

【本期话题:牡丹产业,也须“破茧成蝶”甲天下】

【一线报告】YIXIAN BAOGAO

牡丹产业:完善链条补齐短板 花都建设风正帆悬

路在脚下

提升旅游产业,加快名城建设



掷地有声

要依托牡丹的资源优势,做好牡丹产业化的规划设计,重点发展牡丹旅游产业,把牡丹产业做成锦绣文章,培育大龙头,建成大基地,真正把牡丹产业和牡丹文化有机融合。

——菏泽原市委书记赵润田

实现牡丹产业化经营,要以对待新生物、培育新兴产业的高度认识和推进,让牡丹“花中之王”变成人间财富;要积极探索牡丹种质资源、育种和产业化开发标准及专利技术,经认证上升到国家标准,打造牡丹科技与文化软实力。

——国家林业局原副局长李育材

我们对牡丹的认识应该有一个根本的质的变化。牡丹是有很高经济价值的作物。现在我国的食用油,每年市场需求是2250万吨左右,国内生产的占40%,60%要靠进口。国家很重视食用油的发展,牡丹种子是很优质的油料,很有发展前途。也就是说,以后牡丹花不仅有观赏的价值,还有可能搬到餐桌上。

——国家花卉协会牡丹芍药分会副会长李嘉珏

本报记者 赵志伟 整理

河洛回音

牡丹产业化,要做好“四个一”,就是有一批主导产品、一批龙头企业、一批服务组织、一批商品基地。

——网友“小面包”

发展牡丹产业,离不开政府的引导和支持。注意,这里的支持是引导而非领导,是指导而非误导,是到位而非缺位,是帮忙而非添乱。要遵循市场客观规律,发挥企业的主体作用。

——网友“老当益壮”

要积极筹建洛阳牡丹特产专卖店,满足外地游客和本地市民购买洛阳特色产品的需求,形成“以销促产、以产带种”良性发展局面,引领牡丹产业又好又快发展。

——网友“马铃薯”

应该在洛阳的城区主干道、广场游园、城市出入口、厂矿院所和社区等区域内广植牡丹、芍药,同时配置多种花卉,延长自然花期,提高观赏效果,让“牡丹花都”的称号名副其实。

——网友“抽烟吗”

本报记者 赵志伟 整理

“唯有牡丹真国色,花开时节动京城。”统领群芳的洛阳牡丹,历来让文人墨客不吝赞美之词。“她”始于隋盛于唐,“甲天下”于宋,至今已有近1500年的历史。洛阳牡丹甲天下。没有哪个城市,比洛阳对牡丹更具感情。然而,在如今的全国牡丹产业版图上,洛阳牡丹究竟占有几分天下?牡丹产业又处于何种地位?牡丹在助力古都复兴中如何定位?都值得思考。

提速:种产销“三驾马车”齐奋进

花开花谢二十日,满城之人皆若狂。暮春四月,洛阳城花如海人潮如海,竞相牡丹倩姿芳容。然而,症结就在于花开人至,花谢人散。如何把“应季花”变成“四季花”,让游客把牡丹产品带回家,始终是摆在洛阳牡丹产业面前的难题。

目光回到20世纪80年代,洛阳牡丹产业初显端倪,牡丹种植迎来“春天”。但随之而来的是,由于市场销售和深加工滞后,形势迅速逆转,部分种植大户和企业先后破产,牡丹生产进入低谷。最近几年,才逐步好转。

2010年,“牡丹为媒”的发展定位呼之欲出,牡丹产业迎来“二度春”。要避开老路出新招,就必须摸一摸牡丹家底到底有多厚。同年,一场全市规模的牡丹产业普查旋即展开。

然而,普查结果,令人汗颜。一看种植,洛阳牡丹种植面积2.1万亩,规模不及山东菏泽和安徽亳州;二看产业,牡丹深加工企业少得可怜;三看国际化,牡丹国际出口量微乎其微,市场基本被外地垄断。一产“体弱”,二产“链短”,三产“短腿”的洛阳牡丹产业亟待“治病良方”。

2011年4月,市委、市政府出台了《围绕“牡丹为媒”打造牡丹花都工作实施方案》,打响了牡丹产业重新起跑的冲锋枪。《方案》对牡丹的种植规模、产业发展、元素应用等,进行了详尽规划。

