从农家菜到“国”字号名贵菜的华丽转身

“马家沟”芹菜八年嬗变

本刊记者 王笑 通讯员 李培强 张德杰 林松光

特色经济 TE SE JING JI

为一棵小芹菜建产业示范园和芹菜博物馆，连续6年举办芹菜文化节，把芹菜种子送上“神舟七号”载人飞船进行航天育种……能享受这种“待遇”的，在全国整个菜类家族中恐怕只有平度马家沟芹菜了。

从2003年马家沟芹菜在国家工商局正式注册“马家沟”牌商标，到荣膺中国驰名商标，短短八年时间，马家沟芹菜已经成长为全国品牌蔬菜的典型代表。

马家沟芹菜示范园美景。

生产——“原产地”价值的追寻与挖掘

马家沟芹菜的种植历史悠久，早在明朝，马家沟一带就开始种植芹菜，经过漫长的自然杂交、品种选育和提纯复壮，才形成当地独特的品种。为保护、挖掘和开发这一地方名牌，2003年春，“马家沟芹菜品种资源保护及标准化技术研发”项目经青岛市科技局立项，由平度市农业局和李园街道办事处在东马家沟芹菜示范基地共同组织实施，实行定点繁育，并对马家沟芹菜品种逐年进行提纯复壮，按标准培育良种，从中选育出马家沟芹菜1号，也就是今天闻名遐迩的马家沟芹菜。

通过提纯、复壮选育出的马家沟芹菜1号，其特点是叶茎嫩黄、梗直空心、棵大鲜嫩、清香酥脆、营养丰富，品质上乘。在栽培方面，正宗的马家沟芹菜必须按照绿色标准生产，生长期内禁用化肥，不施农药，杀虫利用杀虫灯和黄板诱杀，甚至人工捉虫。为了提高芹菜的抗病能力和品质，还要让芹菜“喝”牛奶，即在生产季节喷施酸败牛奶。

马家沟芹菜有一道独特的工序，就是窖藏。通过窖藏，不仅拉长了销售周期，还让芹菜叶中的营养大部分回流到茎和根部，让茎部的营养更丰富、口感更加嫩脆清香。

据了解，100元一斤有原产地保护的平度马家沟极品芹菜心，相当于一盘西班牙伊比利亚火腿或者一瓶法国顶级松露油。马家沟芹菜与这些名品相提并论，显示了“身价”，也揭示了它们共有的价值特征——“原产地”农产品。

品牌——“马家沟”芹菜内涵的提升

2003年，为挖掘和培育这一地方特产，平度市提出了按照“企业化管理、标准化生产、品牌化运作”的思路，对马家沟芹菜产业进行培育和开发。先后成立了青岛琴园现代农业有限公司，建立了青岛马家沟芹菜生产示范基地，并注册了“马家沟”牌芹菜商标。

随着马家沟芹菜知名度的提高，许多消费者对马家沟芹菜青睐有加，但如何辨别是否是真正的马家沟芹菜，成为不少消费者心头的顾虑。“在流通领域，包装可以让马家沟芹菜与普通芹菜区别开来，也可以让马家沟芹菜身价倍增。”李园街道党工委书记刘宝刚介绍说。

马家沟芹菜的包装盒聘请专业公司设计，印有防伪标记，并标有“国家地理标志保护产品”标志，分为2公斤装芹菜、1公斤装芹菜心和0.5公斤装“玻璃脆”芹菜心三种规格。“玻璃脆”是马家沟芹菜中的顶级产品，每500克的价格是200元。包装盒内附有精美的插页《马家沟芹菜家常做法22例》等内包装。

为了保护马家沟芹菜品牌，平度市在2007年为马家沟芹菜申请了我国第一张叶类蔬菜地理标志产品保护证书。按照《地理标志产品保护规定》，马家沟芹菜的保护范围涉及平度市93个村，总面积6.8万亩。2008年、2009年，马家沟芹菜分别被评为山东省著名商标、全国六十件最具市场竞争力的农产品商标；2010年，马家沟芹菜被命名为中国驰名商标，成为山东省第二个获得农产品驰名商标的产品；2011年，马家沟芹菜再获农业部国家农产品地理标志保护登记。

营销——农业品牌的高端推介

为改变农产品低价竞争、促销方式单一的格局，平度市积极导入工业营销理念对农业品牌进行整体推介，并进行科学的市场定位和产品分级、包装，确立了面向高端市场、直供超市的销售模式，使马家沟芹菜成为全国品牌蔬菜的典型代表。

2004年，马家沟芹菜凭借“贵族”菜的定位、独特的品质、有限的供应一举打开了市场。除青岛佳世客外，岛城其他大卖场也纷纷抛出“红绣球”，要求设点专供。2007年底，在青岛香格里拉大酒店举行的拍卖会上，平度市敲响了全国蔬菜专营代理权拍卖第一槌。起价30万元的平度马家沟芹菜青岛地区两年专营代理权，经过激烈角逐最终以40万元成交。仅仅一个多小时，北京、上海等五个区域的代理权总计拍出了142万元。

为进一步把马家沟芹菜和国内高端消费市场联系起来，平度市除了在北京人民大会堂举办新闻发布会，每年还都组织到京、沪、济、青等全国重点城市参加农产品展销会、交易会，使马家沟芹菜品牌直接打入各大城市高端消费市场。目前，平度市已与国内20多个大中城市的100多家批发市场、超市和高端餐饮消费机构建立了马家沟芹菜直供直销关系。

品牌带来市场、带动销售，品牌的影响力决定产品市场的大小。2010年，随着沃尔玛青岛平度马家沟芹菜农超对接基地的建立和直供合约的签订，通过沃尔玛布局全国的五大仓单集散地，马家沟芹菜及系列蔬菜产品可以在96个小时内，覆盖国内300多家卖场，这又是马家沟芹菜发展的一次极速式飞跃，带动当地4000多户菜农受益，每亩种植收益逾万元。

文化——马家沟芹菜升华的源动力

近年来，马家沟芹菜产业示范园先后获得“山东省农业旅游示范点”、“山东省十大高效生态科普示范基地”、“AAA级旅游景区”等称号。

2008年，位于马家沟芹菜产业示范园区中心，先期启动建设的中国芹菜博物馆正式对外开放，标志着我国目前为止唯一一处以芹菜和芹菜文化为主题的博物馆正式诞生，为马家沟芹菜品牌的进一步升华打造了坚实的文化平台。

据悉，马家沟芹菜产业园规划主要包括设施农业区、露天生产区、休闲娱乐区、农事体验区、水果采摘区、龙头企业加工区和文王山、武王山高端生态区等功能区。目前，示范园已累计投资5000余万元，完成各类设施大棚建设面积76000平方米。在占地1000亩的示范园中心启动区，1万平方米的智能连栋温室银光闪闪，冬暖式大棚和钢骨架大拱棚，与连栋温室遥相呼应，错落有秩。智能温室、吊喷遮阳大棚等设备，将种植的产前、产中、产后诸多环节全部纳入到标准化轨道之中，打破了传统的芹菜种植模式，使马家沟芹菜生产由以前的夏、冬两季供应变成了一年四季周年供应，实现了芹菜生产方式的创新。

从2003年马家沟芹菜品种资源保护及标准化技术研发，到2010年马家沟芹菜获得中国驰名商标，再到2011年再获农业部国家农产品地理标志保护登记，马家沟芹菜已走出了平度，走出了山东，走向了全国，正在迈向高端特色名牌农产品的金字塔顶端。

策划：经济专刊部 组版：戴 乐