺就达到85家。每逢销售旺季,村里几乎家家户户都在忙着给大米打包。分装、打包设备是这个村电商从业人员的“标配”。一袋袋新米倒进分装设备,“吐”出来就成了真空包装的米砖,小货车就等在库房外,随装随走。

58岁的村民张文芹也是其中的一员,经营着五常市秋润水稻种植农民专业合作社的她将通过网店销售合作社种植的四百余亩水稻。“靠着在网上销售农产品,家里一年可以收入四五十万元。”张文芹说。

为了将自己苦心种植的大米卖个好价钱,自2016年开始,只有小学文化的张文芹开始摸索着网络销售。“找人帮着开了网店,但我当时一个字都不会打,没法回复人家的问题,急得直冒汗。”张文芹说,她干脆将自己的手机号发给对方,这种方法很奏效,帮助她积累了不少客户,大米的销路也逐渐打开。

“现在我们全村一共有130多家农民电商,从业人员超过870人。”七一村党支部书记周伟说,电子商务增加了农民的就业岗位和收入,村里正在着手成立物流中心和纸壳厂,形成大米种植、生产、销售、物流的产业链,让村民得到更多实惠。

要想卖得好,市场营销也是关键。五常市借助传统营销方式与现代信息技术相结合,不断创新品牌营销方式。组织企业多次参加全国大型博览会、展销会,利用新兴网络媒体和传统媒体广泛宣传“五常大米”品牌,组织举办3届中国优质稻米之乡·五常大米节,在各大电商平台开设五常大米官方旗舰店,在北京、上海、深圳等多个城市开设五常大米官方体验店。在新建的“溯源中国·稻乡五常”数字平台制作XR城市名片,以数字卷轴为核心讲述五常稻米的产业故事,进行数字化互动展示传播。通过广辟市场营销渠道,提高了“五常大米”品牌知名度、美誉度,撬动五常大米品牌价值不断提升,使五常大米畅销全国。

2022年,五常市水稻收购均价为2.6元/斤;大米最低价格8元/斤,是周边大米价格的2倍以上;最高售价199元/斤,是周边大米价

“一餐五常米,浑忘酒肉香”。自2003年原国家质检总局批准对“五常大米”实施原产地域产品保护至今已有20年,经过品牌创建、开发、运用、保护、管理,五常大米已成为黑龙江省的一张优质农产品名片。目前,五常市大米加工产业集群已经形成,大米销售渠道得到明显拓宽,市场消费呈现高层次化,终端市场销售价格显著提升。在2022中国品牌价值评价榜单中,品牌价值达710.28亿元,连续7年蝉联地标产品大米类全国第一。

五常大米如何在20年间成就“老字号”的新辉煌?笔者来到五常市一探究竟。

格的50多倍。五常大米实现收入110多亿元,稻米产业经济效益全国第一。五常市把市场营销作为品牌建设的重要抓手,线上线下齐发力,实现了由“种得好”向“卖得好”的华丽转变。

●卖得好更要监管好

自从五常大米声名鹊起,关于真假五常大米的探讨一直是消费者密切关注的问题。笔者调查了解到,有很多商贩从周边地区将普通大米运到五常,在五常包装后摇身一变成成为“五常大米”,或是真假五常大米掺和在一起进行售卖,极大地损害了消费者权益和农民利益。

为此,五常市政府把监管作为五常大米品牌建设的牵动力,于2014年建立了农业物联网服务中心,借助物联网溯源防伪体系,从田间到舌尖,让五常大米拥有全程可溯的“身份”。

走进农业物联网服务中心,新安装的显示大屏正在实时展示各类数据,功能区布局焕然一新。张野介绍,2022年五常市对物联网系统进行了升级改造,建设了溯源中国·稻乡五常品质品牌区块链溯源平台,同步升级了大米溯源防伪系统。12月开始已陆续向每个农户颁发“稻米销售卡”,按农户拥有的土地面积核算其稻米产量,将数据存入卡中。稻农销售给稻米加工工厂的数量将完成双向确认,进而实现五常大米的总量控制。

通过将10万多的农户、6000多家合作社、240多万亩水田、70多万吨大米、470多家生产加工企业、200多家分装企业、400多家地标企业、90多家规模以上企业、50多家经销企业等数据逐一录入产业大数据平台,五常市能实时监控产业运行数据,用数字化技术为五常大米品牌保驾护航。

此外,五常市还利用技术与法律手段,采取“行政民事同步走,线上线下一抓”的方式,开展维权打假和清网行动,对粮油市场、实体店面、网络平台销售的五常大米进行甄别,向具有管辖权的市场监管部门发出协查函,通过第三方律师事务所向涉案企业或平台发起诉讼,严厉打击商标侵权、冒用地标、虚假宣传等违法违规行为,严格地理标志使用和证明商标授权,规范管理大米包装物和产品标识,将稻种繁育、生产销售、仓储物流纳入五常大米溯源防伪系统,提升内外辨识度,推动地方立法保护,减少了对品牌的损害,有力地保护了消费者合法权益。