截至去年年底,我市牡丹种植面积达到11万亩,是2010年的5倍;催花牡丹数量突破100万盆,实现翻倍;城区栽植牡丹80万株,提前1年完成3年的任务;牡丹食品、牡丹画、牡丹瓷等一系列牡丹旅游产品相继投放市场;在荷兰世界园艺博览会等重大节会上,洛阳牡丹更是惊艳全场,迈出了“牡丹走向世界,世界了解洛阳”的重要步伐;围绕“三篇文章一起做”打造的前万亩牡丹花都产业示范园,也将于年内动工。

症结:速度质量“两大标准”待平衡

两年时间,可谓白驹过隙,但置于牡丹产业发展进程中,速度不能不说惊人。

然而,速度上去了,质量有没有跟上?规模上去了,效益有没有提升?应用铺开了,维护有没有保障……这些问题时刻都在拷问我市牡丹产业。可以说,每一个问题都“一剑封喉”!

现在,不妨再像两年前一样,重新“盘问”一下我们的家底——

一问:催花牡丹产业迅速扩张,市场缘何遇冷?



上图 我市新推出的牡丹产品——牡丹精油香皂

左图 洛阳牡丹广受外地游客欢迎 见习记者 刘冰 摄

去年,我市牡丹盆花生产达100万盆,比2010年翻一番。然而,规模小、品种单一、质量参差不齐……这些问题是我市催花牡丹产业不容回避的问题。

目前,催花牡丹市场中,单打独斗的花农占绝对优势;催花技术良莠不齐,牡丹质量标准不一;品种单一成为催花牡丹产业的致命伤。所以,牡丹市场的经营现状,呈现规模化生产企业逆势而上,分散经营的小花农“挥泪甩卖”的天壤差别。

二问:超过10万亩的栽植面积,衍生产品何时成形?

经过两年跨越式发展,我市牡丹种植总面积达到11万亩,但企业经验不足、仓促上阵,种植质量参差不齐。近几年,尽管牡丹食品、牡丹化妆品等牡丹旅游产品相继问世,基本上形成了牡丹产业链,但大部分产品目前仍处于研制、市场调研、试投产等“未成形”阶段,真正的大型加工企业更是屈指可数。

三问:科研成果如何走出科研院所?

近年来,国家牡丹基因库、国家牡丹种质资源鉴定及检测重点实验室等科研机构相继落户我市,获得国家、省、市科研成果120多项,国家专利20多项,在标准化生产、四季开花、资源保护等方面保持着国内领先水平,洛阳牡丹亮相北京奥运会、上海世博会便是例证。

然而,一方面我们拥有令人羡慕的科技资源;另一方面,却面临“产业短板”。实现科研和生产的“无缝对接”,同样是不容回避的问题。

四问:牡丹产业如何推向市场,使资源财富变为经济财富?

洛阳地脉花最宜,牡丹尤为天下奇。每年源源不断的游客慕名而来,却“空手而归”。洛阳牡丹旅游产品可谓琳琅满目,但到哪里买,买什么品种,选哪个品牌?连我们自己都不免一头雾水。

类别多,却缺乏拳头产品;档次较低,难以打入高端市场;销售渠道有限,经营混乱……诸多问题亟待解决。

发力:“满城尽是牡丹花”当可期

在面临“又好又快”还是“又快又好”的选择时,必然要选择前者。我市牡丹产业发展几经波折,探索转型之路已迫在眉睫。

让牡丹从文化中走出来,真正挑起洛阳魅力城市名片的重担,就必须抓重点、出实招、破难题。

更加注重科学化规划引导。针对当前牡丹产业发展的随意性和盲目性,要强化政府调控,完善对市场和资本的引领,控制好发展节奏、方向和方式。2013中国(洛阳)国际牡丹高峰论坛,将于4月10日开幕。这将迈出我市打造牡丹文化高地、引领牡丹产业发展方向的重要一步。

更加注重规模化产业发展。要鼓励科研成果对接产业发展,实现规模化、集约化经营和品牌效益。如今,集牡丹标准化种植区、反季节牡丹生产区、牡丹深加工产业集群区、牡丹花卉交易中心于一体的伊滨区万亩牡丹花都产业示范园,将于年内动工。目前,已有14家大型牡丹深加工企业进驻。

