

宁海蛭子

政府牵线来解困



长街新南村蛭农在养殖塘挖蛭子。(尤才彬 摄)

记者 孙吉晶
宁海县委报道组 徐铭悛
通讯员 惠晓阳

2月23日，阳光正好。在宁海长街镇新南村养殖塘，戴着口罩的蛭农弯腰弓背，挥动小锄头挖蛭子。徐光撑养殖了近60亩的蛭子，心急如焚的他第一时间告诉了村排摸情况的长街镇农业农村办公室工作人员。

蛭子是长街百姓的“金饭碗”，蛭农的复工问题引起了当地政府的高度重视。长街镇成立工作专班，召开专项部署会，组织农技专家上门进行技术指导，全面排查各村养殖户滞销的水产品数量。

“我们召集养殖和购销大户开会，一起商讨用工和销售之策。”据长街镇农业农村办公室负责人钟剑永介绍，他们依据市场开放程度，与上海、福建等地的购销大户取得了联系。

与此同时，长街镇自主研发了长街蛭子购销平台，利用线上平台开拓散户市场。“开通了‘长街味道’微信公众平台，发布蛭

斤蛭子，一排排黑色筐里铺满了扎实的蛭子。”原本对接的温州、温岭市场，因为这次疫情影响，都不开放了，我塘里积压了近4万公斤蛭子。徐光撑养殖了近60亩的蛭子，心急如焚的他第一时间告诉了村排摸情况的长街镇农业农村办公室工作人员。

蛭子是长街百姓的“金饭碗”，蛭农的复工问题引起了当地政府的高度重视。长街镇成立工作专班，召开专项部署会，组织农技专家上门进行技术指导，全面排查各村养殖户滞销的水产品数量。

“我们召集养殖和购销大户开会，一起商讨用工和销售之策。”据长街镇农业农村办公室负责人钟剑永介绍，他们依据市场开放程度，与上海、福建等地的购销大户取得了联系。

与此同时，长街镇自主研发了长街蛭子购销平台，利用线上平台开拓散户市场。“开通了‘长街味道’微信公众平台，发布蛭

子、泥蚶等长街味道，让消费者通过网络购买到长街特产。”长街镇相关负责人表示，县里金融机构还出台贷款延期等惠农政策，确保农户有资金购买到蛭苗，挖蛭养蛭两不误。

“幸好政府帮忙，我们才打开了销路，这些蛭子准备运往福建、上海等地。”新南村党支部书记王正龙说，从2月16日开始，村里每天都组织50多个村民下塘挖蛭，现在挖都来不及。

一市镇积压的蛭子在500吨到800吨之间。缆头村养殖户陈德培说，如果4月前不能出货完毕，会对新一季的蛭苗播种带来影响，导致养殖周期严重滞后。

一市镇政府积极对接三门、天台等地市场，同时通过天猫、食享会等线上平台，售卖水产品。仅食享会平台，2月18日下午就助销了6000公斤蛭子。

一市镇还帮助养殖户建立健全信息，办好相关证明手续，打通甬台温及福建等地的物流关卡，确保水产品运得出去。

象山梭子蟹 “走南闯北”避“寒冬”

记者 余建文

上周六，在象山泗洲头的暂养基地，宁波弘鑫水产养殖公司负责人倪卫国组织工人将一筐筐梭子蟹从池子里抬出来，装上专用的活水里，运往天津市场。这批蟹总共近4000公斤，“最近蟹价虽然有所反弹，但波动很大，前后隔一两天，每公斤上下浮动20元。”倪卫国说。

象山是“中国梭子蟹之乡”，全县养殖面积近6万亩。本来，每年12月底至次年3月初是养殖梭子蟹上市的旺季，主攻春节市场，但突如其来的新冠肺炎疫情，让养殖户挨了“当头一棒”。

倪卫国有500余亩蟹塘，同时又是象山最大的梭子蟹购销大户，担负全县近40%养殖蟹的外销重任。老倪说，春节前膏蟹塘头批发价高的每公斤280多元，“但随着疫情暴发，市场突然‘停顿’了”，餐馆纷纷退订，批发商也不来拿货，加上封道，没办法运出去，蟹价遭遇“腰斩”，交易量降到正常年份的一成左右，“一笔单子就要损失上百万元”。

