

又是一年冬枣时。面对铺天盖地却又优劣不齐的“沾化冬枣”，如坠云雾里的消费者不禁要问：真的沾化冬枣在哪里？怎样才能买到？

而面对各路李鬼，李逵又会作何反应来捍卫十几年经营出来的地方品牌？带着一系列问题，记者展开了沾化冬枣真伪调查。

■“百分之六七的沾化冬枣都运到南方卖了，留在山东的不算太多。”冒牌沾化冬枣主要来自陕西渭南、河北黄骅和沾化周边的无棣等地。

■“每到冬枣快成熟时，沾化都举全县之力推介、打假。”9月8日沾化还举行县乡村三级“千人大会”，动员全县上下发扬“抗洪抢险精神，打响沾化冬枣销售的‘人民战争’”。

真沾化冬枣哪儿去了？

本报记者 廖雯颖



11月7日，济南一果品批发市场，“沾化冬枣”随处可见。本报记者 张中 摄

“别问哪产的，这个市场里都是沾化的冬枣”

“怎么沾化冬枣的味儿不正了？”家住济南杆石桥附近的官女士尝着从菜市场买回来的4块钱一斤的冬枣，满心疑惑。

虽然水果摊老板“打包票”说枣是沾化的，她还是怀疑买到了假货。“凡是卖冬枣的都说是沾化的，哪有那么多？”

的确，在省城，无论是大中型超市、果品批发市场，还是农贸市场，甚至沿街开着农用车、推着手

推车，提着篮子卖冬枣的，几乎都打着“沾化冬枣”的品牌。

日前记者走访济南堤口路果品批发市场，正值冬枣销售旺季，家家卖冬枣的店铺前都挂着醒目的“正宗沾化冬枣”“沾化冬枣专卖店”“沾化冬枣第一家”等大字招牌，还提供印着“山东沾化冬枣基地”“霑化冬枣”等字样的礼盒。

然而冬枣的价格却差别很大。个头小些的8至10元一斤，大

的15到18元。“口感特别好的”，每斤在25元左右。有的店里还批发50元左右的“二代枣”。

每家店的说法都差不多：承包了沾化某地的园子，货是直接来自大田上拉来的，价格差异只是个头和品级问题。

一位老板甚至称，“别问哪产的，这个市场里都是沾化的冬枣。”但沾化的也不一样，不同的枣农种出来的枣“成色口感都不同”。

“至少20多块钱一斤的才是真沾化冬枣。”另一家店老板却说，“十几块钱的都是无棣和黄骅（河北黄骅市）的，甜度达到了，脆度差一点，一般人尝不出区别。但真沾化冬枣是无公害的，不用洗不用抹，吃多了也不会拉肚子。”

但这位店老板也表示，不一定贵的就是真的，“‘十一’以前的都是假的，是陕西的，不也卖到几十块钱一斤？”

六七成沾化冬枣销往南方，留在山东的不多

哪些才是真正的沾化冬枣？沾化县冬枣产业办公室副主任郭庆宏给出了几大条件：“在沾化县种植，按照国家制定的标准化规程生产，产品质量符合国家标准标准的冬枣。”

从外形上看，沾化冬枣呈圆形或椭圆形，果皮赭红光亮类似小苹果，皮薄肉脆，香甜细嫩，食之无渣，摔地即裂，单果重量在14克左右。

郭庆宏特别强调，如果不能满足以上条件，即使是在沾化产的冬

枣也不能称作沾化冬枣，只能当普通冬枣卖。

从1998年起，沾化就在全县枣农中推广标准化生产，从脱毒树苗培育、枣树栽植修剪、病虫害防治到施肥浇水，有一系列的标准化生产规程。

即便如此，因为各家技术水平和枣树个体差异，种出来的冬枣从品相到口感还是不同。收购价与品级成正比，上品能到六七块，最差的

只要一块多。

郭庆宏表示，今年沾化县冬枣种植面积50万亩，总产量3亿公斤，平均收购价在一斤5块钱，因此太便宜的很可能不是沾化冬枣。“此外，今年采摘时间是在9月28日至10月28日，‘十一’之前上市的都是假沾化冬枣。”

