

打造区域发展金名片

——江苏地理标志产品调查

本报记者 蒋波

地理标志是促进区域特色经济发展的有效载体,也是推进乡村振兴的有力支撑。阳澄湖大闸蟹、阳山水蜜桃、宜兴紫砂、盱眙龙虾……“鱼米之乡”江苏拥有丰富的地理标志资源,如何以地理标志产品为抓手,发挥地域特色和文化价值,做好“土特产”文章?如何将地理标志产品打造为区域发展的金名片,有效推动经济发展?记者选取了江苏部分国家地理标志产品,就如何推进高水平保护、高质量发展,进行了样本调查。

连云港海州的板浦滴醋,无锡惠山的阳山水蜜桃,南通如东的狼山鸡,苏州常熟的黄金小玉米,还有南京云锦、镇江香醋、宜兴紫砂、盱眙龙虾……江苏拥有大量的地理标志资源。

“一瓶醋、一个桃、一只鸡、一杯茶”,在这些看上去并不起眼的地理标志产品背后,浓缩着一方水土的资源优势,凝聚着一方百姓的勤劳汗水。截至目前,江苏省经过国家批准的地理标志产品和商标超过400件,总量位居全国前列,地理标志产品年产值超过2000亿元,带动就业人口超过1500万人。

保护传承是基础

一方水土,一方特产。来到黄海之滨的江苏连云港,少不了要尝尝美味的海鲜,醋的加入会让海鲜的口感更上一个层次。在连云港,“宁可一日无肉,不可一日无醋”,而当地人钟爱的醋是国家地理标志产品——海州板浦滴醋。

9月中旬,记者走访了板浦滴醋的酿造地——连云港海州区汪恕有滴醋厂。古色古香的厂区内摆满了制醋陶瓮,轻轻抬起,琥珀色、红棕色的醋晶莹剔透,扑鼻而来的醋香在空气中弥漫。

“清代学者袁枚在《随园食单》一书中就盛赞‘板浦醋为第一’,烹饪时,只需数滴,便可使菜肴酸中透出绵香,故称为‘滴醋’。”汪恕有滴醋厂长汪宗遂是板浦滴醋的第十一代传承人,他告诉记者,板浦滴醋传承了340多年,虽然经过多次技改和扩建,但制曲、酒精发酵、醋酸发酵、淋醋、陈酿等核心技术至今依然沿用第一代创始人的传统手工酿制技艺,保证了地理标志产品的本真性和完整性传承。

走进制醋车间,板浦滴醋采用传统的固态发酵方法,以优质高粱为主要原料,以中高温大曲为糖化发酵剂,加入适量的麸皮、面粉、大麦等辅料,经拌水、蒸饭、加曲、封缸、转缸、滴放等20多道工序,历时近2个月时间精心酿制出醋,再经过3个月左右时间的后熟发酵,佳品方成。

除了秉承传统工艺做法,国家地理标志产品的传承发展,也离不开政府、行业协会等部门的“保驾护航”。

“为了更好地推动板浦滴醋保护发展,连云港海州区专门组建了板浦滴醋地理标志保护管理委员会,拟定和实施板浦滴醋地理标志产品保护、管理的规划和计划。”连云港市海州区市场监督管理局局长同志告诉记者,相关主管部门在强化对板浦滴醋产品质量、标志标签、包装和市场监管的同时,还加大对假冒板浦滴醋地理标志产品违法行为的打击力度,通过保护地理标志产品的各类资源,延续其生命力和发展活力。

与众多产茶大省的碧螺春相比,苏州的洞庭山碧螺春之所以能独占鳌头,“种”是关键。

千余年来,茶农在与碧螺春的世代相处中达成“默契”,选育形成的种质资源——洞庭山群体小叶种茶树,所含的氨基酸、

国家地理标志产品江苏连云港海州板浦滴醋系列产品。(资料图片)

