

馕饼也能做成支柱产业

——新疆馕产业发展状况调查

“

馕是新疆传统特色食品,近些年越来越多的人开始喜欢上它。但长期以来,馕的生产主要以小作坊为主,难成规模。如何做大做强特色美食产业,让传统美食飘出“新香”? 经济日报记者调查发现,新疆近年来积极调整产业结构,“牵手”关联产业,大力推进馕产业向集约化、标准化、品牌化迈进,逐步激发、释放了馕产业的发展动能。

“无馕不待客”“没馕不算家”……馕是新疆各族群众喜爱的食品,也是当地一张特色名片。长期以来,新疆馕的生产以作坊为主,总体呈现“小而散”特点。传统美食何以飘“新香”? 如何将地域产品特色转化为产业发展亮色? 怎样将产业“潜优势”转化为“显优势”? 解答这些问题,蜕变中的新疆馕产业是一个不错的参考样本,值得探析。为此,经济日报记者行走天山南北,采访调查新疆馕产业发展。

从小作坊到集团军

走进新疆伊宁市塞外馕馐文化小镇,空气中弥漫着烤馕香。这里规划了生产加工区、体验区和生活区,日产馕4万多个。2020年,该市整合现有生产资源,打造了“1个产业园+10个生产基地+1个街区+若干作坊”的馕产业发展体系。

“过去,每天的收入特别不稳定,有时候高到脖子,有时候低到脚脖子。”在伊宁市塔什科瑞克乡馕产业园,库尔班江·吐拉洪打馕时,手机总是播放着欢快的音乐。他是当地有名的打馕师傅,以前和家人经营打馕店,2020年10月到产业园工作后,专心负责打馕,每个月收入达7000元。“现在好得很,不用操心面和油了,也不愁馕咋卖了。”

与库尔班江·吐拉洪不同,一些师傅依然在经营自己的打馕店,不过口味、手艺、馕坑等也在变化。“过去用的土馕坑烧柴或煤,烟味很重,现在的馕坑烧天然气或电,非常环保。”热合曼·巴拉提在乌鲁木齐市会展中街经营的打馕店,每到下班时间就特别忙。“大家爱吃热乎的馕,老顾客下班后总会买几个刚出炉的带回家。不愁卖,你看,这些邻居就够我忙活的。”他指着周围的楼群对记者说。

从小作坊到“集团军”,从粗制作到新手法,既实现集聚生产又兼顾多样化的灵活方式,新疆馕产业这两年由过去零散化、小规模经营逐步走上集约化、规模化发展之路。

为什么要改?“过去生产分散,到处冒烟,既不经济也不环保。”伊宁市塞外馕馐食品有限公司董事长杨小龙认为,壮大馕产业应从调整生产组织形式入手,开展规模化集中生产,这样有利于确保质量、培育品牌、加强营销和研发新产品。

“集约化发展是将产业做大做强的有效举措。”新疆西域馕王食品有限公司董事长吐尔逊江·阿不拉对记者说,小作坊式生产标准不一,品质难以保证;园区生产则统一了馕坑大小、烤馕时间、重量尺寸等标准,保证了产品质量稳定。

也曾有人质疑,传统的小作坊式分散经营方便群众生活,集聚发展是否会影响便利性呢? 记者采访了解到,小作坊式的经营形式是产销一体化,生产点也是销售点;而规模化生产意味着集中生产、分散销售,生产、销售分开,只要销售点多面广,并不会影响便利性。更何况规模化、标准化和品牌化是壮大馕产业的基础,有利于优化生产要素配置,形成专业分工,也有利于产品“走出去”,抱团闯市场。从分散到集聚,馕产业不仅促进了产业

扩容,还有力拉动了就业。乌鲁木齐市馕文化产业园于2018年建成运营,已安置就业1000余人;喀什地区通过发展馕产业,带动近万人就业;阿克苏地区建设馕产业园,创造就业岗位5000多个。伊宁塔什科瑞克乡塔香食品有限公司日产馕1万多个,解决了60多名村民就业……

专家表示,馕产业是新疆特色产业,也是潜在优势产业,通过一系列举措,可以打造成为“显优势”产业,成长为新疆经济支柱。集聚发展是必由之路,要通过积极引导馕企进园,提升产业集中度。

从小食品到全链条

在采访中记者注意到,新疆各地的馕产业园区大多冠以“文化”二字,不仅有生产加工区,还有文化展示区、体验区,可以直观地了解馕的历史和发展。“没想到馕有这么多种,这么多故事。”1月10日,在乌鲁木齐市馕文化产业园,市民覃瑞华感慨道。两年前,该产业园开门迎客,很快成为“网红打卡地”。

在发展馕产业过程中,新疆注重产业融合,“牵手”关联产业,拓展发展空间,“链接一产、立足二产、牵手三产”,不仅能带动种植、旅游、餐饮、电商、物流等各类产业发展,还激发了馕产业的发展动能。

为扩大新疆馕产品知名度,打好产业融合牌,新疆积极开展推介活动。2020年12月,第三届新疆馕产业推介会在郑州举行。期间,新疆馕企与河南食品企业深入交流、合作,不仅收获了订单,还在品牌营销、特色包装、渠道建设等方面收获了许多“金点子”。

