

瓯柑文化节、瓯柑数字化平台、瓯柑饼…… 温州瓯柑何时能苦尽“甘”来

温州人家喻户晓的瓯柑,并不是所有人都吃得习惯。瓯柑属于柑橘却口味特别,吃一瓣,嘴里猛地一阵苦味,舌间发酸,再回过神,才觉知有点甜。

每年12月开始,瓯柑开始大批量上市。笔者关注到,除了寻常售卖外,今年瓯柑市场还有新变化,比如衍生出瓯柑饼、瓯柑汁、瓯柑茶等新产品。不久前,温州还举办瓯柑文化节,启动瓯柑数字化平台等,大有振兴产业发展之势。

特产水果代表地域特点、人文历史,也体现了农业产业化水平。眼下,温州瓯柑发展如何? 背后有哪些“甜”故事? 笔者对话农户、企业代表、研究专家及相关部门,多方寻找答案。



游客体验水上集市活动。

历史悠久的温州果

在温州市区万源路一家水果摊,新上市的瓯柑个头不小,顶部还冒着鲜绿,每公斤售价16元,边上摆着的黄岩蜜橘1.5公斤只卖10元。“这苦味,一般人可吃不惯。”店主打趣道,这是温州人的专属水果,再贵也有人买。

瓯柑栽培历史约2400年,唐宋时曾作为朝廷贡品。业内专家介绍,全球目前2000多个柑橘种类,浙江有100多种,温州20多种,唯独瓯柑在温州历史悠久。

小小瓯柑,荣誉也不少。1990年,瓯柑



瓯柑丰收。 陈明铭 摄

瓯柑产业有“苦”有“甜”

光环满身,瓯柑产业的发展却不温不火。“这是保本生意。”瓯海三垟街道瓯柑种植大户高天明说,虽然单价有点高,但种瓯柑的收益并不大,种植的人也越来越少。

农户的感受,也反映了瓯柑市场的现状。长期致力于瓯柑特色产品研发的浙江百霖农业科技有限公司负责人陈锋向笔者吐露同样的心情:“市场是有的,但主要局限在温州,总体产业规模不大。”陈锋说,企业近年也想向外拓市场,生产的瓯柑汁已经没有苦味,微甜,但外地市场各有各的柑橘类饮料,温州以外对瓯柑的接受度似乎并不高。

浙江省亚热带作物研究所曾对瓯柑产业现状做过市场调研,发现这颗苦橘子面临的问题也是有“苦”有“甜”——

一方面,“苦”在生产。随着城市化推进,以及耕地保护政策,瓯柑种植面积难扩展。另外,作为区域性消费为主的地方水果,瓯柑生产环节受市场影响较大。当市场供不应求时价格奇高,增加产能又难以销售,果园失管、弃管后黄龙病感染风险增加,果农生产效益难以稳定。

成为北京亚运会指定的运动员专用水果;2003年,盛产瓯柑的瓯海被评为“中国瓯柑之乡”;2006年,瓯柑成为中国地理标志保护产品……

除了知名度,瓯柑还有更多内涵和价值。温州方言中“柑”与“官”同音,瓯柑比一般橘子大,被温州人唤成“大桔”,谐音“大吉”。温州人传统过年走亲戚送瓯柑,也会将其用作祭祀贡品等,有讨彩头之意。

瓯柑也被认为富有药用价值。《本草拾遗》等古医书有记载瓯柑。温州民间有民谚“端午瓯柑胜羚羊”,广泛流传瓯柑可退烧、治咽喉炎、头痛等热性疾病的说法。

温州市农业农村局相关负责人介绍,目前全市共有4万多亩瓯柑种植地,主要分布在瓯海三垟、泽雅,乐清白象、清江,龙湾状元,瑞安和平阳等地,其中位于瓯海区的三垟湿地瓯柑,因湿度、温度影响,品质最佳。

为重点培育瓯柑产业,2021年,瓯海已启动振兴瓯柑、杨梅产业“五优工程”三年行动,势要将其打造成“致富果”。去年,温州更是在谋划重点打造的“六个一”农业产业里,将瓯柑和杨梅并列归属到“一个果”发展名单。

另一方面,“苦”在市场。虽然栽培历史悠久,但瓯柑文化挖掘及品牌管理不足,受认可但叫不响,品质参差不齐,也无法做到统一的优质优价。此外,瓯柑的功能性开发、商品化不足,也导致难以打开新市场。

“好在政府重视产业振兴,近年我们参与了多项研发。”浙江省亚热带作物研究所副研究员刘冬峰介绍,该所联合多家单位组建科研团队,聚焦瓯柑产业发展中面临的关键问题开展技术攻关,目前已研发推广“瓯柑健康容器大苗培育技术及应用”“瓯柑机械化省力化栽培技术”等。

专家及部门相关人员认为,作为温州特色水果,瓯柑承载着独特的文化记忆,拥有稳定的市场,已有相对成熟的产业链,值得研发投入,发展前景可期。

苦橘子如何变“甜”

就在2023年11月底,瓯柑进入采摘时节,盛产瓯柑的三垟湿地举办了一场瓯柑文化节活动,评选“大吉王”,摆起市集。高天明说,没想到现场这么热闹,种了50多年瓯柑的他突然觉得“还是有未来的”。

根据瓯海区瓯柑产业“三年行动”计划,2024年将初步建成集生产、加工、仓储、物流、销售于一体的瓯柑全产业链。在新上线的温州瓯柑数字化平台,笔者看到温州市的瓯柑产业布局,包括土地资源、种植规模、农业灾害、生长态势分析等。相关负责人表示,这也有助于瓯柑产业未来的发展。

破解产业发展问题,关键是对症下药。瓯海区农业农村局相关负责人说,当地经过三年探索,认为在体制机制、品质提升、主体培育、基础设施、要素保障等方面需要多方发力。

刘冬峰则建议围绕“四方面”开展:稳定瓯柑种植面积,建立瓯柑核心保护区;提高产业附加值,聚焦瓯柑功能性成分等高值化研发;开展品牌化运营管理,对瓯柑进行原产地保护;持续拓展新市场,成立产业协会规范市场经营行为等。

面对“吃不惯”的问题,刘冬峰也提到一个有趣的观点:“做细分赛道的冠军。”柑橘种类多样,瓯柑的口味特点、药用价值的特殊性,也许恰恰代表了新的市场。

在省内,常山胡柚的发展之路颇受业内认可。同样悠久的历史,2003年,“常山胡柚”成为原产地保护产品。随着药用功能的开发利用,胡柚在精深加工、品牌建设上持续迎来突破。2016年,以常山胡柚和香柚为原料生产的网红饮品“双柚汁”一年卖出1亿瓶。

这对瓯柑发展也是启示:寻找新的突破点,在功能性上做文章、在深加工上谋发展、在标准生产上保质量。让一方水果不仅停留在民俗记忆上,还要走上产业化发展之路。

先苦后甜,希望这枚温州果,尽快走出一条“甜蜜”路子。

王艳琼



用瓯柑幼果晒制而成的特色产品“柑儿文”