

山东沾化冬枣

价格弹性大,主要分为普通冬枣和二代冬枣,根据品质差异每斤从几元到几十元不等

陕西大荔冬枣

价格因时而变,凭借温室大棚技术,能将上市期提前至6、7月份,时间越早价格越高

新疆冬枣

锁定高端市场,得益于产地气候条件品质更优,且运输成本高,零售价处于市场高位

从5元到50元,冬枣市场“身价”悬殊

一颗冬枣背后的产区博弈

□ 本报记者 金芮宏

进入冬季,冬枣大量涌入水果市场。记者实地走访济南盒马鲜生、大润发等商超及水果批发市场发现,目前市场上售卖的冬枣“身价”悬殊,便宜的每斤仅5元,贵的每斤高达几十元。

同是冬枣,价格为何相差数倍?高价果与平价果各自流向了哪些市场?沾化冬枣作为承载着地域特色与消费者口碑的品牌,能否在不同产地的冬枣竞争中稳住品牌优势?

研究论势

一颗冬枣“身价”悬殊

目前市场上售卖的冬枣,以山东沾化冬枣、陕西大荔冬枣和新疆冬枣为主。3个产区的冬枣,因生长环境、品种特性与上市节奏不同,形成了清晰的价格分层。

沾化冬枣价格弹性大。普通商超售价6-12元/斤,在精品水果店或高端商超,优质果可达30元/斤。

市面上销售的沾化冬枣主要分为普通冬枣和二代冬枣。滨州市沾化区下庄镇冬枣产业办公室主任刘荣昌解释:“普通冬枣多是露天种植,产量较高但品质波动大,均价为每斤3-5元,最高10-15元/斤;二代冬枣是在普通冬枣基础上嫁接形成的优质品种,果形较大,果皮更薄,糖度更高,但管理复杂度与技术要求也高,常规地头收购价就能达到每斤20元以上,优质果价格能突破50元/斤。”

前不久,山东秋雨连绵,沾化冬枣裂果率上升。当地枣农表示,阴雨天气导致了今年沾化冬枣商品果产量下降近三成,售价也下调约20%。为尽可能减少损失,不少枣农会急于抛售手中的冬枣,进一步拉低了市场售价。记者了解到,目前二代冬枣的市场价已降至约10元/斤,即便是优质二代冬枣,每斤价格也回落至30-40元区间。

陕西大荔冬枣的价格因时而变,“赶早”是其核心竞争力。凭借温室大棚技术,陕西大荔冬枣能将上市期提前至6、7月份。提前一天,每斤价格就能高出数元。但进入9月下旬,随着其他产区冬枣大量上市,价格会应声下跌。目前,大荔冬枣的市场价格保持在每斤5-12元区间,市场占比偏低。

新疆冬枣锁定高端鲜食市场。得益于产地昼夜温差大的气候条件,新疆冬枣品质更优,且运输费用远高于其他产区,零售价长期处于市场高位。主要锁定高端消费市场。济南某高端超市新疆冬枣的售价为29元/斤,电商平台售价普遍集中在每斤20-35元。

电商平台传递“新鲜”

在冬枣消费市场,“鲜”始终是关键词。当“产地直发”的销售模式打破消费地域限制,沾化冬枣在电商平台表现亮眼。

据了解,今年沾化区冬枣总产量预计超过7亿斤,消费市场辐射全国。滨州市沾化冬枣品牌管理股份有限公司董事长魏达介绍,每年约有55%-60%的沾化冬枣通过电商平台销往全国各地,仅广东省的冬枣消费量就占电商平台冬枣总销量的12%左右。

但冬枣的“鲜食窗口期”却很短,仅能维持2个月左右。冬枣含水量高、果皮薄,成熟后遭遇雨水极易开裂,露天种植的枣农们需紧盯天气预报,灵活调整采摘时间,将冬枣送入冷库锁鲜。大棚种植的冬枣最迟至11月初下树入库,超过这个时间冬枣会出现养分回流,脆度与甜度大幅下降。即便进入冷库,冬枣的保鲜周期也只能延长一个月左右,12月后沾化冬枣鲜果便会逐步退出果品市场。

冬枣想从“限时鲜销”到“四季可销”,离不开深加工技术的赋能。但放眼全国市场,冬枣深加工产业目前仍处于探索阶段,企业数量少,冬枣制品也尚未规模化生产。

滨州尚亿食品有限公司副总经理王子恒坦言,消费市场已经形成了“冬枣就该鲜食”的认知,对冬枣制品的接受度相对较低,虽有部分加工企业尝试布局相关品类,却始终未能成功打开市

场。基于这一市场现状,他们选择从供应端发力,生产冬枣馅料等产品,既能满足不同食品加工企业的冬枣制品需求,也解决了部分枣农们小果、次果的销售难题。

抢早还是保优?

