

市场不是等来的

■薛建国

这些年,在全国许多产柑区都曾出现过卖柑难现象。据本报昨日报道,这一现象今年在瑞安又发生了。在陶山金潮港观光农场内,有12万多公斤瓯柑因为销售不畅白白腐烂掉了,从文章的配图中可以看到,江边成堆腐烂的瓯柑,看了有点令人痛心。为什么说‘有点’而不是‘十分’或‘非常’,实在是因为这样的画面太多见了,故而心里变得稍许麻木。

但这种麻木很快被激活。原以为瓯柑就是指温州产的柑橘,就是一般的橘。不曾想,网上一检索,方才发现瓯柑是一种了不起的好东西。这里不妨抄录于此:

瓯柑是温州等地传统特产,栽培历史已有2400多年。作为交际植物上品,三国时即被孙权选为名珍馈赠曹操,有‘果中皇帝’之誉。唐宋元明清等朝瓯柑均被朝廷列为贡品。《载敬堂集·

江南靖士诗稿·喜得瓯柑》诗云:“赖出东瓯好牧场,品尊号享果中皇。善藏留与明春啖,胜似羚羊角片汤。”20世纪70年代以前曾大量出口前苏联及东南亚国家,颇受欢迎 1990 年被北京‘亚运会’指定为运动员专用水果。瓯柑经贮藏‘越冬抵黄,色味犹新’。味甜而微苦,其苦味质素之新橙皮甙和抽皮甙具有降压、降温、耐缺氧和增加冠脉流量等药效作用。如此看来,12万公斤瓯柑白白烂掉就令人十分痛心了。

物以稀为贵,仅产于温州的瓯柑,产量又大,对全国市场来说,就是大海里的一杯水。所以,不能把瓯柑难销之因归为农户盲目种植,造成供大于求。这里面存在的最大问题应该是品牌推广。简言之,全国人民有几个人知道瓯柑是‘果中皇帝’? 因为没人识得,在众多柑类果品中只能被‘大众化’。好东西不愁没

有市场,好东西不怕‘价高一筹’,比如说新疆阿克苏冰糖心苹果,价钱比一般苹果高,但还很好卖,原因就在于有独特的品质。

解决瓯柑难销问题,打响品牌是关键。品牌就是口碑,通过品牌整合,改变‘各唱各的调’的状况;‘酒香还要勤吆喝’,通过文化挖掘,让品牌更具渗透力。

市场不是等来的,找市场就是打品牌。农产品难销,跟农户缺少信息、市场意识不强有很大的关系,他们总以为市场是等来的,田地里的东西只要长出来就会有人要。在这种情况下,政府要有服务意识。秭归是著名的‘中国脐橙之乡’,但也曾遭遇过卖橙难。不过现在这已经不是问题。秭归脐橙已销往全国30个省市自治区、50多个大中城市,并出口到俄罗斯、新加坡等国家和港澳地区。他们的做法

就是跳出秭归找市场。北方冬天气候干燥,水果消耗量大,但许多水果不易存放,而脐橙不仅水分多还适合长时间存放,于是政府牵头,带领农户分别在北京、沈阳、哈尔滨成功举办了脐橙节,既打响了品牌,又打开了北方的销售市场,且引得无数外商下单。瓯柑的独特品质,决定它可以走得很远。“20世纪70年代以前曾大量出口前苏联及东南亚国家”,事实上,它也是出过远门的。今天,我们可不可以让有温州人的地方就有瓯柑呢?

瓯柑是水果,但不是一般的水果,是具有极大药用价值的水果。这一点决定着瓯柑有巨大的市场深度开发价值。如果让其入药或研制成为某种保健产品,瓯柑还用愁其销路?

12万公斤瓯柑白白烂掉,是温州人的聪明劲儿没有发挥出来。

让你的狗狗“乖”起来

■王国荣

养只宠物狗,狗主人确实多一份开心。可是,它不同于家养的乖乖猫,狗有吠声,还会咬人……仅去年,本市19家犬伤门诊监测数据显示,就有4795人被狗咬伤。狗的种种不“乖”行为,直接影响他人的生活,人狗之间的矛盾和邻里纠纷也随之升级(详见昨日本报8版报道)。

如今,城市养狗户不在少数。每到遛狗高峰,可见一拨拨狗主人聚集在小区公园或游步道,我家‘贝贝’长、我家‘宝宝’短地谈论着各自家的爱犬,像是在谈论自己的孩子,矫情与嗔爱溢于言表。

养宠物说是有责任心,人与动物和谐相处,这话似乎没错。但不论你怎么爱它,总不能不顾他人的感受。如果你豢养在自己家里,吠声不至于影响到邻里,外出溜达牵着狗绳,那确实显示爱心素养与和谐程度。但是,有些狗主人往往缺乏爱他人的爱心,他(她)的眼里只有自我,只有自家的狗狗。有的遛狗不牵狗绳,让狗随意乱窜,在花坛刨土扒草、拉屎撒尿,这就不能不引人侧目和反感。



