

“浙”颗红果“破圈”生长

□本报记者 杨怡

6月的杨梅林里,连空气都带着清甜果香。今年,龙泉杨梅一改往年守山等客,集中上市的传统模式,不少果树挂上了专属认养牌,线上客户足不出户就能实时查看果树长势;山下乡村餐馆内,杨梅烧肉、杨梅酒酿、杨梅虾球等特色菜品陆续上桌,酸甜果香融入家常菜,时令鲜果跳出一售卖鲜果的局限。

长久以来,杨梅难储运、上市窗口期仅有20天左右、产业链条偏短一直是行业通病。如今,从龙泉的“云端”认养、餐桌创新,到全省统一溯源体系、冷链物流升级,浙江正从产销两端破局,让这颗时令红果摆脱“一季热闹、一季滞销”的困境,成为山区农民稳稳的“共富果”。

为让杨梅销售不完全依赖线下采摘和本地批发商,今年龙泉的杨梅生产合作社立足80余亩东魁杨梅基地,推出低门槛杨梅树“云认养”模式,最低380元即可认养一整棵杨梅树,认养人可线上全程查看果树生长、开花、结果全过程,果树专属挂牌编号溯源,果实



成熟后,既可以自驾上山现场采摘,也可以通过冷链快递直达家中。

“以前杨梅熟了最怕下雨,也最怕卖不掉,集中上市三天价格就会下跌。现在提前锁定订单,果子还没成熟,大半收益就已落袋为安。”一位杨梅生产合作社负责人接受采访时坦言,种了23年杨梅,往年始终被动跟着市场行情走,“云认养”模式相当于前置预售,有效缓解了集中上市带来的销售压力,同时拉近了消费者和田间地头的距离,客户看得见种植全过程,对果品品质更放心,果品溢价空间也稳步提升。

在破解前端销售难题的同时,各地同步深挖杨梅附加值,打破“只能鲜吃”的产业天花板。不同于杨梅干、杨梅酒等传统杨梅深加工产品,龙泉餐饮商户依托本地杨梅资源,创新打造全品类杨梅宴席,将酸甜杨梅融入热菜、凉菜、甜品、汤品,中和肉类油腻口感,适配夏季餐饮消费需求。特色杨梅宴成为乡村旅游引流爆款,不少游客专程进山,一边采摘鲜果,一边品尝特色杨梅宴,实现采摘经济与餐饮消费双向联动。放眼全省,仙居、余姚、兰溪等各杨梅主产区,都在逐步摆脱鲜果销



售单一模式,在组织采摘游、举办杨梅文化节、发展农耕研学、开发创意伴手礼等方面多点发力,将短期效益延伸为贯穿整个夏季的乡村文旅收益。

业态创新激活下游消费,科技赋能则筑牢产业上游根基。近几年,浙江完善产地预冷、分级分拣、冷链直达一体化物流体系,搭配一物一码全程溯源系统,消费者扫码即可查看种植用药、采摘时间、物流全流程信息,以品质安全守护果品口碑,稳住市场份额。

与此同时,针对杨梅种植靠天吃饭、气象灾害风险高的痛点,浙江针对性推出杨梅采摘期降水气象指数保险、杨梅食品安全责任保险等杨梅专属农业保险。截至6月20日,全省8个设区市杨梅采摘期降水气象指数保险

累计投保32689户次,承保面积28.93万亩,有效降低台风、梅雨、高温等极端天气给梅农带来的损失,为杨梅产业筑牢风险兜底屏障。

记者从省农业农村厅了解到,后续浙江将统一规范杨梅认养服务标准,统筹布局规模化精深加工园区,进一步缓解鲜果集中上市压力,同时整合各地杨梅文旅活动,避免产业同质化“内卷”。

一颗小小杨梅,承载着广大种植户的增收希望。不局限于一季红果的短暂红利,不依赖天然产区的固有优势,浙江正在用数字手段打通产销壁垒,用业态创新延伸产业链条,用标准规范守住果品底线,让时令鲜果突破季节和距离束缚,既保有枝头鲜甜,更有产业高质量发展的底气。

