

“努力建设美丽中国,实现中华民族永续发展。”这是“十八大”报告字字铿锵的郑重宣示。

“美丽中国”,诗化的语言,温暖着亿万人:我们党把“生态文明”写在了自己的行动纲领上,也刻在了13亿人民的心坎里。

为我们共同的家園,为着迎接社会主义生态文

明新时代的到来,人们在寻找着“生态文明”的路径。

内丘县岗底村是“生态文明”美丽家园。30年来,他们把7800亩荒山变成了花果山,靠生态建设快速致富,农民人均收入由80元提高到今年的2.5万元,30年提高了312.5倍,每年以平均10倍的速度增长。

今年10月19日,省长张庆伟到岗底视察,对岗底走

生态发展之路赞不绝口。

作为全国农业园艺作物标准园示范园、全国发展生态产业样板、河北省农业产业化龙头和邢台市走生态高效发展之路典范的岗底,它的发展路径是什么?让我们通过岗底的故事,走进岗底,去探究岗底成功秘诀。

## 揭秘岗底成功秘诀——

# 美丽岗底 永续发展 (续篇)

文/图 通讯员 张海菊 本报记者 刘秀礼 王智勇



美丽的岗底村



## 6. 三个“眼光”

1985年,内丘县岗底村在治山的同时,岗底村党总支和村委会就思考如何种上能长期卖上大价钱的苹果,让农民靠山吃山走上致富的高速路。

这个思考的背景具有它的时代性。

进入市场经济之后,千家万户的农民,面对千变万化的市场,由于市场信息不灵,结果农民往往是:“贩猪羊快,贩羊猪快,猪羊一起贩,倒断了屠宰。”当时农民发出了“谁能告诉我,到底种什么”的诘问。

应着农民的呼唤,岗底村党总支书记杨双牛对全国果品市场走向进行了广泛的调查,并请专家进行反复论证种什么果树。

当向农民提出岗底山上种红富士苹果时,农民对此反对声一片,因为当时内丘县的山区果农正在砍果树。有农民说:“干部是不是吃错了药,人

家砍苹果树,岗底却要种苹果。”

村干部对农民的反对声,没有提出质疑,只是给农民出了一道题:每家调查三户砍苹果树的果农,看他们砍的都是啥品种。调查结果显示,砍苹果的果农砍的都是些国光、红元帅、黄元帅,没有一户果农砍红富士苹果树的。

这是为什么?村民和干部以及请来的专家共同解这道题。

专家从苹果的国际市场行情、走势讲富士苹果的发展前景。讲得村民站在深山沟沟站在自家的山头上却有了世界眼光。他们看清了脚下的山也能成为聚宝盆:“种富士苹果行。”

杨双牛分析农民种地出现“贩猪羊快,贩羊猪快,猪羊一起贩,倒断了屠宰”的原因。他说,市场经济面前有三种眼光:第一种眼光是“过去时”眼光。“过去时”眼光,“过去啥挣钱,今

天种什么”。结果是,收了什么,卖不出什么。“过去时”眼光,是习惯思维在作怪。第二种眼光是“现在时”眼光。“现在时”眼光,是“今天啥挣钱,明天种什么”。结果是,“今天种了什么,明天什么不好卖”。第三种眼光是“未来时”眼光。“未来时”眼光,是“明天啥挣钱,今天种什么”。

他说,农民种地出现“贩猪羊快,贩羊猪快,猪羊一起贩,倒断了屠宰”的根儿,就是农民缺乏“未来”眼光造成的。

他接着专家的话,分析了市场对富士苹果的需求,讲了富士苹果的发展前景,继而讲到种富士苹果与农民自己腰包的联系,农民听得入耳、入脑、入心。村民都种起了富士苹果,当人们笑话他们的时候,岗底人义无反顾。因为他们改变了“过去时”和“现在时”眼光,确立了“未来”眼光。

二十多年过去了,正是他们拥有“未来”眼光,今天的岗底人才真的鼓起了腰包。

上世纪90年代,岗底苹果一上市,就以果型端正、色泽均匀、细脆无渣、酸甜适口、细脆津纯、清香蜜味、易储耐藏,赢得消费者青睐。

其实,那都是直观的。专家概括了它的特点。一是绿色。生产的果品完全符合无公害绿色食品标准要求。二是营养。果实中含有对人体有益的微量元素钾、钙、镁等,人体必需的各种矿物质元素、微量元素、维生素均衡。三是纯、美。果汁含量丰富、糖酸适宜,果肉细脆、硬度大而无渣,具有典型的富士风味。果个儿大,果形端正,颜色条红。

