

地产水果“供给侧改革”，将精品从田间带到舌尖

上海市国家现代农业示范区创新型 农业经营主体和案例系列报道⑦



上海成陆晚,果品多为外来。一粒果种、一株藤蔓,从“水土不服”到“根盘蒂结”并不容易。目前,全市果树种植面积近30万亩,品种结构丰富,除了桃、柑橘、葡萄、梨四大“当家花旦”外,还有枇杷、猕猴桃、蓝莓、樱桃等十余个小水果树种,连热带地区的火龙果、百香果、凤梨也有少量移植。地产水果种植日臻成熟的背后,是一场“优质优价”的供给侧改革,沪上地产水果走向科学化、精品化之路,亦是顺势而动。

记者 欧阳蕾妮 贺梦妍

马陆葡萄主题公园,500余亩土地,60%实行“限根栽培法”,在固定空间控制根系生长,调节果粒部分营养。一亩土地精确到只种36株葡萄树,一串葡萄经人工修剪只有30至40粒,不仅便于观察和采摘,而且保证葡萄的品质。

联怡枇杷乐园,20多年前从苏州东山引入白沙系白玉枇杷,到如今,“沪香枇杷”已成为上海市名牌产品。枇杷味虽美,却是不易保鲜的时令水果,枇杷乐园尝试进行枇杷衍生产品研发,推出了枇杷叶植物饮料、枇杷花茶、枇杷糕点、枇杷含片、枇杷酸奶系列等延伸产品,强有力地夯实了农业基础。

近年来,通过重点扶持龙头企业、建立专业果品交易市场、组建特色果品研究所等方式,上海不断优化林果产业布局,已形成了“一区一品”、“一镇一品”的栽培格局。科学种植水果,保障了产量,也提升了质量。

【模式】枇杷浑身都是宝,拉长产业链价值高

走进位于青浦区塘郁村的联怡枇杷乐园(上海沪香果业专业合作社),园子里古色古香的建筑风格给记者留下了深刻印象。尽管不是枇杷上市的季节,但这里仍然吸引了不少游客,亭子

里、小桥上、枇杷林旁,人们闲庭信步,惬意地享受着农业旅游的快乐。值得一提的是,这样一个成熟的农业旅游景点,最初是从种植枇杷起家,从枇杷产业起步,发展加工业与旅游餐饮,如今,已经成为沪郊一个独具特色的农业旅游景点。

住在青浦区塘郁村的人也许仍会记得,2009年之前,这里曾有一大块种植枇杷的土地遇到了销售困难。在上海,枇杷一般是每年5月、6月份上市的水果,保存时间仅一个星期左右,因此,大面积种植枇杷如果打不开销售渠道很有可能遇上滞销问题。2009年,合作社经营权发生转让,新的管理团队接手这块枇杷地后,首先在杂草丛生的情况下出资20万元用于土地的除虫、休养等工作。枇杷园负责人顾新福告诉记者,种植枇杷后,他们首先考虑的是如何延长枇杷的保鲜期,他们合作社采用的技术能够将收获后的枇杷在一个星期存放期的基础上延长至一个月,这就给销售赢得了更长的时间。与此同时,品种改良也不能落下,他们从农科院引进两位科技人员,对枇杷优良品种的改良和筛选进行了多项科学比对试验和探索,并成功掌握了栽培技术。采取三沟配套、防水防渍,给新植树苗覆盖稻草安全过冬,增施有机肥改良土壤等措施,使枇杷引种获得成功。为产大果、出好果,枇杷园还制定了严格的删花、疏果技术标准,并对留枝枇



杷采用了套袋技术。改良后的枇杷获得了较好的效益,同时承办了多次上海农家菜“沪香”牌枇杷还被国家农产品认证中心认证为绿色产品,成为青浦区“一区一品”的主要品牌之一。

而顾新福也并没有满足于此,“枇杷浑身都是宝,不仅仅有果肉一个价值”。秉持“以农业为核心,大力发展二、三产业,然后再回哺农业”的理念,枇杷园在种植白沙枇杷的基础上,与海、陆枇杷一般,他们研发生产了枇杷果汁饮料和枇杷糕点,如枇杷糕、枇杷苏打、枇杷果冻、枇杷酥等;利用枇杷花开发了以“枇杷花茶”为主题的11个系列产品,该系列产品具有润喉、养肺、养生、养颜的功效,这些都成为了游客们喜爱的枇杷食品。这样,枇杷产业链就拉长了,产品开发也逐步形成系列化、产业化,从而提高了枇杷的综合利用率和产出率,同时也造福了农民。仅枇杷叶、枇杷花的综合利用,农民每亩地就可增收一千多元。对于这些枇杷产品,顾新福充满了自豪,“我们开发过程中也在不断升级产品,枇杷饮料就是二代产品,比一代提取技术更好;今年我们还将与台湾方面合作生产枇杷酥。”

