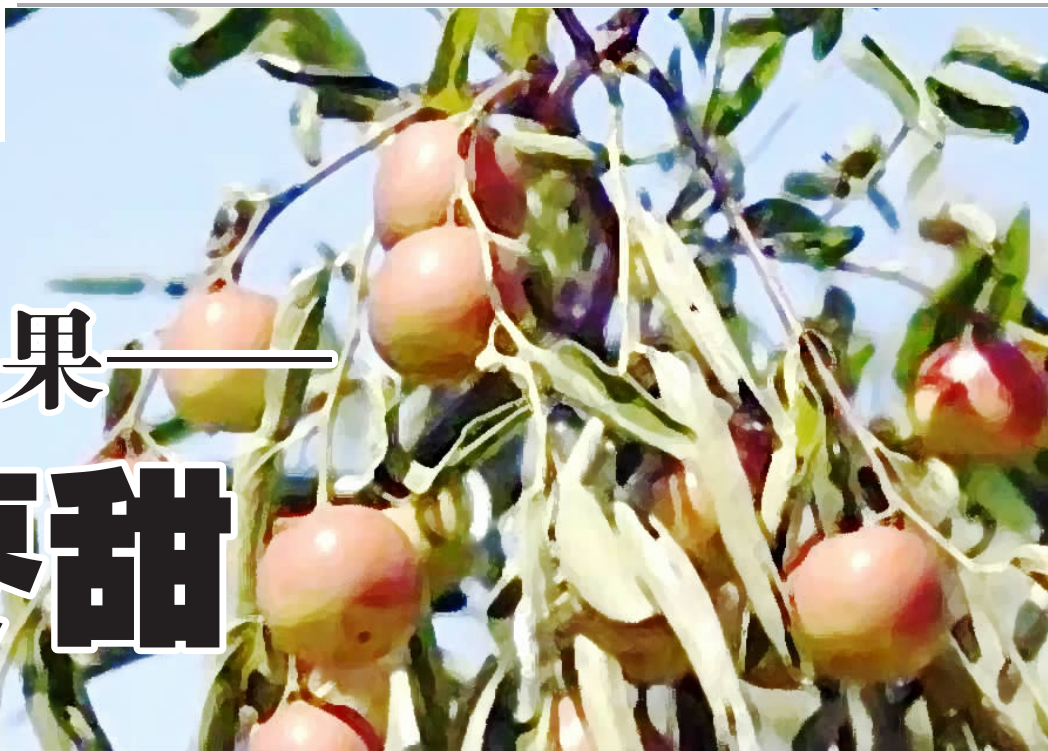




沾化盐碱地里长出的致富果—— 又是一年冬枣甜



□ 康朴

眼下,正是冬枣成熟的季节。

脆甜可口的冬枣,不仅中国人爱吃,在海外也颇受欢迎。前不久,4万斤冬枣从滨州市沾化区大高镇玉华果蔬进出口公司坐上货车前往青岛港,随后转乘货轮,驶向荷兰。这是沾化冬枣首次销往欧洲。此前,沾化冬枣已进入美国、加拿大、泰国、马来西亚、新加坡等国市场。

“今年已经拿到2000吨的海外订单,每天有十几辆货车从公司装货出发。”玉华果蔬进出口公司总经理牟新安说,“这几天很多客户还在追加订货。”

沾化是中国冬枣主产区之一。这里地处黄河下游,多盐碱地,一度“种一葫芦收不了半瓢”。偏偏这里长出的冬枣,营养丰富、口感独特。当地把冬枣作为富民产业来抓,种植规模快速增加,在市场上闯出了品牌,还得到“中华人民共和国农产品地理标志”登记保护。

从56棵到30万亩

丰收时节,沾化道路两旁的冬枣专业合作社、冬枣专卖、冬枣包装、冬枣苗木门市随处可见,黑色的包装箱整齐堆叠在街边……这里的一切都和冬枣有关。下洼镇车水马龙,各地客商像候鸟般从四面八方赶来,这是一年中 busiest 的时候。

“下洼是沾化冬枣的原产地和主产区。”下洼镇党委书记魏书壮说,“家家户户种冬枣。”

