



# 解决卖葱难，还有几道坎？

——费县大葱滞销带来的思考

“贵贱没人要”的大葱卖出去了！眼看着地里的葱一天比一天少，费县方城镇高家围子村葱农紧皱的眉头渐渐舒展开来。这与1月4日记者第一次到这里所看到的葱农们唉声叹气的愁绪形成了鲜明的对比。看来，“卖葱”并不难，难的是没有一个连接葱农与市场的桥梁，没有一个叫得响的品牌市场。今年，卖葱难的问题是解决了，但明年以至更远的将来会不会再次出现？



▲1月4日，葱农张世海看着满棚的大葱一脸愁容

## 大葱丰收

### 两毛一斤无人购

元旦后，张世海一直在他的葱棚附近转悠，希望能遇到外地的葱商来收葱。他告诉记者，往年11月份的时候，葱商们都会提前预付定金，然后开车到地头把葱拉走。但现在供销旺季已经过去一个月了，还没有来过一个葱商。大棚里的大葱长势喜人，他却一筹莫展。

和张世海同村的韩宝川种了两亩大葱。他告诉记者，这两亩大葱以每斤2毛钱的价格卖掉，也要赔3000元。他给记者算了一笔账，种植一亩日本铁葱，购买肥料、种子、大棚等需投入成本3500多元，如果按照目前1毛/公斤的收购价，亩产保持在1万斤左右，每亩要赔1500元钱。

“就算每亩赔1500元也得卖。不卖的话也得全部刨出，不然会耽误下一季作物的种植。”村民张传银无奈地说，日本铁葱是鲜葱，不易储存。

韩宝川告诉记者，再过十几天，自己的大葱就要开始种西瓜和甜瓜了，“春季前大葱要是还卖不完，我们就只能全部刨出扔掉。”

韩宝川所在的高家围子村共有50多个葱棚，种了五六六十亩铁葱，到1月4日，全村的大葱一点也没有卖。

像高家围子这样的村在费县方城镇有40个，一共种植了近2000亩大葱，2010年长势良好，每亩约产1万斤，今年全部出现滞销。

## 市场信息不畅

### 供求严重失衡

费县义德瓜菜合作社的刘义德觉得，导致今年“卖葱难”的主要原因是供求严重失衡。

2009年，大葱的行情很好，一斤能卖到2元钱，这点燃了菜农的种葱热情，全国种葱面积大幅增加，再加上2010年秋季温暖，少雨，促成了大葱丰收，致使供求严重失衡。大葱卖不出去，进一步压低了大葱的市场价格，与去年相比，大葱价格最多跌了六成。

刘义德说，由于信息不畅，农户不能和市场需求实现对接，大部分农户并不是根据“市场需求什么我种植什么”的原则为指导安排种植，而是仅凭经验为之。

“因为行情好，农户会扩大种植面积，第二年丰收导致供过于求价格大跌，农户于是又减少种植面积，又导致价格大涨。”这些年，时常会听到这样的消息，农户仿佛陷入了价格循环的怪圈。

种葱多年的韩宝川告诉记者，由于这几年大葱行情不错，从2010年开始他把种植面积由一亩增加到两亩。他说，他们村像他一样的村民有很多。但是他们没有想到，今年大葱供大于求的现象如此严重，导致大葱丰产不丰收。

韩宝川说，为了避免重蹈覆辙，他打算明年减少种植规模，只种1亩或者干脆不种了。

## 难帮农户规避风险

### 合作社陷入尴尬

对于普通农户来说，为了规避风险，最好的方法是加入合作社，抱团闯市场。

费县是有名的农业大县，农民专业合作社已发展到500多家，但是很多合作社结构松散，现实作用极为有限。

农户刘义德和韩宝川一起发起成立了费县义德瓜菜合作社，通过上网发布消息等手段，集中向外地推销当地蔬菜，取得了不错的效果。

但是，由于大多数合作社成立之初不会和农户签订合同，也没有规定社员的权利义务，所以多数农户只是在农作物快要上市时，到合作社报个产量。

“现在的合作社更像一个中介，没有真正帮助农户规避风险。”刘义德说，由于合作社和农户之间缺少合同约定，他们没有权利对农户提出强制性要求。他告诉记者，受前两年大葱行情的影响，2010年农户纷纷扩大种植规模，5月份葱种出现供不应求的现象，价格从80元/袋一直涨到200元/袋。

当时，他根据经验推测，2010年大葱有可能出现滞销，曾提醒过农户控制种植面积。但是，受两年好行情的刺激，农户种植大葱的热情依然很高。

“合作社应该根据市场的实际情况帮助农户调整种植作物和种植面积。但是，我们也不敢贸然建议或者强制村民改变种植计划。”刘义德深知目前合作社的处境很尴尬，但是他同样感到无奈。

## 地方特产

### 期待品牌搭桥

费县农户普遍种植的大葱品种是日本铁杆大葱，和目前有名的章丘大葱是同一品种。由于土壤以及气候等原因，口感和章丘大葱不太一样，但质量并不比章丘大葱差。

费县虽然是传统的大葱产地，但仍然以松散、自然的种植模式为主。农户自己“跟风”种，生产成本偏高，品种单一，抵御市场风险的能力有限，一旦市场出现波动，丰产不丰收就成为必然的结果。

