



文/图 记者 姜涛

作为与西湖龙井茶、库尔勒香梨等151件农产品一起获批国家地理标志商标认证的高青著名特产，高青大米在过去的许多年里，一直在消费市场保持着良好的口碑。

与“沂源红”苹果、“博山猕猴桃”等国家地理标志商标不同，当地米业机构所售大米的品名、商标却是五花八门，群雄逐鹿，品牌难成合力。

“包装上不能印‘高青大米’4个字，因为涉嫌侵权。”当地米业机构的负责人表示。

高青产的大米为何不能有“高青大米”的标签？制约当地米业发展的因素有哪些？日前，鲁中晨报记者对此进行了调查。

# 商标使用受限 种植面积大幅缩减 种植业户心头迷茫 高青大米翘盼高清未来

## 日渐稀缺

产区面积缩减  
稻农转行出走

看着晶莹剔透的米粒，怀揣对新异农作物的的好奇，面对比小麦、玉米更高的收益。如今，让一位年近七旬的老人回忆40年前的耕种往事，在难免的支离破碎中，上述情景依然刻骨铭心。

11月10日，高青县芦湖街道办事处太平魏村。

作为土生土长的当地农民，66岁的魏美春的记忆可以说与高青大米直接相关，天上来的黄河水、交往穿梭的平板车，但让他印象最为深刻的还是众人沾满泥浆的手脚。

在魏美春看来，忙碌于眼前这片沿黄土地上的青年们，并不一定了解那段岁月，以及岁月在他们这代人身上留下的印痕，更无法体会这种印痕积聚的复杂情感。

“咱们这里是北方，种植水稻在当时可是件稀奇事，只有脑子灵光、胆大心细的年轻人才敢尝试。”

思绪所至，种了半辈子庄稼的魏美春用骄傲的语气向记者反复强调着自己口中的关键词，“注意，我说的可是水稻，不是旱稻。”

不可否认，高青大米的由来与魏美春这个年龄段的当地农民直接相关，一马平川的地理条件，引黄入淄的后天优势，让这片处于北方的平原产出了远近闻名的优质水稻，令人刮目相看。

魏美春回忆说，自上世纪80年代初，经过近30年的努力，至2010年前后，当地农民种植水稻的热情达到空前高涨，这与当时的米价与高青大米的名气直接相关。

“一亩地大约能产1000斤稻谷，一斤稻谷出七两米，售价比小麦、玉米高，关键是名气大了货抢手，外来的拉米车都得排队等。”

而这还不是魏美春记忆的全部。

在过去的几年里，随着引黄工程基础设施建设在高青当地的规划布局，沿黄区域的高青大米主产区开始了自己的“让路”之旅，为的是确保下游居民、企业的生活、生产用水。

“我原本有近3亩稻田，目前都被引黄工程的沉沙池所占，我们村有近半数村民的情况与我相似，虽然不能种水稻了，但每年领着补贴，再出去打点零工，一年的收入算下来，比从前还要多。”

如魏美春所说，受规划占地、种植比较效益等因素影响，高青大米主产区覆盖的多个乡镇，越来越多的农民选择了转行和出走，也让原本就物以稀为贵的高青大米显得更加稀缺。



远道而来的消费者在选购高青本地大米。



在常家镇一路边，当地米商设置的广告牌。



精装的高青本地大米已成为市场新宠。

## 孤军奋战

种植成本高企 品牌难成合力

11月11日，高青县芦湖街道办事处道堂李村。

48岁的李希瑞在刚刚落成的兔舍中忙得满头大汗，作为一名在当地十里八乡小有名气的水稻种植专业合作社的负责人，他投资兔业的目的依然是为了水稻种植。

“主要是为了收集兔粪，用有机肥种植有机水稻是我未来发展的方向。”

李希瑞介绍说，他的合作社平均一年可销售十几万斤大米，这些大米主要产自道堂李村，他将自己所售大米的名称命名为“道堂李大米”。

“近几年，普通大米的市场价格不高，但有机大米却有着不错的市场前景。我准备明年从村民手中承包土地，开始着手有机水稻的规模化种植。”