岗底苹果每年都要进行随机取果到中国农业大学食品学院进行检测,检测显示其质地品质:果



实硬度18.9磅/cm<sup>2</sup>,含水量89.3%,果肉脆、多汁,质地细,纤维少;果肉含原糖8.7%,蔗糖15.1%,可溶性固形物含量16.1%。果肉滴定酸0.295%,果汁PH值3.3;具有典型的芳香味,且风味较浓。以上指标均高于全国代表值。含有18种氨基酸,15项均高于全国代表值。

岗底苹果与消费者一见面,就在市场上一路走红。

然而,岗底人并不会经营苹果,更不会保护自己的苹果牌子。

一个偶然的机会,党总支书记杨双牛在邢台市一个农贸市场,看到一个小贩吆喝着“岗底

## 7. 三十七个商标

苹果”卖。卖苹果的既不是岗底人,卖的也不是岗底苹果。这使杨双牛感到,冒牌要砸岗底人的饭碗子。

怎么办?他找到一位新闻记者进行讨教。这位记者告诉他,邢台地区工商行政管理局有一名副局长,叫左梦奎,他在工商局主管商标工作,并且对商标很有研究,还在《人民日报》上发表过关于如何发挥注册商标作用的研究文章。

杨双牛果然在左副局长那里长了见识。左副局长告诉他,商标是“通行证”,商标是“入场券”,商标是“软黄金”,商标是保护商

品的“利器”,商标也是一把“双刃剑”。经过向左梦奎副局长的求教,杨双牛对商标有了深刻认识,他决定马上为岗底苹果注册商标。

查询,起名,申报,在左副局长的帮助指导下,杨双牛为岗底苹果注册了“富岗”商标,还注册了与“富岗”字眼相似、近似的“富山”、“富水”等37个商标,以防假冒。从此,一把保护品牌的利剑掌握在岗底人的手里。

从那以后,没有人喊着“富岗”苹果卖了。今天,富岗商标成了“中国驰名商标”,有专家称其价值可达亿元。



文化讲座提升村民素质



## 8. 一个苹果50元

富岗苹果出了名了,消费者认可,市场供不应求。

如何把种出的好苹果卖出好价钱?这是岗底党总支和村委会遇到的一个课题。杨双牛和干部们犯了愁。

杨双牛来了个“南下北上”。在广州的市场上,他对村干部说,买最好的外来苹果尝尝,看“舶来品”啥口感。在北京,他们把所有的苹果市场都转了个遍,问价格,问来路,问品种,问品牌,拿着岗底苹果跟国外顶尖的苹果比高低。

杨双牛又飞往新加坡,他通过那里的窗口,研究国际一流的苹果包装。

考察,调研,论证,最后形成决议:把富岗苹果定位在中高消费群体上。用最好的包装,改变苹

果论筐卖的历史,确定苹果论个儿卖:4.5两—5两的一级果5元一个,5两—7.9两的特级果10元一个,8两以上的极品果50元一个。他们称之为“515”销售战略。

这个销售战略一公布,就受到一些人的质疑。有的说:“货好价出头,但也不能离谱。”言外之意是价格定得离了谱。有的说:“现在市场上的小麦5毛钱一斤,50元一个苹果,就能买一布袋小麦。”意思是一个苹果不值50元。有的说:“定价不算价,卖了才算价。”说的意思是岗底定价不算价,市场上认可才算价,市场不认可你定了价也白定。还有的说:“别人论筐卖苹果,岗底论个儿卖,历史不是那么好改变的。”这句话的意思是创造历史难。当时,可以说包括该村和社会上多数人

对岗底的定价持怀疑态度。

说实在的,杨双牛对“515”的价格销售战略,既有底也没底。说有底,那就是在定价之前,他觉得富岗苹果比日本的富士苹果好,比他们卖100元一个的“世界一”苹果还要好。他们能卖100元,我们卖50元还算贵吗?他认准一个理儿:“有一货必有一主。”不怕没人要,也不可能没人要。说没底,就是想法再符合实际,但最后还要经过“市场”这个实践的检验。

确定“515”价格战略后,他们定了个原则:只要符合标准的苹果全部收购,不让果农吃亏,卖出去就卖,卖不出去就送。送也是一种宣传,是无形的广告。还规定,就是把苹果扔到太平洋里去,也不能说卖不出去。因为这是商业秘密,天机不可泄露。