位于阿克苏地区的库车大馕城不仅产馕,还是国家3A级旅游景区。库车大馕城有限责任公司经理刘清华介绍,大馕城日产馕5000个以上,游客不仅可以品尝馕,还可以品尝其他地方美食,购买特色手工艺品,观看本土民间艺人表演。

不只是在产业链下游想办法,新疆馕产业发展还不断拉动上游链条的提质发展。小麦是制作馕的主要原料,馕产业的发展倒逼种植结构调整,带动了小麦种植提质增效。新疆粮食和物资储备局支持龙头企业开展打馕专用粉研发、品牌推广,《馕(饼)专用小麦粉》团体标准自2019年开始推广,目前已有十余家规模以上面粉加工企业按照标准生产打馕专用粉。

喀什地委副书记陈志江告诉记者,喀什地区依托12县市馕产业园,发展馕、烘焙、利巴等系列产品,日产馕350万个,带动320万亩小麦商品化率实现80%以上。

昌吉州奇台县是新疆重要的小麦产区,该县农业农村局负责人介绍,近年来打馕专用粉需求逐年提高,全县加工企业平均每月向市场供应140吨左右,有力拉动了种植业。全县小麦种植面积已逾百万亩。阿克苏地区则创建了113万亩的绿色标准化原料基地,从源头入手确保馕产品的高品质。

除了小麦,植物油、核桃、葡萄、圆葱、辣椒、红花等原料生产也得到促进。



乌鲁木齐市馕文化产业园内,打馕师傅正在制作馕饼。

本报记者 乔文汇报

从同质化到各展所长

推动产业发展,重在突出特色。馕作为新疆特色食品,带有鲜明的地域烙印,但也存在同质化竞争情况。为破解这一难题,新疆各地纷纷出招,寻找和做强自身特色。

把传统馕作出新花样是不少地方的选择。喀什地区选派专业团队,分析调查市场需求,除了重点发展传统的油馕、芝麻馕等,还积极发展玫瑰花酱馕、辣皮子馕、核桃馕等特色馕产品。伊宁市塞外馕馐食品有限公司开发的火龙果馕、菠菜馕等一经推出,就受到消费者喜爱。

开发新产品的同时,一些企业研发团队还在产品外观上下功夫,生产多种规格的馕产品,并一改传统粗放式包装,生产小规格、便于携带的方便馕、油炸馕等休闲食品和伴手礼等,满足不同消费者需求。

“有星星、骆驼样式的,还有大盒、小盒包装的,以前从没想过馕还能做出这么多花样。”在乌鲁木齐市馕文化产业园工作的卡德尔·力提普,有15年打馕经验,他感慨,“这几年馕的种类越来越多,不仅好吃,而且更好看了”。

不只“外观”改变,“内涵”也要提升。“十四五”时期,新疆将推动馕产品“走出去”,拓展产业发展空间。要实现这一目标,让“潜优势”转化为“显优势”,必须实施品牌战略。近年来,一些地区和企业 在培育和擦亮品牌上持续用力。伊犁州按照“公用品牌+县市特色品牌”方式,深挖地域文化,突出发展有机馕、特色馕,集中力量打好“伊犁馕”这一区域公用品牌,取得了初步成效。

新疆丝路源馕文化原生态产业园坐落于昌吉市滨湖镇,其负责人张继中发现了 一个变化:以前问朋友或家人要买啥馕,答案往往是,要芝麻馕、窝窝馕、苞谷馕等品种,现在很多人则说要“阿不拉的馕”“疆小馕”等品牌馕。“这就是品牌的力量。我们将深入挖掘馕文化背景,通过实施品牌战略,增强产品吸引力和溢价能力。”张继中说。

2020年,乌鲁木齐市馕文化产业园与新疆农业大学食品科学与药学院合作,攻关皮牙子馕、芝麻馕和奶子馕等产品的包装防腐、防品质劣变技术,让馕离开新疆依然能保持风味,稳步走向全国市场。

“卖得了”还得“卖得好”,营销模式创新同样关键。

在这方面新疆各地和馕产品企业进行了积极探索。有的地区利用对口援疆机制,在援疆省份建立销售渠道,先占领“滩头”,进而再深耕市场;有的企业重点发展电商,在线上发力,开拓销售渠道。霍尔果斯等地还发挥口岸优势,立足周边国家需求,奋力开拓国际市场。2020年7月成立的伊宁市塞外馕馐食品有限公司,在开拓成都等地市场时就想了新招。在当年11月举行的“四川首届国际火锅节”期间,瞄准火锅餐饮涮饼类空白,叫响“吃火锅带一个馕”“火锅爱上馕”等营销口号,受到消费者欢迎。

如今,新疆馕已不仅是一种特色食品,还承载着新疆各族人民真挚、朴素的情感,续写着一段段传奇。就在不久前,满载1万个馕的货车从新疆库车出发奔赴河北石家庄支援抗疫的事迹温暖人心。相信这张名片,一定会衍生一项大产业,书写富民兴疆新篇章。

