

沐川魔芋『变形记』

本报记者 王永战



▲ 森态源公司生产车间，工人们忙着包装魔芋果冻产品。
沐川县融媒体中心供图

品种更新,技术加持,小小魔芋茁壮成长

冬日的气候,略带些阴冷,雨滴落在魔芋叶片上,沁出一层露珠。在沐川县底堡乡水月村,邓昌文种了30亩魔芋,是当地小有名气的种植大户。

这边,邓昌文带着雇工挖魔芋正起劲;那边,工人们则为要越冬的魔芋敷上一层塑料地膜。同一片地,两类魔芋,这是为何?

“魔芋分一年生和两年生,如果用魔芋的球茎当种子,就能当年种、当年收。如果用页面果当种子,就得过冬,到了第二年再收获。”邓昌文说,自己今年种了11亩一年生的魔芋,还有20多亩魔芋明年收获。

魔芋对生长环境尤为挑剔。当地人戏称,魔芋是个鲜嫩娇弱的“女子”。“魔芋喜欢阳光,但又怕晒,对水分要求高,浇水多了也怕涝。”同在水月村的村民,王明才种了3年魔芋,经验越来越足,“要让魔芋茁壮生长,首先得有好品种!”

满山的珠芽魔芋,有的已经“倒苗”,叶和茎垂在地上;有的却还挺拔肃立,页面果悬在魔芋枝头。珠芽魔芋,而今是畅行沐川的主流品种。“这两年,农业农村部门大力推广沐芋1号等珠芽魔芋新品种,魔芋抗旱抗涝的能力越来越强。”邓昌文说。

实验室里,灯火通明。沐川县珠芽魔芋组培实验中心,一个个新培育的魔芋苗露出嫩芽。“这几年,我们和西南大学、乐山市农科院等机构合作选育了沐芋1号等新品种,现在已进入种植试验阶段,即将大面积推广。”中心负责人周铭介绍。

有了好品种,还得有好技术。刚种珠芽魔芋时,王明才一头雾水:过去,种的是羊肚菌,娇弱的魔芋该如何护理?踌躇之际,沐川魔芋协会组织专家来到田间地头,讲授种植技巧。

种魔芋,如何除草是个关键。“魔芋地里,草长得飞快!”王明才说。今年3月的一次培训中,他向专家提出疑问。“等魔芋出芽过了三分之一大小后,这时候除草既不伤魔芋,效率也最高。”培训现场,专家给出的建议,让王明才醍醐灌顶。回去一试,果然奏效。

魔芋需要精心呵护。这几年,通过农业农村部门和行业协会组织的一系列培训,王

明才和邓昌文掌握了不少新技术:魔芋的球茎在3月播种,到了6月,就得为魔芋盖上黑色遮阳网,透气又防晒;给魔芋要用有机肥,但也得上点儿复合肥,才能长得又快又好;每次浇水,适度为宜,不能让魔芋“喝撑”了……

建成基地,形成品牌,小小魔芋成为产业翘楚

大棚里,遮阳网下,颗颗魔芋在土里铆足了劲,扩充腰围。

走进沐川魔芋标准化种植基地,不由让人眼前一亮:一座座钢架大棚坐落山间,一字排开。仔细瞧,产业路修到了大棚边,排水灌沟四通八达。向远处望,山坡上,一个个蓄水池放满了水,只待需要时“发力”。

魔芋种植离不开专业化。这几年,沐川魔芋迈向产业化发展,一个产业集群加速形成。

打造魔芋标准化种植基地,当地使出了“真功夫”。第一招,政策支持农户建设钢架大棚,兴修排水灌渠,安装喷滴灌设备。“我们对建设大棚的农户,给予30%左右的成本补贴,对修蓄水池的还按蓄水量进行补助。”沐川县农业农村局副局长列沙子介绍,近5年来,当地先后投入6000多万元支持魔芋基地建设,撬动社会资本投入4亿多元。

