

外地柚价格高却颇受市民欢迎卖得更好，占据柜台“C位”——

重庆地产柚如何“出圈”

重报调查

●眼下，柚子是重庆水果市场的主角之一。然而，福建、海南等地柚更受欢迎——与地产柚相比，它们价格更高，卖得更好，站上了柜台的“C位”

●我市有全国“三大名柚”之一的梁平柚，有荣获“中华名果”美誉的长寿沙田柚，开州、巫溪、铜梁等区县也开始对柚子进行规模化种植，为何没能在市场上展雄风

●特色差异化是我市柚子产业发展突破口，其中首要的是加强科技攻关，对柚子品种进行改良和提质



11月28日，长寿区邻封镇，田间直播、打包发货，柚农们忙得不可开交。

记者 齐岚森 摄/视觉重庆

■新重庆-重庆日报记者 赵伟平

眼下，柚子是重庆水果市场的主角之一。然而，记者调查发现，福建、海南等地柚更受欢迎——与地产柚相比，它们价格更高，卖得更好，站上了柜台的“C位”。面对外地柚的竞争，地产柚该如何应对？如何因地制宜，走出特色化、差异化发展之路？近日，记者就此进行了调查。

地产柚与外地柚遭遇“冰火两重天”

11月20日上午，渝北海国际农产品交易中心人山人海。金黄的柚子层层叠叠，吸引了一拨拨市民驻足挑选。走近一看，这些柚子大多来自福建、海南、广西等地，基本看不到地产柚的身影。

“现在一天要卖出一两吨外地柚子。”水果批发商王国兵说，福建柚个大皮薄肉厚，水分足且酸甜适中，市民最喜欢。

在永辉、重百、新世纪、沃尔玛等商超，以福建蜜柚为代表的外地柚被摆在显眼位置，地产柚则踪迹难寻。今年福建红心蜜柚价格略有下降，每斤售价在4元左右，它们多以塑料袋或布袋精心包装。渝北西区永辉超市一负责人说，他们也试过拉几车地产柚回来集中投放，但最后效果不太理想。

双福国际农贸城相关负责人杨扬分析，福建年光照约1900小时，柚子亩产有两三千斤，在产量、水分、个头上都占尽优势。

势。更重要的是，福建柚子产业化、基地化程度高，高标准出口基地有20多万亩。其在营销上也舍得投入，仅福建平和县就在全国建立了2000多个销售网点，还把柚子推介会、柚子节开到北京、上海等地，培养了一大批忠实消费者。

地产柚更多则采用自产自销模式。梁平区合兴街道龙滩村的柚子种植大户秦伦清说，她种植的10多亩梁平柚基本以“旅游+采摘”模式自产自销，均价3元/斤。

得益于进村公路的升级改造，近年来，长寿区邻封镇邻封村七组的魏明华不再把柚子背到镇上去卖，主要靠亲朋好友的“吆喝”，她家的柚子现在按树龄分级销售，平均一个柚子8元钱。

相比梁平柚、长寿沙田柚等地产名柚，我市一些不知名的地产柚则举步维艰。今年荣昌区观胜镇银河村村民何天星家的10多亩柚子再次迎来丰收。何天星却高兴不起来，果树从2019年初挂果以来连年增产，柚子的收购价却从最初的每斤2元跌到了今年的8角，“主要还是没有品牌。”

记者走访发现，地产柚的自产自销模式虽在一定程度上解决了销路问题，但其单价与外地柚相比还是不尽人意。

品质、品种差距导致地产柚在竞争中落败

事实上，我市的柚子产业有一定基础。在品种上，有全国“三大名柚”之一的

梁平柚，有荣获“中华名果”美誉的长寿沙田柚，以及丰都的红心柚、巴南的五步柚、垫江的黄沙白柚等。近年来，开州、巫溪、铜梁等区县在发展特色产业的过程中，从福建等地引进了琯溪蜜柚等品种，进行规模化种植。

但快速发展的地产柚为何没能在市场上展雄风？

“客观原因是受制于规模和产量。”市农技推广总站相关负责人孔文斌介绍，2023年，全市柚子种植面积61.8万亩，产量50.93万吨，“不管是面积还是产量，都不如福建省的平和县。”

同时，品质不高也是重要因素之一。他举例说，梁平柚虽然是全国三大名柚，但苦味、麻味偏重；长寿沙田柚口感偏甜，但果肉和果皮比较紧，加上籽粒多吃起来比较费力；丰都红心柚味道不错，但三分之二是果皮，皮厚肉少让一些消费者难以接受。

同时，全市柚类生产多为农民自发种植，企业经营业主投入少，种植标准参差不齐；从成熟期看，本地柚多在11月初成熟，比全国其他主要柚类晚熟一两个月，与中熟柑橘销售形成竞争。总的来说，多种因素的叠加导致我市地产柚在与外来柚的竞争中败下阵来。