调查手记

挖掘“地理标志+”潜能

地理标志产品不只是一款简单的农产品或一纸标识,而是蕴含着特定地域、历史的文化信息,大有文章可做。应努力推动地理标志产品成为一个区域特色文化传承的“金名片”,甚至成为一把推动区域经济融合发展的“金钥匙”。

目前,我国地理标志农产品产业化发展水平普遍不高,产业链和价值链延伸不足,没有充分发挥地理标志对当地发展的促进作用。各地应在挖掘、传承、保护的基础上,找准地理标志助推现代化经济体系发展的着力点和作用点。

挖掘“地理标志+”潜能,将地理标志与其他产业深度融合,形成产业链、价值链和创新链的有机整合。探索“地理标志+加工制造”“地理标志+文化创意”“地理标志+生态旅游”等融合发展新模式,实现产业协同发展,有效提升地理标志的产品附加值、市场空间拓展能力和品牌竞争力,推动区域经济高质量发展。

儿茶素、茶多酚等绿茶品质理化指标都很适宜。

为了保护好苏州碧螺春老树种这一珍贵财富,苏州市吴中区对当地百年以上的老茶树实行专人养护、重点保护,并着手调查茶树生物学性状,挂牌建档、跟踪观察,努力推进洞庭山碧螺春原产地茶树品种的良好化和标准化。苏州市专门出台了《苏州市洞庭山碧螺春茶保护条例》,在当地首次对名优地产进行立法,对洞庭山碧螺春茶的品种保护以及保护原生态茶果复合系统等作出新的探索,努力将碧螺春的“根”留住。

为了推动国家地理标志产品的保护传承,江苏在全国率先设立了地理标志保护和促进项目,累计投入资金3400多万元,遴选支持13个地方政府、15个行业协会承担项目,聚焦地理标志优质资源,完善工作体系、开展规范管理、强化宣传推广、推动产业融合,有力推动地方特色产业发展。

据统计,江苏省参与该项目的地理标志产品年销售额比项目实施前平均增长约15.8%,营业利润平均增长约21.7%,推动地理标志产品实现可持续发展。

科技赋能是关键

记者调查时发现,在地理标志产品发展过程中,科技赋能产业化发展是关键环节。

在江苏无锡惠山区阳山镇,每到盛夏时节,芳香四溢的水蜜桃就挂满枝头。在今年的收获期,阳山镇果多多水蜜桃专业合作社理事长吴晓波格外高兴。

“树种更新基本实现全覆盖,新品种霞晖5号的效果也在逐步显现,桃果上市更早、产量更高、品质更好,通过采用新品种、新技术和新装备,今年水蜜桃迎来了一个丰收年。”吴晓波介绍,在种植模式上采用了宽行密植种植模式,有利于机械化改造,正在逐步实现水蜜桃耕地、植保、施肥等劳动环节的“机器换人”。此外,通过直播带货拓展了线上销售市场,水蜜桃产量和收益逐年增长,今年她经营的33亩桃林收入将超过200万元。

水蜜桃不易保存,要卖得更远,必须尽力提高运输效率,快速分拣包装是其中一个重要环节。在阳山水蜜桃分拣包装过程中,记者也看到了科技赋能的影子。

在无锡太湖阳山水蜜桃科技有限公司生产车间的流水线上,每一个水蜜桃都要经过呵福式分选机进行视觉检测和内部品质检测,

然后根据鲜果大小、重量、圆整度、糖度等分流到不同的出口。

“智慧分拣机具有3D视觉功能,不仅能清楚甄别果品外表瑕疵,查看是否有坏果,还能精准识别果品的糖度。”无锡太湖阳山水蜜桃科技有限公司生产管理部负责人钱惠菊说,人工选果速度为每分钟30个左右,机器分选则可以达到每分钟183个,大大提高了生产效率,缩短了鲜果运输时间。