这话并不夸张:全镇耕地10.3万亩,种植冬枣9.8万亩,占沾化区冬枣种植面积的近1/3。在整个沾化,冬枣种植面积为30万亩,今年产量达5.7亿斤,产值超50亿元。

小小冬枣,已成为富民大产业。而最初,冬枣只是散落在农家庭院里兀自生长。

沾化冬枣的故事要从1984年说起,那时的沾化区还是沾化县。全国林业普查中,技术人员在某个农家庭院发现一种枣树,不仅树形好看,果实品质也属上乘,但当时全县仅有56棵。

“俺们下洼镇就有20多棵,其中,最老的一棵树龄超过600年。”70岁的沾化冬枣研究所所长于洪长说。

56棵老枣树的发现,引起了县委、县政府和果品专家的重视。他们敏锐地意识到,这种当地独有的果品,如果作为产业发展起来,市场前景一定不错。然而,要把农家庭院里的几棵“稀罕树”发展成一项富民产业,谈何容易。对千百年来习惯种粮种棉的沾化农民来说,繁育技术像是一道迈不过去的坎——冬枣树生长秉性特殊,十分娇贵,不像一般枣树那样插枝就活、衍苗就生,需要精心养护。用一位老枣农的话说:“得像照顾子女一样照顾冬枣树,丝毫马虎不得。”

关键时刻政府站了出来。从发现优质品种,到组织科研力量攻关苗木繁育,从建起全国第一家以嫁接法繁育冬枣树的苗圃到大面积推广、吹响产业化号角,足足用了9年。壮大一个产业,比技术问题更难的,是一张蓝图绘到底。推广繁育和养护技术、建立和完善营销网络、推动产品更新换代……一茬接着一茬干,56棵沾化冬枣树开枝散叶,终于繁育成30万亩的致富果。

“冬枣产业从无到有、由小到大,如今已成为我们的支柱产业,沾化冬枣也成了国家地理标志产品,是我们最亮丽的一张县域经济名片!”沾化区委书记袁志勇说。

田间地头有能人

30万亩枣园,谁家的冬枣最好吃?

每年冬枣成熟时,沾化有个保留节目——评“枣王”,这一传统已延续16年。经过乡镇(街道)初选,今年共有80名枣农进入决赛。

决赛中,冬枣的果形、色泽、口感,从里到外都要比一番,还要用专业仪器检测硬度和糖度。“前10名差距很小,实力接近,‘枣王’越来越‘卷’了。”评审专

家之一李福友说。

“枣王”有多“卷”?黄升镇大姜村枣农姜竹廷在区里是个名人,他种的冬枣,曾参加过2019年北京世界园艺博览会,拿了优质果品大赛银奖。

“我这是‘沾冬二号’,新品种,50元1斤,这种套了无纺布袋的100元1斤,还不愁卖!”老姜笑着说。吃一颗,果然皮薄肉脆、细嫩多汁、酸甜可口。

“根是母亲,果是孩子,母亲身体结实,孩子就长得得好。”中医出身的姜竹廷有一套自己的种植理念,“俺这盐碱地多,想让枣树长好,先得种草、施肥改善土壤结构,这叫‘养地种草,绿色环保,青蛙遍地跑,到处呱呱叫’。”

滴灌管道、喷淋设备、黏虫板、杀虫灯、诱虫罐、无纺布袋……各种种植设施和工具随处可见。“‘沾冬二号’比老品种金贵,怕热怕冷,怕涝怕旱,很难管理。”姜竹廷说。

姜竹廷现在是高级农艺师,带的好几个徒弟也成了种枣能手。姜竹廷这样的“土专家”“田秀才”,如今成了这片土地上推动冬枣产业兴旺的重要力量。

黄升镇大新村村民纪秀梅今年拿了原生态冬枣“枣王”称号。这几年,她还忙着另一件事——培育新品种。在她的枣园里有几棵新品种的冬枣树,叶子比“沾冬二号”更细,果更大,形似蜜桃。“单果重五六十六克,最重的有200多克。”纪秀梅说。

这个品种被山东省农科院专家暂时命名为“鲁蟠一号”。2010年,它被眼尖心细的纪秀梅在自家枣园里发现时,只是一个嫩芽。于是,纪秀梅给嫩芽系了根红绳,耐心等待、观察。两年后,结果6颗,形状与其他品种比,大不相同。纪秀梅很欣喜,着手嫁接、精心养护。“现在已经培育了200多棵,产量比较稳定,准备把它分享给更多枣农。”纪秀梅说。

