

地理标志农产品鹤山粉葛产业发展现状及对策

赵迎春 李国富 胡嘉敏 郑乐涛

(鹤山市农产品质量监督检验测试中心,广东鹤山 529700)

摘要 本文阐述了鹤山粉葛产业发展现状,分析了存在的问题,包括产品质量参差不齐、产品附加值低、品牌影响力小,并提出了推广标准化优质高产栽培技术、扶持和培育农业龙头企业、加大宣传和监督力度等对策,以期为推动鹤山粉葛产业持续健康发展提供参考。

关键词 农产品;鹤山粉葛;地理标志;现状;问题;对策

中图分类号 F326.12 **文献标识码** A

文章编号 1007-5739(2021)02-0229-02

DOI: 10.3969/j.issn.1007-5739.2021.02.091

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



粉葛又名葛根、甜葛,为多年生落叶藤本植物,主要成分是淀粉,还含有钾、磷、钙、铁、锌、铜等10多种人体必需的微量元素和多种维生素、氨基酸等^[1],具有极高的营养价值和药用价值。鹤山粉葛于2020年5月获得国家农产品地理标志登记保护(登记编号为AGI 2020-01-2979),为进一步发展地方特色品牌注入了新动力,大力发展鹤山粉葛对提高农产品质量安全水平、增强市场竞争力、促进本地区农业特色产业发展、乡村振兴和农民增收具有重要意义。

1 发展现状

1.1 自然生态条件好

鹤山市地处广东省中南部,位于粤港澳大湾区,水、陆、空交通运输快捷,自然生态和区位优势明显。属南亚热带季风气候,冬无严寒,夏无酷暑。气候温暖,光照充足,水资源丰富,雨量充沛,无霜期达354 d,年平均降雨量为1700 mm,年平均日照时数为1780~1800 h,年平均气温为21.6℃。全市土地总面积为1082.73 km²,耕地总资源21473 hm²。辖区内属于丘陵地区,立体气候明显,四季宜耕,其山区自然生态未受破坏,一直沿袭传统农业生产方式,是发展健康、绿色产业的最佳基地之一,为鹤山粉葛特色农产品的快速发展提供了十分有利的条件。

1.2 产品品质独特

鹤山粉葛品种为细叶粉葛,具有根形好、褶皱少、味甜、粉多纤维少、抗病性强、优质高产的特点,生长期240~270 d。植株缠绕蔓生,茎圆形,全株被黄褐色茸毛。叶间长约11 cm,叶为三出复叶,小叶近三角形,

叶较小,长约8 cm,宽约9 cm,为深绿色,叶柄长约10 cm,浅绿色。总状花序,腋生,蝶形花冠,紫红色。荚果长条形,扁平。葛根外观呈橄榄形,须根少,无分叉,外皮有轻微皱褶、呈淡棕色,切面黄白色,葛肉乳白色。单株结葛为3~4条,单个粉葛质量在1.0 kg以上,单株产量为3~4 kg。其独特品质是甘甜无渣,淀粉含量 ≥ 20.0 g/100 g,钾含量 ≥ 4800 mg/kg,铁含量 ≥ 9.0 mg/kg,锌含量 ≥ 4.8 mg/kg;粗纤维含量 $\leq 1.2\%$ 。

1.3 产业发展基础扎实

江门市和鹤山市各级政府高度重视农业品牌建设,多举措全方位大力实施农业特色品牌发展战略,为促进农业转型升级,提高特色农产品产量和品质,增强农产品市场竞争力,推动乡村振兴、农民增收、农业增效发挥了巨大作用。其主要做法归纳为4个方面:一是政府扶持,出台农业品牌化建设扶持奖励资金办法相关文件,对申报“三品一标”获证农业经营主体分别给予无公害农产品3万元、绿色食品5万元、有机食品10万元、地理标志农产品10万元的一次性奖励补助资金,提高了企业和农民种植积极性。二是宣传推介,利用电视、广告、媒体、会议、文化节、农博会等形式和途径广泛宣传和推介,提升品牌的知名度和影响力。三是实施标准,开展特色品牌标准化示范区建设,制定和发布农业标准化技术规程,强化标准化生产,提高农产品质量安全^[2]。四是证后监管,严格执行获证农业经营主体“三品一标”标识管理和建立溯源信息查询,加强消费引导和市场监管,严厉打击假冒伪劣产品,维护特色品牌形象,增强市场竞争力。目前,全市已制定和发布农业地方标准(规范)15项、建立农业标准化示范区(基地)12个,建成“三品一标”标准化基地面积为7432.64 hm²,产品91个,年产量25万t。其中地理标志农产品2个,为鹤山红茶和鹤山粉葛,基

