



码上看报



码上订报

立足资源优势 塑造竞争优势

黑龙江省安达市的鞍达实业集团奶酪生产车间,醇厚的奶香扑面而来。发酵架上,一排排乳黄色的硬质奶酪已经成形。“鉴定合格的鲜奶经过脂肪分离、凝乳、切割等环节,还要经过半年左右发酵。”车间工作人员轻轻翻动奶酪,检查发酵情况。

“奶酪是奶业发展进入成熟阶段的标志性产品之一,发展奶酪产业对综合利用奶源、优化乳品供给、带动乳品消费有重要作用。”全国畜牧总站二级研究员张书义说,目前,我国奶酪消费量仅占乳品总消费量的1.4%,提升空间还很大。

适应市场变化,让“土特产”更有竞争力。“奶酪发酵周期长,硬质奶酪是我们最大的特色,但在发展中不能因循守旧。”鞍达实业集团董事长王增礼介绍,鞍达奶酪在当地很受欢迎,线下市场占有率在80%以上。企业还研发出手指奶酪、即食鲜奶酪等系列新产品,满足消费者多样化需求,进一步打响品牌。

延伸链条融合发展 擦亮“土特产”品牌

河北省馆陶县翟庄村的温室大棚里,一根根黄瓜顶花带刺。“种好越夏这一茬,能收到8、9月。”翟庄村种植大户王海龙在大棚里忙碌,一年三茬轮换交替,让黄瓜四季不断。

“种了30多年,黄瓜是村里最亮眼的名片。”村党支部书记王维岭介绍,翟庄村发展了950多个黄瓜大棚,辐射带动周边20个村。目前,馆陶黄瓜已成为国家地理标志产品、省区域公用品牌,凭借品牌溢价,种植户每年增收2000万元。

馆陶黄瓜有啥特色?“咔嚓”,翟庄蔬菜种植有限公司总经理王鑫掰开一根黄瓜,又用手对在一起,两截黄瓜紧紧贴合,横着、竖着都掉不下来,“咱这儿的黄瓜干物质含量高,清脆爽口,还有微微的甜味。”

“我们这儿温差大,土质呈弱碱性,适合种黄瓜,在品种上我们选择的是‘津优’系列,水分、维生素和微量元素含量较高。”馆陶县蔬菜办主任张大鹏介绍,为了提高种植效益,县里与天津科润黄

瓜研究所合作,共建实验实践基地,每年育成优质黄瓜秧苗1亿株。同时,还开发了“黄瓜智能化育苗器”“可升降式黄瓜爬藤架”专利产品,科技贡献率达到70%以上。

在翟庄村黄瓜交易市场,一车车黄瓜从这里销往各地。“品牌黄瓜不愁卖,一斤比常规品种贵2角。”王鑫算了笔账,一亩大棚年产黄瓜5万—6万斤,纯收入能达到3万多元。

小黄瓜如何做成大产业?在翟庄村大型黄瓜腌制厂,工人正在将酱黄瓜装箱,瓶身印上了醒目的品牌标识,工厂年产量300余吨。村里与天津圣奥化妆品有限公司合作研发黄瓜美肤系列产品,建立黄瓜美肤中心,提升产品附加值。村里还打造了以黄瓜为主题的博物馆和科普园,吸引了不少游客。

“还是这根黄瓜,拓宽思路,发展空间更广阔。”王维岭说,依托黄瓜,村里大力发展集加工、采摘、观光于一体的农旅融合产业,成了远近闻名的“黄瓜小镇”。

瓜研究所合作,共建实验实践基地,每年育成优质黄瓜秧苗1亿株。同时,还开发了“黄瓜智能化育苗器”“可升降式黄瓜爬藤架”专利产品,科技贡献率达到70%以上。

在翟庄村黄瓜交易市场,一车车黄瓜从这里销往各地。“品牌黄瓜不愁卖,一斤比常规品种贵2角。”王鑫算了笔账,一亩大棚年产黄瓜5万—6万斤,纯收入能达到3万多元。

小黄瓜如何做成大产业?

在翟庄村大型黄瓜腌制厂,工人正在将酱黄瓜装箱,瓶身印上了醒目的品牌标识,工厂年产量300余吨。村里与天津圣奥化妆品有限公司合作研发黄瓜美肤系列产品,建立黄瓜美肤中心,提升产品附加值。村里还打造了以黄瓜为主题的博物馆和科普园,吸引了不少游客。

“还是这根黄瓜,拓宽思路,发展空间更广阔。”王维岭说,依托黄瓜,村里大力发展集加工、采摘、观光于一体的农旅融合产业,成了远近闻名的“黄瓜小镇”。

「土特产」如何突出地域特点 找准路子?

