



平利县城关镇龙头村茶园

从旬阳狮头柑看安康果业优化发展

安康市农业科学研究院 张文慧

旬阳狮头柑是安康果业的标志性产品之一，它属于黄柑的一个地方优良种，也称皱皮柑，是橘橙的天然杂交后代。黄柑主要分布于四川、湖南、湖北、陕西等地，国内有木里皱皮柑、华容道皱皮柑、得荣皱皮柑、旬阳狮头柑等国家地理标志产品。安康是陕西皱皮柑的主要产区，旬阳、汉滨、紫阳、岚皋、平利、白河等地都有分布，是安康农户种植的传统水果，主要分布于海拔500米以下、热量比较充足的汉江流域低海拔地区，与紫阳的金钱橘并称中国柑橘最北缘的优良地方种，是柑橘中的珍品。

进入20世纪90年代以来，随着产业结构调整，一些地方开始有了产业化发展，形成了旬阳吕河、汉滨九里湾、平利大贵、岚皋大道河、紫阳汉王城等集中产区，尤其是旬阳市政府重视，皱皮柑的基地规模、科技水平、市场开发等先行一步，取得了良好的经济效益。

皱皮柑在柑橘王国里的市场占有率十分微小，由于其果皮皱缩、可溶性固形物含量偏低、汁多等特点，保鲜期短，易失水；其味偏酸带苦，肉质细腻，适宜消费有限。但皱皮柑肉质细嫩，口感清爽，果汁丰富，尤其具有清热降火功效，克服了其他柑橘食后易上火、易发酸、易致腹泄等缺点。皱皮柑是其他柑橘品种所不能比拟的。纵观国内的皱皮柑产地，虽然决定皱皮柑品质的热量资源丰富，但光照、温差等影响品质的要素却不及汉江流域，其口感也逊，所以发展安康的皱皮柑是具有市场竞争力的。

一、安康市狮头柑及果业所面临的问题

安康地处柑橘适生区的最大沿，为次适宜区。热量不足是最大的限制因素。多年的实践证明，在自然条件下适宜栽植的柑橘品种很少，发展当地或者同纬度地区的优良品种是正确选择。

旬阳狮头柑和紫阳金钱橘是一对经过近千年自然选择和人工选择而保留下来的橘、柑优良农家品种，在学术

上具有很高的价值，在生产上也独具一格，富有特色种质优势。但作为产业，却存在种性不纯、品种单一、品种搭配缺失等基础性、关键性、竞争性的问题；2021年狮头柑的滞销，表面看是西安疫情影响和产量增加，深层次看规模太小才是根源。规模小是安康农产品竞争市场最大的硬伤。因为规模小，无法形成产业的聚集优势，就谈不上科技的持续投入，无从标准化、市场化生产。因为规模小，就不能培育大企业来开发市场，即使优良市场需求，却不能保障订单的履约和批量稳定供应。销售市场基本局限于安康本地，极少量在外，销售主体都是零散农户，且多是通过电商、熟人渠道销售。因为规模小，政府无法集中财力孵化和支持发展，基本都是自生自灭。

狮头柑如此，樱桃、杏子、拐枣、李子、枇杷等优势水果无一不是如此。近年快速发展的猕猴桃、软籽石榴、葡萄、山楂、李子、火龙果、大樱桃等，除了岚皋、汉阴的猕猴桃由政府主导下发展，其他无一不在盲目中推进，选项错误、品种不对路、技术缺乏等前提条件不足，使很多投资血本无归，浪费了大量的土地、人力、资金等社会资源。

二、安康果业的出路

水果是百姓餐桌消费价值最高的食品。果业也是农业最为高效的产业，尤其在土地条件差、机械化难以发力的山区，发展果业的重要性不言而喻。尤其是大量不宜粮油生产的山坡荒地，只有发展木本果业才是有效出路。我市居民食品消费中，茶、肉、蛋、菜、油、薯、粮自给率在30%以上，而水果不足5%，本地市场需求空间很大，这就是安康本地水果价格居高的主要原因。安康特殊的地理位置和高山立体农业，得天独厚、不可复制的气候条件，尤其是猕猴桃、枇杷和地方特色品种，具有十分良好的发展条件。