作者简介 赵迎春(1968—),女,湖北利川人,高级农艺师。

研究方向:农作物新品种选育、农业技术推广、农产品检测等。

收稿日期 2020-08-10

地面积 1 360 hm²,年产量 3.13 万 t。

鹤山粉葛是鹤山市的主要特色传统作物之一,至今已有 265 年的种植历史。鹤山粉葛以淀粉多、纤维少,味香而甜著称,常与产于我国北方的人参相提并论,素有“南葛北参”和“南方人参”之美誉,鹤山人用以熬汤、做菜、提取淀粉食用以及销往我国港、澳及东南亚地区出口创汇。近年来,鹤山市出台了《鹤山市实施乡村振兴战略推动乡村产业振兴工作方案》,大力发展特色传统作物,将粉葛产业作为农民增收的重要产业来抓,通过发展基地、扶持企业、打造品牌、宣传引导等一系列工作,有效提高了农民种植粉葛的积极性,逐步形成了颇具规模的地方优势产业,享有较高知名度。鹤山粉葛于 1996 年入选江门市名优农产品,2005 年制定和发布广东省农业行业地方标准《鹤山粉葛生产技术规程》,2005 年鹤山粉葛标准化示范区被列入广东省“省级农业标准化示范区”,2009 年获得国家绿色食品认证,2020 年 5 月获得国家农产品地理标志保护登记。目前,全市粉葛种植面积 1 026.67 hm²,年产量 3.08 万 t,产值约 2.5 亿元。其中,鹤山粉葛主产区双合镇已成立了 4 家粉葛专业合作社,通过实施“合作社+基地+农户”的发展模式,年种植规模达 466.67 hm²,产值逾 8 500 万元。鹤山粉葛品牌的宣传和营销力度也在不断加大,通过举办拍卖会、乡村旅游、参展各级农博会(博览会)以及发展电商等多种形式进行广泛宣传和营销,提高鹤山粉葛品牌知名度。多次举办粉葛拍卖会,曾评选出重量达 9 kg 的“粉葛王”,拍卖价格达到 2 万元;举办“千人粉葛宴”,助力打造乡村特色游园;积极与阿里巴巴、顺丰生鲜等知名电商合作搭建农产品电商平台,不断开拓海内外市场,提高市场核心竞争力,引领鹤山粉葛产业持续、快速、健康发展。

2 存在的问题

鹤山粉葛经过多年的发展已初具规模,对促进当地特色农产品品牌建设和农业发展发挥了积极作用。但在产品质量、品牌影响力、市场竞争力方面存在诸多不足,阻碍了鹤山粉葛产业发展。

2.1 产品质量参差不齐

当前,鹤山粉葛的生产仍以一家一户农民即散户种植为主,种植分散规模小,农民专业合作社不多,缺乏重点农业龙头企业、农民专业合作社以及行业协会等农业经营主体的组织和推动作用,种植技术参差不齐,集约化、标准化和产业化程度不高,量大而质不优,产品质量参差不齐,影响产量和品种的整体提升,制约鹤山粉葛产业的发展。

2.2 产品附加值低

鹤山粉葛的产品为葛根或少数加工成葛粉,基本未进行产品深加工,都是低附加值的初级产品,缺乏深加工研发的高附加值产品,没有形成一个完整的产业链,无法满足大众消费者日趋多样的市场需求,市场竞争力不强。

