

「韭菜王」馬金海： 40年守「種子夢」 換來「長長韭韭」

初春時節，記者採訪位於平頂山葉縣的河南春畦供港蔬菜基地，當地主管農業的孫國群縣長邀請記者到該縣的韭菜基地看看。遠遠望去，幾千畝春韭一望無際，翠綠欲滴。遐想間，田間一位衣着樸素，滿身韭菜味的「老農」大步迎來，他就是我國韭菜界佼佼者——馬金海。

婚禮籌備金作科研經費



■馬金海（中）與本報記者合影。

本報河南傳真

於韭菜、大葱及其他園藝新品種的培育研究。

這一開始就是40多年。作為一家民辦科研機構，從科研經費、人員工資到各種儀器設備、化肥、農藥、農資等各項物資支出都是自籌資金。後來他還自籌資金，建成了科研樓和多處實驗基地，建起了現代化的組織培養室和平頂山市農業系統第一座恆溫庫。同時招聘了多名農業院校畢業的大學生從事科研工作。如今，這家研究所已成為一個集科研、生產、推廣為一體的綜合性科研單位，韭菜育種面積和新品種數量均居全國第一，培育的「久星」韭菜系列品種已推廣至全國30多個省（區、市）。

為育種天山遇險受傷

種子研究不僅是腦力工作，也是冒險的體力活兒：盛夏，要頂着烈日觀察韭菜授粉；嚴冬，要冒着寒風觀察韭菜的抗寒性能。無論寒冬酷暑，馬金海更多的是守在試驗田裡，觀察韭菜品系的長勢、記錄它們的生長數據。為了採集到野生的耐寒、耐旱韭菜源，他跑過新疆、內蒙古、黑龍江、寧夏等省區的深山老林，不止一次滑下山崖，與死神交惡。

「農業科研不易出成果，做這個工作就得嚴謹，耐得住寂寞，吃得起苦。」馬金海說。

有一年秋季，他聽別人說新疆天山上有一種野韭，耐寒性非常強，他就馬不停蹄地跑去。到了當地請了一個嚮導上山，因為不熟悉，費了很大勁才找到野韭，當他拿起工具刨的時候，不料腳下一滑，跌入深溝，摔傷了脊椎，無法起身，還是嚮導跑下山叫了幾個年輕人，才把他抬下山。

堅信一粒種子改變世界

「種子研究不像其他科研研究，一分一秒都延誤不得，錯過授粉期就要等一年的。」馬金海說。

他的助手小李告訴記者，馬老師每天的工作時間都在16個小時以上，早上四五點鐘就跑到田地裡看韭菜長勢，晚上十多點還在實驗室裡做研究。由於長年的超負荷工作，他的小腿上靜脈血管大片隆起，雙腿靜脈曲張非常嚴重，因怕耽誤授粉期一直沒有做手術。

「我只是在做一件很普通的工作，我育出的這幾個品種對整個國家來說微不足道。真正地對社會做貢獻，不要只是喊口號，一定要付諸行動。我堅信『一粒種子改變一個世界』我和我的同事們也是為了這個夢想在做事。」這是採訪中馬金海重複最多的話。

功夫女癡迷太極打出商機

安徽省蚌埠市的太極拳愛好者吳代琳，十二年前在學習太極拳時嘗試為自己做

太極服，廣受拳友好評，由此收穫了創業太極服品牌的信心。十多年來，吳代琳不僅為包括功夫巨星李連杰、國際級武術裁判李德印、吳式太極拳第五代傳人吳阿敏等內地武術名家製作太極服，其品牌服飾更走出國門，客戶遍及歐美等地。

初見吳代琳，她搭在胸前的那條秀長的大辮子讓人印象深刻。吳代琳告訴記者，這頭長髮留了幾十年，她最喜歡將長髮編成辮子，十多年前開始學習太極拳，並到全國各地參加比賽，很多拳友並不知道自己的本名，但都喜歡叫她「大辮子」。吳代琳大辮子的形象深入人心，於是在她創業從事太極服設計時將品牌名字定為「大辮子」。

