

政府扶持 企业“给力”

儋州粽子产销突破3000万个



2017年海南名粽展销会现场，儋州粽子热卖。 高林 摄

“端午节虽然过了，但我们的‘那大粽子’每天还能收到网上订单。”6月5日，“那大粽子”企业负责人赵尚铮介绍，去年端午到今年端午之间，“那大粽子”销量突破100万个，达到120万个，创历史纪录。

儋州粽子产销企业100多家，“那大粽子”是代表品牌之一。2014年，“那大粽子”产销30万个，到2017年产销120万个，3年产销增长3倍。

“那大粽子”成倍增长是儋州粽子产业发展的缩影。据儋州市商务局统计，儋州粽子2014年产销750万个，2017年达到3036万个。

儋州粽子
产销数据

2013年	产量： 600 万个 产值：6000万元
2014年	产量： 750 万个 产值：9000万元
2015年	产量： 850 万个 产值：1亿元
2016年	产量： 1850 万个 产值：突破2亿元
2017年	产量： 3036 万个 产值：3.6亿元

儋州粽。 袁才 摄



据了解，早在东汉时期，伏波将军马援坐骑创并解渴的故事，留下儋州“白马井”传奇地名。此井中之水被将士们取来蒸煮以虾米为馅的粽子，得名“伏波虾米粽”。

到了宋代，美食家的大文豪苏东坡谪居儋州期间，不仅亲手创制“东坡粽”，还教当地人包豆子粽、干鱼粽、虾仁粽、鸭蛋粽等。

道教南宗白玉蟾在儋州松林岭炼丹时，包清粽蘸蜂蜜而食之，被后世称为“白氏粽法”。

明代的“威武将军”符南进、“嘉应将军”符那宽，从儋州洛基地区走出，晚年荣归故里后喜欢吃粽子，不仅喜欢吃粽子，还善于做粽子，创出儋州又名粽——“洛基粽”。

粽子，每逢过年或者端午，儋州农村家家户户都会包。经过千年流传革新，儋州粽子已经形成一套成熟、独特的工艺。儋州粽子产业协会会长王开

间，打造以儋州粽子为首的九大农业知名品牌。2015年9月，《儋州市委办公室、儋州市人民政府办公室联合印发《推进儋州粽子产业化发展工作方案》的通知，成立推进儋州粽子产业化发展工作领导小组，市委书记担任组长，市长担任常务副组长，市商务局、市发改委、市财政局、市农委等十五个部门负责人和各乡镇党委书记为成员。

2015年，在儋州市政府推动下，儋州市商务局组织材料，以儋州市政

“要是还能买到原材料，我们至少还可以多卖2万个粽子。”儋州小晓食品公司郑晓晓介绍，去年她注册了公司开始生产粽子，当年售出8万个粽子；今年虽然有所准备，产销20万个粽子，但仍不断接到订单。

近年来，儋州大力扶持粽子产业发展，创造出巨大的商机，催生一大批粽子产销企业。据不完全统计，儋州粽子生产企业目前达到108家，其中大部分像小晓食品公司一样跨越式发展。

孙少仁长期从事餐饮行业，有国际烹饪大师的头衔，看到儋州粽子产业发展势头越来越猛，2015年他注

册成立儋州涵瑶食品公司，开始投入粽子行业发展。

“2015年，我们粽子只有两个品种，当年产销不到10万个粽子；2016年，我们粽子品种达到12个，产销粽子20多万个；今年，我们粽子品种达到22个，产销粽子近40万个。”孙少仁说，涵瑶公司产品目前销往全国32个城市，与多家大企业形成长期合作关系。

今年刚成立的儋州粽乡源粽子有限公司，与长春欧亚集团合作，5月8日运去22吨共10万个儋州粽子，进入欧亚集团东北各大卖场销售，端午未到，10万个儋州粽子就被

世称为“白氏粽法”。

明代的“威武将军”符南进、“嘉应将军”符那宽，从儋州洛基地区走出，晚年荣归故里后喜欢吃粽子，不仅喜欢吃粽子，还善于做粽子，创出儋州又名粽——“洛基粽”。

粽子，每逢过年或者端午，儋州农村家家户户都会包。经过千年流传革新，儋州粽子已经形成一套成熟、独特的工艺。

儋州粽子产业协会会长王开

府的名义，为儋州粽子向国家质量监督检验检疫总局申报国家地理标志保护产品，2016年2月，儋州粽子成为海南唯一获国家地理标志保护产品的粽子品牌，为儋州粽子产业发展撑起巨大的品牌“保护伞”。

2016年，儋州市政府安排专项办公和活动经费，成立儋州粽子产业协会，统一协调全市粽子企业生产和包装、推介和经营，使得各自为政的粽子企业抱团发展、集中力量共同打造儋州粽子大品牌。