一颗安徽砀山酥梨,区域品牌价值达190亿元,带动梨农年增收2.5亿元以上,成为强县富民的“金果子”。一块连城红心地瓜干,衍生出五大系列160多个品种,销量占国内市场的80%。一块云南鲜花饼,花香沁人心脾、甜而不腻,形成了“千家企业、百亿产值”的产业格局……大江南北,广袤乡村,一个个“土特产”特而优、特而美、特而强,让人印象深刻。

发展特色产业是实现乡村振兴的一条重要途径。“土特产”如何突出地域特点,体现当地风情?如何找准路子,把好资源转化成好产业?记者进行了采访。



5月23日,在山东省巨野县田桥镇,村民在收获大蒜。近年来,巨野县建立高标准大蒜种植基地35万亩,建设大蒜仓储冷库500余座,大蒜已成为助力当地农民致富的主要特色产业。徐速绘 摄

传承乡村文化 拓宽“土特产”发展空间

在江苏省无锡市惠山区玉祁街道玉蓉村,许多人家都会制作传统脚踏糕。特殊的制作技艺,让这种年糕别具一格,口感更细腻。2015年,大学生沈静娟返乡创业,利用祖传手工艺生产经营年糕。

想把“土特产”做出名堂,也得蹚出新路子。“做年糕,凭的是技术,靠的是体力,每道工序都耗时费力。”沈静娟坦言,家里祖辈三代做年糕,在方圆十里小有名气,但家庭作坊发展空间有限。

“做好‘土特产’文章,要挖掘市场深度,及时把握新技术变革和新的市场发展机遇,延伸产业链、提升价值链。”国务院发展研究中心农村经济研究部副部长程郁说,要建立相应生产标准规范,以标准化建设促进生产提效、产品提质,结合品牌打造,提升品牌溢价,扩大市场影响力,增强产业竞争力。

位于玉祁农贸市场东大门

的宏凤年糕直营门店,不仅有传统的白糖糕,还有新奇的火龙果味年糕和梅花糕。这些年,从村里的传统老作坊,到2000平方米的现代化厂房,沈静娟和家人努力创新突破,不断改进生产工艺,擦亮老字号品牌,进一步打开市场。

“在保证口感不变、严格把控品质的基础上,脚踏糕在切割、包装等环节实现了工厂化生产。”沈静娟介绍,根据不同年龄群体喜好,公司开发了20多款新口味,年糕半成品速冻后,配送至各地早餐店、甜品店、高速公路服务区等,并与一些连锁餐饮品牌合作,开发了烤年糕、年糕火锅等菜品。

以传统文化为纽带,更多“土特产”抱团闯市场。“我们的一款新年礼盒包装,就是与本土剪纸艺术家陈静怡合作设计的。两种乡土技艺有机结合,收到了‘1+1>2’的效果。”沈静娟介绍说。

如何做好“土特产” 这篇大文章

念好“土”字诀。要立足本土,开发好优势乡土资源。不同的自然禀赋和农业资源,形成独特的物产,这是土特产的自然根脉。地域标识、制作方法等渗透着特定的历史文化内涵,这是土特产的文化根脉。要立足这两大根脉,培育新需求、运用新技术、探索新手段,注重开发农业休闲观光、生态旅游等多种功能,发挥好三产融合发展的乘数效应。

打好“特”字牌。要因地制宜,突出特色,找准路子。既要扎根本地,找准最能体现地域特点、当地风情的产业,选准产业

发展的突破口;又要“跳出本地看本地”,明晰自身优势,谋求差异发展,做到人无我有,靠品种取胜,人有我优,靠品质争先,人优我精,靠品牌出彩,让土特产提升竞争力,提高附加值。

唱好“产”字歌。要延长产业链、打造供应链,提升价值链,建成产业、形成集群。乡村产业竞争,正逐步由单一的产品竞争走向产业链竞争。要将过去“原汁原味”的土特产,打造成链条更完整、业态更丰富的“多汁多味”的土特产,多维度深层次让“土特产”增值,让农民从全产业链各环节分享更多增值收益。

(本版稿件综合《人民日报》、人民网)