地理标志产品因其好品质而受到消费者欢迎,而好品质的核心在于种质资源。

走进位于阳山镇的惠山国家现代农业产业园科技示范区,这里建有国家果树种质南京桃资源圃无锡水蜜桃品种圃,积极培育具有自主知识产权的农业“芯片”。无锡水蜜桃品种圃依托“院地企”运营模式,深耕种苗繁育繁育一体化发展,年培育桃苗10万余株,产值约200万元。

“园区牵头引进霞晖系列等多个新品种,填补阳山水蜜桃断档期,栽培管理上推广高光效树形、绿色防控技术、生草栽培等技术。”惠山国家现代农业产业园管委常务副主任刘晓铭告诉记者,依托国家级现代农业产业园平台,阳山镇积极与中国农业大学、江苏省农业科学院等国内科研院所合作,在品种选育、病虫害防治等新技术、新设施、新模式方面为桃农提供全面技术支持,推动桃树资源迭代升级。

“我们建立了江苏首个水蜜桃种质资源保护和50亩水蜜桃种质资源圃,收集保护白凤、白花、阳山水蜜桃、湖景露露等地方水蜜桃种质资源41个。”无锡市惠山区阳山水蜜桃协会会长金唯新告诉记者,协会在品种培优和标准化生产上下了很大功夫,积极与高校院所合作,成立阳山水蜜桃产业研究所和中国农业大学阳山教授工作站,推动阳山水蜜桃标准体系建设,目前已制定2个省级地方标准、4个团体标准。

江苏如东狼山鸡是我国著名的蛋肉兼用型鸡种,2015年被评为中国农产品地理标志,在市场上广受欢迎。然而,狼山鸡养殖周期在150天左右,比普通鸡用时多了近3倍,经济效益受到影响。

为此,如东狼山鸡种鸡场与扬州大学合作启动了早熟肉用狼山鸡新品系选育工作,组建了一支“高校+科研院所+基地”优势互补的技术攻关团队。

“我们针对狼山鸡固有群体上市日龄迟、整齐度不高等问题,制订出基于现代型精准测定技术与分子设计育种技术相结合的选育技术方案,开展科研攻关,经过2年多努力,将狼山鸡养殖周期缩短到了100天左右。”江苏现代产业技术体系如东推广示范基地主任、扬州大学副教授张钰说,如东狼山鸡9月上旬完成了第三个世代选育,整齐度较前期品质提高了8%,上市日龄提前了10天,将为养殖户增加更多收益。

“地理标志产品要想走得远、形成产业优势,离不开科技投入与支撑。”江苏省知识产权局副局长张传博介绍,为了扩大科技对地理标志产业的支撑力,江苏省知识产权局联合江苏省农业科学院正在布局建设“地理标志+亚夫科技服务”工作站,旨在发扬全国脱贫攻坚楷模赵亚夫“把论文写在大地上,把成果留在农民家”的精神,推动优质科技服务资源向地理标志产业集聚,通过派驻科技特派员,对地理标志产品的种植(养殖)、加工、储运等产业链关键环节给予零距离专业指导,不断提升地理标志产品品质和品牌价值。

富民品牌是重点

记者在江苏乡镇调研地理标志产品发展时发现,农产品成为地理标志产品后,相当于拥有了一张市场“绿色通行证”,但只拥有这张“通行证”还远远不够。

如东狼山鸡是古老的优良地方品种,但因为出栏周期长,加上品牌影响力不足,很多农户并不愿意饲养。

“品牌叫不响,品质再好也只能算‘地头货’,没有知名度,不能带来经济效益,无法成为富民产业,地理标志产品就无法持续发展。”如东狼山鸡协会秘书长张吉发认为,地理标志产品必须提高知名度,让产业升值,引发市场关注、用户青睐、农户参与,推动科研院所愿研究、出新品,只有这样才能形成良性循环。



国家地理标志产品阳山水蜜桃汁多味甜、风味独特,深受消费者喜爱。图为今年夏季,江苏省无锡市惠山区阳山镇的桃农在采摘成熟的水蜜桃。(资料图片)