精准营销 产销两旺

册成立儋州涵瑶食品公司，开始投入粽子行业发展。

“2015年，我们粽子只有两个品种，当年产销不到10万个粽子；2016年，我们粽子品种达到12个，产销粽子20多万个；今年，我们粽子品种达到22个，产销粽子近40万个。”孙少仁说，涵瑶公司产品目前销往全国32个城市，与多家大企业形成长期合作关系。

今年刚成立的儋州粽乡源粽子有限公司，与长春欧亚集团合作，5月8日运去22吨共10万个儋州粽子，进入欧亚集团东北各大卖场销售，端午未到，10万个儋州粽子就被

工特别紧张，工钱也是不断上涨，以前包一个粽子工钱0.5元，今年已经涨到0.8元了。

粽子看起来不起眼，但实际上，它带动多个产业发展。儋州粽子产业协会会长王开元分析，以产销3000万个粽子计算：包一个粽子是0.8元，包粽的工钱就是2400万元；每个粽子需要5片粽叶，共需1.5亿片粽叶，每片0.1元，粽叶种植户收入150万元；每个粽子需火山岩糯米2两，共需要600万斤，每斤4元，带动

米销售2400万元；每个粽子需要花猪肉2两，共需要600万斤，每斤花猪肉15元，带动花猪肉销售9000万元；每个粽子需要1个跑海鸭蛋，共需要3000万个，每个1元，给跑海鸭养殖户带来收入3000万元。

儋州粽子去年端午到今年端午共销售3036万个，销售额达3.6亿元，带动的不仅是粽子原材料直接产业，还带动物流、中介、宣传等多个相关产业发展。

据了解，儋州市将继续推进粽

食品有限公司负责人孙少仁介绍，比如儋州粽子代表产品鸭蛋黄猪肉粽，生产共有32道工序，标准的250克鸭蛋黄猪肉粽子，前前后后需要27个小时，包粽子用的茄冬叶处理就要3个小时，其中用沸水煮2小时；猪肉处理需要近2小时，其中腌制时间不少于1小时，否则不入味……蒸好之后凉透就需要5个多小时。

地方特色食材，千年传统工艺，成就儋州粽子独特风味。

为保障儋州粽子特色原材料供应，儋州市拨出专项经费，要求儋州市农委成立跑海鸭蛋、火山岩糯米、茄冬叶和花猪肉供应基地。

为儋州粽子宣传推介，儋州市财政连续多年安排专项经费，一方面在省内主流媒体开展宣传促销，塑造儋州粽子品牌形象，另一方面，儋州市粽子产业协会组织全市粽子生产企业，开展多种形式的促销活动，如今年端午之前，先后在海口、儋州等地开展4次儋州粽子促销活动，儋州粽子销售高潮不断。

个市县随时可取粽子。今年，“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。

“儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“那大粽子”充分利用网络营销，开发设计“那大粽子电子券”。 “儋州粽子的订单来自全国各地，为方便消费者购买，那大粽子公司与中国邮政和海航进行深度合作，确保全国的消费者安全及时吃到美味的‘那大粽子’。”该公司负责人赵尚铮介绍，为提高“那大粽子”品牌知名度，公司还与世界厨王屈浩大师合作，聘请他当“那大粽子”产品研发及形象大使，开发出适合华北、华南和华东三地的三种风味的系列粽子产品，市场反应都非常好。

“儋州粽子现象”
背后是政府担当

粽子，传统的小吃被儋州做成一个特色品牌，成就一个规模不小的产业，年销售额突破3亿元。儋州粽子这种发展现象并不是偶然。

2013年4月，习近平总书记在海南视察时强调，小康不小康，关键看老乡。要把强农惠农富农政策贯彻落实好，使热带特色农业真正成为优势产业和海南经济的一张“王牌”，不断开创“三农”工作新局面。

儋州粽子上规模做品牌成产业，是儋州市委市政府积极落实习近平总书记指示，推动传统农业标准化、品牌化、产业化发展结出的硕果。

为加快传统农业转型升级，儋州市提出“调优做精第一产业”发展思路，实施特色农业品牌发展战略，推出以儋州粽子、儋州黄皮等为代表的九大特色品牌农业建设。每年从财政拿出2000万元作为品牌农业发展基金，其中，仅粽子每年宣传推广费用就达200万元。这样的力度，不仅在海南，就是在全国，也是少见的。

一分耕耘一分收获。儋州粽子成为海南唯一获国家地理标志保护产品的粽子品牌，儋州成为全国唯一的“中国粽子美食之乡”，这只是儋州品牌农业发展的成果之一。儋州粽子现象，值得总结值得推广。人们有理由相信，今天，儋州粽子发展成为一种现象；明天，儋州品牌农业发展也会成为一种现象。



儋州粽子成为国家地理标志保护产品