冬枣市场上,“抢收早卖”现象并不少见。这背后藏着山东枣农们的双重现实考量:

一是陕西大荔冬枣凭借上市时间早的优势,在消费市场上具有先发竞争力。一些果农为避免自家冬枣被抢了“风头”,会选择提前采收,尽早上市,试图通过抢占时间窗口争夺市场。二是枣农们担心阴雨天气导致果实裂果、甜度不足或腐烂,为规避损失,在果实尚未完全成熟、口感未达最佳时便提前采摘。这些早采的冬枣因品质欠佳,只能在市场上低价售卖。但也有枣农选择“反其道而行之”。

滨州隆新华二代冬枣园负责人隆宽哲称,行业里不乏急功近利的做法,但他始终坚持让自家冬枣自然成熟后再采收下树,不去抢占消费市场的“先机”。即便在前段时间的连续阴雨天气下,隆宽哲也没打算让未完全成熟的冬枣提前下树冷藏。他相信,雨过天晴,好品质的冬枣依旧有市场。

为何沾化冬枣能在品质上形成差异化优势?

山东省果树研究所研究员张琼介绍:“沾化地处北纬37°黄金纬度线,盐碱地的生长环境为冬枣养分积累提供了先天条件,加上沾化冬枣本身的优良品种基因,多重优势叠加,为沾化冬枣优质品质的形成奠定了基础。”

张琼认为,大棚种植是冬枣摆脱“靠天吃饭”的有效渠道。目前沾化区冬枣大棚种植面积已突破6万亩,规模还在逐步扩大。大棚技术的推广不仅能

显著降低天气对种植的影响,冬枣的各项品质指标也能趋于稳定。

当沾化冬枣遇到“李鬼”

沾化冬枣的上市期开始于每年9月底,但提前一个月,各类水果批发市场、水果店中就已出现“沾化冬枣”的身影。这一现象在电商平台更为普遍,不少店铺打着“产地直发”“正宗沾化冬枣”的旗号售卖冬枣产品,商品详情却难寻真实产地信息。

面对遍布市场的“李鬼”,沾化冬枣的品牌口碑该如何守护?

吴守军二代冬枣采摘园负责人刘静表示,市场上卖假沾化冬枣的情况由来已久。过去沾化冬枣知名度不高时,这种乱象对冬枣市场的冲击显著。假沾化冬枣价格低,消费者又缺乏辨别真假的能力,有不少人买账。但现在“假枣”的冲击力已明显降低,“越来越多人知道了咱沾化冬枣的品牌,不少顾客买枣时会专门强调要正宗的沾化冬枣。”

如何分辨真假沾化冬枣?魏达表示,消费者在购买沾化冬枣时,要重点留意“沾化冬枣”地理标志证明商标,这是辨别真伪的重要依据。

事实上,沾化冬枣的发展也曾深陷困境。沾化区泊头镇相关负责人介绍,此前因上市早的冬枣挤占了市场空间,沾化冬枣发展一度陷入瓶颈,枣农收益下滑,部分地区甚至出现了枣园撂荒的情况。为打破这一困局,沾化培育了冬枣优质品种“沾冬2号”,以更优的品质进一步提升了沾化冬枣的品牌知名度,枣农的收益也随之实现阶梯式增长。

“沾化冬枣的核心竞争力在于品质。”张琼表示,沾化冬枣的品牌价值已达56.1亿元,影响力居国内枣类产品前列。当前消费市场对产品品质要求越来越高,沾化冬枣未来发展的关键在于品质提升,让品牌价值与品质实现深度绑定。

□记者 杨珂 李明

张春宇 赵士伟 报道

本报东营讯 近日,一艘载着1.4万吨生物航油的国际货轮,在海关的监管下缓缓驶离港口,发往欧盟国家。这是山东首次实现生物航油规模化出口。

这批航油的原料,并非传统的石油,而是人们餐桌上废弃的“地沟油”,经先进工艺处理后,最终“变”成了生物质液体燃料。相比于普通航油,生物航油在绿色低碳方面优势明显,将其掺混于传统航油中使用是目前航空业最主要的减排手段。

此次生物航油的出口企业山东海科化工有限公司(以下简称“海科化工”),引进全球领先的工艺技术,建成了目前国内单套规模最大、能耗最低、产品质量最稳定的生产装置。该项目每年可处理“地沟油”等废弃油脂超过50万吨,生物航油产能达37万吨,年可实现减碳118万吨,相当于植树近1080万棵。

