

安溪茶农“集体创业”转变茶业发展方式

福建省农民创业园建设是省委、省政府推进福建省农业跨越发展一大战略措施。安溪县作为第一批省农民创业园,自2012年创建以来,有效助推茶产业屡创新高。数据表明,截至去年,全县涉茶总产值达133亿元,全县农民人均纯收入达到13410元,其中56%来自茶产业,安溪茶产业连续六年蝉联全国重点产茶县首位。在县农茶局局长蔡建明眼中,骄人的成绩背后,不乏有省级农民创业园创建过程中,组织经营创新带来的发展动力。

全县茶农“集体创业”

“茶产业是农民创业园的主导产业。”县农茶局副局长宋建设介绍,农民创业园区以城尔茶业加工区为核心,以南线的龙涓乡和北线的感德镇为基础,辐射至全县,通过综合性优惠政策扶持作用和重点项目建设示范带动作用相结合,建立起一个多层次创业共同发展、多方式扶持共同参与的农民创业体系。日前,百年世博中国名茶金奖与金骆驼奖参评品牌尘埃落定,安溪铁观音以公共品牌身份,入选百年世博中国名茶金奖首位,并在意大利米兰世博会中国馆,以“中国故事中国茶”为主题的中国茶文化周活动中魅力绽放,米兰世博成为安溪铁观音海外营销的又一窗口。茶企抱团参展米兰世博会,这是安溪县茶农茶商“集体创业”大举拓展国际市场的一个缩影。

“一根筷子容易断,十根筷子折不断。”近年来,由农民创业园政策受惠最多的八马茶业、安溪铁观音集团、中闽魏氏、华祥苑茶业、三和茶业、魏荫名茶等6家重点企业为核心成立的安溪铁观音同业公会,在市场开拓、同盟互助、信息共享上通力合作,打造安溪茶企航母编队,“创业路线”布局全球,茶叶外销从日本、东南亚不断延伸扩大到俄罗斯、欧洲、美洲等全球60多个国家和地区。

各大品牌“躬耕”国际舞台,20万在外安溪铁观音营销大军“驰骋”全国茶市,战绩连连。日前,作为衡量我国茶叶区域公用品牌建设成就与发展水平的年度课题,2015



中国茶叶区域公用品牌价值十强榜单发布,安溪铁观音以58.7亿元的品牌价值首次荣膺榜首,首超西湖龙井。根据“中国茶叶区域公用品牌评估结果”显示,安溪铁观音品牌价值从2012年至今实现“四连升”,并历史性超越西湖龙井,晋级榜首。业内人士称,这与全县茶企茶商茶农的“辛勤耕耘”是密不可分的。

“不只是线下,农民创业园内的创业触角,已从单一的实体店经营走向线上,线下经营相结合互动经营模式。”宋建设告诉记者,成立县电子商务协会,推广网店+实体店、电商+合作社+茶农等多种线上、线下互动的经营模式。创业园内各大龙头企业陆续发力电商市场,携手天猫、京东等电商巨头,设立安溪铁观音专属频道,打造具有地域特色的京东、天猫秋茶节,开拓全球线上市场蓝海。

耕耘网络,别有新景。相关数据显示,去年安溪县茶叶电商交易额超15亿元,茶叶市场占有率21.3%,居全国第一,一举成为全国电商高地,今年还在呈上升趋势。去年双十一,创业园区八马茶业电商销售近800万元,登上了乌龙茶类电商第一名、全国茶叶类第三名的宝座。电商平台的优良业绩,引领安溪

铁观音向品质取胜、多元营销发展,实现出口、连锁、电商、企业定制、电视购物等多轮驱动发展的局面。

探索三种成熟模式

安溪铁观音品牌价值名列国内各大茶类榜首,茶企纷纷走出园门,迎来满园春色,这归功于铁观音的成熟运作模式。“在省级农民创业园的巨大推动下,安溪铁观音已经总结出几种模式,形成几种比较稳固的茶企与茶农的关系,惠及茶园达30万亩。”县茶叶技术推广站站长杨文丽说。