郭庆宏说，沾化生产的冬枣10%走高端市场，进了全国连锁的大型超市；大部分进了农贸市场，40%上

品枣走精品水果路线，40%普通枣论袋批发，价格更平民。剩余收购价最低的10%，则加工成冬枣汁或果醋饮料。

“南方市场需求量大，百分之六七都运到南方卖了，留在山东的不算太多。”郭庆宏表示，当地专业配送直达全国40多个城市，到深圳只需45个小时。一天100多辆车，能走2700吨。“冬枣还是有别于大众水果，走的是精品路线。”

政府每年推介、打假费上千万

郭庆宏表示，冒牌沾化冬枣主要来自陕西渭南、河北黄骅和沾化周边的无棣等地。沾化冬枣因成熟期长、上市晚，外地冬枣每年九月抢先上市，冒充沾化冬枣出售。

提到打假，郭庆宏一脸无奈：“年年都打假，政府每年花在推介、打假上的费用有上千万。”

沾化县组成打假促销队，今年共有七支队伍，分成南线、东北线、东南线、山东境内等，每队十几人，到全国主要城市打假、宣传。

“每到冬枣快成熟时，沾化都举全县之力推介、打假。”沾化县委新闻科工作人员陈方明说，9月8日沾化还举行县乡村三级“千人大会”，动员全县上下发扬“抗洪抢险精神，打响沾化冬枣销售的‘人民战争’”。

沾化还协调各级消协，发布消费警示。然而“假冒沾化冬枣价格高，有利益驱动，管不住。”

沾化县50万亩枣园大多是枣农散户种植，每年销售主要是

客商直接到地头收购。只能寄希望于经销商的诚信度，这使打假难上加难。

“打假难不只我们一家，谁能解决呢？”沾化县觉得要维护品牌，大力气还是要放在提升产品品质上。

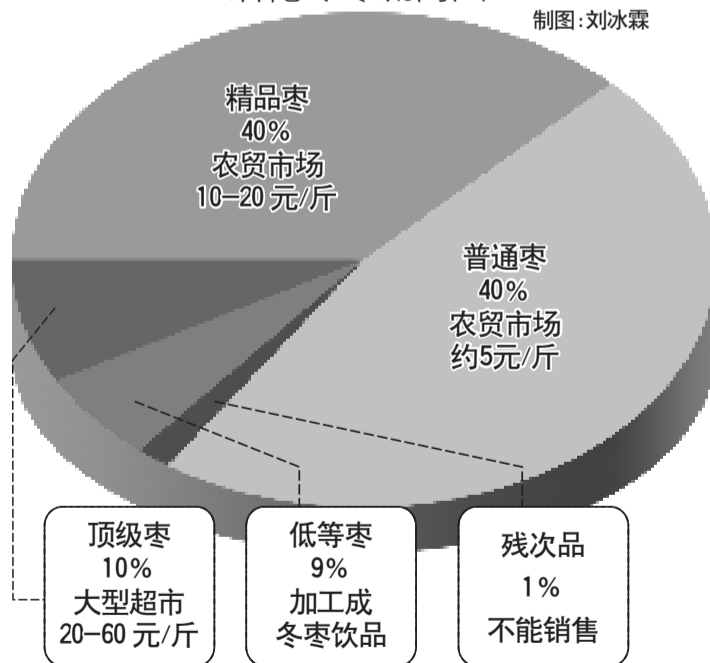
早在2002年，国家质检总局就批准沾化冬枣为原产地域保护产品，制定强制性的沾化冬枣国家标准，沾化冬枣成为继烟台苹果、龙口粉丝、烟台葡萄酒后山东第4个原产地域保护产品。

