

山东临朐加工的鹅肝,占全国产量的70%、全球市场的20%

法式鹅肝怎么成了山东小县城的隐藏特产?

阅读提示

临朐县的鹅肝产业已经带动当地6000余人就业,不仅为村民增加了收入,也夯实了产业链基础,为当地经济发展注入了新的活力。

本报记者 田国全 本报通讯员 吉翔

8月25日下午5点,山东省临朐县一处鹅棚前。数百只满身灰色的朗德鹅结束了一天的自由觅食,正晃动着肥硕的身躯组团归巢。

原产于法国的朗德鹅,是鹅肝制品的重要原料。但与法国万里之遥的山东临朐,目前已成为重要的朗德鹅养殖基地。2023年,该县出栏朗德鹅达500万只,加工鹅肝5000余吨,占全国产量的70%、全球市场的20%。

鹅肝本是法国传统名菜,它是如何与山东临朐这个不起眼的小县城结缘的,当地如何将一块小小的鹅肝发展成为强势产业的呢?

“不转型就会被淘汰”

上世纪80年代,乘着改革开放的春风,一批来自法国朗德省的朗德鹅,跨越重洋,首次来到临朐“安家落户”。这个小县城自此开启了法式鹅肝产业发展之路。

在2018年之前,临朐县的鹅肝产业主要以初加工为主。所谓初加工,即在鹅肝培育成熟后,仅经过简单的冷冻处理便直接销售。由于鹅肝市场需求旺盛,不愁销路,临朐鹅肝企业并未感受到转型的迫切性。

到了2018年,形势发生了变化。山东春冠食品有限公司成为临朐第一家开展转型升级的鹅肝企业。“近20年来,生肝的价格波动不大,但培育成本却在不断上升,企业的利润空间日益缩小。”山东春冠食品有限公司总经理马立君给记者算了一笔账:一只鹅的成本从150元左右上涨到约200元,而毛利则从100元左右降至50元以下。“再不转型升级搞研发,就会被淘汰。”马立君说。

自2018年起,春冠食品开始尝试转型,将目光投向了鹅肝产品深加工领域。在进行广泛的市场调研后,春冠食品发现“鹅肝+红酒”这一组合深受消费者喜爱,决定研发一款“红酒鹅肝”新产品。

经过近一年精心筹备,消耗了近一吨半生鹅肝,2018年年底,春冠食品成功推出了“红酒蓝莓鹅肝”。2019年,这款新产品一经上市便迅速走红,年销售额达到4000万余元。

“目前,我们70%的营业额来自像红酒蓝莓鹅肝这样的深加工产品。”马立君自豪地说。

与此同时,另一家鹅肝企业——山东尊润圣罗捷食品有限公司,也通过自主研发的第五代全自动填饲机,将生产效率提高了5倍。

“过去需要两个人饲喂三四百只鹅,现在使用这台机器,一个人就能饲喂七八百只鹅。”山东尊润圣罗捷食品有限公司总经理高元良介绍说。

值得一提的是,临朐的鹅肝企业在产业链延伸和完善上也下足了功夫。目前,临朐已经形成了从育种、养殖、加工、销售到研发的全产业链条,为鹅肝产业的可持续发展奠定了坚实的基础。

企民联动夯实产业链

“当初谁也没想到,源自法国的朗德鹅会成为我们这里的‘致富鹅’。”临朐蒋峪镇党委书记马晓文说。

在临朐,鹅苗养殖的重任落在了乡镇养殖户的肩上。

一般情况下,种鹅场和育鹅厂在孵化出朗德鹅苗后,便将它们分发给养殖户,精心饲养大约75~85天。随后,鹅肝企业会根据鹅的体重、羽毛的光泽度以及整体健康状况等标准进行严格筛选,以不同的价格从养殖户手中回购检测合格的朗德鹅。

马晓文向记者透露,早期他所在的镇区

多以分散养殖为主,后来随着龙头企业带动,蒋峪镇如今已拥有6家专业养殖场和78家专业养殖户,社员人数超过3000人,为养殖户带来了2亿元的可观收入。如今已成为圣罗捷食品的合作养殖户。

“现在我每年养8批鹅,每批出栏大约1200~1400只,每只朗德鹅能带来大约30元的纯利润,一年下来能挣30多万元。”今年68周岁的高尚坤是临朐五井人,自40多年前起便投身于养殖业。自2004年起,高尚坤开始养殖朗德鹅。