李希瑞坦言，虽历时多年，他的“道堂李大米”的知名度却一直不高，高青大米虽为国家地理标志产品，但他的大米包装上却不能印“高青大米”4个字，因为涉嫌侵权。

11月12日，在位于高青县常家镇的淄博荒地农业科技开发有限公司，许多前来采购大米的外地客商也在质疑着同样的问题：既然卖的是高青大米，为何米袋上却没有“高青大米”的字样？

淄博荒地农业科技开发有限公司总经理孙朝霞告诉记者，几年前，她通过土地流转的方式承包了580亩土地，其中300多亩地用于种植水稻，将出产的大米命名为“花田米”，贴“荒地”商标。做职业农民的这几年，让她体会到了高青大米规模化种植的

不易，原因是种植成本太高。

孙朝霞给记者算了一笔账：流转土地的承包费每亩1100元，育秧、插秧、肥料、农药、水电、人工费等加起来，每亩约2500元，加工、包装费用每亩约300元，粗略计算，产一斤大米的成本在4.5元—4.8元。

“即使卖到五块钱一斤，综合算来也是微利经营，但对于大米产业者而言，高青大米的口碑终究还是需要延续。”

提及高青地产的大米包装不能印“高青大米”字样一事，孙朝霞用“孤军奋战”4个字概括了自己的心声。

“其实，大家都想通过共同努力，将高青大米这一国家地理标志产品推向更高、更广的平台和市场。”孙朝霞说。

## 商标授权

高青地产大米  
难用“高青大米”促销

与“沂源红”苹果、“博山猕猴桃”等国家地理标志商标不同，在对高青大米产区的走访中记者发现，当地米业机构所售大米的品名和商标可谓五花八门，群雄逐鹿，品牌难成合力。

为何“高青大米”4个字不能为当地米业机构所用？

11月12日，高青县农业农村局党组成员、主任科员李斌告诉记者，作为国家地理标志产品的高青大米因引进黄河水浇灌而得名，是高青县的著名特产之一。2008年12月，高青大米与西湖龙井茶、库尔勒香梨等151件农产品一起获批国家地理标志商标认证。

“当年，‘高青大米’这一国家地理标志商标认证是由农业局牵头注册的，后因历史原因将商标授权给了当地一家企业使用，目的是为了将品牌优势转化为经济效益。”

李斌介绍说，此后，通过品牌化、公司化运作，不仅提升了高青大米的内在品质，更使高青大米有了输港的经历和进入都市商超的资格。同时，品牌建设使商品增值，促进了当地经济的发展，提高了农民的收入。

众所周知，地名商标是指将行政区划的地理名称或其他地理区域的名称、历史地名或者开辟的新城作为文字商标的内容或主要内容进行使用或予以注册的商标。《商标法》规定，县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标。但如地名具有其他含义或者作为集体商标、证明商标组成部分的除外，已经注册的使用地名的商标继续有效。

同时，记者调查发现，目前，制约高青大米产业发展的，不仅仅是当地米业机构群雄逐鹿，品牌难成合力的问题。

11月12日，高青县农业农村局综合业务科主任张军告诉记者，根据数据显示，早在2010年，包括芦湖街道、木李镇、常家镇在内的沿黄种植区水稻的种植面积约为3万亩，至2017年，该区域的水稻种植面积减缩至2571亩。

“在2017年以前，当地农民种植水稻可以领到每亩地10元钱的稻种补贴，随着种植面积的逐年缩减，自2017年后，政府停发了这项补贴。水稻种植面积缩减的主要原因是大米种植比较效益低，在没有财政支持的情况下，农民自然会选择种植经济效益更高的农作物。”张军说。

近年来，高青县将生产安全优质的绿色农产品作为农业发展的主导方向，品牌农业建设和优质农产品开发已步入快车道。在绿色农产品日渐成为消费市场新宠的当下，作为国家地理标志产品的高青大米不仅拥有多年来的良好口碑，更具有广阔的市场前景。深耕产业、做大做强，不仅是当地米业从业者的心声，也是当地百姓心中的期许。