

# 涨幅高居近20年前三甲，黄金富贵 供不应求 蚕茧量减价升点燃 秋冬一把火

时下,我市晚秋茧的采收已全部结束。蚕茧收购价在滞涨了几年后,今夏开始缓步回升,直至秋冬越发红火,让蚕农重拾栽桑养蚕的信心。



蚕丝被现场制作。

记者 应柳依

## 秋茧收购价止跌回升

今年我市的蚕桑生产呈现新特点,蚕茧收购价从夏茧起开始回升,但整体蚕种饲养量、产茧量却呈下降趋势。市经济特产站副站长黄世荣介绍,数据显示,今年全市饲养蚕种共计726.25张,同比减产177.5张,降幅达19.66%;产茧32.6吨,同比减产8.6吨,降幅达27.82%。

据舟山镇蚕茧收购站负责人统计,今年中、晚秋茧每公斤收购价分别为41.35元、46-48元,同比提高11元、13元,比前三年平均价分别提高4.55元、6元,一举扭转了前几年的低迷局面,止跌回升。

对于这波涨价潮,业内人士分析,主要原因一是东桑西移,广西成为种桑养蚕的主产区,以杭州、嘉兴、湖州为首的江浙东部地区的种桑面积日渐缩小,导致原材料变得稀缺;其二,养殖劳动强度大,人力成本见涨导致价格跟涨;其三,国际行情走势良好,借一带一路政策扶持以及G20峰会的热度逐步打开市场;其四,蚕丝制品吸湿、保暖、透气又轻

便,现已日渐成为寻常百姓的需求。

## 蚕丝被售价稳定

蚕茧作为蚕丝被制作的主要原材料,价格一路攀升给蚕丝被生产商带来了不小的成本把控压力。

市土特产公司与联农蚕桑专业合作社负责人马朝中表示:秋茧近20%的涨幅高居近20年内秋季价格前三甲,因为原料上涨,蚕丝被每公斤就要多出约40元的成本。

对于蚕茧价格炒起来的秋冬一把火,马朝东有着自己的理解:今年降雨较多,蚕爱吃新鲜却不掺雨水的桑叶,过多的水分反而不利于蚕的生长、吐丝,产量有所缩减。

猛涨的价格使马朝中略显无奈,不过,他表示,时下已进入蚕丝被黄金销售期,该公司线下主销本地及周边县市,远至深圳、珠海等,线上则网店、微店同步销售。为逐步扩大市场份额,该公司还会严把管控和品质关口,内部消化成本上涨压力,不做任何提价。

## 彩茧上市供不应求

常规蚕茧品种虽产量有所下降,

但市农林局经济特产站新培育的彩色茧品种迅速填补了市场空缺。今年,该站参与选育的家蚕彩色茧新品种金秋初日,迎来省专家考察审查,如通过审定,将是国内第一个通过审定的彩色茧品种。

据悉,金秋初日是由浙江大学动物科学学院教授陈玉银为首的团队研发的家蚕彩色茧新品种,通过多次杂交、基因导入、回复、选育等过程培育而成,所产的蚕茧及蚕丝显示出天然高贵的金黄色。

该品种从2006年起已经连续多年饲养,表现出易养、高产、优质、抗逆性强等优点,深受蚕农和蚕茧经营单位的欢迎,目前,经济特产站已完成6种颜色彩色茧品种的培育。市联农蚕桑专业合作社将其制成高档蚕丝被,命名为黄金富贵,每公斤销售价格1000-1200元,在市场上供不应求。

而为推进蚕桑产业应用性技术集成和示范应用推广,加快蚕桑产业转型升级,日前,省农业厅在12个县(市)建立蚕桑产业技术示范基地,我市被列为省蚕桑产业技术团队项目示范基地(市)。

## 华联商厦20岁了 25日至27日出生顾客 可免费领50元红包

记者 田妙联

本报讯 25日,华联商厦迎来20岁生日,一个长3m、重50多kg的巨型生日蛋糕出现在商场一楼,吸引数百名顾客分享。

从1996年在澎湃的改革大潮中绽放开始,20年来,华联商厦风雨兼程,一路高歌猛进。1997年,加盟杭州解百,借梯登高;2000年,投巨资启动扩建工程,营业面积扩为11600㎡;2002年,获金华市、浙江省百城万店无假货活动示范商店称号;2009年,纳税额首次超千万。如今,在互联网+的时代背景下,华联商厦顺应市场趋势加速转型,开通微信公众号,聚焦导流和销售转换,实现线下商场、超市的网上呈现。可以说,华联商厦不仅是市民心中的一个传统老字号,也是永康江畔的地标性建筑,更是一代人心中永恒的记忆。