对养殖户而言,朗德鹅养殖的最大优势在于价格的稳定性和高附加值。

“从厂里购入鹅苗,经过育雏和填饲后再卖给厂里,整个流程的来源、销路和价格都有保障,既省心又省力,赚得还不少。”高尚坤说。

相关企业负责人告诉记者,他们会帮助解决村民在生产发展过程中遇到的各种问题,形成从生产到销售的一体化服务模式。“过去填饲使用的是整颗玉米粒,如果填饲员技术不够熟练,很容易造成鹅的食管破裂,导致损耗。但自从引进了新技术和新设备后,使用的饲料是稀料,这不仅降低了填饲的技术难度,提高了鹅的存活率,还大大缩短了每次填饲的时间,使得一个填饲员每天负责的鹅数成倍增长。”

据统计,临朐县的鹅肝产业已经带动当地6000余人就业,不仅为村民增加了收入,也夯实了产业链基础,为当地经济发展注入了新的活力。

加紧研发解决种源问题

2020年,临朐县畜牧业发展中心组织成

立了临朐县鹅业协会,构建了“公司+合作社+基地+农户”的全产业链发展模式。这一模式的实施,标志着养殖和加工流程向专业化、规范化的转型。合作社在此模式中扮演着关键角色,负责统一供应鹅苗、饲料、防疫服务以及提供技术支持。

面对朗德鹅常见的健康问题,临朐县鹅业协会携手青岛农业大学等科研机构,开展疾病检测和药物敏感性试验,成功研发出专门针对朗德鹅的疫苗,显著降低了其常见疾病的发病率。

此外,该协会还致力于规范行业和产品标准,提升产业的整体质量和效率。“将成鹅养殖至80~90天后再进行填饲,能显著减少疾病发生率”。

“然而,一些个体养殖户为了快速增加收入,常常在鹅只养殖五六十天时就急于出栏,这就需要我们建立统一的标准。”马立君说。

在养殖户与填饲户之间,由于疾病传播和经济损失问题,时常会出现矛盾。“当鹅在养殖户处感染小病,转移到填饲户后可能恶化成大病,由此产生的损失往往由填饲户承担,这自然会引发不满和摩擦。在这种情况下,协会要及时介入调解,防止矛盾激化,确保产业链的和谐稳定。”临朐县鹅业协会会长高世峰说。

尽管临朐鹅肝产业取得了长足发展,但仍面临一些挑战。

“朗德鹅种源问题至今仍未得到解决。”高世峰举例说,朗德鹅的祖代种鹅有6年的更换期限,父母代则为5年,这期间需要不断更新品种谱系以维持健康繁殖。由于种源补充的缺失,可能导致品种退化和疾病率上升,进而影响鹅肝的产量和品质。而随着祖代种鹅更换期限的到来,解决种源问题变得尤为迫切。

尽管面临不少困难,但谈及以后的发展,高世峰仍充满信心:“我们正与科研机构合作,研发属于我们中国人自己的朗德鹅。一旦研发成功,鹅肝的整个产业链将完全掌握在我们自己手中。”

市场观潮

本报记者 吴迪

近期,北京、浙江杭州等地持续加码优惠政策,支持汽车报废更新,刺激汽车消费。北京市发改委透露,汽车报废更新补贴将提至2万元;杭州推出汽车新政,最高补贴1.2万元,并对“久摇不中”类指标申请条件予以放宽……多地推出汽车置换补贴新政,旨在推动汽车消费特别是新能源汽车消费实现新突破,相关举措有着清晰的脉络——

今年3月,商务部等14部门联合印发《推动消费品以旧换新行动方案》,4月26日又会同财政部等部门发布《汽车以旧换新补贴实施细则》;7月24日,国家发改委、财政部在既有政策基础上,大幅度扩大支持范围、优化组织方式、提升补贴标准;8月16日,商务部等七部门发布《关于进一步做好汽车以旧换新的通知》,从提高补贴标准、扩大补贴范围、增加资金支持等方面,加大力度促进汽车以旧换新。

上述举措的目标十分明确,即促进消费稳定增长。此举受益的不仅是车企、市场及整个上下游产业链供应链,还有广大消费者。商务部数据显示,以旧换新相关政策实施三个多月以来,成效逐步显现,“近一个月以来,新增补贴申请约34万份。”

加力支持新能源汽车发展,是必然之需。

首先,这是提振消费信心、促进消费环境良性发展的需求。今年的政府工作报告明确提出,“稳定和扩大传统消费,鼓励推动消费品以旧换新,提振智能网联新能源汽车、电子产品等大宗消费。”党的二十届三中全会公报也明确要求:“畅通国民经济循环,激发全社会内生动力和创新活力。”

其次,近年来,大量新能源车陆续进入报废周期,在此背景下,新能源汽车市场的发展迭代势不可挡,如何激活消费动能推动整个产业发展是必答题。此外,支持新能源汽车发展,也是优化我国燃油车和新能源车占比格局,完成双碳战略目标的必然要求。