今年9月30日,经商务部、国家能源局、海关总署、国家外汇局四部门联合批复,东营市成功跻身全国第二批生物航油出口“白名单”先行先试城市,海科化工也获批37万吨年度出口配额,成为全国仅有的4家具备该资质的企业之一。

在全球航空业减排压力加剧的背景下,欧洲等地对生物航油需求激增。有了出口资质,企业可实现快速对接国际订单。根据国际航空运输协会(IATA)数据,2025年全球可持续航空燃料使用量700万吨,预测2030年将达到2000万吨,2050年达到8000万吨以上,需求量将呈倍数性增长,市场潜力巨大。

今年3月19日,北京大兴、成都双流、郑州新郑、宁波栎社机场起飞的所有国内航班将常态化加注掺混1%的生物航油混合燃料,预计全年添加量5万吨。后续,应用试点将进一步向全国省会机场延伸,重点覆盖长三角、珠三角、京津冀等航空密集区域。中国也将成为重要的生物航油消费国。

生物航油出口“白名单”政策出台后,东营海关与商务、发改、市场监管、税务、外汇等部门联合成立工作推进专班,制订并上报配套监管方案,多次现场考察专项优化出口货物的监管通关流程,为新产品快速通关奠定基础。

“针对企业生物航油出口面临的政策堵点,我们开展专项政策调研,多渠道向上级部门建言发声,相关诉求获得有效反馈。”东营海关党委书记、关长刘永华说,同时,依托“关长送政策上门”“关企直通车”,定向推送规范申报、合规检验等通关政策解读,开展应对外贸摩擦培训。

随着首船生物航油的顺利出口,东营在绿色能源领域的品牌效应正逐步放大。以海科化工为核心,一条覆盖原料回收、技术研发、生产制造、储运出口的绿色能源产业链,正在东营加速成型。

冬季呼吸道传染病易发多发 专家建议及时接种疫苗

□记者 周欣怡 报道

本报济南讯 随着冬季来临,呼吸道传染病易发多发。11月10日下午,山东省卫生健康委召开“鲁医健康说”健康知识发布会,介绍各类呼吸道传染病的相关健康知识。

学校、养老院、医疗机构等场所,人员密集,容易出现交叉感染。这些场所如何有针对性地做好防控?

“首先,建议大家及时接种疫苗。”山东省疾控中心传染病防治所主任技师刘调表示,在校学生和教职工、养老院的老人和看护人员及医务人员等,可尽快接种流感疫苗和肺炎球菌疫苗,降低呼吸道传染病在聚集性场所内传播的风险。

呼吸道传染病流行期间,各场所公共服务人员均应做好个人防护。学校教职工或养老机构工作人员如出现发热等呼吸道症状,应佩戴口罩、尽量避免近距离接触学生和老年人。医务人员接诊呼吸道症状患者时,要按照标准措施做好个人防护,并指导患者及陪护人员佩戴口罩。

特别需要提醒的是,学生、学校和养老院工作人员及医务人员如果出现发热等呼吸道症状,应避免带病上学或上班。

(上接第一版)靠数据种田,成效如何?2020年,农场种植的“山农28号”亩产达856.9公斤,刷新当年全国冬小麦单产纪录;今年6月,农场种植的“齐民29号”,亩产达到901.6公斤,刷新山东冬小麦单产纪录。

为何要发展生态无人农场?在朱俊科看来,随着经济社会发展、城镇化率提高,传统农业面临劳动力短缺的困境,谁来种地、怎样种地,成为亟待解决的问题。而生态无人农场作为融合物联网、大数据、人工智能等新一代信息技术的新型农业模式,能够全面解放劳动力、实现无人化精准作业。

“新事物的发展会伴随着这样那样的问题,但只要方向对了,总能找到解决办法。经过多年发展,农场的数字大模型已逐步成熟,这将给后期的农场管理带来效率提升。同时,通过扩大农场规模和异地复制农场模式,也可以实现新的效益。”朱俊科说。

近年来,山东以科技创新和数字建设为关键支撑,赋能农业农村发展。在科技创新方面,突出抓好农业科技领军企业培育,遴选建立1000家科技企业库,强化智能农机装备研发推广,全省农业科技贡献率达到了67.4%;在数字建设方面,实施数字农业突破行动,建设“齐鲁农云”数字乡村大脑,已累计创建智慧农业应用场景近1000个。

(上接第一版)在装备制造上,潍柴雷沃研制出国内首款具有自主知识产权的大马力CVT智能拖拉机;在精深加工上,禹王集团创新植物肉加工技术,中裕集团率先实现小麦蛋白肽规模化生产。