不靠天气靠科技

产业振兴不仅有土办法,也有新科技。走进沾化冬枣研究所智能阳光温室,一块大屏幕

上实时显示着时间、空气温度、空气湿度、土壤温度、土壤湿度、二氧化碳浓度、光照强度等数据。

“我们配备了全自动化智能设备,应用物联网、大数据、边缘计算等技术,打造‘1+3+7+N’冬枣高效栽培模式。”于洪长解释道,这种模式就是部署1套智慧冬枣一体化管控平台,对冬枣全种植过程的苗情、生长环境实时监测,对棚内温度、湿度、光照进行调控;制定3种农资管理方式,通过手机远程控制、设备自动控制、算法智慧控制,应对冬枣生长不同阶段对环境需求的差异;采集棚内7种环境指标,全方位实时监测冬枣生长状态;研究冬枣生长的N个指标组合,实现冬枣高效栽培。

这套智能化栽培模式,已经走出试验田。

在下洼镇西孙村村民丁太平的“沾冬二号”大棚里,视频监控、气象监测、虫情监测、土壤监测、水肥一体化监测、棚内环境监测等智慧物联网设施设备一应俱全,可以随时掌握棚内温度和土壤湿度,需要浇水、施肥了,智能设备会及时提醒,缺什么补什么。”丁太平说。

在沾化冬枣研究所,于洪长还建起冬暖式大棚、棉被延熟棚、钢架春棚、普通防雨棚等,探索不同的种植模式。现在,沾化冬枣从7月中旬至11月中旬均可成熟,加上3个月冷藏保鲜期,每年冬枣鲜食时间长达8个月,改变了“看天吃饭”的局面。

一个产业的持续发展,需要不断拉长产业链条、加强配套体系建设。在冬枣研究所展厅,冬枣花蜜、冬枣原浆酒、冬枣芽茶、冻干冬枣、枣木雕刻、冬枣盆景等产品琳琅满目。一颗小小的冬枣,实现了从种植向食品加工、生态旅游等领域的延伸拓展。

科技傍身的冬枣,配上逐渐完善的产业体系,让枣农看到了更好前景。袁志勇表示,科技研发和品牌培育是冬枣产业高质量发展的关键,要继续培植龙头企业,拉长产业链,建立完善的产业生态圈,让沾化冬枣成为一张更具特色的当地名片。

山东那些事儿

泰安“秋裤村”织出亿元大产业

□ 李增浩 薛小东

“双十一”前夕,泰安市邱家店镇姚家坡村160户村民家中的缝纫机夜以继日咯嗒咯嗒响着,一条条秋裤从村民手中制造出来。这个村还有一个响当当的名字——“秋裤村”。每年的秋末冬初,正是村民最忙碌的时节。

11月10日,在姚家坡村中央大道上,十几名村民正围着一堆刚从浙江拉来的布料,分类、装车,大大小小的车辆装满布料后送到订购的村民家中,寒风呼呼吹着,村民们在等车空隙谈笑聊天。

在村民张峰家里,他雇的工人们按照工序正各自忙碌着,三四十岁的村民负责缝纫,50多岁的负责裁剪,60岁左右则负责折叠打包。据张峰介绍,他的父亲加工生产秋裤已经有几十年头。他毕业后就回到了村里,跟父亲一起生产秋裤。如今,快40岁的他已经干了近20年了。

其实,姚家坡村生产秋裤的历史,远比张峰记忆中要久远得多。姚家坡村党支部书记、村委会主任石西军介绍道:“咱们村是从1978年开始搞针

织加工的,此前村里主要搞手撕线,断料生产。1982年以后,村里就开始正式做秋裤了。”现在,姚家坡村共有370户村民,其中,从事针织加工的村民就有160户1000多人。“秋裤、秋衣、针织品都有,但还是以秋裤为主。”

随着电商新业态的兴起,姚家坡村的秋裤等针织产品也开启了“线上+线下”的双渠道销售路线,并组织感兴趣的村民学习如何做电商直播。石西军说,在“双十一”和降温的双重加持下,近期姚家坡村的秋裤销量大幅度提升。