日前,一名六旬老汉在武汉地铁上发传单乞讨,向一名20多岁的女孩作揖、半跪,女孩不平理全,老汉认为人格被污,伸手将其抓伤。(图小草画)

学生不是‘作秀’的工具

■万 语

某街道及其某社区植树节要开展绿化活动,临时通知辖区内某学校学生参加,地点就在某绿化项目工地上。街道和社区的干部到齐后,加上一队身穿校服的学生,场面不算隆重却也像模像样。施工人员搬来了刚买的铁锹和木柄,装搭好发给各位参加植树的人。只是植树的内容太简单太作假,事先连树都在坑里栽好了,所谓的活动就是给树铲几下泥土,摆摆样子让摄影者拍几张照片,学生们纯属‘打酱油’。

这些年,借学生大搞庆典活动、手持花束列队迎接领导之类的傻事,大多没人敢做了。但是,在许多纪念日、主题日活动中,如最近的‘学雷锋’“植树节”“3·15”、“环境卫生整治”等,那种借‘公益事业’、“社会实践”之名,拉学生过去配合凑热闹的,街头广场频见,电视上也是屡见不鲜。整队一色校服的学生扛着大旗,再佩戴统一的帽子、绶带、袖套或胸章,还真是为这些活动‘增光添彩’。

让学生参加一些公益事业和社会实践活动,配合有关部门、单位的宣传工作,学习和理解相关的知识,这原本是学生见世面、受教育的良好途径,实现双赢也无可厚非。然而,如今有些活动纯属应景之作,热热闹闹,华而不实,特别是一些部门由于缺乏周密的安排和部署,召集学生的目的只是为了装饰门面,这样的‘作秀’对于参与活动的学生来说,非但无益反而有害。

或听听领导讲话,或在横幅上签签字,

或动手发发传单……没有实质性的内容及效果,参加活动的学生根本没收获什么内容,仅帮主办方走过场,这将给学生带来怎样的认识呢?以后,再举办类似的活动,学生还会相信吗?

事实上,有些名不副实的宣传纪念活动根本不需举行,更不必动不动拉学生上场做陪衬。否则,不仅耽误了学生的功课,浪费了学生的精力,未得到正能量不说,反而会带来负面影响。学校也不必碍于有关部门、单位的情面,随意地派遣学生掺和其中。在锻炼和教育学生的大前提未得到确保情况下,拒绝提供学生实际上也是对学生的最好保护。因为学生沦为某些活动的作秀工具,除了能博取一时的虚张声势效果,受伤害的最终是学生身心。相反,若是组织学生参与那些真正有益的社会实践活动,笔者倒是举双手赞成的。

求 租

瑞安日报因教育培训业务发展需要,急租1000至2000平方米房屋,要求:独立出入、4层及以下,有房产证、建筑质量检测合格证,符合消防要求等,价格面议。
联系电话 13705872511,李女士。

微 评

梅雨潭石壁刻‘绿’且悠着点

据《温州都市报》近日报道:梅雨潭石壁刻‘绿’,有人围观,也有网友吐槽。有关部门为此举办了仙岩风景名胜景区提升规划专家论证会。

且不管专家论证结果如何,笔者认为,因为要举办绿文化,所以要在梅雨潭石壁上刻‘绿’字,并号称‘天下第一绿’,这恐怕太过草率。一来,梅雨潭本就绿意盎然,如今再在其石壁上刻一个‘绿’字,莫非说没有了这‘绿’字,梅雨潭就‘绿’不起来了?其二,朱自清先生写的《绿》是一篇文字,而不是一个单纯的‘绿’字,倘若要在石壁上刻字,仅‘绿’一字是否有点‘不尽兴’,我们是否有必要把通篇的《绿》全部给搬到石壁上来?其三,朱自清的这篇《绿》早已入选语文教材,几代人都曾通读,现在突然要刻‘绿’字,这是添风景还是煞风景?

梅雨潭景区的景观是纯天然,泛些文化气息当然也是不错的。但是,若刻意追求某一种所谓的文化而破坏这自然的景致,估计是要给游客或后人留骂柄的。

(胡新华)

做好孩子的表率

两个孩子,一个学妈妈捡垃圾,一个学妈妈摘花(详见昨日本报5版报道)。

两个孩子行为各异,最直接最根本的原因,与其母有关,或者说,与其家庭教育有关。

我们常说,父母是孩子最好的老师,这并不是说父母要教孩子识多少字,而是说父母的言行对孩子起着关键的作用。宋庆龄曾说:“孩子们的性格和才能,归根结蒂是受到家庭、父母,特别是母亲的影响最深。”在孩子的眼里,父母就是表率,父母的一切言行,都是孩子无声的榜样。不要以为父母的教育责任就是说教和命令,父母给孩子的教育,是以自己的言行对孩子进行潜移默化的影响的。那么,为人父母者,为了自己的孩子,就要时刻注重自己的言行,担当起孩子最好老师的职责。

(思 忆)