

核心提示

时值7月末,巫山脆李大面积销售已接近尾声,丰收已成定局。

根据巫山县果业中心预估,今年巫山脆李整体单价较往年有10%左右的提升,14万余吨脆李销售额可达14亿元左右,将创下历史新高。

但巫山脆李的“雄心”绝非如此,在今年巫山脆李上市开园之际,我市明确提出:将“巫山脆李”品牌升级为市级区域公用品牌,以巫山为核心,整合万州区、开州区、云阳县、奉节县、巫溪县,合力筑牢“中国李第一品牌”地位,打造具有“重庆辨识度、全球影响力”的生态特色农业品牌和中国李现代产业高地。

“中国李第一品牌”如何坐稳?重庆日报记者采访了巫山脆李产业相关人士。



七月六日,巫山县曲尺乡,村民们正在忙着挑选脆李并装箱售卖。(本版图片除署名外均由记者尹诗语摄)

坐稳“中国李第一品牌” “巫山脆李”底气何在

■新重庆-重庆日报记者 栗园园

7月26日一早,天刚亮,巫山县庙宇镇长梁村里,数十名工人趁着暑气未盛,早早钻进果园,加快抢收晚熟脆李。

再有一周时间,整个巫山脆李销售就将进入尾声。站在果园中,种植大户覃传德向记者

算了一笔账:120亩脆李,已销售14万斤,预计还将销售11万斤,总产值超过百万元。

“今年气候好,是个丰收年。脆李地头收购价每斤达四五块,高的甚至卖到每斤20多元。”覃传德笑呵呵地说。他种植脆李有十余年,曾被评为市级劳模。

今年,对巫山脆李来说是个风调雨顺的好

年头,日照充足、雨水充沛,没有遭遇裂果,果实品质在近几年都属上乘,连带着价格也水涨船高,单价普遍提高10%左右。

在接下来的一个月里,这份丰收的喜悦还将逐步延伸到巫溪、万州、开州等区县的脆李果园中,在炎炎夏日给果农心中带去一丝甘甜。

李“打败”梨 成为全市第二大水果

据最新统计数据,目前我市李子总面积达到141.8万亩,年产量近100万吨,综合产值突破110亿元,带动近50万农户人均增收5000余元,“小李子”做成了“大产业”。

2014年之前,全市第二大水果“宝座”上“坐”的还是梨子,它的种植面积仅次于柑橘,超过60万亩。而李子屈居第三,面积在40万亩以上。

“重庆早先种植的中晚熟品种黄花梨品种退化,发展的早熟梨单产、品质与浙江、福建等产地有差距,价格也没有优势。”市特色水果产业技术体系创新团队首席专家、市农技总站副站长孔文斌说,通过市场分析,我市将目光放在了有市场发展空间且有发展基础的李子上。

2014年,重庆决定把李子打造成第二大水果后,全市李子产业开启了规模化、标准化、集约化、产业化、生态化发展之路,面积迅速扩张。

此时,我市以青脆李系列为主的李子,在海拔175米长江沿岸河谷地区到2000米以下的大娄山和大巴山区都有分布。特别是巫山县,总面积已有6万亩左右。

巫山县果业中心主任刘仁鹏说,自

2005年起,巫山就将脆李产业作为三峡移民安稳致富的主要产业,在曲尺乡重点发展。“当时,市里的专家通过果树芽变,帮我们筛选出了更优质的品种,品种表现很好,老百姓也赚了钱。”

更关键的是,在以巫山为代表的三峡库区,沐浴着充足光照、吹着湿润江风长大的脆李,品质极为上乘。

孔文斌说,在整个重庆范围内,光照资源最丰富的就是三峡库区,以巫山为例,年光照可达1500小时。“所以三峡库区的李子,在充足日照、明显的昼夜温差条件下,更好地积累了糖分及营养物质,水分足、酸甜适度、离核化渣。”

因此,经过多年发展,我市相继培育出巫山脆李、巫溪晚李、万州粉黛脆李、开州金翠李等脆李系列产品。

品牌突围 “巫山脆李”声名鹊起

随着脆李种植面积的扩大,果子不耐储运、保鲜期短的特点,成为产业发展壮大的掣肘。

由于种植面积扩大,拓展消费市场成为产业发展不得不考虑的问题。但拓展消费市场,势必会增加运输环节及时长,这就很难保证李子“脆”的口感,而“脆”,恰恰是巫山脆李的核心竞争力。

作为脆李重点发展区县,巫山县一直在思考如何突破脆李销售的时空限制。2019年,巫山机场的通航打开了巫山人的新思路。

当时,作为巫山对口协作市的山东烟台已有了“大樱桃航班”,巫山县商务委副主任陈辉曾去考察过。“大樱桃跟脆李类似,都是经济价值较高,同时对保鲜要求特别高的水果,他们的成功经验,让我们有了开通‘脆李航班’的想法。”陈辉说。