江西:“赣鄱正品”
打响全域品牌

□刘兴

为推动江西农业品牌向更高质量发展,破解“小、散、弱”困局,2021年1月,江西省全域公用品牌“赣鄱正品”正式发布,成为江西优质农产品新名片。

两年来,“赣鄱正品”品牌体系建设逐步完善,江西绿色有机及富硒区域公用品牌、企业品牌、产品品牌整体实力得到有效提升,越来越多的“赣”牌农产品声名远播。2022年底,江西省第三批110家“赣鄱正品”认证品牌名单发布,至此,江西省通过“赣鄱正品”认证的企业数量达到260家,覆盖全省11个地市,涵盖的品牌产品超过2000多种。

为提升江西农业品牌价值,“赣鄱正品”建立了“一二三四”品牌战略发展路径。一是以江西农产品品牌为核心,彰显江西农业价值;二是以区域公用品牌、企业产品品牌为主体,丰满品牌体系;三是以科学化评价、标准化管理、系统化维护为支撑,组成品牌体系的主躯干;四是以产品、渠道、传播、模式为驱动力,推动江西省农产品全域公用品牌、区域公用品牌、企业品牌、产品品牌共同传播。

江西省农业农村厅市场与涉外处处长黄图强介绍,2022年,江西省农业农村厅重点联合全国知名品牌管理机构持续开展省级品牌价值评价工作;联合省工业设计协会和全国知名工业设计机构,举办农产品包装设计创新大赛,引导经营主体用创意包装讲好赣农故事,提升品牌价值和产品竞争力;联合省市场监督管理局、省质量和标准化研究院等部门,创新发布了农业品牌领域的《“赣鄱正品”品牌臻品级产品认定标准》《“赣鄱正品”农产品品牌评价规范》《“赣鄱正品”品牌全链数字化建设规范》3项省级地方标准,从产品规范、评价标准、数字农业等方面,建立“赣鄱正品”品牌标准“护城河”。

“2022年,我们以粤港澳、京津冀、长三角地区和省内主要城市、著名景区为重点市场,强化已建成的江西优质农产品(广东、北京、江西)品牌运营中心功能定位和长远发展,下一步将推动江西优质农产品品牌运营中心在上海市、井冈山景区和萍乡市、赣南地区(龙南市)的建设运营。”江西省农业农村厅市场与涉外处四级调研员郑军表示,目前,“赣鄱正品”已全面融入江西优质农产品营销体系建设,正积极对接目标市场,规模效应持续放大。

黄图强介绍,今年将围绕“赣鄱正品”标准、管理、发展、运营四大体系建设内容,持续开展2023年度“赣鄱正品”品牌认定工作,并按照“严进宽出”政策,通过动态管理,将“赣鄱正品”品牌认证数量稳定在300个左右。通过3年至5年努力,“赣鄱正品”将被打造成为代表江西省高端农业品牌、优质放心品质、独具特色品相和先进技术集成的新名片。

无核沃柑,每颗沃柑都有一个二维码,可追溯产地、质量等信息。”宁夏小伙子杨锐带着一支电商团队,从银川来到武鸣,在广西云展农业科技有限公司沃柑生产示范基地或分选加工车间,通过直播平台向网友推介武鸣沃柑,网民纷纷下单。

武鸣区区长尹玉林表示,武鸣区围绕产业振兴做强做优沃柑特色产业,进一步健全沃柑生产、加工、经营和流通等产业体系,全产业链产值超100亿元,促进农业提质增效、农民增收。

广西武鸣:小沃柑串起百亿元产业链

□何伟 杨驰

一箱箱刚刚采摘的沃柑被装上货车,销往各地;在沃柑智能化分选线上,工人们忙个不停;标准化种植基地里,网络主播和果农在镜头前热情地向网民推介……在“中国沃柑之乡”广西南宁市武鸣区,正是一片繁忙的春收销售景象。凭借得天独厚的气候环境和光

热条件,武鸣区把发展沃柑特色产业与乡村振兴紧密结合,近10年来沃柑种植面积达46万亩,2022/2023年采收季预计总产量约150万吨。

“仅种植板块,种1亩沃柑,1年纯收入超5000元。”武鸣区农业农村局局长潘贤温说,沃柑还带动分选、包装、物流、电商等产业,武鸣区共有水果分选包装厂130多家,可就地吸纳就业人员1万多人。

每颗沃柑要拍42张照片,用时还不到1秒钟……这样的“黑科技”就在位于武鸣的广西鸣鸣果业有限公司采后分选中心。一台台光电智能分选设备为每颗进场沃柑拍照筛选,通过果面、颜色、重量、果型等维度将果品分选为25个等级,再进行分类包装销售。

公司董事长纪素峰说:“我们注重信息技术在规模果园及供应链的

运用,通过精细化、标准化管理,保证沃柑的品质,也有助于沃柑更好地走向海外市场。”

纪素峰说,公司的沃柑产品畅销国内外,向泰国、印尼等东南亚国家出口,今年还计划出口800吨到北美市场。

被武鸣沃柑吸引的还有各地的电商主播。在直播间,杨锐拿着一颗沃柑说:“这就是当下最受欢迎的