



乐陵因金丝小枣享誉中外,而已经“24岁”的金丝小枣节,也成长为这座城市一张靓丽的名片。今年,乐陵金丝小枣节再次应时而变,有了更深刻的内涵——首次举办红枣暨果品产业博览会。今年小枣成熟季节,到乐陵品小枣、逛展会,将觅得更多的新奇和商机。从政府主导到企业担纲,从卖小枣到卖文化,再到今天的搭平台卖服务,历经24届的乐陵金丝小枣节,不断转型升级。

2013,不一样的乐陵小枣节

本报记者 李榕 通讯员 李玉胜 赵光

1 枣节源自 枣农的喜与愁

乐陵金丝小枣节的诞生,源于一个很现实也很朴素的目的——卖枣。上世纪80年代末,市场经济刚刚起步,乐陵枣农迫切希望用手中的金丝小枣换取经济收入,但作为一个名不见经传的鲁北小城,了解市场信息的渠道少之又少,如何让枣农在乐享丰收喜悦的同时,亦得以收获增收的快乐?

乐陵人几经权衡,大胆创意,1989年9月1日举办了以卖枣和提高乐陵知名度为目的的首届金丝小枣节。之后的20多年里,每到金秋九月小枣收获的季节,全国各地的枣树专家、枣商、游客便蜂涌而来,论枣、赏枣、品枣、赛枣……一届届金丝小枣节的成功举办,真正实现了从“乐陵金丝小枣天下知”到“乐陵金丝小枣天下吃”的跨越。

资料显示,首届乐陵金丝小枣节共接待外地客人1300人次,销售小枣100万公斤。此后,24届小枣节办下来,乐陵金丝小枣价格从当初的每公斤几毛钱一路攀升到目前的十几元钱。2012年,乐陵农民年人均纯收入达到10806元,其中的3100多元来自小枣产业。

2 枣节搭台大唱经贸文化戏

经过24年的培育,以节为媒、文化搭台、经贸唱戏,金丝小枣节成为乐陵的一大品牌。缘于这一品牌效应,乐陵的知名度和城市形象在国内外都得到极大提升,小枣深加工企业也如雨后春笋般拔地而起。

乐陵先后培植起400多

家小枣深加工企业,研制开发出八大系列、140多个深加工产品,培育出德润、百枣纲目、万家、福盈园等60多个知名品牌,产品出口30多个国家和地区,年出口创汇5000万美元,枣产业年产值突破20亿元;吸引汇源、中再生、五洲国际、青建等

一大批国内知名企业纷纷落户,带动乐陵地方财政收入不断增加。特别是2011年至今,乐陵地方财政收入增幅始终保持40%以上;先后推出枣乡游、工业游、红色游、新农村游等特色旅游项目,建成全国唯一的金丝小枣博物馆和中国画枣村,年

均接待游客超过100万人次,2012年旅游综合收入达2.3亿元。

中国金丝小枣之乡、中国富硒金丝枣都、全国工农业旅游示范区、全国最佳休闲旅游城市、国家级森林公园、山东省十佳影视基地等一个个荣誉纷至沓来。

3 “卖服务”促内涵提升

从卖小枣到卖文化,24届小枣节成就了一个产业,富裕了一方百姓。同时,引发了乐陵人新的思考:如何深度挖掘、培育节日内在活力,提升、丰富其内涵,进而让金丝小枣节在顺应时势中永葆青春?

经过反复探讨、权衡,今年,乐陵市委、市政府决定:改小枣节由政府主办为企业主办,主体化“政”为“企”,政府只搞服务,不掏一分钱,

而企业则向全国同行“卖服务”。于是,今年的小枣节悄然化身为“红枣暨果品产业博览会”,由本地几大小枣龙头企业携手国家相关产业协会,为全国各地枣类及其他果品企业搭建一个产品展示、商超对接的平台,以优质的服务,把乐陵打造成红枣及其他果品深加工企业到会“练摊”,展销产品;由150多名大型干鲜果批发市场的专业采购商、全国150多家大型连锁商超、100家旅游产品经销商、全国200家食品

采购商、中国果品流通协会50家会员单位参加博览会现场采购。

“乐陵金丝小枣节的转型,是一次顺应时势的根本提升,我们看重的不再是节会所带来的一时的收益,甚至不是借节会引进了多少项目,而是这一平台对整个产业的拉动力,以及为整个产业发展、提升所提供的前瞻性指引。”乐陵市委书记鄂宏达说。

Sedan Avant-Garde
新概念轿车

JADE
惊艳上市

FUNTEC |

山东德胜汽车销售服务有限公司

销售热线:0534-2218666 售后服务:2218000
地址:德州市开发区天衢东路东首(国家电网西邻)