科技攻关与延长产业链成“突破口”

那么，重庆地产柚该如何“出圈”？

“特色差异化是发展突破口，其中首要的是加强科技攻关，对柚子品种进行改良和提质。”孔文斌说，细心的市民会发现，近两年来，梁平柚的苦味和麻味淡了不少，这得益于当地联手中国柑橘研究所对柚子品种进行改良和提质，降低了梁平柚的苦味和麻味。目前，他们正通过杂交等多种方式培育新品种。

同时，延长产业链、提升价值链也是地产柚的出路之一。去年，重庆推动制造业高质量发展大会确立“33618”现代制造业集群体系，将食品及农产品加工产业作为三大五千亿级支柱产业之一，看到机遇的加工企业纷纷布局抢占柚子深加工市场。

不久前，在第七届长江三峡（梁平）国际柚博会上，梁平发布了一系列以梁平柚为原材料的新产品，包括双柚汁、梁平柚中式小麦精酿啤酒、柚子冰薄、柚韵柚子挂面等，深受消费者喜欢。

截至目前，该区从事柚子产品深加工的企业有20多家，延伸出20多个产品大类，开发出200多款产品，产品远销欧美等市场，通过深加工让鲜果价值提高好几倍。

此外，打好“文化牌”也非常重要。重庆柚子有200多年的种植历史，其中以梁平合兴街道龙滩村的2000多棵百年柚树和垫江黄沙镇的白柚最为出名。当地深挖百年柚树故事，举办柚花节、采柚节等，通过农文旅融合让柚子产业“接二连三”，带动更多农户吃上了“旅游饭”。

发展蔬菜种植⇨引进净菜加工⇨蔬菜边角料养鱼

高山苗村的生态循环农业“小账本”

■新重庆-重庆日报首席记者 陈维灯 实习生 郑君兴

近日，彭水苗族土家族自治县诸佛乡庙池村，沐浴在初冬的阳光下。趁着天气晴好，不少村民在地里忙碌着。

“这几天抓紧把400多亩菜头种完，争取在明年春节前把十几万斤生态鱼卖完……”庙池村党支部书记何文忠盘算着年前村里紧要的事。

近年来，庙池村采用“公司+合作社+农户”的模式，带动庙池村及毗邻的治安村村民以土地入股保底分红的方式参与产业发展。在此基础上，当地将蔬菜边角料加工成鱼饲料养殖生态鱼，养殖尾水经过处理后用于灌溉，既解决了蔬菜种植的用水问题，也减少了对周边环境的污染，形成了一举多得的生态循环农业。

村民土地入股每亩分红超过3000元

地处武陵山区腹地的庙池村，一度偏闭塞、土地贫瘠。

如今，庙池村发生了翻天覆地的变化，村里的苗家特色民居生意兴隆，蔬菜、水果、中药材等特色产业蓬勃发展，以苗族为主的16109名村民过上了幸福生活。

变化是如何发生的？

“以前，如何带领村民增收、发展什么产业，是最让我头疼的事。”何文忠介绍，为此，庙池村请来了四川农业大学、重庆市中药研究院的专家来村调研两个月，“专家建议因地制宜发展中药材、蔬果和生态养殖”。

于是，庙池村引进龙头企业流转闲置地，采取“党支部+公司+合作社+农户”的发展模式，打造中药材产业，取得了不错的效果。

随后，庙池村又按中药材产业发展的模式，发展蔬菜产业，让“资源变资产、资金变股金、村民变股民”。

“我们采取套种、轮作、间作等方式种植南瓜、菜头、辣椒等蔬菜作物，今年长势都不错，地里已经收了好几茬。”田埂上，庙池村高石坎种植养殖专业合作社社长李锦江拿着小本子细数算着：南瓜收了350吨、菜头收了360吨、辣椒收了50余吨，“四季度种的400多亩菜头还能收800吨左右，按一斤0.5元算，也能卖80万元。今年每亩地的分红能超过3000元”。

不仅如此，截至目前，庙池村村集体经济组织今年已支付村民劳务费用近80万元。

引进净菜加工厂促蔬菜产业发展

蔬菜产业蓬勃发展，但也产生了新的问题。

“每年产出的蔬菜越来越多，运输成了大问题。”何文忠介绍，庙池村距彭水县城近两小时车程，且进出村子均为村道，大型运输车辆很难到达，小型货车即使多拉快跑也难以满足蔬菜采收的需求，“辛辛苦苦种出来的好东西，总不能烂在地里。”

