

2024年3月6日 星期三

责编:宋家骏 美编:吴高阳 审读:侯玉娟

即墨甘蓝菜香飘海外

移风店镇菜农韩泽兵每年销往马来西亚的甘蓝菜达3万吨 占据当地市场半壁江山

甘蓝菜，又称包菜。就是这个不起眼的蔬菜，成为青岛市即墨区移风店镇出口最多的菜品之一。成千上万斤的即墨产甘蓝菜漂洋过海，从青岛港口销往日本、新加坡和马来西亚，其中每年销往马来西亚的甘蓝菜占据了当地市场的半壁江山。而创造这个业绩的正是移风店镇的菜农韩泽兵。为了满足海外市场的需求，韩泽兵凭借大沽河畔移风店镇蔬菜重镇优势，在河北、湖南和四川等地布局，拥有上万亩的甘蓝菜种植基地，受益菜农达到数千人。一棵小小的甘蓝菜，是如何走出国门，成为当地人餐桌上最宠爱的菜品？近日，青岛早报记者来到即墨区移风店镇大庄村，倾听韩泽兵讲述小小甘蓝菜的“出海”故事。



韩泽兵(右)、韩聪父子在检查甘蓝菜质量。



工人忙着打包发货。

即墨成国内甘蓝菜出口大户

到了1997年，安丘、莱阳等地的蔬菜出口开始兴起。“当时出口蔬菜有一个说法，保鲜蔬菜看安丘，冷冻蔬菜看莱阳。由于冷库多，不少蔬菜出口企业已经在安丘等地发展起来了。要想卖出好价格，必须走出去。”韩泽兵暗自下定决心，一定要将大庄村的蔬菜推销到全国各地。为了进一步打开销路，韩泽兵背着几棵自己种植的蔬菜乘坐大巴车到外地找销路，因为蔬菜质量好，反响不错。一开始，韩泽兵收到的蔬菜从当地运往外地需要很长的时间，蔬菜到达目的地时都已不新鲜，所以最开始那两年外销蔬菜一直不成功。韩泽兵没有气馁，在安丘找到几家蔬菜公司的老板进行沟通后，将蔬菜运往安丘的冷库，再出口到日本，大获成功，客户也开始逐年增多。

在移风店镇得天独厚的自然环境下，经过改良培育的甘蓝菜品质优良，逐渐吸引不少日本公司前来收菜。当时相同品种的甘蓝菜，国内除了移风店镇，在福建也有种植，这让韩泽兵慢慢认识了不少广东、福建的客户。“因为甘蓝菜价格便宜，营养价值高，烹饪方便，是日本、新加坡、马来西亚等国家市民的家常菜。随着国内南方客户跟东南亚市场合作的增加，每年过了4月份，当南方产地的甘蓝菜下市后，为了留住客户，福建客户就把东南亚客户带到我

们山东。”韩泽兵说。就这样，打开南方市场、出口日本后，移风店镇的甘蓝菜正式打开了东南亚市场。而如今，随着不断发展，根据移风店镇土壤、气候等特点改良后的甘蓝菜，已成为国内出口的主要品种，即墨也被追溯为国内出口甘蓝菜的品种发源地。

为了进一步发展，2001年，韩泽兵投资100多万元建成了一座1000吨的冷库。考虑到山东的蔬菜一年只种两季，每年到了7月底不少蔬菜货源开始紧张，2005年，韩泽兵在河北、湖南、湖北等地建起了蔬菜基地，依托当地独特的地理优势种植反季节蔬菜，每年的产量在6500吨左右，这样一年四季都能保障蔬菜的正常出口。2008年，韩泽兵成立青岛佳蔬蔬菜专业合作社并担任理事长。2010年，韩泽兵在邻村投资350万元又建成一座冷库，并成立蔬菜销售公司，为本村和周边村庄的村民提供优良的蔬菜品种和先进的种植技术，使村民们种出能达到出口标准的高品质蔬菜，帮助村民们提高了收入。

马来西亚一半甘蓝菜来自青岛

韩泽兵回忆道，从2004年开始，逐渐有新加坡、马来西亚等国家的客户来山东收菜。那时，他和新加坡客人合作成立了公司，不光做出口，同时也为客户代收蔬菜。由于当时韩泽兵更多的是中间商的身份，外贸公司的规模也不是太大，后来受各种因素影响，与新加坡客户

停止了合作。但从那时开始，韩泽兵已经有意向开发马来西亚市场。

“当时我们的蔬菜销路还可以，慢慢地随着农户种植面积的不断扩大，只立足于国内市场，那么多菜根本销售不了，所以那段时间我很心急。孩子看到我心急，又看到家里的冷库闲着，也跟着着急。”韩泽兵说，2013年，大儿子韩聪大学毕业以后，想要去马来西亚和新加坡考察市场。“听说在马来西亚那边做蔬菜生意，只要品质好、价格低，就不愁销路。”虽然对年仅22岁的儿子独自出国有些担心，但韩泽兵还是决定让他出去闯一闯。“第一年去国外考察市场，什么都不懂，感觉无从下手，算是失败了。”韩聪告诉记者，第二年，他吸取了经验，提前搜集了一些国外进口商的资料，到了国外逐一拜访。随着出国次数的增加，韩聪慢慢摸到了头绪，通过不断的学习积累，对国外蔬菜行业也越来越了解。从最开始只认识一个客户，到现在开发了三四十个客户，订单越来越多，销售额也越来越大，出口马来西亚的甘蓝菜市场占有率达到一年比一年高。

谈到儿子的闯荡历程，韩泽兵颇为感慨，“后来有个马来西亚客户告诉我，儿子刚开始考察当地市场的时候，人家都以为他是个小骗子。但随着儿子不断地真诚沟通，每周按时给客户报价，让客户了解了国内的蔬菜行情，慢慢地就接受了他。儿子大学读的就是国际贸易，也比较懂行情，干起来比较得心应手，把生意交给他，我很放心！”说到这，韩泽兵脸上露出了骄傲的神色。

在韩泽兵父子的努力下，如今的青岛佳蔬蔬菜专业合作社甘蓝菜种植面积近一万亩，除了移风店镇当地，还建起了河北、湖南、湖北、四川四大基地，几乎全年都有新鲜蔬菜出口。此外，在平度等地还有工厂代加工。甘蓝菜出口也从刚开始的一年100个柜，发展到现在的一年1200多个柜，占到马来西亚甘蓝菜进口总额的50%，年销售额超5000万元。

/ 对话 / “就是要帮老百姓把菜销出去”

记者：以前做蔬菜经纪人对现在的出口业务打下了哪些基础？

韩泽兵：做蔬菜经纪人的时候也做过收货、加工，跟东南亚的客户也有一些交流。从加工、销售等方面，我也有不少基础和经验，现在全都传授给了儿子，他做起来也比较轻松。

记者：遇到的最大困难是什么？

韩泽兵：创业30年，不可能都是一帆风顺，像特殊时期，国外不让船靠港，一直在海上漂泊了一两个月，导致菜都烂了，造成了很大的损失。再就是有时连着下雨，菜在地里收不上来，导致订单接了很多，但供不上货。后来我们想办法，随时关注天气，提前把货囤到库里。创业路上困难重重，但是一直有一个信念，就是要帮着老百姓把菜销售出去。

记者：下一步打算如何发展？

韩泽兵：下一步想发展一下韩国、日本以及中东市场，目前已经开始接触了。另外，还打算增加一下蔬菜品种，现在主要是甘蓝菜和大白菜，看看后期能不能加入西兰花、菜花、胡萝卜等品种。

本报记者 康晓欢 袁超