象山的蟹塘采用蟹、虾（小白虾）、贝（蛭子）混养模式，年产养殖梭子蟹150万公斤至200万公斤。作为高档海鲜，其消费市场一直“两头在外”，南方温州、福建一线占大头，北方是天津、沈阳一线，供应高级酒店和婚嫁场所。但这种传统的“大进大出”模式在外销通道被卡、市场急剧降温时，几乎无“还手能力”。另外，本该起捕的蟹大

量压塘卖不掉，养殖户还要继续投喂饲料，又增加了一份负担。

“不仅是象山，像舟山、台州这些梭子蟹重点养殖区，都碰到同样问题。”象山水利与渔业局渔业产业科陈挺科长介绍，面对市场困境，除了政府部门帮助尽力打通外销渠道，也要养殖户“自己挺住”。县水产技术推广站10多名技术人员多次下乡到塘头，指导农户养殖，保存力量，同时发挥象山梭子蟹产业联盟优势，掌握价格和订单变动情况，及时对接客户，县里还想尽办法，先后办出40多本通行证，把蟹卖出去。

“传统大宗批发模式太过单一，在这非常时期，需要考虑如何多条腿走路。”陈挺说，目前象山梭子蟹40多名购销大户中，也有个别尝试做电商的，比如像“透骨鲜”海鲜平台这种，或做成蟹卖，但销售量很少。倪卫国说，“养殖梭子蟹必须是活蟹供应才能卖高价，现在还无法做到像大闸蟹这样的礼盒装，通过电商、网络平台来销售，存在诸多技术难题。”

自上周三起，随着高速公路的“解封”，象山梭子蟹外销通道终于打通。这几天，一南一北两条通道平均每天销售2万公斤的蟹，膏蟹塘头价也反弹到每公斤150元左右。趁着市场稍有回暖，经纪人忙着组织货源，赶紧出货。据初步统计，高速开通三天，外销梭子蟹已“走掉”五六千亩，在塘的还有3万余亩。倪卫国说，要赶在母蟹大批量抱卵前尽快出货，预计到3月中旬基本能卖完。



泗洲头养殖户在蟹塘捉蟹。

草莓销售 东方不亮西方亮

记者 何峰

2月23日上午，阳光明媚。孙永涛将4盒草莓放在慈溪虞波花园门口，然后打电话通知客户，看着她把草莓提走，他才赶往下一个送货点。“非常时期，亲眼看到消费者把草莓提走才放心。”孙永涛说。

孙永涛是慈溪市坎墩农业园区慈意佳果蔬农场负责人，他种植了20多亩草莓。“以往，都是客户上门来采摘。疫情发生后，销售受到一定影响。”孙永涛说，目前主要通过线上接单和点对点配送，把草莓销售出去。“也有上门来采摘的客户，但很少。大家的防护意识很强，一个大棚每次只进去两三个人，而且必须戴口罩。”孙永涛说。

紧跟时代潮流的孙永涛，去年开通了抖音号，如今已有1万多名粉丝，他经常将自己劳作的场景和搞怪的短视频推送给粉丝。“很多是铁粉，经常买农场的产品。借助新媒体，我和消费者有很好的互动。”如今，孙永涛的微信朋友圈和抖音号已成为农场重要的线上销售平台。

几年前，孙永涛购入机器制作草莓干。“快下市的草莓不值钱，我就想着能不能通过深加工增加附加值。没想到草莓干非常酥脆，300元一公斤，吃货们很喜欢。”孙永涛说，由于工艺的问题，草莓干制作过程需要好几天，用电成本居高不下。疫情的发生，坚定了他进一步做好农产品深加工的决心。

春节期间，他一直琢磨着如何改进工艺流程，进一步降低成本，让更多的消费者吃上草莓干。

“春节前后本是草莓销售最火爆的时候，疫情的发生让我措手不及。虽然销售不成问题，但价格跌下来不少。”陈欢祥是阿欢草莓园艺场的当家人。阿欢草莓园艺场位于镇海路街道朝阳村，离中心城区很近，加之草莓质量不错，早已声名在外。“这阵子上门采摘草莓的游客没有了，销售基本靠老客户自己来拿货。”陈欢祥告诉记者。