市场对前述政策给予了积极回应。最新数据显示,1~7月,全国报废汽车回收350.9万辆,同比增长37.4%,其中5月、6月、7月分别同比增长55.6%、72.9%和93.7%。

进一步促进汽车市场创造新行情,除了丰富政策工具箱外,还需关注“痛点”、畅通“堵点”、打造“爆点”。

当前,一些地方购车指标摇号“久摇不中”,新能源汽车动力续航虚标、抗寒能力较弱、蓄电池安全性能忧虑多等普遍存在的“痛点”“堵点”一定程度上影响了消费信心和消费热情。为此,要把“打铁还需自身硬”的理念贯穿产业链全过程。

从长远看,一来,我国新能源汽车还需更多“爆点”为拉动内需和加快“走出去”步伐创造更多机会和可能。比如,在动力系统、安全性能等消费直观体验方面增加技术创新含量,提高核心竞争力。

二来,从“科技是第一生产力”的视角出发,培育新能源汽车工程专业技术人员,让人的智慧与创造力成为驱动产业发展的不竭动力。多所高校计划增设新能源汽车工程专业,这是一个积极信号。

从政策到资金,力度大、范围广、办法多,在多方加力支持下,期待新能源汽车产业链能够抓住机遇,为走好下一段旅程创造更高的起点。

深圳发布“十大人工智能集聚区”

本报讯(记者刘友婷)近日,在中国深圳软件和人工智能新质生产力高质量发展大会暨京深产业合作洽谈会上,广东深圳发布了“十大人工智能集聚区”,展示了深圳市在人工智能领域的行动计划、应用场景清单、产业集聚效应。

记者了解到,“十大人工智能集聚区”是深圳为优化产业布局,强化要素供给、推动产业集聚、发挥规模效应所谋划打造的重点产业布局,以地理片区为基础,以软件产业园为载体,以算力网络基础设施、科研机构、公共服务平台、高等院校等为支撑,对软件与信息服务产业集群、人工智能产业集群产业空间进行统筹规划布局,助力软件和人工智能产业双业协同、集聚发展。“十大人工智能集聚区”包括深圳湾、西丽-石岩、前海湾、福田、龙岗坂田、龙岗大运、龙华中轴、罗湖清水河、坪山高新区、光明科学城。

据深圳市工业和信息化局软件和信息服务处(数字产业处)处长邓自安介绍,深圳软件产业发展的四大优势,一是优惠的产业政策,提供10亿元以上的财政资金支持;二是优质的产业空间,年均新增百万平方米产业空间;三是优良的产业生态,设立千亿元级的产业基金;四是优质的企业服务,依托“助企行”等活动精心做好企业服务。

企业“筑”力湖南5所学校项目上新

本报讯(记者刘静)崭新的教学楼、艺术楼、图书馆,功能设施更加齐全;大礼堂、实验楼、运动场,走进校园随处都是风景……金秋开学季,坐标湖南,由中建五局三公司中南公司承建的育英滨河小学、长沙市第十一中学(新校区)、岳麓山实验室浏阳实践基地/湖南农业大学浏阳教学科研综合基地、湖南女子大学改扩建及中建五局高科技人才保障性租赁住房等5所学校项目都换上了新貌、添上了新衣,9月同步“开门迎新”,“筑”力莘莘学子启航新征程。

据了解,中建五局三公司中南公司已累计承接近30所院校,建筑面积超130万平方米,提供超3万个学位。一所所花园式生态校园、“街区式”产教融合校园拔地而起,促进了一大批校园环境改造提升,推动了教育基础设施持续完善、教学质量不断提升,为“教育强国”发展不断“强筋壮骨”。

科技创新助推传统产业升级

位于河北秦皇岛的耀华(秦皇岛)玻璃有限公司近年来不断加大研发投入,通过科技创新,助推传统玻璃产业提档升级。目前,企业已建成950吨/日一窑两线优质浮法玻璃生产线、600吨/日高档颜色玻璃生产线和Low-E玻璃深加工生产线,产品涵盖1.6毫米到15毫米系列普白、超白玻璃及颜色玻璃,应用于家电、汽车、光伏组件、建筑幕墙等产品中。

本报特约记者 朱润胜
本报通讯员 曹建雄 摄



盯紧年轻人的胃,品牌超市纷纷布局“大食堂”

业内人士指出,食堂只是引流手段,超市的核心仍在于商品销售

本报记者 邹偶然 本报实习生 周婷怡

临近饭点,你会选择打开手机外卖软件,花十几分钟犹豫吃什么,还是亲自下厨做一顿饭?最近,在杭州万象城附近工作的张先生有了新选择:每天下班就径直走进公司附近的Ole精品超市,只为赶上超市里便宜热乎的自选快餐。