● 馕有着2000多年的历史

据不完全统计,馕的品种有…………… 300种以上

● 截至2020年10月底

新疆已建成馕产业园区…………… 38个

馕生产企业…………… 300多家

馕产品已销往…………… 21个省市区

新疆馕走出「国际范儿」

户外滴水成冰,室内热气腾腾。隆冬时节,走进位于新疆伊犁州的霍尔果斯馕产业园,只见电气化馕坑排列整齐,打馕师傅们正在忙碌,雾气氤氲,夹杂着浓郁的烤馕香。

“产业园采取‘加工+出口贸易+文旅’发展模式,打造集科研、包装印刷、电子商务为一体的产品加工基地,目前已有金亿国际、丝路彩虹等10多家外向型加工企业进驻。”霍尔果斯市商务局副局长马俊文告诉记者,“我们努力让‘小馕饼撬动大产业’,充分发挥霍尔果斯区位优势、馕产品特色优势,拓展国内国际两个市场。”

2020年6月,霍尔果斯馕产业园正式开业,建有馕坑500多个,可日产馕40万个,产品不仅销往上海、广东、江苏、河南、四川等省份,还出口到哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦等国家,内销、出口量约各占一半。

地处我国西部边陲,得益于近年来新疆加快“丝绸之路经济带”核心区建设,霍尔果斯向西通道更加通畅,“通道经济”向“产业经济”转型升级步伐越来越快。

“部分面粉、干果等原料来自于周边国家,做成馕后再出口到国外。”霍尔果斯市开建馕产业发展有限公司负责人王秋洁对记者说,“原料采购、产品销售两头在外,产品经产业园‘变身’后出口,实现了加工增值、流动增值”。

进驻霍尔果斯馕产业园的许多企业负责人表示,进驻馕产业园不仅是为了生产,还可以捕捉中亚市场最新信息,立足需求,有针对性地开发新产品,打开更广阔的市场空间。丁岚很早便意识到这一点并行动起来,作为霍尔果斯茶靡花事食品有限公司董事长,也是新疆列巴、巴哈力非物质文化遗产传承人,她历时1年多开发出巴哈力新产品,受到国内外消费者喜爱。“把国内卖得火的产品投放到国外;将国外畅销的产品试水国内,有利于打通国内、国际两个市场。”丁岚说。

深入霍尔果斯馕产业园,从一个特色馕产品的生产、开发、销售不难看出,新疆馕产业未来发展空间广阔。

1 案例

本版撰文 本报记者 乔文汇报
本版责编 王薇薇 王咏倩



阿克苏地区库车大馕城的工作人员与游客在大门前合影。(资料图片)

调查手记

因为独特的地理位置、特殊的资源环境、浓郁的民俗风情,新疆拥有许多“特字牌”甚至“独字号”资源。应该说,这类资源大多蕴含着潜在的产业优势,开发好、利用好这类资源,不断把产业“潜优势”转化为“显优势”,是做好当地经济工作的一个突破口。

透过发展中的新疆馕产业,认真研究、深入探析从“潜”到“显”的转化过程,具有一定借鉴意义。两年前,新疆吹响大力发展馕产业的号角,到如今产业发展新格局初步形成,呈现良好发展态势,产业优势逐步显现。笔者认为,新疆馕产业实现跃升,贵在坚持跳好“三级跳”。

一是跳出本地。作为本地特色食品,馕在新疆深受 欢迎。但是,要壮

可贵的“三级跳”

大这项产业,就必须“走出去”。新疆鼓励企业深耕内地市场,线下与线上相结合,延伸销售半径;部分口岸城市还瞄准邻国需求,馕产品出口实现“破冰”,拓展了馕产业发展空间。长期“潜”在新疆本土的馕,越来越多地在国内和国外“显”现,端上各地消费者的餐桌,市场占有率稳步提升。

二是跳出传统。产业发展,贵在创新。两年来,新疆各地在发展馕产业上不断创新,既有新口味的“爆款”产品、“潮酷”包装,也有充满创意的营销,以及新型产业园运营模式。这些创新之举,实现了错位发展,一定程度避免了区域内同质化竞争,成为培育优质品牌的基础。新疆馕历史悠久,全区各地能够跳出传统发展产业,十分可贵。建议从政策、

资金、品牌推广等方面对坚持创新发展 的企业予以支持。

三是跳出产业。跳出产业谋划、发展产业,才能不断做大产业规模。新疆一些地区立足本地条件,将馕产业与旅游、文化等产业深度融合,在唤醒“潜优势”过程中,延伸和厚植了优势。同时,从种植业入手,反作用于生产端,提升馕产品质量;还带动了包装、餐饮、物流、电商等产业发展,有力舞动产业链条,激发产业发展动能。

当然,新疆馕产业还存在一些短板,还需要进一步强化顶层设计、培育优势品牌、加大科技投入、增强创新意识等。相信采取针对性措施补短板,锻长板,一定能够将产业“潜优势”尽快转化为“显优势”,让新疆馕香飘全国、香飘四海。