

# 好大“状元葱”，身高赛姚明

2013年章丘大葱节暨名优农产品展销会让人开眼



苗长茂(左二)因种出了“状元葱”而获得一万元奖励。本报记者 左庆 实习生 马思泓 孙婷 摄

本报10月19日讯(见习记者 王皇) 19日上午,2013年章丘大葱节暨名优农产品展示展销会在济南舜耕国际会展中心广场东侧举行。经过1个小时的测量评选,章丘市王金村苗长茂时隔十六年后,以196.2分的得分再次成为种植状元。新晋“状元葱”高217厘米,因今年比赛比去年早10天,葱高比去年矮了6厘米。

上午八点半,济南舜耕国际会展中心广场东侧15捆大葱一字排开。工作人员正在紧张地测量和统计,统计结果的电脑旁凑了一圈参赛者。这15捆大葱是在17日、18日初选中的优胜葱,15位大葱种植能手一个个小心翼翼地抱葱来测。

9点半时,最终结果出炉,绣惠镇王金村苗长茂脱颖而出,以

196.2分的得分高居榜首,“状元葱”高217厘米,与姚明身高有一拼。同村的张九喜、苗发润并列第二。苗长茂今年56岁,种葱已近四十年。

“去年的状元就是我侄儿,今年在镇上测的时候,我的葱就是最高的。”王金村在女郎山下,是章丘大葱的发源地。去年的第一名、第二名都在王金村,苗长茂告诉记者,18日初选时,自己的葱就高过了去年的冠军苗发润,今年夺冠他并不意外。

苗长茂夺冠并不意外还因为他曾经多次进入决赛,得过3个二等奖,1997年的第一届章丘大葱节上,他就是状元。

那时的苗长茂刚40岁,“状元葱”只有197厘米。“奖金

也是10000元。”从十几岁就开始种葱,苗长茂对种大葱很有自信。今年再度夺冠,他的经验也很简单,“葱的品种好,种葱的土地好,多年经验自己管理得好。”

此次参赛的大葱都是章丘大葱主栽品种大梧桐,苗长茂说,大梧桐长得高,但是容易倒,要精心爱护。今年夏季连阴雨,他种的7亩葱地有1/5受影响,今年未受影响的葱地亩产能达8000斤。阴雨天苗长茂和媳妇为大葱排水,从早到晚没有闲着。苗长茂说村里大都是老人在种葱,年轻人都外出打工去了。“现在就希望11月收获后能卖个好价钱。”10000元奖金到手后,苗长茂说没什么特别安排,就正常过日子使。

## 资料链接

## “状元葱”是如何出炉的

见习记者 王皇

章丘市蔬菜技术服务中心技术科科长韩霞介绍,工作人员六点从章丘出发,带着游标卡尺、米尺、电子秤、笔记本电脑和打印机来到比赛现场。比赛开始后,米尺被粘在长桌上,一人用

游标卡尺测葱白直径,一人测葱长,一人测葱白长,一人称葱重,两人统计结果。

评分时以100分为基础分,超过规定条件后,高度每增加1厘米加一分,葱白每增加1厘米加2.5分,葱白直径每增加0.1厘米加一分,单株每增

加10克加一分。每个选手拿10棵大葱参赛,综合加权平均得出总分。

今年的“状元葱”比去年矮了6厘米,韩霞告诉记者,今年农交会比去年提前了10天,现在正是大葱旺长期,所以高度比去年矮。

## “正宗冬枣就该这么脆甜”

直销活动首日,5000斤沾化冬枣销售一空

本报10月19日讯(记者 张頔) 10月19日,由本报与沾化县政府联合举办的济南首届沾化冬枣节在山东报业大厦举行。当日凌晨,5000斤沾化冬枣于原产地装车运至济南,下午5点不到,便已销售一空。