近年来的安康条件，在学术

开展了安康特色水果种质资源的收集保存与开发利用、山地果树栽培技术的研究等，取得了一定进展，建立了猕猴桃、狮头柑、金钱橘、荷包杏、枇杷等种质资源圃，开展了新品种的选育，特别是在猕猴桃育种与栽培方面成效显著，育成了秦红、安鑫等新品种，制定了山地生态猕猴桃栽培技术规程。结合近年的研究成果，就安康果业发展提出几点建议：

因地制宜，科学规划，发展特色。汉江流域、秦巴山区是猕猴桃最佳适生区，具有生产高端猕猴桃的自然条件。在海拔400-1000米的区域内发展猕猴桃，发挥气候优势，重点发展高端优良品种；在低海拔区域，通过嫁接改良野生枇杷，发展山地良种枇杷；在汉江流域海拔400米以下区域规模化、标准化发展猕猴桃和金钱橘；在国道沿线、城市周边、旅游景区周围，适度发展猕猴桃；在丘陵黄泥地发展高端李子等。

科研先行，突出品种，生态发展。根据安康的实际条件，必须发展以质取胜的高端果品作为发展目标。特色产业最缺乏以品种为基础的科技支撑，需把品种研发放在首位，加快筛选和研发，尽快形成适应市场需求的品种结构，发挥特色品种的市场潜力。发挥生态环境的优势，总结和研究建立山地果树的生态栽培技术，为生态果品生产奠定基础。发挥市农科院的科研优势，采取科研与县区技术部门、重点企业的联合方式，在品种选育、栽培技术、标准建立等方面优先发力。

明确目标，规模生产，适度发展。安康的果品主要以填补省内空白为目标，大宗特色品种面向省外市场。在规模上有大有小，猕猴桃作为高端市场的拳头产品，适宜大面积推广，全市以10万亩为宜，金钱橘、狮头柑按5万亩的规模发展，枇杷品种按市内市场需求发展。同时，积极发展线上销售，发展远距离市场，积极扩。

也在这个过程中开始向小型化、特产化和精细化方向转变。

目前，我市产业集聚效应已慢慢形成，电商物流通道也在逐步打通，以狮头柑为例，通过网络物流途径，产品从本地走向了更广阔的市场，但有很长的路要走。好在当地已经清晰意识到了短板，围绕提质增效，拓宽销路，往品牌化、标准化的方向发力。安康优渥的自然生态赋予了农产品得天独厚的生长条件，利用好资源禀赋，让地方农产品出山进城，需要政企三方促进。农民要形成“以优发财”的思路，用优质优产淘汰劣质品种和落后的生产方式，相关部门也要把引进、选育和推广优质农产品作为抢占市场的重要策略，企业也要发展农产品加工，积极提高农产品的附加值，同时不断引进新技术、新工艺，提高产出率，用集约化、规模化经营着力降低产品的生产成本，求得更高的经济效益。

人们生活水平的不断提高，促使农产品品质不断提升，其消费需求

多元化也决定着产品品种的多样化，多品种策略可满足多层次消费者的不同需求。

无论狮头柑还是猕猴桃，抑或茶叶、魔芋、核桃板栗……我市所生产的大量农产品还是以本地销售为主，在消化量有限的区域，要推进名优特产上高台，就要积极树立大市场观念，借助互联网渠道打破区域壁垒，立足本地，拓宽外圍，生产适销对路的产品。在拓宽市场同时，不断完善产业链条，形成产销一体化的闭环，让农产品走向精细化、加工多样化的特色产品，延长产品的销售周期，争取更高的投入产出比。

