

“围城”中的“坚果之王”

——宁海香榧产业调查

记者 曹维燕 通讯员 葛主铨 仇丹娅

近日,第六届浙江宁海“双峰”香榧文化节在黄坛镇落幕,坚果中的“爱马仕”——香榧香飘缙城,挑逗着吃货们的神经,也让这个产业引起了大家的关注。

据悉,宁海引种香榧已有20余年的历史,现有种植面积1.5万亩,2017年鲜果产量210吨,产值714万元。我县香榧主要集中在黄坛镇、前童镇、深明镇等西部山区,这些曾经的贫穷山区,如今村民靠山吃山,靠种植香榧脱贫致富,也让香榧成了大家眼中的摇钱树。

近年来,山区农民的种植热情普遍高涨,房前屋后遍植香榧,香榧产量、面积都在逐年递增,产业崛起似乎充满希望。但相比诸暨、东阳、嵊州等香榧传统产区 and 临安、丽水等新兴地区,我县香榧产业起步较晚,在产业发展、品牌建设、深加工等方面缺少经验,在四面“围攻”之下要实现异军突起,走出特色发展之路,还需不断探索。



深加工之失：一瓶精油背后的产业差距

深度开发、延伸产业链才是方向

香榧全身是宝,但俗称“青皮”的假种皮让榧农头痛不已。在双峰,青皮被榧农运回山林用作肥料,或被当成垃圾随意丢弃,对环境造成了影响。而在主产区,榧农们正在将假种皮回收,用来提取精油,变废为宝。

“香榧假种皮含油量高,从中提取的植物精油不仅纯度高,而且活性成分多,是不可多得的化妆品生产原料。”童振杰对香榧深加工产业历来十分关注。他告诉记者,诸暨香榧企业联手韩国一家化妆品公司,通过提取香榧精油共同开发出香榧面膜、香榧精油皂、香榧洗发水等系列产品,已经上市销售。

相比较而言,我县香榧产业深加工是产业链中缺失的一环。现阶段,宁海香榧二产开发滞后,产品市场拓展进度慢、产品品种单一(以椒盐香榧为主)成为产业发展最大的瓶颈。对香榧青皮开展科研深加工,拉伸产业链,提升产品附加值,寻求产业新的突破口,成了宁海香榧产业的当务之急。

在采访中,童振杰也表示,宁海香榧要有“出头之日”,必须加大科技兴榧力度。通过“走出去,请进来”的方式,加大香榧标准化生产技术的培训力度,建立专家与基地结对指导、培养一批土专家;同时推广应用现有的科技成果和营林新技术,不断

吸收、借鉴和应用其他产业的先进技术,促进双峰香榧产业的发展;争取建立专业香榧研究所等科研平台,依托浙江农林大学现有科研力量,整合宁波市相关科研院所及相关企业,开展科学研究、示范与推广工作。

而做好深加工文章,不妨“取经”东阳。和诸暨相比,东阳香榧尽管具有同样悠久的历史,但曾经为了充分保证粮食生产,大量的古榧树惨遭砍伐。但东阳香榧却依靠科技“回天有力”,发展势头逼人。当地企业瞄准香榧深加工,与科研单位合作,开发出香榧饼干、精油胶囊、调和油、香榧酒等系列产品,并获得了市场的认可。预计2020年,东阳香榧总面积将发展到12万亩,总产量达到3000吨,总产值达到9.5亿元的水平。

而走产业化之路,也是发展的必由之路。宁海要培养有一定规模的香榧种植大户和高质量的香榧基地,扶持、培养和发展几家集香榧种植、收购、加工、市场销售于一体的龙头企业,走出一条市场与基地相连接的基地带动农户的产业化发展之路。同时,以科技为支撑,以效益为中心,建立统一的香榧种植技术标准 and 加工标准,通过标准化生产和加工,完善和延伸香榧产业链,创建名牌产品,开拓国内外市场,才能让香榧成为真正的摇钱树。



发展滞缓之痛：香榧产业群雄四起

强技术、重扶持或是出路

金秋时节,穿行于黄坛镇双峰村一带,扑入眼帘的,就是一望无际的绿。最引人注目的,是漫山遍野、连绵不断的香榧林。双峰片区作为宁海香榧的主产区,种植香榧1.1万亩,投产面积3600亩。目前,已形成了里天河、张辽、逐步等香榧种植专业村,种植面积达1000亩以上;创建了杨梁、张辽、榧坑等百亩以上的香榧基地25个。

20多年来,在双峰榧农的带动下,宁海香榧面积发展到1.5万亩,给榧农带来了可观的收入:今年香榧干果售价达400元/公斤,按干果产量4.2万公斤计算,总产值超过1680万元。且随着香榧从幼株期陆续走向盛果期,未来产量将持续不断增加。

这一串串数字是可喜的,但纵观我国香榧产业全局,我县的发展形势不容乐观。

2007年,临安市提出要让香榧成为继雷笋、山核桃后的第三棵“摇钱树”。经过10年发展,临安市香榧种植面积达4.8万亩,种植株数达118万株。宁海的发展速度远落后于临安这个后起之秀,产量与主产区相比,更是望尘莫及。2016年香榧干果的产量,诸暨为532吨,东阳为100吨左右,嵊州200吨左右。宁海产量只有诸暨的7.8%,东阳的42%。