1997年这一年,打广告,做宣传,设立富岗苹果专卖店,改包装,贴商标,极品箱、礼品盒,富岗苹果以全新的面貌出现在消费者面前。富岗苹果结束了论筐卖的历史,以论个儿卖的崭新形式,走向市场,走向消费者。市场考验的结果是:第一年,50元的极品果送的多,卖的少;第二年卖的多,送的少;第三年,抢着要,买不到。从那时起,苹果年年供不应求。苹果一下来,他们就发愁,愁得不是卖不出去,愁得是得罪买不上苹果的顾客。

当村民大把票子装进腰包的时候,开始反对卖50元一个苹果的人服了。2010年,邢台市委组织部制作岗底创先争优宣传片,作为全国基层党组织的远程教育电教片。老村委会主任杨群书对着摄像机镜头,深有感触地说:“还是双牛有市场眼光,人家看得就是准,咱不服不行。”



全国农业园艺作物标准园春景



富岗的苹果红了,岗底的党总支书记杨双牛“黑”了。

富岗苹果在市场上一路飘红,50元一个苹果,本地卖得好,本市卖得好,就连省城卖得也好。人们都点名要买富岗苹果。一时出现富岗苹果买不到的现象。

一些人对杨双牛说:“我们把钱都给你岗底了。”这是褒奖,但这褒奖里也有点嫌贵。

一分价钱一分货,十分价钱买不错。富岗苹果卖到天价,有的人喜欢苹果,却不喜欢价格。

内丘县有一些人,把杨双牛编到内丘县“四大黑”的人物里。

早在2000年,在内丘县有四个出名的人物。一个是内丘县交通局有一个叫刘建国的局级干部,他在山上养鸡全部是放养,鸡满山遍野地跑着找食吃,从不吃什么饲料,那鸡蛋全是纯正的柴鸡蛋,所有鸡蛋都打着生产日期,绿色鸡蛋,价格就高,一个鸡蛋卖到一元钱。第二个是西石河村的党支部书记王胜,西石河村的水

富含硒元素,具有防癌作用,王胜便在村里建了个矿泉水厂,取名“天下第一神泉”,他卖矿泉水,3元钱一瓶,水里求财,利润大。第三个是在县城开饭店的荣盛魁,饭菜质量好,价格贵,人称“荣快刀”,但却天天客满,很发财。第四就是杨双牛,一个苹果卖到50元。

内丘县有人编了一个“四大黑”的顺口溜,说什么:杨双牛的苹果,王胜的水,荣胜魁的饭,刘建国

## 9. “四大黑”

的蛋。

杨双牛对这句顺口溜并不介意,他诙谐地说:“说咱黑那是咱

长得黑,但咱心不黑,咱苹果质量在那摆着,50元一个苹果供不应求就是证明。”



果农聆听“十八大”的声音

## 10. 省长建议价

尽管内丘县有人说杨双牛“黑”,但岗底发展绿色经济、主动调整产业结构的经验,得到了社会的认可。就连说杨双牛“黑”的人,也在暗暗学习杨双牛。因为人们都看到,农业结构不调整,农业没有出路,农民就富裕不了。

二十一世纪初,正是全省农村发展的困惑期,也是农业调整的关键期,应着农民“谁能告诉我,到底种什么”的呼唤,河北省在张家口召开全省农业产业结构调整大会。

会上,省委、省政府出台了鼓励农民调整农业产业结构的优惠政策,列出了调整农业产业结构的时间表。

就在这次会上,让杨双牛介绍调整农业产业结构的经验。站在大会发言席上,从“五统一分”治山到“五分一统”管山,从“转变观念”到“走出大山”,杨双牛讲得台下掌声一片。大家都觉得岗底为全省农业结构调整闯出了一条宝贵的路子。

当杨双牛讲到有人说卖50元一个苹果“黑”时,坐在主席台上的时任省长钮茂生打断杨双牛的讲话,插话道:“市场经济以市场论英雄。我看杨双牛‘黑’得还不够,还应该加倍的‘黑’。依我看杨双牛的苹果应该卖到100元一个。”

省长给杨双牛的“黑”正名,还要他加倍的“黑”,杨双牛非常激动。他想:“省政府主要领导面对全省干部给我们的苹果定价,这是天赐良机。”想到这里,杨双牛眼前一亮:这既是岗底人的福,也是岗底人的商机。

聪明的杨双牛,抓住这个商机,搞论证,改包装,做宣传,当年推出了100元一个的苹果,在苹果包装箱上赫然写着:省长建议价——100元一个。苹果价格长了一倍,结果还是供不应求。

每每人们提起“省长建议价”这五个字,就想到富岗苹果100元一个,同时不得不佩服杨双牛的聪明。