

市场瞭望

从“产供销”转向“销供产”——

新疆红枣更红了

本报记者 乔文汇

探访特色产品消费

从原来到加工枣,从枣类食品到含枣食品,适应消费者需求,新疆红枣正从外到内不断变身,产品包装从简单粗放到时尚新潮,产业发展从“产供销”转变为“销供产”,受到越来越多消费者欢迎。

说到红枣,必提新疆。多年来,新疆大力发展特色林果产业,红枣产量连续多年在全国居首。特别是南疆环塔里木盆地昼夜温差较大、光热资源丰富,十分适宜枣树生长,已培育形成了一条红枣产业带。

红枣兼具食用价值和药用价值,但这并不是所有人的日常必需食品,随着产量、市场供求关系波动,近年来红枣收购价起伏起伏。为应对市场变化,新疆红枣主产区以深化供给侧结构性改革为主线,引导果农、加工企业、果业销售公司等,坚持提升质量、强化创新,提升消费黏性。

眼下,从原来到加工枣,从枣类食品到含枣食品,和着消费市场的节拍,新疆红枣从外到内不断变身,正演绎着“七十二变”。

“着装”趋向新潮

记者在喀什、和田、阿克苏和巴音郭楞等地采访发现,与以往不同,如今红枣产品包装更加多元化,其中不乏兼顾颜值和实用性的新潮包装,一款便携易带的小罐装红枣,品牌标志醒目、产品辨识度度高,让人一眼就能记住。

“包装不仅要美观、方便,还得向消费者呈现卖点。”洛浦县是和田地区最早种植红枣的县,该县支青红枣农民专业合作社负责人李德振坦言,“原来不重视包装,多用粗粗的袋子,去年专门设计了系列包装,枣子身价也跟着涨了”。

喀什地区麦盖提县以种植红枣为主,面积达50万亩,占全县耕地面积的一半以上。记者在这座“中国红枣之乡”看到,这里既有1公斤的红枣礼盒,还有0.5公斤一袋、200克一袋、5颗枣一小袋,甚至一颗枣一袋的独立包装。麦盖提县林草部门相关负责人表示,种得好更要卖得好,实用、亮眼的包装是产品的第一印象,必须要下功夫。

红枣树,绿银行。从简单粗放到时尚新潮,红枣包装上的变化,折射出新疆红枣产业发展从“产供销”到“销供产”的转变。处在种植端的果农,越来越重视红枣的质量、果型、色泽,琢磨销售端的需求。“种好红枣能挣钱,打扮好、包装好红枣能多挣钱。”麦盖提县红枣种植户买买提·艾买提说。

阿克苏格林凯生态农业有限公司以销售新疆农特产品为主要业务,根据红枣市场需求,将原来2.5公斤的大包装换成了500克的小包装,并增加了罐装和礼盒包装。“今年设计更新了包装,加入了地域文化元素,让人一看就知道是新

周末,江苏南通通州区先锋街道的洲际绿博园又迎来了大波的游客高峰。游人进入景区,在花木绿植中,放慢脚步,享受阳光。记者发现,不少游客带着跑步、骑行和划船等装备,既来看景,更来健身。

在南通上班的河南永城务工人员王浩宇是个跑步运动爱好者。“绿博园不仅有10余万株珍稀植物可供参观,还是个不错的体育公园,健身步道、骑行环道、攀爬、划船、滑草等休闲体育设施一应俱全,可实现视觉享受和运动享受两全其美。”

他说,这里既满足了自己的运动需求,也让父母和孩子找到了游乐好去处,基本每个周末都会带着家人来绿博园游玩。

“我们办了旅游年卡,70岁以上的老人和身高不足1.4米的小朋友可以免费,非常划算。而且这里经常举办攀爬、放风筝、划船等老少皆宜的趣味比赛活动,祖孙三代都能找到乐趣。”王浩宇说。

在暖阳照耀下,绿博园温室里的热带植物生长茂盛、五彩缤纷,与室外绿岛上各色无动力体育设施相映成趣。“这里既是城市的生态涵养区,也是市民的健身大公园。”南通洲际绿博园董事长周健说,景区所在的先锋街道是南通通州区的纺织业重镇,工厂林立,人口多,休闲体育的需求也大,因此专门把体育元素融入植物园建设中,在6000多种植物间穿插设置了10多个休闲体育区域,让游客在情景交融中锻炼身体。