“但一整年的时间,我们不可能只卖枇杷,”枇杷园在种植枇杷的基础上,除此以外,还有来自延安的洛川苹果等。顾新福坦言,在枇杷园里引入这些农产品不仅能丰富自家的产品品种,便利游客一次性购买青浦特色农

产品,更重要的是,能够带动这些周边区域的农产品销售。而明年,枇杷园还将有新的变化,或将增设薰衣草田,以及水稻区域等,届时也将开设适合高档婚庆的餐饮场所,顾新福正在计划中,为不断创新进取的枇杷园打造更好的未来。

【对话】保护与传承,坚持走好葡萄品牌化道路

【对话】保护与传承,坚持走好葡萄品牌化道路

不到葡萄架下,不知葡萄之鲜;不到马陆,不知江南葡萄之香。1981年春,马陆葡萄研究所老所长单传伦在马陆园艺场亲手种下2.2亩巨峰,葡萄便在这块土地上生根、发芽,从一棵小苗,成长为一个产业的传奇。30多年来,马陆葡萄经历了产量效益、质量效益和品牌效益三个阶段,如今正进入一个控产、优质、高效的可持续发展历程。马陆镇农办相关负责人告诉记者,为了保护与传承好葡萄这块“金字招牌”,马陆在摸索中前进,在技术创新中茁壮成长。

问:近年来,马陆在葡萄品牌推介方面做了哪些有益的探索?

答:马陆历来重视品牌的培育和,2006年起马陆葡萄连续获得上海市著名商标,2007年起连续获得上海市名牌产品称号。为了更好的保护马陆葡萄的品牌,在嘉定区工商局的,2015年2月马陆葡萄又获得了农业部农产品地理标志证书。同时,对于马陆葡萄果品采用授权许可制度,使用统一

商标的包装箱,提升果农的品牌意识,体现马陆葡萄品牌整体形象和品质。

问:马陆葡萄与电商对接方面有何创新?

答:为了拓宽马陆葡萄的销售渠道,在镇政府的大力支持下,联合18家专业合作社(企业)建立了马陆葡萄网进行网上销售,2015年,结合马陆葡萄官方微信平台及第三方媒体平台,开展了包括“马陆葡萄O2O销售模式”在内的各项营销活动,2015年网上销售额达115万元。

问:作为知名的果品品牌,马陆葡萄是如何提高农产品质量安全水平的?

答:一是采用“控产保优”措施提升马陆葡萄的质量。葡萄亩产量严格控制,马陆葡萄网运行主体,对于较大的客户订单,通过销售公司来

二是加强农业投入品的管理,田间管理档案记录齐全。

三是采用高效低毒低残留的农药,确保马陆葡萄果品的安全性。

四是马陆葡萄采取套袋措施,果品套袋率达100%,减少了果品的污染;加强农药残留自检力度,每年对全镇的果农都进行抽样化验,确保马陆葡萄的安全性;

五是加强农产品“三品一标”认证工作,目前全镇已认证合作社及企业包括无公害9家、绿色食品5家、有机食品1家。

六是逐步推行二维码可追溯体系的建立,目前已有18家合作社及企业

问:马陆在拓展农业旅游功能,培育新型经营主体方面有哪些新举措?

答:马陆葡萄作为马陆农业特色旅游纳入了嘉定区“十三五”农业旅游

发展规划,农业旅游设施改造及新增项目的建设都给予政策上的支持;从2001年开始每年都举办马陆葡萄文化节,以此带动农业旅游的发展;鼓励有条件的果农开展农家乐活动,为市民提供一个旅游休闲的好去处,通过“1+3”模式功能相互融合协同发展来促进葡萄的销售。

发展合作社,提高果农的组织化程度。在上海马陆专业葡萄合作社下面又发展了23家专业合作社,把全镇果农都吸收进来了,有利于标准化生产技术的推广;我们成立马陆葡萄销售公司,作为马陆葡萄网运行主体,对于较大的客户订单,通过销售公司来

发展合作社,提高果农的组织化程度。在上海马陆专业葡萄合作社下面又发展了23家专业合作社,把全镇果农都吸收进来了,有利于标准化生产技术的推广;我们成立马陆葡萄销售公司,作为马陆葡萄网运行主体,对于较大的客户订单,通过销售公司来

通过品种结构调整,鼓励农户发展设施栽培,开展马陆葡萄生产技术培训,同时组织各专业合作社负责人外出参观学习,通过学习先进的理念来不断提升果农自身技术水平及发展能力,促进马陆葡萄产业的发展。

【做法】主题公园:每亩地只种36棵树

走进马陆葡萄园里,一排排果树浓荫密布,香悦大道上的农谚发人深省,迎宾园中的有机葡萄茶香气四溢,水上葡萄妙趣横生,处处可见“耕者有其志”的葡萄文化。生产高品质的葡萄,是马陆葡萄园一大特色。在品种上,主题公园坚持人无我有、人有我优的原则。公园内葡萄品种多,从最开始