从良种推广和品牌宣传到深加工基地建设,再到市场销售网络构建等全链条,这两年,张吉发的团队一直在为如东狼山鸡的产业化、品牌化发展奔波。

“2007年如东县狼山鸡协会成立,设立‘如东狼山鸡’品牌管理办公室,致力于‘如东狼山鸡’品牌的建设与发展工作。2021年‘如东狼山鸡区域公用品牌’正式提出,实施‘中心(产区)+公司+基地+农户’的辐射带动乡村产业发展模式,为地方发展、农民增收贡献力量。”张吉发说,目前,如东狼山鸡已发展成为集品种保护、良种推广、商品鸡开发以及深度加工于一体的多元化产业结构,示范带动2000余户农户参与,养殖总规模超过80万只,为重庆、陕西、新疆等地输送优质鸡苗,实现经济效益和社会效益双提升,为乡村振兴作出积极贡献。

苏州常熟市董浜镇的黄金小玉米因其果形小巧、色泽金黄、口感香糯等特点,成为当地种植历史比较悠久的作物。

“黄金小玉米虽然是当地的传统品种,但一直以农户分散的‘家前屋后’种植模式为主,没有规模,更谈不上品牌化。”江苏省农业科学院农产品质量安全与营养研究所所长余向阳告诉记者,他们组成专业技术团队,围绕黄金小玉米特色风味、口感和营养品质挖掘特征品质指标,构建特征品质指标体系和评价方法标准,研发特色品质保持和调优技术,建设全程质量控制体系,同时联合江苏省农业科学院粮食所玉米育种团队开展小玉米提纯复壮、品种间杂交,制定绿色食品黄金小玉米种植规程,推动董浜黄金小玉米先后获得国家农产品地理标志认证、全国名特优新产品认证。

“在江苏省农业科学院连续7年的科技支撑下,黄金小玉米已经成长为当地农业优势产业,董浜镇通过连续举办‘黄金小玉米节’,打造农业节庆,提升品牌声誉,实现优质优价,同时,借力信息平台扩大销售区域,实现全国销售网络的覆盖。”江苏省农业科学院副研究员、常熟市第十二批科技镇长团成员宋立晓说,董浜黄金小玉米常年播种面积已达1.5万亩,年总产量逾0.75万吨,每亩综合种植效益较之前提高了3000元以上,总产值9000万元。

记者从江苏省知识产权局了解到,江苏正在打造“苏地优品”区域公用品牌,宣传推广江苏优秀地理标志产品,鼓励市县立足地方特色,打造区域公用品牌矩阵,构建省市县三级联动、梯次培育的区域品牌体系。

近年来,江苏省作为首批地理标志专用标志使用核准改革试点地方之一,在专用标志使用核准改革方面积累了先进经验;率先设立地理标志培育专项,开展互联网直播推介,着力打造“苏地优品”区域公用品牌,积极探索“地理标志+加工制造”“地理标志+文化创意”“地理标志+生态旅游”等产业融合发展新模式,贡献了地理标志助力乡村振兴的“江苏力量”。

一颗阳山水蜜桃一年带动全产业链产值近20亿元;一头邓州大蒜带动了一条百亿级产业链;一只小小的盱眙龙虾造就了一批百万“虾富”、千万“虾王”……在江苏乡村,具有独特区域特征的地理标志产品犹如强劲的引擎,为推动区域经济发展、实现农民增收提供源源不断的动力。

发展短板需补足

江苏地理标志产品建设成果有目共睹,但记者在调查中发现,在江苏近百个地理标志产品中,很多还存在知名度不够高、品牌效应不明显等短板,发展瓶颈不容忽视。

“好业也怕巷子深,货好也得会吆喝。”如东县农业农村局安全监管科科长张新华向记者列举了栽培历史悠久的如东董浜的典型例子。

“国家地理标志产品如东董浜生产全过程不使用农药化肥,且富含硒、花青素、多种黄酮类物质,营养价值高,是真正的绿色有机产品。但因为缺少品牌认证和推广,其知名度并不高。”张新华说,品牌影响力不足带来的最大后果是,如东董浜一直被视为低档蔬菜,产品附加值低,农民实际收