怎么办？多方考察后，何文忠与在外打拼多年的庙池村村民张儒斌取得了联系，由张儒斌投资在村里建起净菜加工厂，建成净菜加工流水线两条。

2020年，净菜加工厂投入运营后，庙池村每年产出的蔬菜实现了就地加工。

随着近两年庙池村蔬菜产能的扩大，净菜加工厂产能已无法满足加工所需。

“更多蔬菜运往善感乡，在那里加工成净菜。”张儒斌介绍，2022年，他在彭水善感乡建设了拥有20条果蔬加工生产线的净菜加工厂，每天可加工净菜300吨，年产能达到15万吨左右。

“净菜加工厂”带动了蔬菜产业的发展，倒逼蔬菜产业向市场化、规模化、集约化发展。”何文忠介绍，庙池村已引进蔬菜大棚种植技术，建设了库容5000余立方米的冻库，力争明年蔬菜产量实现翻倍。

蔬菜边角料养殖200余万尾生态鱼

就在村民们忙着种菜头之时，60岁的村民李乾银用三轮车拉着两袋南瓜来到位于村里垭口的冻库旁。

冻库外的空地上，摆放着成百上千袋南瓜，不少南瓜已腐烂。“等南瓜把水完全渗出，就可以打碎成粉，与苞谷粉、草粉合在一起加工成鱼饲料。”说着，李乾银开动身旁的一台机器，将混合原材料逐一加入机器的料斗中。

机器轰鸣声中，一颗颗黄豆大小、呈土黄色的鱼饲料被加工成型。“不仅是烂南瓜，各种蔬菜的边角料我们都拿来加工成鱼饲料。”李锦江说，庙池村每年产出的蔬菜中，约有160吨因腐烂、品相等原因无法送入净菜加工厂，“以前，这些蔬菜边角料要烂在地里，要么就喂鸡鸭了，大部分都浪费了。”

何文忠等村干部经过多方考察，再结合村里的实际情况，决定引进机器，将蔬菜边角料加工成鱼饲料，在村里发展生态鱼养殖。

庙池村龙桥湾鱼塘，水面面积近15亩，养殖着裸鲤、草鱼、花鲢等经济鱼类。类似的鱼塘，庙池村还有多处，总面积超过80亩，养殖着200余万尾、20余万斤生态鱼，年产值近百万。

李锦江介绍，80余亩鱼塘是村里重要的灌溉水源，“庙池村地处喀斯特地貌区，缺水。养殖尾水经过处理后用于灌溉，既解决了蔬菜种植的用水问题，也减少了对周边环境的污染，形成了一举多得的生态循环农业。”

政务简报

- 12月2日，全市工会工作务虚会召开，市人大常委会副主任、党组成员，市总工会主席陈元春出席会议并讲话。（记者 杨妮紫）
- 12月2日，全国首批大学生法治宣讲活动暨重庆市“宪法宣传周”启动仪式举行，司法部副部长胡卫列、重庆市副市长张安疆出席活动。（记者 黄乔）

王肃同志逝世

本报讯 原四川省重庆市政府机电技术顾问王肃，因病于2024年12月1日逝世，享年85岁。

王肃，男，汉族，重庆渝中人，1939年5月生，1959年12月参加工作，1959年12月加入中国共产党。

王肃同志1959年12月至1963年9月任重庆大学304、112专业教师；1963年9月至1966年1月任上海电器科学研究所技术员；1966年1月至1989年7月任机械电子工业部成都电焊机研究所科研计划科技术员、副科长，副所长、工程师、所长；1989年7月至1999年12月任四川省重庆市政府机电技术顾问；1999年12月退休（享受原四川省重庆市副厅级退休干部待遇）。

按照王肃同志遗愿和亲属意愿，丧事从简，不设灵堂，不送花圈，不举行送别活动。

（上接1版）

为“豪华”二字增加新的内涵，让重庆高端汽车品牌“弯道超车”，持续赢得市场。

以长安汽车为例，该公司旗下有阿维塔、深蓝和启源三大新能源品牌，其中阿维塔各款车型售价覆盖20万—45万元。深蓝、启源的绝大部分车型价格也上探到了20万—30万元区间。可以说，长安的新能源板块中，中高端车型已经成为绝对主力。今年1—10月，在高端化路线引领下，长安汽车旗下新能源汽车销量超53万辆，同比增长超45%，10月自主新能源销量更是超8.5万辆，创历史新高。

赛力斯方面，除了问界M9，该公司旗下问界M5、M7，价格均不低于25万元。今年1—10月新能源汽车累计销量达352724辆，同比增长310.99%。

政企协同推进品牌高端化

“重庆造”汽车品牌高端化，是政企协同写就的一篇“大文章”。

市经信委相关人士介绍，2018年底到2019年初，重庆市政府数次召集全市汽车行业的企业、学会、研究院，讨论产业转型，让智能网联新能源汽车发展方向成为共识。同时，重庆还提出建设世界级智能网联新能源汽车产业集群目标。