首先是“茶企+基地+茶农”。依山而建,群山吐翠,茶园周边有林、路边沟边有树、梯岸梯壁有草……创业园内八马茶业自建茶叶基地5000多亩,联控基地3.5万亩;安溪铁观音集团自建基地7000亩,联控基地3.3万亩……形成了一个企业自建基地的大方阵。茶企实现扁平化管理,质量安全管控十分高效。“目前,全县整个省级农民创业园内涉及茶企掌控着全县约25万亩茶园,广大茶农创业其中,受惠其中。”

“自从加入合作社,我们的茶叶就不愁

销路,收入也比之前好多了。”在创业园内龙涓乡举源茶叶合作社,记者看到茶农陈平和正在给自家茶园除草,施肥。自从农民创业园创建以来,安溪县创业园区域2014年新注册茶叶专业合作社达287家,这些合作社掌握着4万多亩茶园。“茶企+合作社+茶农”这是杨文丽眼中的第二种模式,80%合作社采取“企业+合作社”模式,与企业建立紧密的合作关系,企业提供标准、农资并包销茶叶,合作社负责落实技术标准及管理生产。

家庭茶叶农场作为创业园区的有效补充,在全县已登记注册30多个,每个面积30-50亩,茶园总面积1000余亩。这些茶叶农场已与各大品牌茶企建立合作关系,以茶企、茶商+“家庭农场”的方式,实现产出与销售良性互动。

在整个农民创业园辐射带动下,区域内的企业、合作社、家庭茶叶农场更加有效实现公司企业化管理,更加有效实现对茶山统一管理,对生产资料统一采购与分配,对茶叶安全全程监控更加有效实现,对生产流程采取更稳定、价格更优,茶农茶商双双获利。”谈及几年来省级农民创业园创建收获,蔡建明这样谈到。

(苏彩燕)

相关链接

福建省农民创业园:是福建省借鉴台湾农民创业园的先进经验,要把福建农民创业园建设成发展现代农业的平台和抓手,带动产业发展,促进农户增产增收。坚持用工业化理念发展农业、用先进科学技术提升农业、用现代经营方式拓展农业,着力转变农业发展方式,提升特色优势产业发展水平,促进农民创业增收,促进福建农业科学发展跨越发展。包括安溪县农民创业园在内,全省第一批共获批9个农民创业园和10个省级农民创业示范基地。

让葡萄酒融入中国人性情

著名葡萄酒专家张春娅在“葡萄酒与中餐搭配”课题上一直兴趣不减。她甚至不放过每次吃饭、品酒的机会,面对任何一款葡萄酒都会认真拍照、做笔记,如今,其品记笔记已写满了厚厚的几十本。

专业人士之外,在葡萄酒如何合理搭配中餐方面,目前中国的消费者还没有普遍的认识和了解。有一组反差很大的数据显示,作为全球第五大葡萄酒消费国,2014年中国消费葡萄酒15.8亿升,但人均消费量却仅为1.16升。在法国、意大利、西班牙像食物一样被每天消费的葡萄酒,在中国还被很多人看作高深莫测的消费品,无法更亲近地走进中国人的消费生活。即便是对葡萄酒有天生亲和力的中国女性,在消费葡萄酒上也没有打开最开放的消费心态。

葡萄酒的终极功能是佐餐。在中国,如果

葡萄酒仅靠佐西餐而消费,不能顺应消费面广大的中餐,取悦于热爱中餐的中国消费者,势必将会面临市场进一步壮大的困境。

然而,在我们不断呼吁葡萄酒与中餐融合的时候,进口酒商已经开始做这项工作。这些年来,外国酒经营者不断通过推行线下宣传活动,让本国葡萄酒更有效地与中国人饮食文化相融合。比如说,法国波尔多行业协会每年都举行系列品鉴活动,推出波尔多葡萄酒与中国八大菜系的搭配指导方案——原汁原味的淮扬菜搭配霞多丽干白葡萄酒,以咸鲜为主的鲁菜选择半干型红葡萄酒等,以充满创意的手段破解美酒与中国口味搭配的命题。