“正宗的沾化冬枣就该这么脆甜。”19日早上8点,直销活动还未正式开始就有不少市民前来品尝、购买冬枣。58岁的济南市民冯书友曾在沾化工作过10年,吃过正宗沾化冬枣的他已经不少年没尝过冬枣独有的甜味了。“一到秋天,街上就能看见不少贩卖冬枣的卡车,但一尝味道我就知道那不是正宗的沾化冬枣。”

此次直销活动按照果子的

个头大小将冬枣分为了3个等级,价格上也有所差别。“这种3级果看着个头不大,但甜味一点不比1级果差。”很多市民在品尝过3种不同等级的冬枣后都有这种感觉,“原来以为只要个头大就是正宗的冬枣,看来还真不是这样呢。”

“市面上有不少冒牌的冬枣,个头看着挺大,但味道并不甜。”沾化县下洼镇冬枣绿色有机生产基地负责人杨超介绍,由于施用了大量的激素,化肥,这些冒牌冬枣往往是大而不甜。正宗的冬枣虽然会按大小进行分级,但每个级别的枣子口感和甜度基本相同,市民只要一尝就能分辨出来。

为了保证冬枣的新鲜,19日

凌晨3点,杨超便和基地工作人员从沾化出发,将5000斤冬枣运到了济南。为确保农作物的食品安全,冬枣基地在整个种植过程中不使用激素、农药和化肥,因此在销售现场,这批从原产地直销的冬枣不用清洗就能直接吃。

前来参加冬枣节的消费者,有不少人将冬枣作为山东的特产寄给了外省的亲朋。在广东一所高校任职的陈先生目前正在济南出差,在直销现场品尝过正宗冬枣后,马上就买了8箱寄回了广东。19日晚间沾化冬枣基地将为本届冬枣节进行补货,20日上午9点,冬枣直销活动将继续在经十路16122号山东报业大厦举行。

## 头条链接

## 章丘推出省内首个农产品区域公用品牌

本报10月19日讯(见习记者 王皇) 19日,章丘在济南舜耕国际会展中心发布了全省首个农产品区域公用品牌——“百脉泉”牌。与之配套的吉祥物和系列包装设计方案也一同亮相。

“百脉泉”标识是一个绿色的“百”字,融合了浪花和祥云元素,灵动流畅。“百脉泉”牌农产品新包装将和“百脉泉”标识一同出现,每款农产品有“春、夏、秋、冬”四款包装。



10月19日下午,山师附小操场上热闹非凡。经过班主任和班级家委会的精心准备,该校2012级6班亲子趣味运动会如期进行。激情碰撞、百发百中、毛毛虫竞速、袋鼠运瓜、同舟共济、超级障碍赛等妙趣横生的项目,让孩子们欢呼雀跃,把家长们拉回到了童年。

羽佳 摄



19日,山东省博物馆内,山大附中的孩子们被艺术大师的作品深深吸引。当日,山大附中初中一家委会组织千余学生和家到省博欣赏西方艺术大师作品,使孩子们得到了异域文化的熏陶。

本报记者 左庆 摄



18日下午,山师附小2013级新生参加了“知危险,会避险”交通安全体验活动。历下交警大队带领孩子们体验了大货车盲区、小客车转弯区域等常见危险区域,让孩子们学会了避险。

见习记者 王皇 摄

## 安利在中国取得长足发展

本报10月19日讯(记者 肖龙凤) 美国商会会长、美国安利公司董事长史提夫·温安洛17日在北京举行的媒体见面会上表示,安利公司在中国过去的12年中,取得了非常长足的发展。

针对前不久有外资企业在中国涉及丑闻的事件,史提夫·温安洛表示,到中国进行

经营的企业,都有责任遵守当地的法规。希望所有的企业在中国各地采取一个单一运营的标准。

史提夫·温安洛看好中国的市场前景,他说:“整体中国改革的方向将会是越来越开放,越来越向市场化方向走。”他认为,安利公司在中国过去的12年中,取得了长足发展。