“我们街道每个村都开辟了约1000平方米的运动区域,设置了篮球、乒乓球、健身房等运动类项目供居民参与。”先锋街道党工委书记钱道锋告诉记者,先锋街道是江苏省省级体育强镇,这两年,在加大体育设施投入力度的同时,还加大了体育装备产业发展力度。



图① 丰收季,新疆阿克苏地区红枣挂满枝头。 本报记者 乔文汇摄



图② 新疆巴音郭楞蒙古自治州且末县的红枣产品。 本报记者 乔文汇摄



图③ 新疆洛浦县果农在对晾晒好的红枣进行初级分拣。 买买提艾力摄(中经视觉)



疆产品。”企业负责人黄金枝说,新包装产品受到更多消费者欢迎。

“搭档”更加多元

在巴音郭楞蒙古自治州且末县,记者见到一款奶枣产品,打开包装袋,枣香扑鼻,奶香浓郁。新疆且末小宛有机农产品有限公司副经理古丽扎·玉素甫介绍,奶枣已成为“网红食品”,牛奶和红枣都是新疆优质产品,将两者结合的奶枣一经推出,便受到市场青睐。

近年来,红枣产品越来越丰富,其“搭档”更加多元。除了奶枣、枣夹核桃也一度爆红。北京市西城区广内街道居民陈平告诉记者,单吃枣太甜,单吃核桃又有点涩,两种食品混合在一起吃,口感就非常好。这类产品走红的背后,是枣类产品向创新化、健康化转型的实践。新疆一些红枣加工企业立足创新,瞄准健康,适应消费者口味,产品越来越丰富。

记者注意到,以红枣为原料,主要有红枣加工类和含枣类两大类。红枣加工产品包括红枣汁、红枣干、冻干枣等,主要成分是枣;含枣产品则有红枣粥、红枣奶、红枣茶、红枣生姜饮料等,产品中含有红枣,红枣可能只是配角,奶枣、枣夹核桃就属于这一类。目前,这两类产品为消费者所熟知,高品质的产品市场反响良好。

除上述两类产品,另一类含有红枣元素的产品,也开始在消费市场崭露头角。比如,一些

主产区发挥红枣种植优势,将次等级红枣和红枣碎末加入到饲料配方中,养殖“红枣鸡”“红枣鹅”“红枣羊”向餐饮店和超市投放,提升了养殖业附加值。入冬后,洛浦县居民冯卫疆每周都会买一只“红枣鸡”煲汤,“味道确实不一样,有点甜”。

此外,和田地区洛浦县还深入挖掘红枣文化,积极宣传支边青年开垦荒地、种植红枣,带动各族群众致富的历史,建立了红枣主题公园,连年举办红枣文化节、采摘节等,通过推进文旅融合,延伸了红枣产业优势。

“内涵”重在有机

新疆红枣产量高、品牌多,同质化竞争严重。突出绿色、迈向有机,以质量撬动市场,近年来,新疆红枣主产区喀什地区麦盖提县实现了从重产量到重质量的转变。

作为“孤悬”的绿洲,且末县产业发展面临诸多劣势,在红枣业发展方面,他们却将这种劣势转化为优势,坚持打造“有机绿洲”。在近年来红枣市场略显低迷的情况下,该县连续3年成为新疆红枣种植区中销售最快、价格最高的县。

“提高质量是抵御价格波动的利器,这在全县果农中已形成共识。”且末县委书记徐凯表示,他们引导果农发展有机红枣,应用生物有机肥,倡导科学种植,全面提高红枣品质。“这两年有机

红枣供不应求,有多少就卖出去多少。”他说。

且末县雪山果园农业开发有限公司负责人田永红介绍,安全是食品企业生存和发展的生命线,原枣质量好,下游产品的品质才有保证,这对食品行业来说尤其如此。“虽然有机枣产量低一些,投入高一些,但价格翻倍上升,我们会坚定不移走好高品质之路。”

同在巴音郭楞蒙古自治州的若羌县,与且末县一样,把红枣产业作为巩固脱贫攻坚成果、推进乡村振兴的重要抓手,培育优质红枣。截至目前,全县红枣种植面积已达23.4万亩,其中绿色枣果面积就达11万亩,有机红枣面积达10万亩。

若羌红枣皮薄肉厚,深受消费者喜爱。“我们将持续以优质红枣为基础,打造高端品牌,在促进农村一二三产业融合发展、助力乡村振兴和消费升级中贡献企业担当。”坐落在若羌县的新疆羌都枣业股份有限公司副总经理孙娟说。