基地建设,离不开产业路。第二招,沐川将发力方向放在创新机制上。在底堡乡花园村,产业路依山就势,修得规整。为了建设基地,花园村成立了村集体企业,投资建设产业道路,政府部门予以资金补助。“我们鼓励村集体力量投入,从而壮大集体经济。”列沙子说,沐川魔芋标准化种植基地面积已达1.1万多亩。

最后一招,则是以科技赋能魔芋种植。中国魔芋科技示范园一座座温室大棚里,正在进行品种展示和良种繁育。或浇水、或晾晒,工人们忙碌不停。“对于新选育的品种,我们要在园区进行种植试验。”沐川魔芋协会秘书长廖益兴说,园区还正探索玉米套种魔芋等新种植方式,增加单位面积产量。

产业化支撑,小小魔芋,如今已成为国家地理标志产品。迈向品牌化,沐川魔芋又有新动态。

一座知识产权运营中心即将落户。“中心建成后,能对区域内的魔芋相关知识产权统一管理,专业化运营,进一步擦亮沐川魔芋

品牌。”列沙子说。一个魔芋食品产业大会连续举办。“每年大会都能吸引欧美等地的众多食品企业和销售公司来沐川了解魔芋种植和加工情况,推动签约合作。”廖益兴介绍。

一套魔芋产业发展体系加速形成。如今,沐川魔芋种植面积达3.5万亩,综合产值突破5亿元,龙头企业引领的魔芋精深加工和出口产业链也已完备。

精深加工,走出国门,小小魔芋变身“国际明星”

魔芋,古称“蒟蒻”。早在先秦时期,《尔雅》中便有记载。晋代左思的《蜀都赋》里,已有四川种植“蒟蒻”的记录。

魔芋富含生物碱,“天生带毒”,无法直接食用。过去,古人将魔芋打成浆,过滤、熬制,再加以草木灰水,进行化学反应后,就成了清爽可弹的魔芋豆腐。“灰水点浆、九揉九蒸”,现在,这样的古法技艺已成沐川的非遗项目。

今时今日,现代化科技被应用到魔芋的精深加工之中。

清洗、削皮、切片、磨粉、烘干……魔芋粉加工车间里,自动化生产线一气呵成,全天候生产。走进位于沐川的四川森态源生物科技有限公司,一条条魔芋精深加工生产线映入眼帘。

在食品车间,魔芋粉华丽“变身”。配比调和、膨化、精炼出丝,经过一道道工序,

魔芋粉变成千万条魔芋面,工人眼疾手快,迅速包装。而在另一个车间,数字化生产线上,魔芋果冻、魔芋鲍鱼等产品鱼贯而出。

主攻魔芋精深加工,森态源公司是当地的龙头企业。引入数字化技术,企业建成多条生产线,打造数字化生产车间。“我们研制了100多种魔芋产品,每年能加工鲜魔芋1万吨以上。”森态源公司负责人刘磊说。

精深加工,源于科技赋能。架起炉子,加热蒸馏杯,杯子里,加热后的魔芋释放出二氧化硫气体,传输到试验溶液里,使其逐渐变色。在森态源公司研发中心,实验人员时常要抽检魔芋产品的含硫量、魔芋粉黏度和pH值等指标,保证出厂产品合格。“我们还组织人员持续研发新品,丰富产品样态。”刘磊介绍,公司已申请各类技术专利40多项。

魔芋华丽“变身”,也随着运输通道走出国门,迈向海外。

在森态源公司的产品展示中心,外销产品琳琅满目。“我们‘享田原’品牌的产品深受国外消费者喜爱。”刘磊说,借助专业化的贸易公司,企业的出口额已连续多年突破2000万美元,位列行业前茅。

火锅里,魔芋作伴,成为食客最爱;超市中,魔芋果冻、魔芋丝结品类繁多,备受青睐;餐桌上,魔芋米爽滑劲道,魔芋面制成的意大利面清爽可口……

而今,国外的餐桌上,也有了沐川魔芋的身影。富含葡甘聚糖,抗衰老、降血脂、促减肥……魔芋正成为国外消费者偏爱的“中国新特产”。



▲ 外商到沐川种植基地大棚体验挖魔芋。
兰 翔摄
▶ 邓昌文在挖魔芋。
杨 雄摄



“中国制造”“出海”忙

上图:国产卡车在山东港口烟台港装船出口。
唐 克摄(人民视觉)

