

脫貧攻堅 收官故事 之五味系列

「有鹽有味」的脫貧奔小康故事。與蔬菜、肉蛋類等各種食材融合而出的獨特美味，而在這些美味的背後，我們也聽到了各地貧困群眾無不讚美蘇軾父子故里的「東坡泡菜」、朱德元帥故里的儀隴臘肉，還是微山湖畔的鹹鴨蛋，都是鹹味外的崎嶇道路。如今，這些小小鹽粒帶着鹹味散落在眾生裏、沉澱在生活中，最不起眼卻不可或缺。無鹽則無味，一鹹抵三鮮。作為「百味之王」，鹽曾是戰爭的導火索，也曾連接起四川人通往盆地

泡菜常「香」隨 醞釀大產業

在位於四川省眉山市東坡區的「中國泡菜城」，人們常能嗅到泡菜發酵時的獨特香氣。這是大文豪蘇東坡的故鄉，為了紀念蘇東坡，眉山人把泡菜稱為東坡泡菜。眉山泡菜製作已有2,000多年歷史，從民間製作走向工廠化生產，將「小菜園、小產品、小泡菜」做成了「大基地、大品牌、大產業」。

43歲的劉平，在四川老壇子食品有限公司幹了9年，現在已經升任為庫房主管。他告訴香港文匯報記者，自己月均收入有4,000多元，加上弟弟和愛人也在這裏工作，3人全年有15萬元左右，全家生活比以前好多了。「如今已經在眉山買了房，把父母也接過來一起住，他們不用再下地了。今年還把兩個兒子從村小學轉到了市裏的東坡小學。」劉平笑着說。

「訂單+保單」降種植風險

劉平家的變化只是泡菜企業眾多貧困家庭脫貧奔小康的一個縮影。四川老壇子食品有限公司副總經理余慶表示，作為重要的川菜調味品，泡菜產業的發展為當地脫貧致富提供了源源不斷的動力。企業在吸納貧困群眾就業、保障農民增收等方面，正發揮積極作用。特別是「訂單+保單」風險防控機制，通過政府搭台，鼓勵泡菜企業與家庭種植戶直接對接，按商定訂單內容，保障種植戶不低於市場價出售原料。而且全面實施蔬菜特色保險，蔬菜價格指數保險，保費由財政直接補貼80%。既穩定了生產規模，又降低了市場風險。

余慶說，去年公司以「訂單+保單」的形式，僅在眉山周邊地區就收購蔬菜近1.5萬噸，總價值近963萬元，平均每畝地能讓農戶增收2,000至3,000元。「去年實現銷售收入1.42億元，增長近32%，在全國範圍內直接供應3,000多家餐飲企業，已有員工近400人。」

「老壇子」一直堅持老壇子老母水古法發酵製作技藝，每個壇子高1.6-1.7米，可炮製1噸蔬菜。受訪者供圖



調整計酬模式 多勞多得

另外，廠裏工人月均收入有3,000元至5,000元，對貧困家庭來說也是一份穩定的保障。此外，企業還會通過調整計時或計件薪酬模式讓其多勞多得，還會幫助特別困難的員工申報相關的貧困補助。

「『壇子泡菜製作技藝』起源於1902年，已成為省級非物質文化遺產。我們依託這一技藝，研製了各類標準化泡菜原料和川味調料。」余慶說，與著名的西柏坡景區相距約3公里的河北平山縣南文都村2018年脫貧後，曾到眉山參觀，原本想直接引進泡菜產品展出銷售，「我們一聊，發現南文都村的魚、雞等特別好，用川味調料做成酸魚、泡椒雞等特色菜，要是能讓遊客留下來，也能讓當地村民增加收入。南文都村書記第二天就買了很多泡菜和調料回去，這也算是為當地群眾致富奔小康提供了更多的選擇」。



「東坡泡菜」是中國國家地理標誌產品，色澤紅潤光亮、質地脆嫩、鹹淡適口、細耐耐嚼、入口香脆，遠銷多個國家和地區。香港文匯報記者向芸攝

得鹹烹三鮮 土貨不愁賣

香港文匯報記者 向芸、丁春麗 四川、山東報道



臘味合作社 同耕走四方



張之蕊註冊了「川派臘嘎嘎」品牌，帶動父老鄉親脫貧致富。受訪者供圖

9月初，張之蕊在朋友圈晒出了幾個臘貨的電商「大單」，並附言「忙完這陣，繼續忙下一陣」。夏天並不是傳統意義上人們囤積臘肉的旺季，但她晒出的9個訂單卻已有近千斤。

作為四川同耕紀農業科技有限公司的創始人，「愛折騰」的張之蕊是一位「80後」返鄉創業者。她的家鄉四川儀隴縣，曾是國家級貧困縣，有貧困村285個、貧困戶3.15萬戶、貧困人口10.1萬人。

2015年，張之蕊在儀隴創辦「同耕紀」，寓意「天下有田，並耕而食」，希望能把家鄉的生態農副產品銷售出去，也幫助貧困群眾早日脫貧致富。

「同耕紀」成立一年後，首屆同耕紀農耕文化節順利舉行。張之蕊發現第一次賣臘肉，就特別受歡迎，之後還有很多客戶在網店下單。這次「試水」讓她信心大增，根據電商數據分析產品供需比，她決定進一步開拓臘貨市場。