2.3 品牌影响力小

品牌的知名度是直接影响农产品销售的重要因素。目前,鹤山粉葛的宣传力度不够大,基本停留在政府层面,企业、专业合作社、农户以及消费者参与较少,对鹤山粉葛公共品牌认识不足,品牌影响力小,未能激发消费者的购买欲望;销售渠道不畅,基本都是散户或专业合作社实行自产自销模式,与普通农产品进入批发市场或零售市场进行销售,经营分散,产销脱节,未能形成从生产到销售的一条龙服务;同时,国家对地理标志农产品认证后的监管不到位,侵权行为和假冒伪劣时有发生,扰乱了地理标志农产品交易市场,也影响了消费者信任。

3 对策

3.1 推广标准化优质高产栽培技术

各级政府和职能部门要进一步加强鹤山粉葛种植技术培训和指导,要求生产者严格按照《鹤山粉葛生产技术规程》进行生产,大力推广应用现代高新生物技术和标准化优质高产栽培技术,重点抓好粉葛产地选择、无性繁殖的压藤育苗技术、施足基肥、科学追肥、适时定植、引蔓上架、露头留葛、防治病虫害、适时收获等关键栽培技术措施,促进鹤山粉葛生产规模化、标准化和产业化,降低生产成本,提高产量和品质,突出地域特色、历史文化和品质特征,引领优质优价,增强市场竞争力。

3.2 扶持和培育农业龙头企业

各级政府应加大扶持力度,培育农业龙头企业、农民专业合作社和行业协会,充分发挥龙头企业、农民专业合作社和行业协会的组织和推动作用,在政策、资金、奖励等方面增加投入,采取一定的政策性补贴措施和税收优惠政策,在土地流转、税费等方面给予更多优惠,支持、帮助和鼓励鹤山粉葛产业的发展。可以采取订单生产模式,大力发展农业龙头企业“企业+基地+农户”和农民专业合作社“合作社+基地+农户”的规模化种植。加强与科研机构、高校和农产品检测机构等单位联合攻关,注入品牌历史文化开发特色文旅产品,发展产品精深加工,增加产品科技含量,提高产品附加值,提升产品档次,促进产业发展。

(下转第 233 页)

措施,确保产业发展有章可循、有据可依,提升产业抵御市场风险的能力。

3.2 建立生产标准

加大科研投入,加强县校合作,进一步与浙江大学、湖南农业大学等教学科研单位合作,共建“永顺莓茶研发中心”。尽快制订永顺莓茶生产加工地方标准和技术规程,对莓茶栽培、采摘、分级、加工、检验、包装、运输、贮存等环节进行统一规定,规范生产流程、规范茶叶品质、规范茶叶价格,从根本上保证产品质量和商品稳定性。整合品牌,整顿产业发展混乱状态,尽快实现产销一体化。抓好生产技术培训,推进科技进步,定期举办培训班,规范农户炒茶、烘茶、晒茶等技术规程,提高专业化水平。

3.3 发展龙头企业

实施农业产业化的关键是要有动力强的龙头企业,它一头连着市场,一头连着合作社、基地和农户,是农产品加工、转化和销售的关键环节^[7]。目前,永顺县只有1家大型莓茶加工厂(永顺县天禾莓茶责任有限公司)、2家公司(永顺县金顺植物资源开发利用有限公司和永顺县经济建设投资农业公司),其他均为家庭作坊,茶叶加工设备落后,加工能力低下,在开拓市场、引导生产、深化加工、增加农产品附加值等综合功能等方面能力远远不足。县委、县政府应该充分利用中西部合作的良好机遇大力引资融资,在进一步巩固和发展已有莓茶龙头企业的基础上,进一步采取“公司+合作社+基地+农户”的经营模式,通过收购、兼并、参股等形式,进一步优化资金、技术和人才等生产要素配置,实现优势互补,打造县域莓茶产业发展的“航母”,全面提升农业产业化水平和成效。

3.4 培育市场体系

农业产业化开发是以市场为导向,围绕市场而进

(上接第230页)