据悉,姚家坡村目前有南北两大针织布料批发市场,涵盖36家商户,全村160户村民有自己的针织小作坊,可谓是一户带百户,一村连多村,家家搞生产,户户有经营。

在姚家坡村的带动下,周边北王庄、中王庄等村的针织加工、交通物流等产业蓬勃发展,邱家店镇已有针织户578户,其中,针织制衣加工户346户、手套口罩加工户192户,针织品批发商40户,从业人员超过4000人,年销售额5.7亿元。当地还

建成了集加工、销售于一体的“泰安神山针织批发市场”,吸引全国30余家大客商以及40多家针织专业户进驻。

如今,姚家坡成衣加工金字招牌越来越响亮,市场越来越广阔,产品销往北京、河北等20余个省、自治区、直辖市,还远销俄罗斯、中东、非洲等国家和地区。

产业发展,安全是基础。为确保稳步扎实做好安全生产工作,村党支部充分利用闲置资源,盘活原市场管理办公室二层楼,投资50万元,规划建设片区消防服务中心,“融”治理警务站,购置消防车、逐户安装消防报警设备,为针织产业特色村保驾护航。

在石西军印象中,2017年左右,姚家坡村开始被网友称为“网红秋裤村”“亿元秋裤村”,当地秋裤的产量一度达到了8000万条。“不少客户从网上看到我们村的新闻报道,纷纷打来电话联系要货。”

石西军说,未来计划在姚家坡村建立针织加工园,让160户针织加工户全部入驻园区,统一打造电商品牌,让生产更加规范。

好品山东

□ 本报综合

“好品山东”好在哪里?近日,由山东省人民政府主办、山东省市场监管局承办的“好品凭质量”专场推介会在北京举行,500多位与会嘉宾齐聚一堂,共同解读“好品山东”的“质量密码”,领略“好品山东”的独特魅力。

“品牌是高质量发展的重要象征,近年来,山东省委、省政府倾力打造‘好品山东’区域公共品牌,择优遴选出328个‘好品山东’品牌。这些品牌,凝聚了山东人民的勤劳智慧,彰显了山东全力推进质量强国战略的责任担当。”正如山东省副省长王桂英在致辞中所说,“好品山东”坚持的是卓越品质,承载的是科技创新,秉持的是绿色发展理念,传承的是深厚文化底蕴。“山东将一如既往地坚持诚信、创新和质量第一的原则,持续为广大消费者提供更好的产品和服务。”

“就是把目前被收藏在中国国家博物馆里的‘海尔铁锤’,砸醒了海尔人的质量意识。”海尔集团副总裁孙京岩从“砸冰箱事件”说起,讲述了海尔成长为全球第一大白电品牌的质量成就之路。他与华光国瓷董事长苏同强、山东籍奥运冠军张梦雪、全国劳动模范许振超、山东广播电视台记者马毅、青岛市委书记宋伟伟一道从海尔“人单合一”管理模式、匠心独运的华光国瓷、泰山体育器材及竞赛服务产品、新时代振超效率、中通新能源客车、青州全域好品6个维度,生动展现山东好品的底气、底蕴和底色——制度先行,好品有精度;匠心独运,好品有亮度;科技创新,好品有高度;勇开新局,好品有速度;美美与共,好品有风度;得天独厚,好品有厚度。

在推介现场举办的展览中,时速600公里的磁悬浮高速列车、热火朝天的“乡村振兴齐鲁样板”直播间、种类多样的蔬菜果品、精致的钟表和瓷器等山东手造,让人目不暇接。从科技感满满的国之重器到绿色健康的品牌农食产品,从好玩又好看的国风文创到有颜有味的山东特色美食,从冬季旅游热门路线推介到小戏小剧展演,一个个山东产、山东造、山东创的“好品山东”品牌,从各个层面展示了山东的好客之情、好品之盛、好味之美、好物之丰。