“十四五”期间，以产业兴旺为核心的乡村振兴战略成为解决“三农”问题的重中之重，农产品作为最终变现的主要因素，其市场表现不仅关系着农民的收入，更决定着乡村产业发展的命运。要做好农业，就要在产业推广、产品销售、产品保障上下大功夫，只有根基打得牢固，不断推陈出新，适应市场，才会一次又一次的乘风破浪之际，经受住考验，换来行业稳健的长远利益。

名优农产优在产业链 优在市场链

记者 罗伟

1月下旬，本报对旬阳狮头柑滞销的原因以及目前所面临的困境进行了深入的报道。作为我市的名优特产，狮头柑滞销属于偶发事件，但放眼全市，农产品销售难的问题基本上年年都有。从茶叶滞销到水果滞销，从蔬菜滞销到禽畜滞销……丰产不丰收的情况往往会导致农民一年的辛苦付诸东流。农产品的销售问题成了解决农民增收问题的关键。如何才能把农产品卖出去，怎样才能卖出一个好价钱？

要扩大知名度和销路，首先要知晓导致农产品滞销的原因，农产品与别的产品最大的区别就在于存储周期的差异，像水果、蔬菜等鲜活农产品，如果没有及时卖出，很快就会腐烂，农民没有及时受损失。其次，农民的分散式种植很难形成集聚效应，小农经济的生产模式难以让小摊贩和跟风的农产品长期畅销。再者，信息不通和滞农种植也会让市场出现供需失衡的情况。

在“十三五”期间，我市大量农产品层出不穷，以往单薄贫瘠的产业呈现出多点开花的局面，市场对农产品的需求，

也在这个过程中开始向小型化、特产化和精细化方向转变。目前，我市产业集聚效应已慢慢形成，电商物流通道也在逐步打通，以狮头柑为例，通过网络物流途径，产品从本地走向了更广阔的市场，但有很长的路要走。好在当地已经清晰意识到了短板，围绕提质增效，拓宽销路，往品牌化、标准化的方向发力。安康优渥的自然生态赋予了农产品得天独厚的生长条件，利用好资源禀赋，让地方农产品出山进城，需要政企三方促进。农民要形成“以优发财”的思路，用优质优产淘汰劣质品种和落后的生产方式，相关部门也要把引进、选育和推广优质农产品作为抢占市场的重要策略，企业也要发展农产品加工，积极提高农产品的附加值，同时不断引进新技术、新工艺，提高产出率，用集约化、规模化经营着力降低产品的生产成本，求得更高的经济效益。

多元化也决定着产品品种的多样化，多品种策略可满足多层次消费者的不同需求。无论狮头柑还是猕猴桃，抑或茶叶、魔芋、核桃板栗……我市所生产的大量农产品还是以本地销售为主，在消化量有限的区域，要推进名优特产上高台，就要积极树立大市场观念，借助互联网渠道打破区域壁垒，立足本地，拓宽外圍，生产适销对路的产品。在拓宽市场同时，不断完善产业链条，形成产销一体化的闭环，让农产品走向精细化、加工多样化的特色产品，延长产品的销售周期，争取更高的投入产出比。“十四五”期间，以产业兴旺为核心的乡村振兴战略成为解决“三农”问题的重中之重，农产品作为最终变现的主要因素，其市场表现不仅关系着农民的收

编者按：

农业是我国经济发展重要支柱产业之一，农产品的销售是农业发展的重要环节，销售渠道则是影响农户收益的核心问题。今年年初，旬阳狮头柑出现滞销现象。虽然最终在社会各界积极响应倡议下，多方共同努力帮助柑农销售狮头柑，暂时缓解了滞销现状，但也反映出，农产品销路窄、销售难已成为目前农业发展中亟待解决的事实和难题。本期，我们邀请各方人士围绕安康本地优质特色农产品，共同关注如何提升品质，拓宽渠道，解决农产品销路问题，让农产品卖得快、卖得好。