搭建平台载体,科技创新能力不断增强。全省建有32个涉农公益性科研教学机构,院校专业门类基本实现农业产业领域全覆盖;建有小麦育种等5家国家重点实验室、1家省重点实验室、39家部重点实验室和34家省重点实验室;国家盐碱地综合利用技术创新中心落地。

强化技术推广,科技创新成果落地见效。围绕建设更高水平的“齐鲁粮仓”,把现有好的种子、好装备、好技术推广应用下去。良种方面,实施种业振兴行动,支持种业企业发展,对优质高产新品种进行重点补助;良机方面,高性能播种机、大型智能高端联合收获机等先进机型机具补贴标准提高10个百分点,实现优机优补;良技方面,推动小麦宽幅精播、玉米密植精准调控等“一抓见效”关键技术落地。

注重人才引育,科技创新潜力加速释放。坚持“引育用”结合,着力构建从院士、泰山学者到技术推广人员,再到“土专家”“田秀才”的人才矩阵。

核心配置“缺斤短两” 价格与价值不匹配

新国标落地,多款应急包配置“缩水”

□ 大众新闻·齐鲁壹点记者 魏银科 尹睿 张志恒

11月1日,新版《家用防灾应急包》国家标准(GB/T36750-2025)正式实施,这是自2018年首版标准发布以来的首次重大修订。新国标首次明确应急包分类体系,细化三类典型灾害场景配置要求,对包体标识、必备物品清单、质量性能等作出强制性规范,旨在为家庭防灾应急提供标准化保障。

近日,记者在两大主流电商平台随机选购了三款家用防灾应急包,发现均存在不同程度的合规缺陷,从外观标识到核心配置全面“失守”。

外观标识先“踩雷”

记者在电商平台输入“家用防灾应急包”“新国标”字样搜索,对比后下单三款防灾应急包,分别是单人防灾款(101元,以下称“A款”),单人家庭版(251元,以下称“B款”),基础版(270元,以下称“C款”)。

新国标明确要求,家用防灾应急包主体应清晰标注“应急救援包”核心标识,包体颜色宜选用橙色或红色等醒目色系,且反光材料面积不小于50cm²,确保灾害现场易被识别。

记者注意到,A款包虽然是橙色,有

“应急救援包”字样,但反光材料皱成一团;B款包反光材料和包体颜色都符合要求,但没有“应急救援包”字样;C款包是迷彩色,不属于醒目色系。值得注意的是,B款包购买页面上的产品宣传图上有显眼的“应急救援包”字样,C款包宣称“国标认证”“PICC承保”,但实际上连最基础的外观标识要求都未能满足。

山东东风应急救援队队员高文超介绍,外观标识和基础性能是应急包的“第一安全线”,醒目颜色和反光材料能提升救援辨识度,防水耐磨性能直接保障内部物品在灾害环境中正常使用,这些看似基础的要求,实则是经过灾害场景验证的关键设计。他告诉记者,这三款包的外包装全部不符合规范。

得知三款包的价格后,高文超更是连连摇头,“买贵了!A款包是最老的款式,也就值30多块钱。”

核心配置“缺斤短两”

家用防灾应急包新国标最核心的变化,在于明确了涵盖应急用品、应急工具、急救用品、辅助用品四大类38项必备物品清单。然而记者调查发现,多款在售产品与新国标要求相去甚远。

以记者购买的三款产品为例,不同产品配置差异很大:A款包和C款包价格相差100多元,却都仅有20多项产品,远未达到

38项的基础要求;B款价格居中,产品配置却达155件。

进一步对比检查显示,新国标要求多功能手电筒需采用机械或太阳能充电,具备照明、报警、收音、对外充电等功能。但三款包中,A款和C款虽为多功能手电筒,A款缺少收音、报警功能;B款是普通电池供电,仅能照明。

急救用品方面,只有B款配备了较全面的擦伤、扭伤消毒用品,另两款仅有纱布、创可贴等简单包扎用品。“这款包创可贴和酒精棉片不少,但缺少人工呼吸膜、冰袋等产品,而且医用纱布是去年6月生产的。”高文超指着C款包说。

此外,新国标要求防水防风火柴需满足“浸水24小时后可擦燃,10m/s-15m/s风速下能擦燃并维持燃烧”的要求,但最贵的C款包中无防水防风火柴和防风蜡烛,B款虽有火柴,在无风不浸水情况下记者多次尝试均无法擦燃。

三款包中仅B款有应急饮用水和食品,所有包均无记号笔。应急饮用水和压缩饼干需满足3年保质期以提供72小时生存保障,记号笔可标注求救信息和被困位置,这些核心物品的缺失,意味着三款包本质上不具备防灾应急的基础功能。

应急知识储备比装备更重要

从定价来看,三款产品形成101元、