知名度提升后，受利益的驱动，部分枣农盲目追求“密大早高”（栽植求密，果实求大、上市求早，产量求高），滥用化肥激素，造成沾化冬枣品质下跌，偏离了“原产地域保护”的初衷。

2009年，沾化冬枣遭遇“滑铁卢”，收购客商锐减，收购价也跌至历年最低。金融危机、假货冲击、气候异常等外部因素，加上自身品质下降，导致当年冬枣丰收却贱卖。

沾化冬枣流向图

制图:刘冰霖



●探访果农

只要枣好就不愁没人买

北陈村村民赵天臣家里6亩地，今年收了大约16000斤冬枣，品相都不错。6000斤品级差一些的二十多天前就卖了，囤着剩下的一万斤冬枣，打算再等一个月，卖个更好的价钱。“估计一斤10块钱没问题。”

种了七八年冬枣，赵天臣是种枣的技术能手。因为家里几块地太分散，他没加入村里的合作社统一种植销售。

“只要枣好，就不愁没人买。”赵天臣不清楚沾化冬枣8年前就申请下了原产地域保护，他关心的是村里搞的种枣培训班，“学技术，把枣种好，不想那么多。”

“别的地区可能跟我们气候一样，树种一样，但我们的技术这么多年来已经发展得非常成熟，可以说是全国最好的，品质有保证，打假才有底气。”沾化县冬枣产业办公室副主任郭庆宏说，“我们的枣今年不愁销路，枣农考虑的不是卖不卖得出去，而是卖个什么价钱。”

●名词解释

原产地域保护和商标的区别

所谓原产地域保护产品，是指利用产自特定地域的原材料，按照传统工艺，在特定地域内所生产的，质量、特色或者声誉在本质上取决于原产地域地理特征并依照规定经审核批准，并以原产地域名称予以命名的产品。

原产地域保护产品和商标有很多不同。

标识范围不同。商标是区别一个企业的产品和其他企业产品的标记。原产地域产品名称由地域名称和产品通用名称组合而成。

使用权利不同。商标的权利主体是特定的法人或自然人，可以转让。原产地域产品专用标志是国家的知识产权，由符合条件的企业使用，使用权不可转让。

注册机构与保护依据不同。商标向工商机构申请注册。原产地域产品专用标志则由国家质检总局负责。

“内忧”加“外患”逼沾化冬枣“二次创业”

“内忧”加“外患”，背负双压力，沾化冬枣自去年秋开始二次创业的“品质革命”。

政府引导枣农限产提质，由过去“密大早高”转向“减合精强”。一方面砍去过密的枣树，另一方面推进冬枣向科学种植、组织化产销、精细化管理转变。

二次创业收效明显。沾化冬枣产业办公室提供的数据显示，今年

沾化冬枣卖了26亿，人均收入7000元。不少枣农每亩纯收入破万元。

因为当地没有龙头企业，沾化枣农多年来多是自主销售，客户直接上门。收购环节的随机性不能充分保障枣农的利益，也为销售终端的混乱埋下了隐患。

2008年以后，沾化县以村为单位组建合作社，目前已有172个村合作社。

下洼镇北陈村的北陈冬枣植保合作社是沾化县第一家合作社。村支书、合作社负责人赵建光算了算，2008年12月成立至今，全村380户枣农已有108户加入合作社。

将160亩枣园圈起来形成示范园，统一标准化种植，统一为农户提供农资材料，统一包装销售。今年由广州展卉贸易有限公司收购，销售给杭州联华超市，24万公斤冬枣收

购价每斤为一级品6元，二级品5元，三级品4.5元，平均高出市场收购价5角。每亩能赚一万五。

北陈村合作社注册了“国玉”冬枣商标，统一包装，像这样另外注册冬枣商标的村子，在沾化还有不少。因为“沾化冬枣”虽早在2003年就已向国家商标局注册，却只是地理标志证明商标，并没有统一的商品logo和防伪标识。