近期,永辉、盒马、华联等多家品牌超市纷纷开设“便民食堂”,人均消费在20元左右,有些超市甚至推出了平价自助餐模式,受到了不少周边上班族的青睐。

超市刮起了“食堂风”

2荤1素售价18元,3荤1素售价23元,还附赠一份免费例汤……这是杭州嘉里中心Ole精品超市里“Ole餐厅”的自选快餐定价。

8月23日中午12点,记者在“Ole餐厅”看到,打菜窗口前排起了长队,就餐区也已经鲜有空位。除了自选快餐,食堂还全天供应7.2元/100克的轻食和现买现做的煎饼果子。

餐厅工作人员兰平告诉记者,目前食堂主要涵盖午餐和晚餐时段。就餐高峰期集中在中午11点半至12点半之间,每日快餐的平均单量约为160单。

记者注意到,就餐区墙面上还贴有温馨

提示,标明“桌椅每隔4小时消毒1次”。“我们工作中严格遵循卫生标准,确保就餐环境的清洁。”工作人员李振科说。

超市开食堂,并不是一件新鲜事。

2024年年初,永辉超市在福州的部分门店开起了“永辉食堂”,其特色是提供15元不限量自助快餐,涵盖小碗菜、饺子包点、麻辣烫、卤味熟食、牛排、日料等20多个菜品。

永辉超市董事长张轩松曾表示,公司计划分批优化门店,让门店更有体验感,卖场更有氛围、更有烟火味,为消费者带来更好的体验感,进一步增加消费者黏性。

另外,今年6月,物美超市在北京海淀区中关村门店开设了首家“物美大食堂”。同月,盒马在广州全市门店推出“平价快餐”服务,包括9元的梅州腌面,19.8元的3荤1素快餐等。再有,华联超市也在部分门店设立了快餐档口,提供20~30多种现炒菜品。

当这些超市巨头纷纷加速布局餐饮赛道,谁成了他们的目标客户?

更关注性价比的年轻人

今年以来,超市掀起的“餐饮风”瞄准了高性价比且高频复购的快餐,旨在把商场超市打造成周边居民和上班族的“大食堂”。

“来我们食堂吃饭的主要还是周边上班的人,好几个都是每天来的‘熟面孔’。”兰平

向记者介绍,“Ole餐厅”工作日的客流量明显高于休息日。

在杭州大关路的大润发超市,刚买完盒饭的刘先生告诉记者:“这里的盒饭比我公司食堂的还便宜,主打一个性价比。”

刘先生在附近一家互联网公司工作,之前平均一顿午餐的花销在25元左右。同样在附近工作的王女士也是大润发的常客,不怎么亲自下厨的她,几乎吃过周边所有的平价食堂,大润发是她8月光顾最多的地方。“这里离公司近,吃饭方便,饭菜也便宜大碗。”

从销售蔬菜、生鲜等原材料到提供加工后的菜品,超市自有供应链是确保食堂性价比的关键。

除了亲民的价格,新鲜食材和现炒菜品也是超市食堂的主要卖点。“我们的菜都是后厨现炒的,没有隔夜菜,也不使用预制菜。”李振科说。

“物美大食堂”将厨房直接设在菜品陈列区后方,几个门用半帘区隔,顾客在用餐时还可以看到厨师们的身影。食堂里还挂着“食材现炒好吃”的标语,所有人抬眼可见。永辉食堂更是把“告别预制菜”写在了台面上。

如今,年轻人开始放弃外卖,重新走进平价食堂,不仅因为价格实惠,还因为“至少能看到师傅从锅里炒出来的菜”。

超市+餐饮能否成为标配?

据红餐产业研究院发布的相关数据显示,2023年小吃快餐市场规模将达到8237亿元,较2022年增长12.6%。报告指出,小吃快餐领域刚需属性强、受众人群广、消费频次高。而离写字楼和社区更近的超市,有着天然做快餐的优势。

实际上,不少商超早已跨界涉足餐饮领域。比如盒马鲜生自开业起就采用了“超市+生鲜餐饮+O2O”的商业模式,以生鲜供应链作为核心优势。

胖东来的餐饮区同样是超市的流量入口。据红餐网统计,胖东来餐饮区的“DL麻辣香锅”档口,日均销售600份麻辣香锅,周末销量更是增长30%;“DL麻辣烫”档口每天至少发放200多个号,饭点等位更是常态。

值得关注的是,连便利店也开始涉足食堂领域。此前,7-ELEVEN在广州开设了全国首家小食堂模式门店“7-ELEVEN小食堂”,主要提供西式快餐和中式米饭快餐,价格集中在6.9元~19.9元之间。

不过,业内人士指出,食堂只是一个引流手段,超市的核心仍在于商品销售。商品的销售表现主要取决于其性价比,因此,要提升标准超市的业绩,关键在于加强商品研发与供应链体系建设。