TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Na Chi Lăng, nông sản mũi nhọn của tỉnh Lạng Sơn đã xây dựng thương hiệu như thế nào?

13:41 30/08/2022

Na Chi Lăng đã trải qua gần nửa thế kỷ để trở thành mặt hàng nông sản mũi nhọn của tỉnh Lạng Sơn. Loại quả này đã gây dựng được thương hiệu vững chắc, giúp nhiều bà con nông dân vùng cao đổi đời và được kỳ vọng tiếp tục thành công hơn trong thời gian tới.



Ảnh minh hoạ internet.

Chất lượng làm nên thương hiệu

Chi Lăng là một trung tâm kinh tế quan trọng của tỉnh Lạng Sơn. Chi Lăng không chỉ phát triển các sản phẩm nông nghiệp, sản xuất nông nghiệp mà còn kết hợp phát triển mô hình du lịch nông nghiệp bền vững. Trong đó, nổi bật phải kể đến mô hình du lịch, phát triển nông nghiệp gắn liền với sản phẩm "Na Chi Lăng".

Vùng sản xuất Na Chi Lăng tập trung chủ yếu ở các xã Chi Lăng, Mai Sao, Thượng Cường, Vạn Linh, Y Tịch, Hòa Bình, thị trấn Chi Lăng và thị trấn Đồng

Mỏ. Diện tích ước đạt trên 2.300 ha, sản lượng ước đạt 20.000 tấn (bao gồm cả na rải vụ), doanh thu ước đạt khoảng 700 tỷ đồng.

Cây na rất hợp với khí hậu, thổ nhưỡng của vùng đất Chi Lăng. Na trồng ở đây mắt to, ăn có vị ngọt, thơm, cùi dày, ít hạt, nhiều thịt, hàm lượng dinh dưỡng cao.

Vì cây na chủ yếu được trồng trên vách núi đá cao vút, nên để thu hoạch những trái na từ trên đỉnh núi xuống, người dân nơi đây đã chế tạo ra những chiếc ròng rọc chạy từ trên cao xuống tận chân núi. Dây cáp để tời na xuống núi là hai đoạn dây song song móc vào vành xe đạp. Hai sọt na được đu xuống, dây cáp lại kéo hai sọt rỗng lên. Cứ thế na được vận chuyển nhanh chóng, an toàn xuống tận chân núi cách đỉnh hàng trăm mét thẳng đứng. Chính vì na được hái cách đặc biệt như thế , nên nhiều người ví von rằng lên Chi Lăng được ăn na đu dây.

Na vừa hái xong được tập kết ngay tại chân núi và phân theo kích cỡ rồi đóng vào thùng xốp. Cứ một lượt na lại được lót một lượt giấy báo để tránh cho na bị dập, nát. Các chủ buôn chỉ việc cho thùng lên xe tải, chở đi khắp các vùng miền trong cả nước.

Đẩy mạnh hoạt động kết nối tiêu thụ sản phẩm

Na Chi Lăng trở thành thương hiệu của tỉnh và nổi tiếng khắp cả nước, giúp nhiều người dân không chỉ xóa đói, giảm nghèo mà còn "ăn nên làm ra".

Thời gian qua, việc tiêu thụ na trên địa bàn huyện cơ bản được các thương lái thu mua vận chuyển đi các tỉnh lân cận. Bên cạnh đó, một số hộ dân cũng đã quảng cáo, bán hàng trên mạng xã hội cũng như sàn thương mại điện tử như voso.vn, postmart.vn.

Hiện nay, na Chi Lăng có mặt tại nhiều siêu thị, trung tâm thương mại lớn trên cả nước. Trung Quốc cũng là một thị trường tiềm năng của na Chi Lăng nhưng đang qua đường tiểu ngạch. Trong thời gian tới, huyện Chi Lăng nói riêng và tỉnh Lạng Sơn nói chung mong muốn thúc đẩy mở rộng xuất khẩu sang Trung Quốc bằng con đường chính ngạch, hướng tới xuất khẩu sang các thị trường khó tính trên thế giới như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia...

Để đẩy mạnh hoạt động kết nối tiêu thụ sản phẩm, tỉnh Lạng Sơn đã có những giải pháp, tìm đầu ra cho nông sản, tránh tình trạng được mùa mất giá. Với việc đa dạng và chủ động các hình thức xúc tiến thương mại, thay đổi phương thức bán hàng đi vào chiều sâu, sẵn sàng ứng phó với tình hình dịch bệnh trong tình hình mới, na Chi Lăng và sản phẩm OCOP tỉnh Lạng Sơn sẽ có đầu ra ổn định.

Hình thức đóng gói, bảo quản, dán tem truy xuất nguồn gốc cũng được chú trọng để lượng na tiêu thụ được nhiều hơn, mang lại giá trị kinh tế cao hơn cho người trồng.

Hà Trần