

农特产品“打飞的”销往全国 永康“老味道”慰藉游子乡愁

开栏的话 近几年,随着农村供给侧结构性改革号角的吹响,大批有梦想、敢想敢为的人走进农村创业,搭建电商平台销售土货、建设美丽新农村成旅游胜地,让藏在深山的‘老味道’飘香全国,让一座座名不见经传的小村庄焕发了前所未有的生机,结合当地实际,挖掘、释放乡愁,带旺农村经济发展。今起,本报推出‘守望发展 留住乡愁’专栏,将从永康‘老味道’‘老五金’‘老乡村’等角度,盘点乡愁经济。



最土网工作人员帮助农户采摘方山柿。

肉麦饼、发糕、麻糍……年关将近,藏在味蕾中的乡愁也更深沉。对于我市不少人而言,一道道地道的家乡小吃不仅是令人垂涎三尺的美食,更是一家人相聚时的饭桌必备点心,也是对家乡那份无可替代的情感。正是因为这份需求,催生了我市乡愁经济的无限潜力。近日,记者走访发现,不少传统小吃和农特产品的商户已主动融入乡愁经济的发展中来,舌尖上的乡味拥有强劲市场。

□记者 王靖宁

古法制作小吃受欢迎 “老味道”售价高销量好

在象珠镇农贸市场,记者见到了远近闻名的博宇麻糍制作者胡博宇。在胡博宇不大的摊位前,围满了前来购买麻糍的村民。

“他家的麻糍又糯又香,口感非常好,家里人都好这一口。”见记者前来,村民施大爷指着麻糍一个劲地竖起了大拇指。

“我们家的麻糍之所以能得到村民的认可,是因为一直以来坚持古法制作,选用上好的糯米和红糖,且绝不添加其它调味剂。”胡博宇说,自家的麻糍生始于父辈。一直

以来,为了做出新鲜、口感好的麻糍,胡博宇和父母天还没亮就起床,蒸上提前浸泡好的糯米,再将倒进石臼里用木槌翻打。制作好成品后,拿到集市上出售,日复一日,风雨无阻。也正因麻糍口味正宗、口感独特,让‘博宇’名声日渐远扬。

尽管每斤售价比其它麻糍店略高几元,但每月仍能卖出近500公斤。像胡博宇一样坚持用古法制作各类小吃的,在我市不在少数。曾斩获市农展会美食金奖的唐先阿波红糖发糕店也是其一。

为了对得起美食展赋予的‘金字招牌’,施勇波夫妇每天凌晨两点就起床忙活。如今他家制作的红糖发糕日产上百公斤,还吸引义乌、东阳等周边县市顾客慕名前来。临近年关,更是有不少人选择提前预定,夫妻俩的日子也是越过越红火。

“如今,乡味像是打上家乡文化标签的特殊商品,逢年过节每家每户的餐桌上都少不了。我们的发糕口感好,名头自然越来越响,经济效益也水涨船高,也让我们更坚定了做传统小吃的决心。”施勇波说。

农特产品服务商店频出 地道土味最受欢迎

在外的游子最惦记一口家乡的土味道,即使全国各地有许多大型超市,却也无法满足他们对我市农特产品的需求。“在外面做生意,最怀念的就是永祥笋干和自家晒的干菜,外面买的总不对。”恰逢家里办喜事,在西安经商的程先生回家后的第一件事就是去集市里买了不少笋干、萝卜丝等土特产。

逛了一圈,记者发现不少我市商家已经瞄准了农特产品的市场前

景,为解决游子‘乡愁’需求的农特产品店的数量也在不断增加。“我们搜罗了各地最优质的农特产品,进行统一礼盒包装,以便顾客外出携带或是馈赠好友,减少他们奔波各地购买土特产的时间,帮助他们与家乡建立快速、便捷的连接通道。”市华丰路上某农特产品店销售人员应女士说。

走访中,记者发现,虽然我市各农特产品服务商店大小规模不

一,但店内的品种却都很齐全,梅干菜、萝卜丝等各类地道土味更是少不了。“凭借着农家巧手,这些在我市农家最常见的农产品恰恰是游子最怀念的味道,久而久之也发展成为了我市美食文化的代表之一。”应女士告诉记者,临近年关,店内农特产品的销量最好的还属梅干菜、笋干等地道土货,除了日常食用外,不少消费者也会选择购买礼盒套装馈赠亲友。