左图:江苏省连云港港东方港务分公司码头,摆放着即将发往国外的国产风电设备。
王 春摄(人民视觉)

对运动品牌而言,大型体育赛事中代表团参赛服装是展示品牌实力的绝佳舞台,其竞争激烈程度不亚于赛场上的争金夺银。

前不久结束的第十五届全国运动会上,运动员参赛服装引起不少人关注。除了已被消费者熟知的安踏、李宁、361°等大品牌,一家从山东乐陵走出来的运动品牌——艾图爱也为两家代表团提供了赛事服装。而在去年巴黎奥运会上,获得银牌的中国女子曲棍球队穿的就是艾图爱。

“广州亚运会、北京奥运会、巴黎奥运会、十五运会……一系列重大体育赛事,我们都参与其中。”艾图爱(北京)体育用品有限公司创

‘我’成为更好的‘我’。”尤金涛这样解释品牌初心。

一段时间里,由于缺乏经验,尤金涛对品牌、产品、渠道等很多方面都不甚了了,公司陷入亏损,成立不久的品牌举步维艰。

不过很快,尤金涛抓住了关键机遇。在北京奥运会筹办中,艾图爱成功中标,为120万名城志愿者、社会志愿者和安保志愿者提供T恤衫。

任务完成得很出色。2008年奥运会期间,北京的大街小巷、商场公园,随处可见身着ITOI志愿T恤的人。

那一年,艾图爱销售倍增,尤金涛也由此

艾图爱创始人尤金涛:

“一系列重大体育赛事,我们都参与其中”

本报记者 康 朴

始人尤金涛说,“从家乡集贸市场到近年来的高光时刻,我走过了30多年的艰辛创业历程。”

尤金涛的创业故事,从摆地摊开始。1987年,18岁的少年在家乡山东乐陵支起简易货架经营针织百货,凭借敏锐嗅觉和灵活头脑,那时一天就能赚40元。

经过几年磨砺,尤金涛做了个大胆的决定:购置首批布匹与工业缝纫机,成立制衣厂,主做文化衫。

随后几年里,通过并购不断扩大生产规模,他把生意做到了北京。

当订单不停增加,尤金涛陷入焦虑:自家工厂制作的服装不计其数,但依然是个“无名裁缝”,做订购的文化衫,永远无法留下自己的印记。路过一家品牌服装店时,模特身上的运动服标价深深刺痛了他:差价竟能达到十倍!“代工贴牌终究是为别人打工。”尤金涛下了决心,必须打造品牌。

2007年,艾图爱(北京)体育用品有限公司成立,注册ITOI商标。“在运动中,让

找准了品牌定位——团体运动装备及专业化服务提供商,专心做运动装团购。

“团购也需要品牌,产品设计要有美感,面料舒适透气只是最基本要求,还要比拼科技含量,适应多元化的运动场景,这都离不开持续的研发投入。”尤金涛说,艾图爱多年来坚持团购定位,整合国际一流产业链,致力于打造国际一线品牌,近年更是投入上千万资金用于攻克高性能防泼面料的无氟化这一行业难题,打造健康安全、环境友好型产品。

在公司展厅,一件签名球衣引起记者注意。“这是参加2024年巴黎奥运会的中国女曲队员签名球衣,他们身穿艾图爱设计生产的‘龙凤袍’斩获银牌,追平历史最佳战绩。”尤金涛说。

年产值超10亿元、100余个实用新型及外观设计专利……如今,艾图爱获评北京市高新技术企业、专精特新企业。从集市货郎到贴牌代工再到打造优质品牌,艾图爱用30多年的时间完成了从传统制造向科技品牌的华丽转身。