无怪乎有业内人士说,相比我们对国外葡萄酒文化的一知半解和模棱两可,老外对我们的研究更加丰富和深入。表面上看是推

动进口酒与中国菜搭配,其实他们是在尝试让进口酒融入中国人的口味和文化。基于当前中国酒类消费环境的变化,让葡萄酒回归本质,更多地贴近人们日常消费,让消费者饮酒更加轻松愉悦,无疑在吸引更多中国消费者喜欢上葡萄酒。

不得不说,老外在推动葡萄酒与中餐融合的行动上,远远走在了国产酒企的前面,这应该值得我们反省和警醒。

无论外界环境如何变化,酒说到底还是人们日常物质和精神的消费品,这一消费品属性不会改变。而国产葡萄酒经营者是否可以考虑从这个角度出发,让国产葡萄酒的风格更加满足中国饮食男女的口味?

我们理应对进口酒商更有优势。相比在餐饮上接受“刀叉文化”的老外,深受“筷子文化”熏陶的中国葡萄酒经营者更容易理解中

餐的精髓,更懂中餐佳肴中原料与辅料和谐共生的道理,更清楚如何在饮酒中不失菜的本身味道,更能在中国人在选择食物过程中产生深深的共鸣。一句话总结来说,我们更了解中国人口味,也更了解他们的真实性情。

应该说,研究中国人性情,不仅可开拓中国葡萄酒消费市场,更能借此了解中国人的表达方式、中国人的思维方式、中国人的哲学和中国人的消费行为。研究这样的信息,正是中国葡萄酒人的努力方向。

比起我们苦心孤诣地研究如何做市场营销,让葡萄酒推广融入中国人的性情,推动国产葡萄酒产品的丰富化、多样化和差异化,以此适应与自己相依相伴的中餐,满足国人真正的口感需要,让消费者能从饮用葡萄酒中享受人生的乐趣,必能沉淀出一条中国葡萄酒特色之路。

(刘保健)

大连国际啤酒节 收入上亿

为期12天的第17届中国(大连)国际啤酒节于日前落幕。记者从啤酒节博览会组委会了解到,据不完全统计,展会共接待中外宾客约150万人次,啤酒销量达900多吨,实现综合经济收入上亿元。

据组委会介绍,经过多年培育的中国(大连)国际啤酒节,已成为国家知名的品牌展会。本届啤酒节博览会占地面积达50多万平方米,参展企业共有100多家,搭建了40多个展示大棚,中外啤酒企业近30家,新参展的啤酒企业有5家,现场共展售400余种啤酒品牌。全世界排名前14名的啤酒企业全部参展。

(宋丹雷)

啤酒 15分钟变冰凉清爽

天气炎热,无论在家里小憩还是在路边排档,一瓶冰镇啤酒或者饮料总是让热疯了的人食客透心凉。最近,有人支招,啤酒或者饮料外面裹一层湿纸巾,放进冰箱后冷却得更快哦!到底是不是真的,记者来为您揭晓。

事实真的如此吗?记者分别准备了最常见的玻璃瓶啤酒、听装啤酒、塑料瓶饮料各一组(两瓶)。这些饮料在常温下的温度分别是:玻璃瓶啤酒28℃,听装啤酒30℃,塑料瓶饮料27℃。

然后,将湿纸巾裹在每组其中一瓶的外面,如果没有湿纸巾,用干净的纸巾浸水也可以,但要保证纸巾不滴水。将六瓶饮料同时放入冰箱的冷藏柜。

15分钟后,同时取出六瓶饮料,并测量它们的温度。未裹湿纸巾的玻璃瓶啤酒23℃,下降了5℃,裹湿纸巾的玻璃瓶啤酒21℃,下降了7℃;未裹湿纸巾的听装啤酒25℃,下降了5℃,裹湿纸巾的22℃,下降了8℃;未裹湿纸巾的塑料瓶饮料22℃,下降了5℃,裹湿纸巾的20℃,下降了7℃。