光皮木瓜兴白河

纪昌鑫

“投我以木瓜，报之以琼瑶。匪报也，永以为好也！”先秦时期，人们通过木瓜与琼瑶的互换来表示永恒爱情传递。时间流淌到今天，“木瓜”和“琼瑶”依然是汉水流域陕西白河独一无二两个自然瑰宝：“木瓜”即今天白河漫山遍野的光皮木瓜，盛产于白河月儿潭的绿松宝石可视为“琼瑶”。然而，历来作为县域“八大产业”之首、主导产业的白河，被誉为“中国光皮木瓜之乡”中国最大的光皮木瓜生产基地和中国生态富硒木瓜示范基地的白河，无论从木瓜产品研发、市场价值定位、品牌宣传推广推广都显得有些步履蹒跚。在笔者看来，与我市其他县区的魔芋、枇杷、狮头柑等同为“地理标志产品”相比，作为一项强县惠民产业来看，白河木瓜，处理好产品品质和销售等白河导向，一旦拥有后发优势。笔者试着从白河木瓜产业发展存在问题和议上探讨一二。

一、木瓜产业发展定位有待商榷 安康市委将其作为全市构建绿色循环产业体系支柱特色产业和助推脱贫攻坚的重要支撑产业，抢抓中国药科大学帮扶契机，努力打造特色生物资源加工基地，积极推进中药产业加快发展。在安康市《关于加快推进中药产业发展的意见》和《陕西省中药产业规划(2020-2030年)》等一系列意见规划中，木瓜作为药材名列其中。从历代古籍药典中光皮木瓜也始终作为中药药材配伍。木瓜作为药食同源的一种植物果实，在市场定位及产业发展价值研究上到底是走药品发展道路还是食品发展道路更加惠民利民，值得当地政府和相关企业人才共同探究。

二、木瓜龙头企业重点培育力度有待加强 白河木瓜种植园区不断增大，但木瓜企业普遍存在“散、小、差、弱、乱”等现象，企业存在对木瓜需求量少、品质要求高、回收价格低等一系列问题，从而也造成农户对木瓜存在挂果不收、廉价不卖、树多不管理、听天由命的消极状态。所幸的是，县上已认识到这些问题，正在着力解决推进。2021年9月，由白河县林业局、财政局、乡村振兴局面向各镇政府联合印发了《支持木瓜全产业链产业发展奖补办法(试行)》，文件奖补政策措施从白河木瓜研发和品牌建设奖补、标准化生产和效益提升再到绿色标准化基地建设，每一项奖补都有详细的裁量范围和项目验收资金兑付办法。2022年2月10日，白河县委、县政府又印发了《关于成立八大产业链和八大园区领导小组的通知》，八大产业链中每一项均有县委分管领导为组长和副组长，相关部门为成员的工作组专门共同指导研究各项产业发展，其中就有木瓜产业链。笔者认为，白河木瓜要快速做大做强还需政企联手，从木瓜产品研发及需求上做调研，从提升产品品质和种类上下功夫，从提升产品包装及宣传营销上做文章，鼓励引导企业主动在市场风浪中冲击成长，不断提升竞争力、影响力、影响力和抗风险能力。

三、加大木瓜系列产品的顶层设计与市场需求 当前，在行政主导下的招商扶贫项目多倾向于关注企业投资规模、厂房设备生产线投资、劳务用工人数等有形形态，忽视了政企联手和谋发展的才能服务基层群众做大做强龙头企业的共赢理念，缺乏共同做好产品市场分布规划、产品消费用户

群体分析、产品种类竞争格局和产品组成结构的前期研究，造成了企业产品市场认可度低，生产出来的木瓜产品与市场的供求关系不明显，群众依靠木瓜产业增收致富无望，逐步形成园区摞荒、企业亏本、政府爱莫能助的下行走向趋势。为此，笔者建议政府应该更加重视木瓜产品的研发和人才培育，在针对木瓜产品的工业化上，应该加大项目资金和政策扶持的力度。形成以政府投入为引导、企业投入为主体、社会资本广泛参与的多元化科技创新研究体系和研发机构，引导企业加大研发投入，提高研发经费占企业销售收入的比重，引进和培养专业化高素质人才，为木瓜产业做大做强提供坚强保障。

