

■脚步丈量乡村 ■深度服务三农

核心提示

水果种植是我市依山就势发展起来的生态特色农业之一，在巩固脱贫攻坚成果、带动农民持续增收中发挥着重要作用。

但近年来，随着进口水果的“地产化”以及各地特色水果的异军突起，全国水果面积不断扩大、产量不断提升，行业“内卷”加剧：“蓝莓论克卖变论斤称”“桃李价格腰斩”“西瓜葡萄价格大跌”……各地水果价格坐上“过山车”，成为大家关注的话题。

重庆果业也无法独善其身——近几年来，我市柑橘、李子、梨子、枇杷等特色水果，价格波动明显，有的甚至出现了滞销。

重庆果业如何应对价格波动，持续健康发展？连日来，记者走进北碚、巫山、九龙坡、开州等地进行采访调查。

▲永川区五间镇3000亩西瓜基地。（受访者供图）

子。与过去不同，这次他把重心放在了培育精品上。为了种出高品质的桃子，王小林按照生态桃园生产技术标准，从种植、灌溉、施肥、病虫害防治、蟠扎修枝、杂草控制、农业废弃物处理等方面，进行标准化种植。

比如栽培技术上，他采用了技术难度更大的“Y字型”或竖型栽培技术，相比以往桃树挂果少了80%，但采光更好、营养更均衡，因而果子的大小、口感、品相更好。与此同时，果园采用了经过发酵处理后的有机肥，化学农药用量减少了90%以上。

经过近2年的培育，今年5月底，桃子初挂果，不到半个月，几千斤桃子销售一空。看到效益不错，王小林更加坚定了走精品水果之路：“今年再好好管理一季，明年争取卖上20元一斤。”

在巴南区二圣镇，集体村党委书记郑孝前也尝到了种精品梨的甜头。2022年，村里的梨园进行了标准化改造后，长出的果子大小更均匀，口感也更脆嫩多汁。如今，梨园的优果率从过去的30%提升到80%，梨子的均价从四五元一斤提升到七元，且供不应求，一亩梨园的收入增加了500元。

市农业农村委经作处处长詹灏表示，通过连续多年的品质结构调整和绿色生态种植技术的推广，我市涌现出永川五间西瓜、涪陵睦邻龙眼、梁平龙滩柚子、璧山七塘樱桃等一批精品果园，这些水果价格稳定，很受市场青睐。下一步，全市将鼓励引导业主，打造更多精品果园，走一条品质赋能产业健康发展的有效路子。

人无我有 品种是占领市场的“撒手锏”

与“王小林们”不同，江津区龙华镇燕坝村曹莉则通过不断对水果品种迭代升级，拓展广阔的市场。

走进曹莉的渝蜜橙种植基地，漫山遍野的柑橘树从山脚一直蔓延到山顶，呈现出勃勃生机。

“这些枝条全是去年2月嫁接的，一年时间就长到了一米多高，要是天公作美，今年丰收不成问题。”曹莉介绍。

曹莉曾从事过柑橘国际贸易，2017年她在广东国家柑橘

育种繁育基地工作，其中一项任务是对新品种、新品系柑橘进行选育。

“一般来讲，一个品种也就火三四年。”曹莉介绍，2017年是沃柑的高光时刻，一斤能卖8至10元，但没多久价格就稳不住了，最低时地摊价仅为几毛钱一斤，“物以稀为贵，种的人多了，价格自然便宜！”

她认为，要持续占领市场，就必须不断对品种迭代升级。

江津是我市柑橘种植优势区之一，其中江津广柑在全国久负盛名。在此基础上，当地选育出江津锦橙、长叶橙、长叶香橙等柑橘品种。由于同质化严重，当地柑橘逐渐丧失优势。因此，江津提出了以品种为引领的柑橘振兴计划。

2020年3月，曹莉从当地一种植户那里听说龙华镇的长叶橙果园发现了一株甜橙芽变，她觉得有可能会从中选育出一个柑橘新品种。于是她来到龙华镇挑选了10多根枝条做新品种稳定性等试验。经过三年多的观察和培育，渝蜜橙新品系成功问世。