的早熟,到中熟、晚熟共有近60个不同品种先后上市,时间跨度长达半年。

葡萄园的最大的特色,在于将每一串葡萄都当做一件“艺术品”。一般果农一亩地至少种120棵葡萄树,多的达200棵。但马陆葡萄公园的种植大棚里,每亩只种植3行共36棵葡萄树,且葡萄串长度必须在18至20厘米左右,一串葡萄控制在30至40粒果实。一亩地36棵果树的背后,是一片叶子“专养”一粒果的“精准”,如此锱铢必较,才能打造精品葡萄。

“其实以前葡萄园亩产1500公斤,后来变成1000公斤,如今有机葡萄亩产只有500公斤。这是以海交通大学王世平教授推广的根域限制为基础,在固定的空间里,通过控制根系

的生长,来调节地上部分的营养生长,以及生殖生长,确保有更多的养分输送到果粒里。”马陆葡萄研究所所长单传伦告诉记者,从2005年开始,通过多年测算和实践,最终才定下了每亩地只种36棵。

据了解,马陆葡萄园依托上海市葡萄研究所,在设施栽培、新品种引进示范、精准施肥、用水、栽培技术标准、产、贮、加、销一体化等方面,凸显科技内涵。马陆葡萄园利用根域限制下的半基质栽培模式,发展葡萄观光旅游,可使培肥土壤面积由传统的每亩667平方米,缩减为不足100平方米。有利于提高机械化程度,降低劳力强度和减少生产人员达20%左右。同时,还能更有效地利用废弃物,把冬天修剪下来的枝条粉碎加上园内杂草、动物粪便等共同发酵成有机肥,用于保墒、提高土壤有机质,实现零排放与循环利用。



上海联怡枇杷乐园 (上海沪香果业专业合作社)

联怡枇杷乐园位于青浦区外青松公路7166号,创建于1999年,2009年被接手后,枇杷园被打造成集枇杷种植、立体养殖、休闲旅游、科普教育、农特产品展销、观光农家乐为一体的综合生态休闲园,更是公司团建活动、家庭户外旅游、朋友欢乐聚餐、学生科普教育的理想基地。

几年来,枇杷园不断开展枇杷的综合开发利用,与解放军海军医药研究所达成“产学研”合作协议,对枇杷叶、枇杷花进行药用价值的研发,延长枇杷产业链,提高枇杷的附加值,还解决了本区和周边地区枇杷种植户的深加工和销售难题。之后,其着手改造和美化园区环境,先后修建了“亲水平台”、“郁塘斋”等12个新景点,大大提高了枇杷园的旅游功能。

同时,枇杷园拓展休闲、会务经

济,建成生态客房、各类会议室,为社会会务需求提供服务。在区科委的支持、帮助下,枇杷园对厨房废弃物进行资源的循环利用和生物处理,日处理垃圾5吨,产生沼气和天然气约170立方米,每年节约资金70多万元。水地暖系统和地源热泵系统的应用,为低碳节能打下坚实的基础。

枇杷园目前有员工三百多人,吸纳当地富余劳动力60多人,有效解决了当地农村人口就业难题,每天近千人次的游客,也为当地土特产的销售带来了商机。如今,枇杷园已被农业部、国家旅游局认定为“全国休闲农业与乡村旅游示范点”;中餐餐饮服务获得“质量管理体系认证证书”和“食品安全管理体系认证证书”,并获“上海市诚信创建企业”等荣誉称号,成为沪郊休闲农业旅游的一张亮丽名片。

上海马陆葡萄公园有限公司

上海马陆葡萄主题公园地处上海西北郊嘉定区马陆镇东北角,占地500亩,采用现代农业设施栽培技术,集葡萄科研、示范、培训、休闲于一体;所产的“传伦”牌葡萄是目前上海唯一通过中绿华夏有机食品认证的葡萄品牌。

开园以来,公园每年接待来自全国的各地特别是南方各地的参观、访问、观摩团体200次以上,已成为众多业内人士的取经之地,其影响力不仅覆盖长三角,更成为全国葡萄产业的一个亮点,累计共接待游客近70万人次。马陆葡萄公园这一旅游产品的开发产生了良好带动效应,马陆镇现有葡萄种植面积近5000亩,种植户547家,葡萄平均售价在每公斤40元左右,亩产值由原来不足1万元,上升到目前2万多元,部分农户的葡萄亩产值可达5万—6万元,全镇葡萄年产值达亿元,直接促进了嘉定区农业旅游、工业旅游和农林旅游协同发展。

早在上世纪80年代,马陆葡萄就以其规模和效益闻名于大江南北。1992年,马陆葡萄研究所成立;2000年上海市葡萄研究所挂牌,2003年马陆葡萄开发有限公司成立;2006年,马陆葡萄主题公园开园。凭借其浓厚的科技文化底蕴和鲜明的主题特点,马陆葡萄公园先后荣获“全国农业旅游示范点”、“全国科普教育基地”、“世博观