江苏南通通州区体旅融合风生水起——

拾梦开沙岛

本报记者 蒋波

“我们依托纺织产业优势,针对户外登山装备、户外冲锋衣制作等进行产业链条延伸,已培育了体育装备配套企业4家,实现产值近5亿元,带动1200人就业。”钱道锋说。

由洲际绿博园向西,在长江南通通州段中有一座小岛——开沙岛。背靠优美的自然生态,通州区在岛上大力发展体育和旅游产业,体旅融合风生水起,吸引了周边省市游客慕名而至,并成功入选首批国家体育小镇建设试点。

行走岛上,江风习习,中国乒乓球训练基地、洲际梦幻岛项目、开沙岛房车露营地等一个个体育旅游项目星罗棋布,游客和运动爱好者在鹭鸟翩飞、绿带蜿蜒的生态小岛上或徜徉,或奔跑,其乐融融。

“这里的风景太美了,还有马术、露营、房车等,可以玩的和运动的项目有很多,总有一款适合咱,是个非常好的旅游目的地。”上海游客黄中妹带着朋友专门开车前来游玩,她说,从上海到开沙岛全程高速,用时不到一个小时,非常方便,未来这里有望成为上海市民运动休闲的热门地区。

“配合体育小镇建设,我们在岛上开发了1658亩的洲际梦幻岛项目,体现沙、水、渔、农等

江岛风情的同时,建设了近40公里的健身步道,以及骑行、垂钓、素质拓展训练等100多个休闲体育项目。”周健告诉记者,梦幻岛是在一座堆煤场的基础上打造出来的绿博园体旅融合升级版,2022年将进一步完善配套设施,并计划承接高级别体育赛事,增强体育小镇的知名度和运动休闲特色。

“从高空俯瞰,开沙岛像一块色泽饱满的翡翠,镶嵌在长江之上,熠熠生辉,一个以‘体育+旅游’为特色的‘生态江岛’屹立于长江上。”南通市通州区教育体育局党组书记、局

长丁华介绍,随着“长三角”一体化国家战略的深入实施,通州区将进一步挖掘岛上丰富的体育和生态资源,积极筹办高水平赛事,强化体旅融合,相互赋能。



南通开沙岛体育小镇露营地举行的“车轮”滚滚亲子体育活动。(资料图片)

新疆红枣演绎“七十二变”,无论是外包装、加工产品等方面,都与以往有了很大变化。笔者在调研采访中了解到,越来越多的企业重视包装,以美观、实用的包装展示企业文化、品牌形象,吸引消费者眼球;具备良好市场潜力的红枣加工产品日趋丰富,实现了“果品在加工中增值,企业在加工中增效”。

然而,红枣产品纵有千变,必须秉持质量为先。面对市场竞争,红枣加工企业纷纷独辟蹊径推出新包装、新产品,培育了差异化竞争优势。产品包装和新品开发固然重要,但赢得市场最终还是要靠质量。只有获得消费者信赖,产业才能拓展发展空间,迈向高质量发展快车道。

随着消费升级,消费者对质量的要求越来越高。对种植端而言,应进一步加强对果农的培训,倡导科技兴枣、质量兴枣,实现从重产量到重质量的转变,从源头控制质量,并以优质林果拓展市场,抵御价格波动。在加工端上,应将质量意识贯穿于生产各个环节,消费者通过建立食品安全追溯制度,引进先进的工艺流程,不断完善质量监控、检测、检验体系。

笔者注意到,红枣的营养保健功能被越来越多的消费者意识到,有机红枣成为消费新时尚。据此,新疆红枣主产区大多打出绿色有机牌,依托农民专业合作社、龙头企业、红枣协会等推广有机红枣。从现状看,仍需进一步加强政策引导,做到统一生产资料、统一技术、统一回收、统一加工和销售,以确保质量稳定、站稳市场。

此外,质量还是品牌的基础,质量不稳定,培育优势品牌就是空谈。而壮大区域红枣产业,须立足安全、优质、特色培育优质品牌。从这个方面看,也要坚持质量为先。在此前提下,打造涵盖区域品牌、企业品牌、产品品牌、线上销售品牌,以及有机农产品和农产品地理标志等品牌矩阵,带动红枣全产业链效益提升。



南通开沙岛体育小镇举行的亲子跑比赛。(资料图片)

本版编辑 沈慧美 编 倪梦婷