「觸電」拓渠道 年收破千萬

「開始是一家一戶地去收購，但很快就發

現有問題。」張之蕊說，儘管已把臘貨製作配方給農戶，但品質卻難以統一。「有的多放鹽、有的重久了、有的沒按時翻曬，客戶收到後發現味道不一樣，就會給網店差評。」

於是張之蕊決定做自己的品牌。「我們發動各個鄉鎮成立專業養殖合作社，約定品種、餵養時間、重量等收購標準，並用傳統方法醃製，還註冊了『川派臘嘎嘎』品牌，獲授『四川扶貧』集體商標。」

張之蕊說，由於土豬肉的產量不高，臘貨經常供不應求。「有次到北京參加展會，200斤臘貨不到2小時就搶光了。從日常電商數據來看，『臘嘎嘎』還賣到了北京、上海、廣東甚至香港等地。」

如今，「同耕紀」的臘貨、松花皮蛋、大米、蜂蜜等多種農副產品都很暢銷，2019年銷售收入超千萬，實現了「互聯網+小農經濟」的精準扶貧，並獲授「全國中軀脫貧示範基地」。其中，僅臘貨一項，每年就能讓合作社的合約農戶平均增收3,000元以上。

在創業之初，張之蕊曾想過要用三年時間，建立10個合作社、培育100位致富帶頭



製作臘肉時，需要將過酒的豬肉在拌好的調料中反覆揉搓，促進香味滲入。受訪者供圖



張之蕊充分發揮自己學醫的優勢，以藥食同源的原理，在入壇後的豬肉上層灑上花椒、蒜苗、桔皮等食材。受訪者供圖

人，帶動1,000個貧困農戶、服務10,000個城市家庭。「除致富帶頭人數量還沒『達標』外，其他目標已經超額完成。」張之蕊說，2018年儀隴已正式脫貧摘帽，她的願望是通過同耕紀能讓「吃的人健康、養的人小康」。

靠湖養鴨 鹹蛋藏金



工人們正在用紅泥醃製鹹鴨蛋。香港文匯報記者丁春麗攝

「新採購的鴨蛋要靠人工敲蛋，看有無裂紋，聽是否有壞蛋。」山東濟寧微山湖縣雨迪湖特產加工廠負責人殷秀雨在生產車間裏介紹微山湖鹹鴨蛋的醃製步驟，當地的紅土打成細粉，和水成泥，添加鹽和酒，再把鴨蛋放進去充分攪拌，裹勻紅泥，醃製50天左右。

「待到醃製結束，洗掉泥土晾乾，再通過專業的機器燈光檢驗是否有臭蛋並進行分級，然後裝袋、抽真空、高溫殺菌、蒸熟、裝箱。」殷秀雨說，一枚鹹鴨蛋的生成需要經過十幾個環節。

夫妻合辦加工廠掘商機

殷秀雨的加工廠位於微山湖蘆葦村，微山湖是微山湖上最大的內陸島，四面環水，其面積9平方公里，島上村民多以漁業和旅遊為生。殷秀雨和丈夫姚迪在上海務工返鄉後，於2018年創業成立了現在的湖特產加工廠。微山湖是中國北方最大的淡水湖、鐵道游擊隊故鄉，也是著名的麻鴨之鄉，自然放養的麻鴨所產的鴨蛋經傳統古法醃製之後成為微山湖特產，鴨蛋也成為殷秀雨加工廠的主打產品。

產品熱銷激發養殖業活力

微山湖鹹鴨蛋鹹淡可口，蛋黃流着紅油，且營養豐富。但殷秀雨說，紅泥醃製的生鴨蛋易破，不方便攜帶也不利於託運，這直接影響了島上村民養鴨的積極性。於是，殷秀雨在生產工藝環節增加了蒸和烤的環節，熟的鹹鴨蛋和烤鴨蛋走出了微山湖，走向了全國各地。

如今，夫妻二人的加工廠成為了省級旅遊扶貧基地，也成了微山湖上最大的工廠。工人已由最初的7人增加到現在的近30人，年產鴨蛋產品也從50萬枚增加到500萬枚。殷秀雨說，工人也都是本村年齡偏大的村民，有殘疾人，也有家庭貧困戶。因為年輕人紛紛外出打工，殷秀雨也慨嘆難以招聘到一名年輕的業務員。

姚迪告訴香港文匯報記者，隨着工廠規模越來越大，需要的鴨蛋原料越來越多，還直接帶動了島上兩家規模化養鴨廠，以及周邊村子的散養戶。

開發更多周邊農副特產

姚迪和殷秀雨都是「80後」，他們一心想把最正宗的微山湖鹹鴨蛋推出去，如今也在藉助直播帶貨、電商等平台。同時，他們還開發了松花蛋、荷葉菜、菱米、蓮子、雜糧等更多當地湖特產。



打產品。香港文匯報記者丁春麗攝