幼桃果冻、杨梅酱、柑橘香薰……

“土特产”成“潮品”

近日,笔者走进位于奉化的宁波市圆蓝食品科技有限公司,一股清甜的桃香扑面而来。流水线上,一颗颗青翠的幼桃经过清洗、去核、灌装等工序,变身为一罐罐晶莹剔透的“翡翠幼桃”果冻。

“以前疏果环节中筛下来的小桃子,现在一年能带来近200万元的新增收益。”公司生产经理张勇介绍,通过开发幼桃果冻、NFC果汁、桃胶鲜露等十余种深加工产品,桃子的综合利用率提升到95%以上。

一颗桃的“裂变”,折射出宁波“土特产”精深加工的蓬勃脉动。近年来,

宁波把做大做强农产品加工摆在突出位置,成功培育省级认定的单条产值10亿元及以上县域全产业链14条,全产业链总产值达423亿元。

把“土特产”变成“标准品”,精深加工打开了走向大市场的通道。“土特产”大多“娇气”,保鲜期短、季节性强的,通过标准化加工和保鲜技术,可以成功摆脱地域和时令的束缚。

在宁波市江北区,国家地理标志产品慈城年糕依托全自动生产线和真空包装技术,成功摆脱传统手工年糕保质期短的限制,产品畅销长三角地区及欧洲、北美等海外市场;在象山,

小波科技(宁波)有限公司构建了“码头超低温速冻库+车载超低温冷藏设备+便携式超低温冷藏箱”冷链体系,由其开发运用的超低温极速锁鲜技术,让冻品中心温度在短时间内降至零下18摄氏度,海鲜汁液流失率降低90%,从源头上锁住海鲜的营养成分和原始风味。

数据显示,宁波市已累计培育市级以上农业龙头企业382家,全年收购农产品及原料达497亿元,有效扩大了市场消费需求。

宁波市持续加大“土特产”精深加工投入力度,重点开发多元化、精细化深加工产品,提升产品附加值。宁海“箸舂三宝”共富工坊以当地特产白枇杷为原料,开发出枇杷酒、枇杷花茶、枇杷果酱等深加工产品,成功推动枇杷原果增值3倍以上,有效带动周边村民增收致富。余姚市联合科研机构开展深加工产品研发攻关,开发高附加值深加工产品,推动杨梅鲜果全量梯次利用。目前,该市已研发出杨梅酒、杨梅汁、杨梅冻干制品、杨梅酱等30余种深加工产品,年鲜果转化能力提升至4.5万吨,附加值提升4倍以上。

通过推进农产品全量化利用,推动“土特产”从“原字号”向“制成品”

“精品化”转变。目前,全市共有有效期内绿色食品369个、地理标志农产品20个、名特优新产品12个,“土特产”的市场辨识度和品牌附加值持续提升。

从“深加工”到“潮品牌”,业态叠加打开了价值重塑的新空间。宁波市镇海区以“镇蜜”品牌为引领,将传统番茄种植延伸至深加工和文化创意领域,开发出番茄汁、番茄伴手礼等系列产品,并通过举办主题集市、打造品牌形象,让一颗小番茄升级为有品牌辨识度的“潮品”;象山“红美人”柑橘则跳出鲜果销售模式,延伸生产无火香薰、车载香膏等衍生品,从“论斤卖的鲜果”拓展为覆盖食品、日化、文创的立体产品矩阵。

新样态带来新机遇。据统计,宁波14条省级“土特产”全产业链去年共带动一产从业人员36.7万人,为集体经济增收2.3亿元。

眼下,宁波正加快提升现有省级“土特产”全产业链能级,跨县域谋划打造百企千亿“土特产”。预计到2030年,全市“土特产”全产业链10亿元级达到20条以上,其中百亿元级达到2条、50亿元级达到3条,总产值达到700亿元。

顾佳诚 杨佳仪