可见,裹了湿纸巾的啤酒(饮料)真的冰得比较快!短短十五分钟的时间,比正常冰镇过程多下降2℃-3℃。

为什么加了一层湿纸巾,啤酒或饮料的冰镇速度会更快?厦门双十中学物理科张老师解释说,啤酒或饮料放在冰箱内冷却,是与冰箱里的冷空气进行热量传导交换的过程。在瓶子外面裹上一层湿纸巾,相当于加大了啤酒瓶的表面积,增强了其热传导能力,从而让啤酒的热量散发得更快,降温也就更快。

(西安)

吐鲁番市拟打造 100个葡萄酒庄

未来五年,吐鲁番市将建成100个各具特色的葡萄酒庄。10日,在乌鲁木齐举办的吐鲁番百种鲜食葡萄展示活动上,吐鲁番市委副书记买买尔江·买买提表示,吐鲁番将加快葡萄及葡萄酒产业的发展步伐。

吐鲁番市的葡萄酒具有发展葡萄及葡萄酒产业得天独厚的光热资源和气候条件,但是葡萄及葡萄酒产业目前仍处于自我发展阶段,缺乏引导和市场运作,尚处于粗加工和内地葡萄产业发展“原材料”供应阶段。

为了促进葡萄及葡萄酒产业,吐鲁番市在2015年初就提出了到“2020年,葡萄酒年产量达到10万千升。其中:工厂化酒庄产量达到5万千升,小酒庄产业集群产量达到5万千升;实现销售收入100亿元,利税突破10亿元。因地制宜建成100个各具特色的葡萄酒庄,形成10个葡萄酒知名品牌和3个具有特色的葡萄酒酒庄集群;葡萄主题公园的小景观全面建成”的发展目标。

据了解,为实现这一目标,吐鲁番市将以吐鲁番市区和鄯善县两个城市为主体,以鄯善县园艺场、吐鲁番市红柳河园艺场和桃儿沟产区为主建成三个葡萄酒酒庄集群区,建成鄯善沙漠、葡萄主题公园、吐鲁番葡萄酒风情主题公园、葡萄休闲主题公园、葡萄科技主题公园四个葡萄主题公园,成立吐鲁番葡萄研究院。

并确定,葡萄酒产业要走“小酒庄,集群化的大产业”道路。依托楼兰酒业、骆驼酒业等进入相关区域投资建设酒庄,依托著名景区优势吸引投资,形成小酒庄集群;依托吐鲁番市红柳河园艺场的蒲昌酒业,参照其投资建设拉菲酒庄的模式,吸引更多世界著名葡萄酒酒庄及投资者来建设酒庄,形成小酒庄集群;围绕吐鲁番市桃儿沟——葡萄沟景区建设小酒庄,形成小酒庄集群;依托鄯善县园艺场楼兰酒业和诺兰酒庄,吸引更多投资商兴建酒庄产业,形成小酒庄集群。

其中,吐鲁番市区发展小酒庄不少于50个(或2.5万千升),鄯善县发展小酒庄不少于40个(或2万千升),托克逊县发展小酒庄不少于10个(或0.5万千升)。其中吐鲁番市和鄯善县在酒庄集群区发展不少于75%的小酒庄。托克逊县以酒庄为主,建成全地区干型葡萄酒原料生产基地。

(李俊梅)

燕京啤酒一锅炉超排被“停炉”

为做好中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年纪念活动期间空气质量保障工作,促进空气质量改善,北京市环保局在此前“大气专项执法周”的基础上,升级开展“大气专项执法月”。从8月3日至9月4日,北京市环保局将分四阶段开展大气专项执法工作。12日下午,在第二阶段“煤烟型污染专项检查行动”中,北京燕京啤酒股份有限公司南厂一燃煤锅炉因疑似排放超标被“停炉”。