更加重视策略化营销。牡丹产品并不缺市场,缺的是“现代营销”,只有将旅

游产品分类整合,建立销售网络,洛阳牡丹才能“墙内开花墙外香”。目前,通过层层筛选,“牡丹花都”特产专卖店运营资格被我市两大颇具实力的运营商正式取得,两家运营商将各有一个“牡丹花都”特产专卖中心店、3个至5个形象店建成营业。未来3年至5年,依托其原有销售网络,洛阳牡丹特产将向全国范围延伸,届时,可有效缓解牡丹商品市场难觅的问题,并逐步形成“以销促产、以产带种”良性发展局面。

观赏牡丹与商品牡丹并重,规模与效益并重,产业与媒介并重,逐步实现“扩面积、提质量、上档次、增效益、促休闲”融合发展,无疑是我市牡丹产业发展的目标。

明确目标就是明确方向,明确方向就能走向希望。

我们有理由相信:未来,“满城尽是牡丹花”将会离我们更近、更近……

本报见习记者 白云飞 通讯员 韩孟伟 杨会安

“成蝶”才能飞翔

牡丹产业化,是一个老话题。

洛阳牡丹要从“量的集合”实现“质的嬗变”,我们已经喊了好多年。尤其是在国际文化旅游名城建设启动以来,牡丹产业化被期待成为重要的战略产业支撑,借助它,我们才能擦亮“牡丹花都”这张城市名片,使国色更加芬芳、城市更加美丽。

牡丹产业化,是一个新课题。

洛阳牡丹甲天下,并不意味着洛阳牡丹产业“甲天下”;牡丹产业若不能“甲天下”,洛阳牡丹的“甲天下”地位就会岌岌可危。如今,洛阳牡丹的资源优势,未能转化为品牌优势,更未升华为产业优势,症结何在?体制不顺、机制不活!

路径在反思中明晰。扭住产业化不放松,理顺体制、盘活机制,区域化布局、专业化生产、规模化建设、系列化加工、社会化服务、企业化管理,洛阳牡丹产业才能以质的飞跃上演“王者归来”。荣获“中国牡丹花都”桂冠是洛阳

的新契机,建设国际文化旅游名城是洛阳的突破口——牡丹产业化,迎来新机遇,发力正当时!

坚持“三篇文章一起做”,遵循“以游养种、以种促游”大思路,借力文化创意,融合发展种植业、加工业、旅游业、酒店餐饮业、娱乐服务业,打造全新大产业;让龙头带动成为产业不断延伸扩大的“催化剂”,将大科研院所、大示范园区、大种植户结成“利益共同体”,形成龙头连基地、基地带农户的发展新格局;让政府扶持、政策优惠、超前规划、统筹推进去成就特色,汇聚特色生态、特色景观、特色品牌,打造“花在中、城在花中”的特色田园城市。

“从外打破,是伤害;从内打破,是成长。”洛阳牡丹产业,期待“破茧成蝶”!

洛平感言

【他山之石】TASHAN ZHISHI

菏泽:“大手笔”做强牡丹产业

菏泽产业横跨三大产业,种产销“三位一体”,缺一不可,“断链”便会“满盘皆输”。近年来,菏泽市将牡丹产业作为拉动全市经济跨越发展的特色支柱产业,通过扩充种植面积、夯实产业基础、扩展营销范围,在我国牡丹产业发展中占据

举足轻重的位置。

目前,菏泽牡丹栽培面积达25万亩,2015年牡丹种植面积计划为80万亩至100万亩,2020年突破200万亩。在面积扩大的同时,菏泽牡丹产业也逐步实现从过去单一的苗木、观赏、药用逐渐走

向深层次、多领域、全方位开发的综合利用之路。去年,集牡丹生产加工、科技研发、观光旅游于一体的菏泽牡丹产业园开工建设,项目投资规模超过20亿元,产品将以牡丹油为主,涵盖牡丹食品、牡丹化妆品、牡丹旅游纪念品等牡丹深加

工各个层面,将向牡丹产业化迈出实质性一步,该园建成后年产值可达600亿元,利税可达180亿元。此外,菏泽市依靠“大营销”策略,牡丹产品远销30多个国家和地区。

本报见习记者 白云飞 整理

下期话题预告:旅行社,在名城建设攻坚战中有何担当?

如果您有自己的意见和建议,可登录新浪微博@路在脚下话旅游,发表高见;也可登录洛阳网洛阳社区(bbs.lyd.com.cn),进入《路在脚下——提升旅游产业,加快名城建设》板块畅所欲言;还可拨打66778866一吐为快。

