

品牌共筑，引领“甜蜜”产业提质升级

马陆葡萄产业实现了从产量效益到质量效益再到品牌效益的华丽转身

在沪郊，瓜果飘香的季节里，一定绕不开葡萄的身影。马陆葡萄，作为上海地区著名的地理标志农产品，以优良的品质和独特的口感，深受消费者喜爱。近年来，随着马陆葡萄产业化联合体的不断发展壮大，马陆葡萄产业实现了从产量效益到质量效益再到品牌效益的华丽转身，“马陆葡萄”的品牌形象日渐深入人心，这份“甜蜜”产业正在不断提质升级。



□记者 赵一苇

龙头牵引 联合体初具规模

40多年前，“葡萄不能过长江”还是南方果业领域的一道“屏障”。马陆葡萄是打破壁垒的先驱者。解决了技术问题后，一颗颗水灵灵的葡萄成了马陆地区农户的“致富果”。为了让葡萄产业蓬勃发展，自1981年开始种植以来，马陆葡萄经过了产量效益阶段、质量效益阶段和品牌效益阶段三个主要发展阶段，如今已迈向产业效益阶段。

2023年，马陆葡萄集中种植区面积已达到4051.96亩，总产量4437.83吨，总产值1.07亿元，平均亩产值27320元，平均单价24元/公斤。马陆葡萄的种植面积和经济效益在上海市葡萄产业中占据了重要地位，分别占到上海葡萄种植面积的12.9%和总经济效益的17.17%。

“我们现在已经形成了‘研究所+企业+合作社+农户’的产业化联合体发展模式。马陆葡萄研究所作为龙头进行新品种、新技术示范，企业和合作社进行扩大集成，并开展推广。”马陆镇农业农村服务中心副主任张晋盼介绍，于1992年成立

的马陆葡萄研究所是整个联合体的“心脏”，凭借其在葡萄栽培技术和新品种培育上的优势，带动了整个产业的发展。“联合体各成员之间则发挥优势互补的作用，形成了紧密的合作关系。研究所负责新品种、新技术的研发和推广，企业负责品牌建设和市场营销，合作社负责组织农户进行标准化生产，农户则按照要求进行种植和管理。“通过这种合作机制，实现了资源共享、风险共担、利益共享的目标，不仅有助于品种的优化和技术的更新，还形成了品牌合力，提升了经济效益。”张晋盼说。

值得一提的是，联合体还采用“子母”双品牌发展策略，以马陆葡萄为母品牌，下设多个子品牌，以满足不同市场需求。通过“马陆葡萄”农产品地理标志授权，规范品牌使用，提升品牌价值。这些成员单位通过统一包装、标识和销售渠道，形成了强大的品牌合力，显著提升了种植效益和市场竞争能力，同时也保留了自主品牌特色和优势。“马陆葡萄品牌效益提升后，出现了不少假冒伪劣产品，我们希望市民可以吃到正宗的马陆葡萄，所以现在只有经过我们授权的联合体成员单位，才可以使用‘马陆葡萄’这个品牌。同时成员单位

还可以使用自己的自主品牌进行销售，比如马陆葡萄主题公园拥有自己的‘传伦葡萄’品牌，葡冠合作社拥有‘品冠锋’品牌，农家苑葡萄有限公司的‘管家葡萄’品牌。”张晋盼说。目前，已有31家企业和合作社加入了马陆葡萄的产业化联合体，其中包括国家级及省级示范合作社、区级农业龙头企业和科技型企业等，更有21家获得绿色食品认证和有机食品认证的企业和合作社，覆盖面积达到2090亩。

品质为先 激发产业新活力

马陆葡萄之所以能够历久弥新，离不开品种选择上的多样化和多年来品质的保证。“我们种植了夏黑、喜乐、京蜜、巨峰、巨玫瑰、醉金香、阳光玫瑰、妮娜皇后等50余种葡萄，科研品种超过120个。我们想办法通过丰富葡萄品种来延长葡萄的整体上市期，提高产业效益。目前，葡萄的上市期自5月底至10月中旬，可长达4个月。另外，我们还特别重视产量控制，这是马陆葡萄品质保证的关键因素。我们研究出了一套冬季修剪控制留芽量、开花前控制留梢量和套袋前控制留穗量等技术手段。”上海马陆