12日下午,北京市环境监察总队工作人员来到位于顺义区的北京燕京啤酒股份有限公司南厂,对工厂内正在使用的燃煤锅炉排放物进行抽查。在抽查的两台燃煤锅炉中,工作人员发现其中2号锅炉的氮氧化物排放疑似超标10%。(因正式检测报告未出,现在出的只是初步检测数据,故称疑似。)市环境监察总队当即要求啤酒厂对该台锅炉实施“停炉”。

据介绍,该厂共有9台20蒸吨锅炉,年用煤量在8万吨左右。目前,厂内正在运行的锅炉只有6台。该厂相关负责人表示,2号锅炉“停炉”后,将使用其他锅炉替代,不会对生产造成太大影响。接下来,厂里将对锅炉进行检测,使其达标排放。据其介绍,工厂内9台锅炉的煤改气已列入2017年工作计划。

据了解,此次抽查是本月起开展的“大气专项执法月”行动第二阶段任务。北京市环境监察总队副调研员穆亮介绍,此次“大气专项执法月”共分为4个阶段,目前第一阶段(8月3日至7日)“工业企业专项检查行动”的检查已经完成。正在进行第二阶段(8月10日至

14日)“煤烟型污染专项检查行动”,将重点对常年运行燃煤锅炉的企业和服务行业开展监察监测。接下来,第三阶段(8月15日至19日),还将开展“扬尘焚烧类专项检查行动”,联合城管等部门对工地扬尘、露天烧烤、露天焚烧等问题开展全面检查。

从8月20日起至9月4日,第四阶段将开展抗战胜利70周年纪念活动空气质量“保障行动”。届时,执法人员将重点对列入纪念活动期间停产、限产名单的工业企业开展检查,同时还将联合城管等部门对露天烧烤、露天焚烧等行为开展全面巡查。当发生空气质量重污染时,将启动应急措施,加大检查和巡查力度,缓解空气重污染。

据了解,在第一阶段的检查中,全市共出动执法人员1585人次,检查1481家次,发现违法行为120起,均拟立案处罚。

前7月处罚环境违法行为 1773起

12日,市环境监察总队通报了今年前7个月全市环保检查情况:环境监察部门共立案处罚环境违法行为1773起,处罚金额7828万元,同比分别增长21.8%和86.8%。其中,大气环境类立案处罚1000起,处罚金额2401.23万元,分别占总数的56.4%和30.7%;水环境类立案处罚92起,处罚金额3489.79万元,分别占总数的5.2%和44.6%。

今年,史上最严环保法开始实施,北京严厉查处了一批典型违法行为,对排污单位起到震慑作用。其中,全市利用新环保法赋予的新执法手段查处违法企业94家,包括移送公



安机关行政拘留案件2起,按日连续处罚3起,限产停产2起,查封案件87起。此外,查处涉嫌环境污染犯罪案件并移送公安机关1起,查处违法建设项目320起。

100个座椅以上餐馆 将建档监督

“此次大检查,我们全面排查了全市向环境排放污染物的单位,目前已基本掌握污染源排污状况。”北京市环境监察总队副队长赵志威介绍,目前全市已经摸排到的排污单位共54970家,其中生活源36885家,工业源

16511家,农业源1574家。对其中27000余家重点行业污染源,将在全市统一的环境监察管理平台建立规范的“一厂一档”。

什么样的排污单位将“一厂一档”?赵志威表示,对于工业源,主要是印刷、造纸、喷涂等20个重点行业,生活源主要是排放量较大的单位,如100个座椅以上的餐馆。建立“一厂一档”可对污染源实现等级化、差别化监管,对于排放量大、自我监管做得不好的企业,将给予特别关注,加大执法频次。目前已经为1000家重点排污单位建立档案,年底将为27000余家重点企业的“一厂一档”全部完成。

(王硕)