投资上来看,东阳早就看到了投资香榧的“钱景”,从2001年以来,当地私人业主投资开发香榧基地的势头持续上升,截至目前,面积在100亩以上的已有100多户。综合来看,我县香榧产业发展速度、质量、力度都被远远甩在后面,产业要突围,打造宁海品牌,可谓艰难。

产业发展迟缓,原因是多方面的。首先投入高、投产慢的香

榧种植,让不少投资者望而却步。“种苗贵,管护费用高,再加上我县香榧种植的区域偏远,导致资源性简易公路、林地管理用房等基础设施建设投入也很大。”县香榧种植大户丁红星说起这个感触良多,他的300亩香榧林每年要投入40余万管理费,前后共投入几百万,至少要十年才能回本。其次,县西部山区是宁波市重要的水源涵养区和水源地保护区,这就要求香榧种植过程中要采取严格的环境保护措施,在一定程度上限制了产业发展。

在采访中,榧农还普遍反映政府扶持力度不够。据悉,宁波市、县种植香榧补助标准只能算一般性的绿化造林补助,甚至有些还不能享受补助政策。而诸暨市连连出台政策:首先是每年拨出500万元,用于新建香榧基地。规定当年新发展连片百亩以上香榧的,每亩补助

350元,次年再补助每亩80元。在政策的积极推动下,诸暨种植面积从2000年的1.1万亩迅速扩大到现在的13.2万亩。

如何破解发展滞缓痛点?县香榧产业协会负责人童振杰认为,加强技术支撑是关键。县香榧发展仍处于起步阶段,栽培管理、产品加工与质量安全等技术方面亟需外部支撑,引进新的经验技术能让我们少走弯路;对于香榧种植成本高的问题,他建议相关部门加大扶持力度,重点推进和完善资源性机耕路建设和林地管理用房建设,为农家肥上山、榧果下山运输等提供方便,减轻榧农负担。一位资深农业专家表示,建立香榧良种苗木繁育基地,生产良种苗木,降低苗木价格,满足宁海香榧生产快速发展的需要才是当务之急。

品牌建设之难：逐年增产、如何增收?

拢指成拳、整合发展方能突破

除了发展滞缓,县香榧产业的品牌建设也存在难点。

今年首届黄坛香榧产业发展论坛上,有榧农表示了担忧:随着香榧树的逐年投产,我县香榧产量每年增加20%-30%,随着香榧产量继续增加,将来会不会出现销售难的情况?榧农的担忧,折射出我县香榧品牌建设滞后、销售局面尚未完全打开的现状。

记者了解到,我县香榧消费市场主要集中在宁海、宁波,以宁海为主,市场拓展进度缓慢。一旦产量增加,本地市场饱和,极容易出现卖难问题。2013年,我县香榧产量大幅度增长,价格上演“高台跳水”,跌幅近五成,

最主要的原因便是本地市场的饱和,香榧卖不出去。此外,不容忽视的是,宁海香榧平均价格高出主产区10%-20%,让产品在电商市场上缺少竞争力。据悉,今年双峰香榧价格均在400元/公斤,但在淘宝、京东等网上商城,主产区香榧价格在200-350元/公斤。“高价”香榧要走出宁海,唯有仰仗品牌建设。

在这方面,诸暨树立了榜样。诸暨“冠军”和“野珍”等5家香榧企业获得了中国驰名商标,“冠军”“老何”“天珍”获得了省级名牌,在当前激烈竞争的态势下,诸暨香榧独占鳌头。但其品牌建设并非一蹴而就,诸暨凭借数以万计的百年香榧古树,

在竞争中占据着主动位置,但它也在思新求变,2004年,诸暨投资1000万元,建成了全国唯一一个香榧森林公园,以古榧树为卖点,带来了充分的话题。在口碑传播和媒体传播的双重作用下,诸暨香榧美名远扬。

宁海在品牌建设上,或可借鉴其经验。记者了解到,宁海双峰山区原是木榧的发源地和生产区,现存有野生木榧千余株,集中生长在黄坛镇逐步、榧坑等村,其中榧坑村更有一株千年榧王,这些都为我县大力发展香榧产业奠定了基础。遗憾的是,天然资源效果利用不明显。如何做好吆喝文章、打造自有品牌,当地政府、行业协会、媒体和榧农还有很多功课要做。

不过,宁海也在不断探索。黄坛镇连续6年举办浙江宁海“双峰”香榧文化节,打响了一定的知名度;今年还启动了“双峰”香榧地理标志证明商标申报工作;2016年,各单位多方联合,促使“双峰牌”香榧获得国家生态原产地产品保护认证,准予其使用“生态原产地产品保护”(PEOP)标志。

形成地域品牌,提高农产品附加值,提高农民进入市场的组织化程度和农业综合开发效益,具有重要意义。业内人士表示,单个农产品品牌力量单薄了点,从“宁海香榧”整个品牌入手,拢指成拳、抱团发展,走整合发展之路,宁海香榧才能走出更加广阔的前景。



香榧鲜果采摘



香榧干果加工