入不高,导致农民种植积极性受挫,直接影响了市场拓展。

“如东董浜因独特的风味口感和丰富的营养价值,反而受到国外市场的欢迎,成为一宗特色外贸商品,形成了‘墙内开花墙外香’的尴尬局面。”张新华说。

知名度高的地理标志产品也面临不少发展新问题。比如,阳山水蜜桃品牌影响力大,不愁销、不愁卖,但它也面临劳动力缺乏问题。

“水蜜桃每年在种植、养护与采摘过程中,还无法实现全部机械化操作,一些环节仍依靠村民手工操作,如今一个很大的难题就是用工缺乏。”吴晓波告诉记者,自家30多亩桃林有1000多棵桃树,农忙时节,一方面工人难找;另一方面工人平均年龄偏大,年轻劳动力严重不足。

除了劳动力匮乏,吴晓波指出,当地桃树种植产业呈现老龄化趋势,青壮年宁愿从事鲜桃销售,也不愿从事桃树栽培种植工作,这就导致当地桃农依然以中老年人为主,对于数字化、智能化技术的接受程度与学习能力均较低,不利于桃产业转型升级。

“技艺传承关键靠人,后继无人是个大问题。”碧螺春制作技艺国家级传承人施跃文说,采茶制茶很辛苦,愿意学习的年轻人越来越少。长此以往,无论是产业发展还是非遗传承,都可能后劲不足。

创名牌难,保名牌更难。地理标志是保护特定地区产品特性、声誉和其他特征的重要知识产权,对于提高产品附加值和农民收入、保障消费者权益等具有重要作用。加强地理标志保护,对推动区域特色经济发展、传承传统文化具有重要意义。

以阳山水蜜桃为例,往往还未到阳山水蜜桃上市季节,市场上就出现了打着阳山水蜜桃旗号的“李鬼”,他们不仅破坏了阳山水蜜桃的声誉,还损害了桃农和消费者的利益。

“2023年,阳山水蜜桃电商渠道销售额约占总销售额的40%,电商平台拓宽了销售渠道,但也有一些不良商家在网上用外地桃或劣质桃冒充阳山水蜜桃,以次充好、恶意低价竞争等问题不断出现。”金唯新说,网络新型侵权手段的出现,给水蜜桃产业品牌保护带来了前所未有的困难。

不过,我们欣喜地看到,为了保护地理标志产品,多方在共同努力。为保护“阳山水蜜桃”品牌,近年来,无锡先后制定并实施了《关于加强“阳山水蜜桃品牌运用与保护的若干措施》《阳山水蜜桃地理标志保护方案》等多项政策措施,各级市场监管部门会同法院、农业农村部门建立联合惩治机制,通过打击假冒伪劣,保护地理标志品牌。

“去年创新推出了阳山水蜜桃白名单制度,今年共授权网络销售店铺274家、实体销售店铺52家,覆盖淘宝、天猫、京东、抖音等多个电商平台,实现对阳山水蜜桃线上线下的全链条保护。”金唯新说。

“小地标”是带动区域经济发展、促进乡村振兴的有力抓手,打造一个“小特产”,就能撬动发展一个大产业、富裕一方百姓。目前,江苏共有504件地理标志,数量居全国第5位,其中地理标志商标413件、地理标志保护产品91件。下一步,江苏将继续深入实施《地理标志保护和运用“十四五”规划》,加强地理标志工作顶层设计,加大政策支持和资源整合力度,着力完善地理标志产业监测、运用促进、执法保护、人才培养等工作机制,积极打造“苏地优品”区域品牌,引导推动地理标志与生态旅游、文化创意等产业融合发展,进一步提升江苏国家地理标志产品的市场竞争力和国际影响力,为区域特色经济高质量发展提供有力支撑。

本版编辑 王薇薇 闫伟奇 美编 倪梦婷