買布自製太極服獲讚

十多年前吳代琳開始學太極拳純屬個人愛好。「那時候我就跟着世界太極拳冠軍范雪萍的演示碟片學習，後來不少人還說我長得很像范雪萍。」吳代琳學習太極拳可謂癡迷，短短幾年，已在圈內打出了名氣，不少拳友都知道了大辮子吳代琳。然而讓吳代琳沒有想到的是，這個愛好竟在此後改變了她的生活。

然而，由於身材高挑，吳代琳很難在市面上買到合適的太極服。後來她就到裁縫店定做。「十幾年前訂造一套太極服要八九十元錢，在當時並不便宜。」後來吳代琳決定自己到市場上買布料，自己做。「後來我穿着自己做的太極服去打

拳，拳友們都誇做的好，慢慢的大家都讓我幫手做。」吳代琳做的太極服不僅舒適耐穿，款式設計也別有新意，拳友們的訂單越來越多。當時吳代琳在蚌埠市交通銀行做經濟師，隨着自己做的太極服的名氣和銷量慢慢打開，她便決定辭職創業。

為名家定製打響品牌

在拳友的推薦下，吳代琳得到了很多為太極拳名家製作太極服的機會。此前，北京老年體協為支持北京申辦2008年奧運會，開展老年體育鍛煉而編創《太極功夫扇》，由國際級武術裁判李德印老師身穿「大辮子」太極服進行講解。隨後，吳代琳又為中央電視台第五頻道「太極學堂」欄目的教師製作了多套不同風格的太極服，均廣受好評。「李連杰老師去太極拳發祥地河北永年進行公益宣傳，『大辮子』受邀為其定製太極服。」吳代琳告訴記者，隨着「大辮子」太極服為多位名家製作太極服後，名氣在業界不斷打開，隨後，「大辮子」又受邀為包括第七屆亞冬會的開幕式等重大活動製作團體太極服，使其太極服的名氣和銷量進一步提升。



■吳代琳身穿「大辮子」太極服進行產品展示。 本報安徽傳真



■吳代琳（左）為本報記者（右）介紹其設計的太極服。 本報安徽傳真

■吳代琳（中）受邀到香港參加武術活動，圖為與香港演員尹揚明（左）和羅蘭（右）合影。 本報安徽傳真

無論是內地的各類餐廳還是香港的茶餐廳，韭菜總有一席之地。在香港，一碗雲吞麵配上幾根韭菜，清湯頓時添彩增味不少；在內地，無論是韭菜雞蛋還是培根炒韭菜都是一道色香味俱全的美味。

在河南平頂山有這樣一個人，他與韭菜為伴40餘年，「從黑髮到白髮，為韭菜事業奮鬥不止」，育出了近百個韭菜品系，為全國30多個省市供應韭菜種子和韭菜。他就是馬金海——河南平頂山的一位默默無聞的育種專家。

■香港文匯報記者 朱利、魏靜磊、高攀 河南報道



■馬金海向記者講述每個韭菜品種的優勢。 本報河南傳真

十年一苗一播種神州



■馬金海（左）與助手在實驗室鑽研新品種。
本報河南傳真

解「毒韭」原因 研抗病「優韭」

我們知道韭菜有很多養生功能，以種子和葉等入藥，具健胃、提神、止汗固澀、補腎助陽、固精等功效。然而近年來，「毒韭菜」被各大媒體紛紛報道，尤其「吃韭菜有機磷中毒」、「韭菜毒倒兩家7口人」等事件讓很多人談「韭」色變。

研究「不生病」品種

「韭菜之所以殘留更多農藥，是與其所生的特殊蟲害——韭蛆有關。韭蛆專吃韭菜根，從根部向上吃，導致韭菜黃秧或死秧。」馬金海說，「所以，我們在做韭菜研究時不僅從農業增產和農民增收方面下功夫，也要從抗病蟲害上下功夫。韭菜不生病或少生病，才能從根源上杜絕『毒韭菜』啊。」今年年初，馬金海研究推出的韭菜新品種『久星16』青韭就實現了豐產、優質、抗病、抗寒性強、抗逆性等優質性狀高度聚合。今後抗病性也是馬金海側重研究的一個方向。