“我们支持长安、赛力斯等整车龙头，与华为等科技型企业强强联合，在技术、产品渠道等方面开展全方位跨界协同，大力研发中高端产品，全面提升品牌价值。”上述人士表示，重庆将智能网联新能源汽车纳入“33618”现代制造业集群体系中的3大主导产业之一，先后开展一系列专项行动计划，其中一个重要思路，就是更注重品牌跃升。

为此，重庆给出了一系列的政策“大礼包”，先后发布了《重庆市建设世界级智能网联新能源汽车产业集群发展规划（2022—2030年）》《重庆市促进汽车产业稳增长政策措施》等多个政策文件。顶层设计引导下，车企也全力以赴，探

索品牌脱胎换骨之路。就拿长安汽车来说，2018年前后，他们开始启动一系列改革。

以“项目跟投制”为例，每款量产车项目，长安汽车都让中层以上管理干部按照自愿原则进行投资，若完成市场指标，全额退还投资款，外加相应比例的激励和超额利润分红。再如，长安汽车对所有部门总经理及中高层管理人员解聘，重新选聘。此举打破了过去“能上不能下”的体制弊端，让能干的人有更大舞台。

长安汽车还实施科技创新工程，建立全球协同技术创新中心、全球联合产品创新中心等，推动新能源业务独立，有针对性地进行人才培养、引进和储备，累积核心技术。

这一套“组合拳”打下来，长安汽车具备了品牌“向上”的雄厚资本。2021年以来，国家接连出台政策，促进新能源汽车产业发展。长安汽车在短短三年内，推出阿维塔、深蓝和启源三大品牌，全车型超过10款，其中大部分售价超过20万元。

赛力斯“脱胎换骨”路线与长安汽车有所不同。多年前，赛力斯的前身小康股份主产微型面包车，售价一般在3万元左右，一台车利润为1000多元至3000元。2013年，该公司推出的东风风光系列销量不错，但依然属于中低端乘用车。2015年，东风风光系列销量开始下滑。

在这样的局势下，赛力斯跨出两步上演“绝地翻身”。第一步，动用大部分资源转型新能源。2016年1月，赛力斯在美国硅谷成立了SF MOTORS公司，并聘请特斯拉联合创始人之一的马丁·埃伯哈德担任公司战略顾问，开始累积新能源汽车技术。第二步，从2021年开始与华为进行深度合作，联手打造新的智能网联新能源汽车品牌——AITO问界。

张兴海透露，当时，无人驾驶、智能驾驶座舱等新技术、新功能正在兴起，华为在相关领域拥有丰富的经验和人才，并有意在汽车领域大展拳脚。

张兴海敏锐意识到，在智能网联新能源汽车时代，很多技术跳出了汽车本身，像

人工智能、物联网等，并非每个车企都擅长，通过跨界合作、各司其职，以汽车为核心终端，构建智能化的“生态体系”，是推动品牌“向上”的一条快车道。

赛力斯与华为一拍即合，成效堪称完美——高端新能源SUV问界M7仅用15个月就下线了第10万辆车，创下了当时最快达到10万辆车的新品牌纪录。

以产业生态夯实品质提升品牌

对于高端豪华品牌汽车而言，坚实可靠的质量是基础。重庆新能源汽车品质跃升，底层逻辑是制造水平的全面提升，以及依托创新链协同、产业链集聚培育起来的汽车产业新生态。

11月29日，位于重庆的赛力斯超级工厂，汽车总装线正24小时不间断生产问界M9等高端车型。

记者在现场看到，已经成型的车辆前后悬架，被运送到了主体生产线上，并与车身自动对准，进行合装，整个过程不超过10秒。

这座超级工厂拥有1600多台智能终端、3000多台机器人，通过协同运作，实现了总装车间自动化率行业最高、焊接过程自动化率100%、喷涂自动化率100%、全自动智能伺服压机线自动化率100%。

长安汽车数智工厂，也是一座类似的“未来工厂”。这座工厂最大的亮点之一，是采用5G最新技术和最新工控物联网技术，实现12000多台设备组网，采集效率达100万点/秒。该工厂也由此成为了全球汽车行业5G连接规模最大、性能最高的工厂。

记者注意到，赛力斯和长安汽车上述两座代表目前行业顶尖制造能力的工厂，投产时间相隔仅数月，这背后明显有着区域产业政策的推动。

市经信委相关人士介绍，我市通过“揭榜挂帅”方式推进智能网联新能源汽车等行业大脑建设，构建未来工厂转型体系，今年内培育5个行业产业大脑、8个未来工