阿欢草莓园艺场和慈意佳果蔬农场都是知名度较高的农场，规模也较大，有自己相对稳定的客户群，草莓销售受疫情影响不大。而部分规模不大的种植户，受到的影响则不小。“受疫情影响，春节前后水果店不营业，草莓一下子滞销了。加之村庄道路的一道道‘卡口’，送货也非常不方便，进一步影响了销售。”奉化一个种植户说，“目前主要靠零星销售，售价也比较低。”

在规模较小的草莓种植户和市场之间，活跃着一批“经纪人”，网名为“松鼠果”的小宋就是其中一员。“经纪人”的手机里有大批的团购群，“我联系好社区团购群，从镇海和奉化的种植户那里拿草莓，负责接单和送货。”小宋说。这阵子，他一直很忙，开车往返在市区各大小区和草莓种植基地之间。



孙永涛在农场采摘草莓。(李宣 何峰 摄)



笋农把雷笋打包，送往农户所在小区。(张裕定 余建文 摄)

奉化雷笋 “点对点”直送破“堵点”

记者 余建文 通讯员 张裕定

春嫩雷笋是宁波市民过年餐桌上必备的食材。受新冠肺炎疫情影响，今年春嫩雷笋售价大幅下降，销售渠道被阻断，笋农“遭遇寒冬”。在中国雷笋之乡的奉化溪口，有2万余亩雷竹田，上千户笋农为此一筹莫展。虞如坤是奉化区

竹笋产业农合联盟理事长，他告诉笔者，春节前原本批发价每公斤22元的笋，最低跌到11元，还没人要，“因为收购商进不来，仅靠周围菜市场，销售量远远不够，雷笋积压严重”。

春节前后，雷笋旺发，平均每亩笋田每天能采收30公斤至50公斤雷笋。雷笋天天在长，如不及时

采收、卖掉，等笋长高、变老就一文不值，笋农心急如焚。而另一方面，山里的雷笋却难以运进城，城市居民吃不到鲜笋。

如何解决“两头不着落”的难题？奉化采取化整为零、点对点配送等多种方式，为雷笋下山进城开辟通道。从2月中旬起，很多镇、村（社区）干部主动当起了“经纪人”“跑腿员”，帮助笋农卖笋。溪口镇副镇长唐超波家住鄞州，他在小区群里“吆喝”卖笋，将每户居民求购信息与笋农直接对接，用私家车装笋，按户分送，前后4次帮虞如坤卖了700多公斤雷笋。在大堰，联村干部倒贴油钱，帮农户将笋运到山下市场销售。

奉化区农业农村局产业科王明亚科长告诉笔者，在把牢防疫关的前提下，区里为雷笋下山办理临时通行证，“同时开辟网购平台，主动对接需求，送货进小区、单位。”奉化区建起微信“保供群”，包括雷笋在内，全区40余个农产品基地直接与菜市场、超市以及消费者对接，笋农们也普遍使用微信进行一对一促销。溪口农产品经纪

24日晚上7时多，奉化溪口银龙笋产业合作社负责人虞如坤与妻子一起，还在奉化大成市场批发卖雷笋。“最近企业有序复工，部分餐馆营业了，雷笋销量也在回升，每天能卖出2000公斤笋。”大半个月一直为卖笋难而困扰的老虞，紧锁的眉头终于舒展了。

人毛位明说，“我们经过网上联系订单，把雷笋一包包分好，放在小区门口让居民自取，虽然麻烦点，但销售量很快上去了，居民也方便。剩下有多余的，再送到菜市场摊位销售。”

非常时期，农合联在帮助卖笋上，显示出抱团协作的力量。奉化雷笋的主力消费市场在宁波、舟山等中心城市，前段时间因为各地设了卡点，运输通道不畅，雷笋无法外运。区竹笋产业农合联多方奔走，与省交通厅联系，从2月4日开始陆续办出20多张农产品供应通行证。运输“堵点”打通，大批雷笋顺畅进入城市各大菜市场。

据悉，随着高速公路全部开通，现在奉化区竹笋产业农合联的20多个销售大户每天将10多万公斤雷笋销往长三角地区，批发价也回升到每公斤16元左右。“市场环境变了，销售模式也要跟着变才能活下来。”虞如坤说，疫情防控下的“销售战”还在持续，“通过网络订单，我们经纪人跟超市、大单位直接挂钩，增加了一批新客户，这也是新收获。”



虞如坤正在挖笋。(张裕定 余建文 摄)