电商平台成最新载体 解决贫困家庭实际困难

除了各类农特产品实体店外,运用移动互联网和大数据,以我市各地乡土特产销售、服务为一体的电商平台也应运而生,形成了一套独具特色的舌尖上的乡愁经济解决方案。

“我市不少地道的土特产都隐藏小山村里,因为交通不便、信息闭塞等问题,不少村民家中的红薯粉、萝卜干等土特产价格低廉但没有销路,看了确实让人发愁。”市最土网负责人应永胜告诉记者,为了进一步提升我市农产品的社会影响力和

品牌价值,拓宽优质农产品销售渠道,让‘藏在深闺无人识’的土特产通过搭乘电商快车,让更多的在外游子买上一份家乡的土特产,他创办了最土网,专门销售我市各地不为人知的山村农特产品。

目前,最土网共有200多个在售品种,共400多件农特产品,月销售额近10万元。为了满足游子的思乡之情,各类农特产品搭上飞机销往全国。“农特产品销往江浙沪居多,游子最爱的还是萝卜丝、红糖发糕等。”应永胜介绍。

除了满足消费者对于农特产品的需求,最土网还为不少生产销售农特产品的贫困家庭解决了一系列的困难。“以这段时间盛产的方山柿为例,不少正宗的方山柿农户由于交通、信息限制,销量一直上不去,家庭生活也比较困难,我们就主动组织工作人员上门采摘,统一包装后统一销售,为农户带来了不少收益。”应永胜说。

■守望发展 留住乡愁①

我市农企叫响省内外

□记者 徐赛瑾

近年来,我市农企频繁亮相省级领奖台。这些获奖农企通过自己独特的一套运营理念,打破传统模式,打响品牌。

科普惠农兴村带头人

在风景优美的历山脚下,坐落着一座集生物科技、科普教育、养生观光、科技培训、农耕文化展示为一体的现代化休闲农园,人们也习惯称之为菇尔康休闲农园。

在这里,除了能观光灵芝破壁孢子粉、猴头菇粉、食用菌粉等健康养生产品的生产工艺流程,还能在现代化菇房里感受高科技的农业栽培技术,以及深厚的灵芝养成文化等。

多年来,市菇尔康生物科技有限公司董事长李汝芳始终秉持‘农业+’发展模式,‘+产品’+‘培训’等,吸引了游人纷至沓来。休闲农园不仅振兴了乡旅经济,还是我省唯一的一所科技教育中心培训基地。

这几年,李汝芳也不断‘变身’,从一个‘门外汉’到我市食用菌研究所所长,再到现在拥有‘宜游、宜养、宜观’的菇尔康生物科技有限公司的负责人,从单打独斗到现在有2万多‘学生’遍布全国各地,在江西、福建、四川、江苏等省建立食用菌基地8个,在全省各地发展食用菌专业户五千多户。而在2017年度浙江新农村建设带头人‘金牛奖’评选活动中,他更是入围了提名奖名单。

对于今后的打算,李汝芳坦言:“首先是把菇尔康的产业做大,在此基础上,结合自身的经验,带动别的农企发展。”从传统的劳作者,到如今拥有20多项创新技术的全国科普惠农兴村的带头人,李汝芳无私分享自己的专业技术,将自己刻苦钻研的种养殖技术推广到全国各地,帮扶广大农民,真正成为新农业、新技术的带头人。

养殖地域特色精品猪

在11月底闭幕的浙江省农博会上,我市伟丰肉食品有限公司的两头乌肉荣获优质金奖以及‘最好吃猪肉’特称。

据了解,金华两头乌分为3个系种,伟丰公司养殖III系小型‘老鼠头’,体重只有60公斤,历经12个月生长周期,是制作正宗火腿的唯一选料。

因此,早在2015年,两头乌便获评为全国首批国家级农产品地理标志示范样板,从那之后,它也被画上了强烈的地域色彩。

据伟丰公司负责人付美贞介绍,两头乌生长速度慢,养殖时间长,成本高,脂肪沉积能力强,瘦肉率偏低,不符合现代人们的食用习惯。因此必须优化传统两头乌的养殖模式,降低养殖成本,让两头乌的口感更佳,提高市场竞争力,并最大限度挖掘其商业价值。

据悉,下一步两头乌产业将实现‘三个转变’和‘三个提升’。“生产方式”实现转变,由传统养殖方式向规模化、设施化、生态化、集约化、标准化、信息化、智能化养殖转变,由以单一养殖为主的生产方式向以产、加、销一条龙及以合作共赢为主的生产方式转变;“营销模式”实现转变,由传统的实体销售转变为实体营销和网上营销双轮驱动;“产品结构”实现转变,由过去的初级加工,向精深加工转变,并趋于多样化和多层次。