“这种柑橘吃起来甜而不腻，还有蜂蜜味。”曹莉说，渝蜜橙作为长叶橙的后代，不仅有无核、多汁、个大、丰产等优点，而且成熟期长，从12月挂果可以持续到次年5月，大大延长了果子鲜食和加工的周期。

由于品质好，曹莉种植的渝蜜橙如今一个均价近10元，今年刚上市就受到沿海市场的抢购。她说，目前，她们正向农业农村委申请柑橘新品种保护，明年有望大面积推广种植。

九龙坡区西彭镇真武宫村的“向葡萄”是我市发展较早的葡萄种植企业之一，向权是这家企业的负责人。26年来，向权在全国引种了100多种葡萄新品种，最终大规模推广种植其中的20多个品种。

“这20多个品种也会不断优化、更新。”向权说，结合市场反馈，他们淘汰掉“金手指”，新增了“妮娜皇后”等品种。目前，基地仅有8个葡萄品种，但都属于人无我有的优质品种，受市场影响较小，均价保持在40元以上。

“下一步，我市将整合科研创新力量，鼓励‘土专家’、‘田秀才’加强品种繁育，着力解决品种多而不强、有而不大的问题。”

同时迭代升级一批具有重庆辨识度的小水果新品种、新品系，牢牢掌握特色经果产业发展的主动权和销售的话语权。”市农业农村委种业处处长白洁说。

打造“爆品” 加工是水果价值的“放大器”

同样是水果种植大县的巫山，用精深加工来提升脆李的附加值。

巫山脆李有上百年的种植历史，经过不断升级发展，已成为我市一张特色水果“金名片”，带动超2万户果农增收，品牌价值达27.64亿元，位居全国李类品牌价值榜第一。

此前，巫山脆李也曾遭遇过“成长的烦恼”。

2020年7月，巫山脆李上市销售的旺季遭遇了连续暴雨，暴雨打落了不少果子，李子裂果现象也较为突出，影响了产量，果农们损失不小。另一方面，当年贵州蜂糖李大举进攻重庆市场。面对内忧外患，巫山召开脆李发展专题研讨会，其中一项议题便是如何发展脆李的深加工。

作为参会代表的邱立印象深刻。“当年巫山脆李地摊均价由七块多降到了五块，还有十七八万亩脆李没投产。如果这些果子全部挂果，脆李价格势必会继续下跌。要保证果农的收益，得有加工。”

当年，巫山便成立了国有平台公司重庆振兴农业集团，开展脆李的深加工，邱立担任副总经理。公司经过一两年的研发，借鉴白兰地的工艺，推出了脆李酒。

今年2月，巫山脆李特色加工产业园成功建成，产业园新建的3条生产线可生产脆李酒、脆李饮料、脆李面膜、脆李月饼和脆李果脯等衍生品。

邱立告诉记者，一条生产线一小时能“吃掉”10吨李子，平均20斤脆李可酿1斤脆李酒，一瓶500毫升的脆李酒价值400多元，相比过去价值提升了近20倍。更重要的是，有了加工兜底，残次果也能变废为宝，同时李子鲜销的价格也更有底气，今年地摊均价稳定在7块多，鲜果零售价最高30元一斤。

依托加工，重庆瑞航生物科技有限公司也打造了多款蓝莓“爆款”产品。

公司总经理向可怀说，为了应对蓝莓产业扩张导致的价格“大跳水”，公司投资约1.2亿元，上马了6条生产线和一个最大库容量为1万吨的冻库。如今，蓝莓NFC果汁、蓝莓酒、蓝莓酱等高附加值产品相继问世，价格较鲜果提高了10多倍。

目前，全市爆款“土特产”已先后具备精深加工能力，比如以梁平柚为原料精深加工的奇爽、柚小仙，柠檬加工的汇达、檬泰生物，柑橘加工的森美橙汁、派森百、新橙元等。

“接下来，我们将鼓励引导加工企业加快特色水果衍生品的开发，力争打造一批‘爆品’，提升重庆特色水果尤其是柑橘、柠檬加工在全国的影响力。”市农业农村委加工处处长张新说。

