

脫貧攻堅

收官故事

之五味系列



編者按：

這一個收官年，都化作了人們心底的甜，眉梢的笑。國家大事背後，「味覺系」小故事。所有的滋味，在舌尖上的滋味，同時更是化作尋常百姓生活中的點滴。香港文匯報記者走訪脫貧攻堅第一線，記錄下這一個對於中國人而言，「酸、甜、苦、辣、鹹」五味不僅

從古至今，中國人的生活似乎都離不開那一口酸味。饕餮時喜酸，酸存於碟間，謂之香；傷心時生酸，酸蘊於心間，稱之辛。酸味兒，既是時光對食材的造就，是瀟灑在唇齒間、揮之不去的味道，更是人生路上難以言喻的複雜心境。一些貧困地區通過自己的智慧和勤勞，將延續千年的「酸」傳統和「酸」特色打造為脫貧致富的「酸」產業。「酸」在歷經了味蕾和智慧的雙重昇華之後，就有了新的靈魂。正所謂，一「酸」興業拔窮根，好一番人生新滋味！

■香港文匯報記者 李陽波、張仕珍、何玫 陝西、青海、海南連線報道

沙棘素稱「沙漠黃金」，有着超強的生命力，不僅耐旱、抗風沙，甚至可以在鹽鹼地上生存，成為中國西北最受歡迎的綠化植物。「我們村和沙棘結緣，最初還只是為了綠化。」村民李明山說。

無心插柳 竟成王牌水果

「圪塹套圪塹，山高盡禿頭，十耕九不收。」當地方言裏，「圪塹」是溝壑的意思，對於祖祖輩輩生活在陝西白于山區的李明山來說，這首耳熟能詳的順口溜，似乎每一個字都浸透着辛酸。「我們這裏是陝西三大貧困山區之一，曾被稱為『不適合人類生存的地方』，在這樣一個不毛之地，日子過得酸澀，人活得窮酸。」雖然從小受夠了窮日子的酸苦，但是對於山上的一種酸果子，

李明山卻是情有獨鍾。「當年鄉裏為了退耕還林種了沙棘，種植面積達近萬畝，每年成熟時，紅滿枝頭，煞是好看，但太酸了，就是無人問津。」

大約是在2013年前後，沙棘種植突然就火了。2014年初，一位專家的出現，讓李明山永遠也不會忘記。「那天特別冷，我們村有一戶人家來了西安的親戚，40歲左右，來了沒多久就戴着眼鏡上山了。」傍晚的時候，這位「城裏人」下山後意味深長地一再給村裏人說，你們的生活不應該過得這麼苦啊。幾天後，來自延安的一家企業主動找到了村裏，要收購他們的沙棘果。「那個時候我才知道，原來沙棘全身是寶，不僅果實中富含維生素C，葉子中還有400多種生物活性物

質。」於是，李明山自然而然地成了鄉親們沙棘生意的「代言人」。

綜合利用 實現戶戶增收

從2014年開始，鄉親們都開始重視沙棘了，系統化第一年大家就掙錢了。據李明山介紹，2015年由於有專家牽線搭橋，好幾家沙棘飲料和沙棘茶企業都來了。「每公斤差不多快2元（人民幣，下同），再加上剪沙棘葉子的收入，每家增收近1萬元。對於我們來說，真是一步到小康啊。」

走出國門 保育同時拓財源

2017年春節，在合作公司的支持下，李明山第一次品嚐到沙棘原果之外的「沙棘味道」。「沙棘果汁多了一份甜味

和香味，更顯出沙棘的酸香。」李明山笑着說，聽說常喝沙棘果汁，能增加免疫力，常喝沙棘茶，能利肺止咳、降低三高、潤腸通便、防癌抗變、延緩衰老。「年初看新聞，我們的沙棘果汁和沙棘茶都賣到東南亞去了。」

經過多年的發展，如今陝北幾乎縣縣都種植有沙棘。「山坡栽樹崖畔青，黃土高坡有了好風景；狂沙那個不起塵少見，沙棘繞村綠滿眼……」這是陝北農民近年來哼唱的一首新曲子。漫山遍野的沙棘，不僅讓綠色成為黃土高原的主色調，同時也成為當地農民持續增收的新財源。



■李明山說，鄉親們2014年開始重視沙棘，系統化第一年大家就掙錢了。受訪者供圖

沙棘壓枝頭 漫山錢串串



揮汗夯農牧

城鄉共嗜酸



■沙棘產品沙棘籽油。受訪者供圖



犛牛酸奶火 乳業高原紅

喝天然礦泉、吃冬蟲夏草、賞雪山美景……生長在青藏高原上的犛牛，既是高原上特有的「交通工具」，也為牧民人家帶來了犛牛酸奶和各種乳製品等美味。近年來，隨着犛牛酸奶線上線下的持續走紅，許多青海的牧民也嗅到了這個「酸味」商機，走上了脫貧致富奔小康的道路。

成立合作社 進軍省會開店

青海省海北州祁連縣野牛溝鄉邊麻村的牧民顏軍或許從來沒想到，從小喝到大的犛牛酸奶有一天竟然會成為自己的致富法寶。2015年，顏軍和村裏的另外5位村民成立合作社，開始製作犛牛酸奶。