“我们也可以提供优质大葱，丝毫不比章丘大葱差。”面对费县大葱严重滞销而章丘大葱却高价热卖的现实，费县义德瓜菜合作社的负责人刘义德意识到品牌的力量。长久以来，费县一直以大葱传统产地自称，却没有真正把费县大葱培养成品牌。

滞销的事实表明，“费县大葱”需要与时俱进，需要创造出让人信赖的品牌。这些问题，可以通过为菜农引进新品种、推广新技术等方式，逐步扩大优质品种的种植比例来解决。

“我们正在考虑向‘章丘大葱’学习种植技术和经营模式，把费县大葱培养成响当当的名牌，并且争取能够实现农超对接。”费县农业部门的有关负责人向记者表示。

## 章丘大葱从“地方特产”到“知名品牌”之路

他山之石

近期全国大葱行情走低，部分地区大葱出现滞销现象，这对章丘大葱种植户冲击并不大，虽然价格也出现下降，但降幅不大，行情基本稳定。究其原因，可从以下几个方面分析。

素质成就品牌。章丘在大葱主产乡镇设立分会，以协会为主体，推动实施标准化生产，凡是使用“章丘大

葱”标识的，全部由协会统一包装销售。并且建立农产品质量监督检测中心、检测站，实行信息联网，严格监控。凡是上市销售的大葱，都必须通过农产品安全检测，并公开检测结果，不合格的产品一律不得使用章丘大葱的任何标识和包装。

销售网络完善。目前章丘已在主产区建设了12

个大葱专业批发市场，产品销往北京、上海、重庆、内蒙古等二十多个省、市、自治区，有两个专业合作社甚至在北京等地建立摊位，实行合作社直销。销售时，大葱还要细分等级，细分市场。

经过几年的培育，章丘大葱的品牌已经打出去，现在集大葱产地证、绿色(有机)食品认证和产品商标证

“三证”于一身，进入市场后，“名牌大葱”很快博得了消费者的青睐，其价格也大幅上扬，是普通大葱的3—5倍。

推进农超对接方式，以大葱精包装推动产品的提档升级。以10斤一盒的礼盒葱为例，在北京等地卖出了45元到60元的高价，并且价格一直很稳定。

“读沂蒙民情，解农户之忧”

## 费县葱农感谢信

### 充满感激

“用事实说话，识百姓冷暖。读沂蒙民情，解农户之忧。”17日下午，本报收到了费县方城镇葱农韩宝川、刘义德送来的锦旗和一封充满感激的感谢信。

费县葱农在感谢信中写道：“由于齐鲁晚报、鲁南商报的努力帮助，费县大葱的销售压力得到了缓解，真心感谢鲁南商报记者不怕艰辛劳苦，奔波于田间地头深入细致地采访，不畏数九严寒，活跃在大街小巷为我们联系销售。关注民生，为百姓实实在在地解决问题；支农惠农，让百姓真真切切地得到实惠！”

1月4日，本报记者赶往费县方城镇高家围子村地头了解费县大葱滞销愁煞菜农的情况。为帮助菜农渡过难关，6日，齐鲁晚报和鲁南商报联合向市民和企业发出倡议，参与购买“爱心葱”，奉献爱心。

“大家来买爱心葱”倡议发出后，产生了很大的社会效应。从普通市民到爱心企业，从临沂到济南，全省掀起了认购“爱心葱”的热潮，甚至来自河南等地的外省批发商也来到费县田间地头。

目前，通过本报认购和全国各地菜商到地头采购，费县上冶镇千亩大葱已经售出三分之二，“爱心葱”也已经售出了3000余吨。按照这个速度，春节前全镇的大葱都能有望解决。此外，“爱心葱”不仅打开了销路，而且也抬高了大葱的价格，每斤价格比滞销前上涨了4分钱左右，成为费县大葱的新招牌。

## 记者手记

从2011年1月4日开始，我们开始对费县方城镇大葱全面滞销的现象进行了报道，并且号召市民、企业和团体认购“爱心葱”，为葱农排忧解难。消息见报后引起了广泛关注，不仅爱心市民、爱心企业纷纷认购“爱心葱”，全国各地的客商也来到费县订购大葱。

在本报的呼吁下，十几天的时间里，费县大葱由原来的严重滞销开始被各地客商纷纷抢购。

一样高质量的大葱，为什么在报道前后会有如此大的差别？这不禁引起了记者的思考。

在采访中，菜农和记者说的最多的话是“我们在等外地的客商来拉葱”，几乎所有的菜农都没有自己出去找门路的打算。

一位葱农告诉记者，再过20天就要开始耕地种西瓜，如果大葱卖不出去的话，他们除了打算把大葱拔出扔掉也没有想出其他办法。消极等待的销售思维将费县大葱禁锢在“地方特产”狭窄的圈子里。

村民叫苦不迭的原因是信息闭塞，弄不懂行情，他们常常在自家的生产圈子里打转。

有关部门不知是否可以为农民建立农产品生产销售预警机制，根据农作物的种植规律和价格规律对农民的种植计划进行引导，根据市场需求进行生产，以减少农民种植的盲目性，走出“跟风”伤农的怪圈，不再让菜农经历丰产不丰收的煎熬。