重庆果业如何扬长避短 水果价格坐上「过山车」

□新重庆-重庆日报记者 赵伟平 实习生 吴金楷

垫江县长龙镇龙田村水果种植大户谭建明很纳闷，同样种的是黄桃，为啥自己的桃子只要两三元一斤还不好卖，亲戚王小林家的桃子卖15元一斤，还供不应求。

土壤条件相似，桃子品种也差不多，巨大的价格差，是因为果子品质的不同。

人有我精 品质是价格的“稳定剂”

7月3日，记者走进位于北碚区东阳街道西山坪村王小林的桃园，他领着工人在果园施肥、蟠扎枝条，树上早已没有桃子的踪迹。“开园不到半个月，就被一抢而空。”王小林说。

近几年，种水果的人多了，产量大幅增长，价格跌宕起伏，“要想不受影响，还得靠品质。”他说，走品质之路，也是吃了两次亏后做出的选择。

王小林是合川区草街街道桂林村人。初中毕业后，他便跟着父亲学种桃子。“那时候，种桃的农户不多，桃子在当地很畅销。”

看到效益可观，王小林把桃园的面积扩大到20多亩。但好景不长，2010年前后，村里种桃子的农户增加到10多户。同时，由于过度施肥、管理不到位等因素，桃子的品质不高，价格也一再滑落。无奈之下，王小林改种枇杷。

与种桃一样，由于起步早，王小林的枇杷贵的时候卖过40多元一斤。但到了2020年，他家的枇杷价格随着市场大起大落。“小年一斤能卖20多元，大年只能卖五六元。”

当时，北碚区东阳街道提出了发展精品水果的规划：打造20个都市精品果园，其中以毗邻北碚城区的西山坪村为重点。

得知消息后，王小林到西山坪村流转了60亩林地种植桃



▲5月20日，大足区智凤街道福寿社区的生态果园，市民采摘桃子，满载而归。 通讯员 黄舒 摄/视觉重庆

记者手记

种植户要学会讲好水果故事

□赵伟平

近年来，随着直播带货的兴起，不少种植户拿起手机、自拍杆等“新农具”，在田间地头带货自家的水果。

好吃的水果满大街，消费者凭啥选中你家的水果？背后考验的，不仅是水果的品质，还有种植户讲故事的能力。

处在情感交互时代的我们，不光是消费产品，更注重消费体验。

江津柑橘种植大户贺君丽开展果树认养，定价520元，给果树赋予了更多爱的意义：经历春耕、夏养、秋护、冬收，一个个柑橘从小小的果实慢慢变得圆润、饱满，这个过程，如同满怀爱意期待孩童的成长。最后认养人能收获果树上的所有果子，获得爱的回报。

每个人心里都有一抹乡愁，城市居民向往田园生活，渴望亲近自然，“对他们来说，

在乎的也许从来不是那一篮柑橘、一袋米，而是‘诗和远方’的美好意境。”贺君丽说。

7月8日，网名为“水果匠人·李小满”的微商，在记者所在小区群发了一则“3斤荔枝158元”的网购信息，很快就有十多人响应跟单。

市场上一斤荔枝最贵也就20多元，为啥消费者会为50元一斤的“天价荔枝”买单？“李小满”的秘诀是讲清楚产品的来龙去脉：产地是哪，果园环境会发到群里，还有农残检测结果等信息。这款荔枝是他实地考察了多家果园，品尝了几十个品种后推荐的。

因此，无论是种植端还是经销商，要在市场中突围，讲好每种水果的故事，才能让消费者对待字闺中的“土特产”留下深刻的记忆，才能让“土特产”有更多的“文化味”，进而满足消费者心理上的愉悦。



▲7月4日，巴南区二圣镇集体村梨园，游客感受采摘乐趣。 通讯员 刘纪涓 摄/视觉重庆



▲7月5日，市民在九龙坡区西彭镇真武宫村采摘葡萄。 记者 赵伟平 摄/视觉重庆