「作為土生土長的青海牧民，我們這裏的特色就是犛牛，特色產品就是犛牛酸奶，所以一開始就將犛牛酸奶作為了合作社的核心產品。」顏軍告訴香港文匯報記者，五年來，合作社除了自己養殖的犛牛提供奶源外，還從村裏其他牧民手中收購犛牛奶，直接帶動供奶的牧民家庭每年增收近5萬元。

「犛牛酸奶由於營養價值更高，口感醇厚，因此深受消費者喜愛。」顏軍說，在成立合作社做犛牛酸奶之前，他家每年的收入只有兩萬多元。如今收入翻番，合作社的犛牛酸奶直營店也從最初的一家發展到四家，並進入省會西寧設店。「日子越來越好啦！」顏軍笑道。

提升保鮮工藝 冀拓網絡市場

在青海，像顏軍這樣靠犛牛酸奶賺到第一桶金並帶動牧民致富的人並不在少數。位於青海省果洛州的格桑花乳業有限公司董事長關卻吉，下崗後家境困難，亦是靠着犛牛酸奶闖出了一片新天地。隨着企業越做越大，他們將流動的牧民資源整合起來，既解決了企業的奶源需求，也解決了牧民的收入問題。格桑花乳業總經理確傑洛珠染色說，截至目前，公司通過犛牛酸奶已經帶動了一千多戶牧民脫貧致富。

而進入電商時代，顏軍的合作社也在盤算着如何打入網絡市場。「犛牛酸奶製作時不含有任何添加劑，因而保質期一般只有3天至7天，網售亦因此陷入難題。」顏軍坦言，尤其是在夏季往南方地區發貨，快遞公司擔心食品變質也不願意承擔風險。「下一步我們要做的就是進一步提升物理保鮮工藝水平，從而在原有傳統製作工藝上進行科技創新。希望能夠在網絡市場這方面有所開拓，帶動更多的牧民致富。」



■顏軍（右一）向大家推薦合作社的犛牛酸奶等特色產品。受訪者供圖



■犛牛酸奶已成為青海牧民脫貧致富的特色產品之一。受訪者供圖



■生長在青藏高原的犛牛。受訪者供圖

酸菜身價倍增 引入標準生產



■「六幫菜」種植基地。香港文匯報記者何玫攝

在海南，「酸」是百姓生活中常有的味道，酸筍、酸蘿蔔、酸菜都是極其常見的食材，其中聲名遠播的當數澄邁大茂酸菜。如今這蕩蕩黃黃的「大茂酸菜」，已成澄邁夏富村村民脫貧致富的支柱性產業之一，不僅全村49戶貧困戶全部加入合作社，其他村民也開始抱團發展，讓酸菜產業成為全村持續致富的長久產業。

與以白菜、蘿蔔為主的北方酸菜和川系泡菜不同，海南酸菜的原材料是一種與莖食蘿蔔同科的大葉菜，當地人稱為「六幫菜」。澄邁大茂村毗鄰南渡江，土地肥沃，種菜長得快，幾乎家家戶戶都有醃製酸菜的傳統，已傳承了300多年。按傳統方法醃好大茂酸菜，清香撲鼻，猶如陳年佳釀，讓人垂涎欲滴。

從自給自足到抱團發展

當地村民之前醃酸菜大多是自給自足，直到二十一世紀初，才有村民給酸菜註冊了商標，向外銷售，讓大茂酸菜漸漸有了些名氣。剛開始村民每戶一般只種兩三畝，酸菜變成商品後，種植的農戶開始增加，酸菜產業也從大茂擴展到了整個夏富村。

夏富村村委會書記王曉嬌表示，大茂所屬的夏富村委會，是澄邁縣扶貧開發整村推進村之一，下轄7個自然村，其中建檔立卡貧困戶有66戶共360人。為改變大茂酸菜家庭作坊、量小、分散的粗放生產方式，讓產業提質增效，同時也帶動貧困戶抱團發展，該村在2017年底

成立了專業合作社，讓貧困戶加入，用「公司+合作社+農戶」的模式做大「大茂酸菜」產業，貧困戶不但能從酸菜銷售收入裏分紅，還可以到酸菜加工廠工作賺取勞務報酬。

從作坊走向標準化生產

合作社成立後，從2018年開始，大茂酸菜產業朝規模化、標準化、產業化的方向邁進，村裏建起了標準化的酸菜加工廠，晾曬、初次加工、二次加工、真空包裝、流水線生產……每一個生產環節都有寬敞獨立的場地，每一道工序也都有專人負責食品衛生和安全檢測。

商品化轉型 網售成爆款

產品質量的提升，也讓大茂酸菜的「身價」水漲船高。過去大茂酸菜賣的多半是粗加工後的半成品，附加值低，所以外地商販把收購價格壓得很低，每斤不到0.4元。如今有了加工廠，把二次加工後的酸菜成品進行包裝再出售，每斤價格已達13.0元左右。大茂村貧困戶王秀銀開心地說，從事酸菜種植加工大幅提升了她的生活質量水平。

隨着海南愛心扶貧網這一「電商+扶貧」平台的興起，已完成商品化轉型的大茂酸菜，迅速嚐到了網絡銷售的甜頭，這個「爆款」產品，曾一度在網上賣斷貨。在適宜種植的季節，夏富村全村種植酸菜面積可達860畝，通過線上線下渠道銷售，大茂酸菜已走進千家萬戶，成為村民脫貧致富的好幫手。