3.3 加大宣传和监管力度

地理标志农产品是政府主导的安全优质农产品公共品牌,承载着一个地区的文化和历史,是一个地区的“名片”,是一个有故事的“名片”^[9]。各级政府、企业以及全市人民群众都要积极宣传和推介鹤山粉葛这张优质特色公共品牌新“名片”,充分利用电视、广告、微信、多媒体、会议、文化节、交易会、休闲旅游观光等形式和途径进行广泛宣传,提升产品的知名度和品牌影响力^[4]。规范地理标志农产品质量安全追溯和标识授权使用管理制度,加强农产品质量监测、市场监管和专项整治,加大假冒伪劣产品打击力度,维护鹤山粉葛公共品牌利益。采用多种经营销售模式,不

行的。永顺莓茶要做大做强,必须培育市场体系,优化外部环境,打造品牌效应,做好产品宣传推介。当下永顺县应充分借助国家农业农村部、山东济南和省内湘潭市对口帮扶的有利时机和良好资源,定期赴京、济南、长沙、湘潭等大中市场举办莓茶展销会、品鉴会等营销活动,全面提升“永顺莓茶”品牌的知名度,为莓茶走向全国、走向海外宣传造势。在县内,在注重产品质量发展的同时,可以定期举办永顺莓茶文化节、斗茶会、专家论坛等活动,让莓茶进入寻常百姓家,不断扩大市场份额,让种莓茶和饮莓茶成为县域人民生活的重要一部分。为扩大市场份额,要大力拓展网络销售渠道,加强电子商务营销,积极培育本土“网红”销售队伍,拉动“云端”经济,直播网络带货。特别要注重将莓茶与永顺“土司文化”紧密结合,广泛宣传“永顺莓茶”的地方特色和历史底蕴,打造莓茶高端品牌,真正让广大消费者认识永顺莓茶、认同永顺莓茶、消费永顺莓茶。

4 参考文献

- [1] 宁惠,李金.种莓茶美景:湖南张家界永定区发展莓茶特色扶贫产业侧记[J].中国扶贫,2019(1):59-60.
 - [2] 万厚梅.试论莓茶栽培在产业脱贫中的应用研究[J].农村经济与科技,2020,31(8):191-192.
 - [3] 卢良军,刘宇知,田文萍,等.张家界莓茶发展综述[J].农业与技术,2020,40(4):29-32.
 - [4] 李燕婧,钟正贤.浅谈藤茶的研究与应用[J].中国民族民间医药,2013,22(16):26-27
 - [5] ZHENG X J.Composition and serum antioxidation of the main flavonoids from fermented vine tea (*Ampelopsis grossedentata*) [J].Journal of Functional Foods,2014(9):290-294
 - [6] 永顺县莓茶产业情况的调查报告[EB/OL].[2020-08-01].
<http://agronet.com.cn/Tech/635300.html>.
 - [7] 张学英,章发盛,董祖法.永顺莓茶产业建设成效及发展建议[J].农业与技术,2020,40(20):144-146.
- 断拓宽营销渠道,积极参与国际市场竞争,与地区、省、国家级或国际市场建立地理标志产品销售联盟,入驻连锁店、专卖店、传统高档超市以及与阿里巴巴、天猫、京东商城、拼多多、顺丰生鲜等知名电商合作销售,推动鹤山粉葛产业发展。

4 参考文献

- [1] 郑文凯,邓正春,杜登科,等.常德地区葛根优质高产栽培技术[J].农业科技通讯,2014(10):250-251.
- [2] 赵杰,王忠平.黔东南州农产品地理标志登记保护现状及产业化对策[J].现代农业科技,2020(10):231-233.
- [3] 袁宝凤,孙斌县,邓宏杰.宝鸡市发展质量品牌农产品的对策建议[J].农业科技通讯,2019(12):32-34.
- [4] 成立红,李峰,隋香菊.大荔县农产品地理标志产品保护对策[J].现代农业科技,2019(7):217-218.