为回馈广大顾客,华联商厦准备了百万庆典红包,与市民共贺20华诞。25日-27日期间,服饰类满500元再送60元的现金券;凡在华联商厦、华联丽州超市购物满288元即可参加抽奖活动,特等奖现金3000元,超市满100元就送鸡蛋4枚,多买多赠。

另外,11月25日-27日出生的顾客,可持本人身份证原件,在活动期间来华联商厦总服务台领取价值50元超市抵金券一张。

## 本地草莓提前上市 进园采摘还需一个多月

记者 应柳依

本报讯 往年大棚草莓春节期间才是采摘旺季,今年因前期温度较高,加上种植技术的改善,我市大棚草莓成熟期提前了近半个月,预计春节前将大量上市。

日前,在芝英镇柿后村,种植户万泽洪正在大棚里仔细挑拣成熟的草莓:10来天前,已有少量草莓红透,陆续上市。初冬温度高,加上现在栽植技术有所提高,种植时间普遍提前,使今年草莓成熟期比往年早了十多天。

万泽洪来自草莓之乡建德市,来永务农已有十多年,栽种了近10亩的大棚草莓基地。他说,时下,我市第一批草莓已上市,数量不多,每公斤售价八九十元。这么高的价格有市场吗?

价格不算高,往年刚上市时每公斤售价100元至120元。草莓种植户余敏说,我市草莓种植基地较多,仅东永一线、二线附近便有超100家。激烈竞争导致价格下跌,而且外来务工者逐年减少,也影响了销量。

万泽洪介绍,根据成熟时间不同,大棚草莓大批量上市后,露天草莓也紧跟而上,采摘期将持续到来年5月。目前基地以散客消费为主,等草莓量产时,也有一些长期合作的个体经销商会订货到市场上销售。尤其在春节前后,许多回头客会来现场采摘游,有时没进市场就已销售一空。市民如果要进园采摘,需要再过一两个月。

## 特色农产品贴上品牌标签成网红

# 夏妈 福大叔 线上线下笑迎全国客

近年来,我市农产品品牌成长迅速,夏妈、福大叔等名头在线上线下打响,带着特色农产品笑迎全国客,让各种炒货、面点等成为网红。

记者 吕高攀

本报讯 23日,阿林瓜子店的掌柜楼徐彬将一件发往江苏的炒货包裹打包完毕,并将印有小楼食记品牌标签的发货单仔细地贴在包裹上。

以前大家都随着门口的招牌叫阿林,现在越来越多的消费者唤我为小楼。今年,经营了十多年炒货生意的父子店有了新的传承,父亲楼文林将阿林招牌打响之后,儿子楼徐彬刚刚注册的农产品品牌小楼食记开始入驻消费者的心坎。

招牌与品牌虽仅一字之差,楼徐彬却有自己的理解,他希望把自家招牌独有的特性转换成消费者对自家

招牌的深度认知,并形成溢价和增值的无形资产。楼徐彬觉得,现在全国70%左右的瓜子深加工都在金华市,然而许多厂家却无法形成有效的品牌价值,这是一个遗憾。

与小楼食记一样,今年我市农产品品牌如同雨后春笋一般快速成长起来,负责品牌注册的市金海胜信息科技有限公司总经理应永胜非常关注我市农产品品牌的成长,自2009年该公司开始帮助农户注册农产品品牌以来,先后已出炉100多个自主品牌,仅今年就注册了34个品牌。

应永胜介绍,我市农产品资源丰富,许多农户经营得有声有色,今年

开始,大家似乎一下子开始更加关注品牌效应,纷纷为自家的农产品贴上标签,比如卡通猪形象的两头乌、福大叔名头的蜂蜜等。

今年4月8日注册夏妈品牌的应英杰同样深有感触,在他看来,品牌的认知度对食品加工行业显然更加重要,品牌代表着消费者对加工企业原料和生产工艺的认可。

一个月前,应英杰将夏妈应用于微商营销,用菠菜、南瓜等新鲜蔬菜榨汁和面的特色工艺一下子吸引了许多消费者的关注。刚刚就为新疆的一位客户快递了2kg绿色小馒头和五大包粽子,他还帮忙把我们的产品信息转发在微信朋友圈。应英杰说。

应英杰希望以后夏妈品牌能够承载更多绿色食品的概念,楼徐彬也将自己对农产品质量的理念寄托于小楼食记,我市农产品的品牌之路越走越宽。