四、在宣传推广上下功夫 在汉水流域，白河县自古就有野生木瓜，且区域内分布广泛，是土树种之一，也是目前整个汉江流域乃至中国光皮木瓜植林面积最多的地方。截至目前，白河全县11个乡镇113个行政村累计发展木瓜面积14.2万亩，每个镇分别建成了100亩木瓜连片种植示范点15个，落实规范化管护面积2970亩。实际在业经营以木瓜为主的企业仅8家，其中生产木瓜酒4家、木瓜醋饮1家、木瓜果脯小食品1家、木瓜泡脚粉1家和木瓜酵素提取物1家。其中白河逸酒业有限公司的逸牌木瓜酒荣获4届陕西名牌。但在市场份额上均为小众产品，作为地方土特产点状销售，广告宣传方面基本空白。

笔者认为，手里抱着“遗珠”瑰宝，既有“木瓜”又有“琼瑶”，白河可顺势打好这张牌，借力悠久传统，把传统种植优势和现代生物技术结合起来，做大做强木瓜产业，展现“中国光皮木瓜之乡”的魅力与实力。



旬阳狮头柑



白河木瓜



瀛湖枇杷

(本组图片由市农业农村局提供)

链接：

把农产品销路『跑』出来

现实中，产品与需求信息不对称，可能导致销路打不开。有的产品很好，但找不到诚意买家；有的需求很大，但难寻优质顾客。这样的矛盾如何解决？海口市琼山区于镇有一批特殊的工作人员——“乡村买手”。他们走村入户，遍访优质农产品，对哪里有好产品，何时上市、产量多少了然于胸，同时依托电商平台等资源，及时精准地为农产品找到销路，一定程度上解决了信息不对称问题。这一做法，引人思考。

打开销路，先要转变观念，树立“跑”的自觉。随着时代发展，城乡一体化进程越来越快，但在产品与市场之间，依然存在着信息错位、沟通不畅等现象。也就是说，即便农产品品质再高、再优，如果没有做好传播，恐怕也很难找到好销路、卖出好价格。在海南农村，规模农业较少，散户经营较多，倘若不主动找销路，很难及时实现价值兑现。因此，要像“乡村买手”一样，牢固树立市场和销路意识，多一些主动找寻市场的创新、尝试，努力把销路跑出来。

畅通销路，也要用心感知，突出“特”的优势。眼下，“直播带货”风潮渐起，不少明星、网红、地方干部纷纷出镜，积极为农产品做推广。这是为农产品打开销路的好事，可是在具体操作中，这种带货方式也暴露了一些短板和不足。比如，农户对农产品不了解、产品质量难保证、售后服务跟不上等等。其中一个原因，就在于对所推农产品品质和特色缺乏深入细致的了解。让农产品销售走得更远，还得像“乡村买手”那样，多下一些笨功夫、实功夫，经过认真细致的考察甄选，把真正的特色优质产品推广开来。

农产品销路问题，事关国计民生、产业转型升级，影响着农村发展后劲。无论是“乡村买手”，还是电商促销、抑或“直播带货”，背后的农产品销路，都是主动跑出来、找出来的。当然，打开销路，归根结底还是要看农产品的品质。为此，在优胜劣汰的销售模式中，应当积极引导农户转变经营理念、革新种植技术，培育更多优质农产品，努力在扩大销路与提升品质之间形成良性循环。

拓宽视野、主动作为，在跑市场与找产品中打破信息壁垒，实现农户与市场的精准对接，就一定能够打开农产品销售的潜力空间，为“三农”发展带来广阔前景。

(源自《人民日报》)