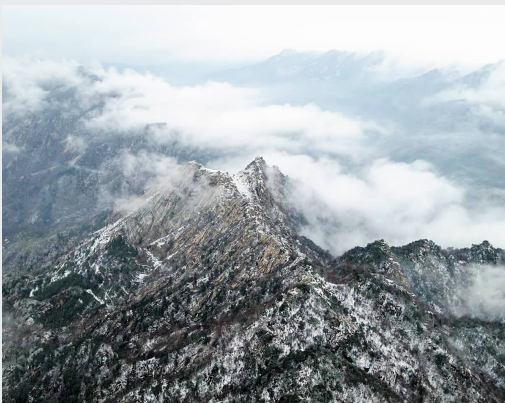
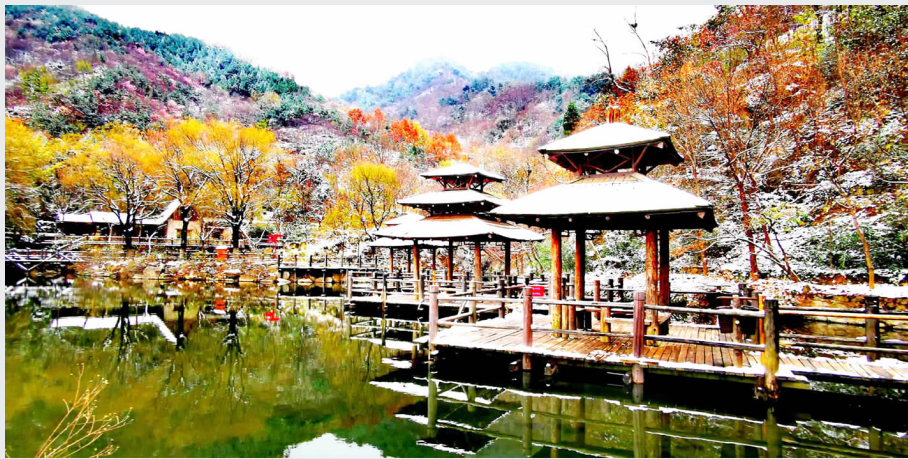
“今天是第二天,我们很多产品已经卖断货了。”谈起参加推介会的感受,已有300多年历史的鲁西南地区唯一中华老字号企业玉堂酱园展位负责人说,企业专注做好产品、做健康产品,就一定会受到消费者的喜爱。

菏泽产“国色天香”书签、形态各异制作精美的潍坊风筝……推介会展览现场的文旅产品受到参观者的青睐。山东省旅游商品开发服务中心的刘昊芊说,这些产品是经各地文旅部门和相关专家层层把关推选出来的。文旅部门将保持动态更新,始终为消费者送上独具特色的齐鲁文旅好品。

据了解,328个“好品山东”区域公共品牌涉及农产品、工业品、文旅产品等领域。这些品牌产品质量好、社会知名度高、市场影响力大,凝聚了山东人民的勤劳智慧,蕴含着不断追求“品质、创新、绿色、文化”的品牌内涵。

“好品山东”不仅是一个品牌,更是山东不懈追求卓越品质的共同目标和具体实践。“好品凭质量”北京专场推介会,也是山东持续向全球消费者提供优质产品和服务的公开承诺。

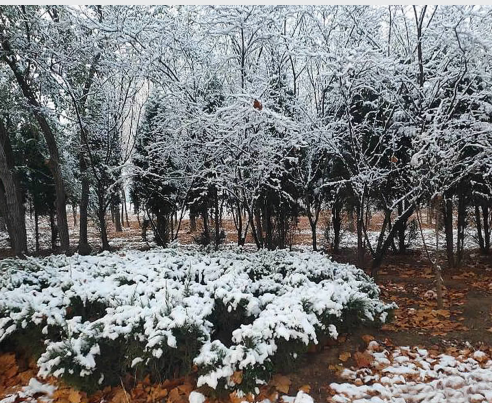
解读『好品山东』的『质量密码』



临沂蒙山雪景美如仙境。(武纪全 摄)



青州市民在云门山森林公园赏雪漫步。(王继林 摄)



雪后的德州充满冬韵。(张小璐 摄)

齐鲁风情

初雪润齐鲁

近日,受冷空气影响,山东多地迎来今年入冬后的第一场降雪,一场初雪润泽了齐鲁大地,一处处银装素裹的雪景也给人们带来独属于冬天的乐趣。

初雪后的济南九如山美不胜收。(王海东 摄)