这一想法,与巫山邮政以及巫山机场不谋而合。

2022年,经重庆邮政的全力协调,由中国邮政航空申请航线,派出了货机,第一季“脆李航班”于当年7月2日正式启航,脆李产地直飞的梦想终于变成现实。

“脆李航班”的启航,让巫山脆李实现了全国1000多个城市“次日达”,这些城市消费者尝到的脆李,与采摘时的口感相差无几。

与此同时,这也是一场极其成功的营销案例。“脆李航班”启航当天,铺天盖地的新闻报道,让相关话题很快冲上微博热搜榜,巫山脆李借势“出圈”了一把。

刘仁鹏坦言,“巫山脆李”之所以能够从全市乃至全国李子中脱颖而出,宣传、营销是成功的关键。

近年来,通过参加“国家品牌计划”广告精准扶贫项目,以及品牌推介、营销,“巫山脆李”先后获得“中华名果”“全国优质李金奖”“农产品地理标志商标”等荣誉,品牌价值水涨船高。今年脆李上市前夕,“巫山脆李”品牌价值更是突破100亿元,连续7年位居全国李品类第一,稳坐“中国李第一品牌”,成为全市土特产一张闪亮的“金名片”。

今年巫山脆李上市开园当天,巫山更是开启“水陆空铁”多式联运,出动无人机、机器狗等物流高科技,再次吸引了众多消费者眼球,成为一年一度的“网红水果”。

品牌的“出圈”,直接带动了巫山脆李的畅销。据介绍,“巫山脆李”品牌溢价能力已超过30%,还供不应求。

抱团发展 合力筑牢“中国李第一品牌”地位

巫山脆李产业的快速发展,加上市级层面的支持,目前全市“巫山脆李”的品牌种植区面积已达到79.8万亩,产量55.6万吨,产值50.7亿元,全产业链综合产值77.7亿元。

此次,我市提出将“巫山脆李”升级为市

级区域公用品牌,以巫山为核心,整合万州区、开州区、云阳县、奉节县、巫溪县等相似生态区域资源,合力筑牢“中国李第一品牌”地位,决心将我市打造成中国李现代产业高地。

记者采访了解到,对于能搭上“巫山脆李”品牌这辆“快车”,各区县都持积极态度,认为对脆李产业发展十分有利。

来自巫溪县的重庆市善作生态农业有限公司负责人曾昌说:“抱团发展对大家都是好事,但要持续擦亮‘巫山脆李’品牌,品质很关键,需要各个区县都用心守护。”

曾昌是四川人,8年前被巫溪县引进发展巫溪晚李600亩,与此同时他还经营着川渝柑橘、脆李、桃子等水果蔬菜的出口业务。

由于在川渝两地都种植过脆李,且在西南地区收购脆李,曾昌对巫山脆李品质十分肯定:“受长江沿线小气候影响,巫山脆李风味好,且品质相对稳定,是一个好产品。”

他认为,“巫山脆李”品牌授权后,各地生态、环境的差异,势必会导致脆李品质的差异,这对维系品牌美誉度是个不小的挑战。

曾昌说,这就需要相关专家针对各个区县筛选不同的适宜品种,并通过土壤有机质含量、菌群含量、氮磷钾等微量元素含量的调整,搭配合理的用药用肥技术,尽量做到种出的果子品质稳定、统一。

目前,在“巫山脆李”品牌种植区中,万州区种植面积仅次于巫山,达到14万亩,但脆李销售价格上跟巫山仍有差距。

万州经济作物发展中心副主任何锦辉介绍,万州要利用“巫山脆李”市级区域公用品牌影响力,把当地脆李产业做好做强。“每年6至7月雨季造成脆李裂果,是三峡库区脆李种植面临的普遍痛点,未来我们将通过品种培育、避雨设施推广等方式,助力提升万州脆李品质。此外还将加大对脆李分选、冷链物流方面的支持,让更多优质优价的李子走上市民果盘里。”

詹徽说,此次品牌升级后,将从市级层面在政策、资金等方面,加强对巫山脆李产业发展的政策支持,比如说品种改良、适度扩面、增加避雨设施、增加水肥一体化等,助力巫山脆李产业更加现代、高效。

此外,通过市级统一规划,计划在几个区县对巫山脆李进行早、中、晚熟品种的合理布局 and 搭配,每年实现6至9月鲜果均衡上市,通过拉长收获期,占领全国更大的市场。

根据行动规划,到2027年底,我市将在巫山脆李现有品牌种植范围内,通过对土地资源的整合、利用,将种植面积从80万亩稳步拓展至90万亩,实现综合产值120亿元,品牌价值超200亿元,打造中国李现代产业高地。

巫山脆李产业发展有了“三年计划” 预计2027年品牌价值超200亿元

本报讯 (新重庆-重庆日报记者栗园园)7月29日,重庆日报记者从市农业农村委获悉,我市已于近日印发了巫山脆李产业高质量发展行动方案(2025—2027年),将通过品种培优选代、品质提升增效、品牌影响跃升、全链融合发展、经营主体培育、科技创新赋能、政策服务保障七大行动,扶持巫山脆李产业发展壮大。

市农业农村委经作处处长詹徽介绍,巫山脆李是重庆依山就势发展生态农业的一个典型样板。通过多年发展,巫山脆

李从品种、品牌、品质上都已具备一定优势。

“在此基础上,我们想继续扩大它的影响力,提高产能,占领更大的市场,所以决定整合三峡库区6个区县的力量,把‘巫山脆李’品牌升级为市级区域公用品牌来打造。”詹徽说。

事实上,2018年起,我市就以巫山为核心,整合巫溪、奉节、云阳、万州和开州等地合力打造“巫山脆李”品牌,拓展品牌种植面积,目前已接近80万亩。



首次采用“空空联运”的巫山脆李,实现了全国1000多个城市“次日达”。
通讯员 陈久玲 摄