由於農業科研投入大，生產周期長，自身效益小，一個韭菜新品種的培育周期一般在10年左右，前期巨大的投入也會使馬金海一度陷入困境。為此，他幾乎向親戚朋友借了個遍，一邊搞科研，一邊賣種子和鮮菜還錢。馬金海為了這份事業堅持了40餘年，「一粒種子改變一個世界」，一份執着只是為了種子的夢想。

傳統現代結合育種

在韭菜育種和生產實踐中，向來有這樣一個說法「世界看中國，中國看平頂山」，有着「韭菜大王」之稱的馬金海在平頂山的地位就不言而喻了。據不完全統計，近四十年來，馬金海和他的團隊通過系統育種法、雜交育種法、太空、物理、化學等誘變育種法，傳統和現代相結合的

多種育種法，先後育成黃瓜、辣椒、番茄、韭菜、大葱等蔬菜新品種60多個。

落地台灣促農交流

目前，北京市市場上供應的韭菜90%源自馬金海韭菜種子，全國市場上近30%的韭菜都是馬金海的韭菜種子，累計實現經濟效益100億元以上；2008年，借助「神舟」飛船，他培育的新品種蔬菜被送往太空誘變，成為河南省首家開展太空育種試驗的民營農業科研機構；而「久星9號」、「19號」、「29號」等韭菜新品種的育成，則填補了我國韭菜休眠品種沒有主栽新品種的空白；2013年，他們培育的優良種子落戶台灣，為海峽兩岸的農業科技交流做出了積極貢獻。

育成過冬品種

盼上港人餐桌

近日，記者再次來到位於葉縣任店鎮後營村的平頂山市園藝科學研究所韭菜新品種展示園區，科研人員在拿着尺子細心地測量韭菜的高度，並認真地做着調查記錄；農民在給韭菜施肥、澆水，分片劃區的30多個韭菜新品種長勢良好。

內地品種集一園

馬金海告訴記者，這個於2013年2月19日開建的園區是我國第一個韭菜新品

種展示園。園區佔地面積100畝，投資300萬元，集納了內地最全的韭菜品種。

「那是我們種的久星10號，耐寒性很好，畝產1萬公斤左右，冬天也能正常生長，供應市場。」馬金海指着一個試驗區說，「聽說香港人也喜歡吃韭菜，我希望我的韭菜不僅供思念、三全這些大的食品企業，也希望港人能吃到我的韭菜。」

創業十多年來，吳代琳的「大辮子」太極服得到了圈內的廣泛認可，如今，「大辮子」通過淘寶、京東、微信等平台，不僅打開了全國市場，更將太極服賣到世界各地。

為港商會做會服

吳代琳告訴記者，現在除了互聯網平台銷售以外，微信平臺也成為其重要的銷售渠道之一。「特別是海外的顧客，他們通過中國的網購平台訂貨很不方便，通過微信與我進行溝通，還能及時進行反饋。」吳代琳打開手機中的微信給記者展示，這兩天一位香港老顧客到了英國，需要幫助那裡的社團訂購一批太極服，他就通過微信與吳代琳進行語音溝通，訂購的太極服款式、數量、定金的支付以及發貨地址在微信中都能進行很好的操作。

吳代琳告訴記者，此前十多年積累的老客戶都加了她的微信，在微信平臺，她不僅可以展示「大辮子」的最新產品，更能通過日常的交流，更好的了解顧客的需求。

改革融中華元素

隨着網絡購物的不斷發展，目前網購渠道已經佔「大辮子」太極服銷售額的60%以上，這一比例還在增加。然而，太極服款式單一，網購產品同質化現象逐漸顯現。吳代琳表示，要想取得更好發展，必須做出自己的風格，下一步在繼續發展網購平台的同時，將對品牌服飾進行改革，將傳統太極服與民族風的設計進行融合，在款式、面料等方面進行新嘗試。

網絡拓市場 買家遍全球