葡萄研究所副所长单涛介绍。

为了保证产品质量，马陆葡萄产业化联合体建立了健全的田间档案记录、检测检验、包装标识、质量追溯和标志使用等管理制度，发布了马陆葡萄团体标准。同时，联合体积极拓展线上销售渠道，2014年由马陆镇农业农村办公室建立了牵头设立了公益性质的“马陆葡萄网”，2022年在微信上开设了“马陆葡萄官方旗舰店”，2020年开始自主直播带货，2023年更是登上了东方购物平台，大大提升了品牌的知名度和市场覆盖面。一年一度的马陆葡萄文化艺术节自2000年至今已成功举办了24届，成为品牌推广的重要平台。展会评优方面，马陆葡萄在中国（西部）绿色优质农产品产销对接博览会、浙江农业博览会等展会中屡获殊荣，并在行业质量评比中表现优异。

尽管马陆葡萄产业化联合体取得了显著成绩，但在发展过程中也遇到了一些问题。例如，如何持续提升品牌价值，如何应对市场竞争和消费需求的变化，以及如何进一步提高种植效益和农民收入等，都是亟待解决的课题。

为了支持马陆葡萄产业化联合体的发展，市、区、镇各级制定了一系列政策与措施。“我

们通过加大对绿色食品、有机食品等认证的支持力度，提供更多的惠农补贴给农户和企业，不断加强品牌建设和市场营销的扶持，推动农旅文融合发展，注重硬件设施的建设，来提升葡萄生产设施和展示销售空间，我们还建立了数字云平台，配发合格证打印机开规范品牌授权管理，实现了‘一串一码’溯源管理，提升品牌透明度和消费者信任度。此外，我们每年还会开展很多技术培训，提高葡萄的种植技术水平，引进和培育优良品种，以满足市场需求等。”嘉定区农业农村委综合发展科科长张国平介绍，这些政策与措施的出台，为联合体的发展提供了保障和一定的空间。

马陆葡萄产业化联合体在多年的发展中，通过创新驱动和品牌共筑，逐渐形成了产量效益、质量效益、品牌效益和产业效益的全面提升。未来，马陆葡萄产业化联合体将继续坚持品牌化发展战略，做大“马陆葡萄”母品牌，提升品牌价值和产业效益，围绕“马陆葡萄”特色农产品的发展定位，打造休闲旅游观光农业，带动果品的产销与农民增收，实现传统农业向精品休闲农业的逐渐转变。

我国农业绿色发展水平稳步提升

（上接1版）

农业产地环境保护与治理成效显著，保障绿色优质农产品供给

农业产地环境安全是确保农产品质量与安全的基础。农业农村部等相关部门以化肥农药减量使用、农作物秸秆综合利用、畜禽粪污资源化利用、地膜减量回收利用等为重点，持续开展农业产地环境保护与治理，更好保障农业绿色发展。

报告显示，2022年，全国农用化肥施用总量5079.2万吨（折纯），较2021年减少2.15%，连续七年保持下降趋势。全国

水稻、小麦、玉米三大粮食作物的化肥利用率和农药利用率分别为41.3%和41.8%。全国秸秆综合利用率保持在86%以上，秸秆离田利用率达35.8%。全国畜禽粪污综合利用率达到78%，规模养殖场粪污处理设施装备配套率稳定在97%以上。

我国持续推进农业生产“三品一标”（品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产），夯实农产品质量基础，不断增加绿色优质农产品供给。2023年我国新发展绿色、有机农产品18221个，新登录名特优新农产品1351个；建成绿色食品原料标准化生产基地约1.77亿亩；创建绿色食品（有机农业）

一二三产业融合发展园区41个；遴选首批178个国家现代农业全产业链标准化示范基地。全年全国农产品质量安全例行监测总体合格率达97.8%。

国家农业绿色发展先行区领跑全国，科技创新有效支撑绿色发展

2023年，农业农村部会同国家发展和改革委员会、财政部等部门，遴选创建第四批80个国家农业绿色发展先行区（以下简称“先行区”），目前先行区总数达到208个。报告对先行区农业绿色发展情况进行了评估。从数据看，2022年先

行区农业绿色发展指数平均达到80.45，比全国平均水平高2.55。以先行区为重点，各地积极探索农业绿色发展推进模式，报告梳理了10大区域典型模式，为探索我国乡村振兴绿色化路径提供了参考样本。

国家农业绿色发展长期固定观测实验站是农业绿色发展先行先试支撑体系建设的重要内容，是推进农业绿色发展科学化的重要基础性工作。截至2023年底，25个站点累计采集各种数据达到97万份，赋能农业发展全面绿色转型。

科技创新是农业绿色发展的核心动力。推进农业全面绿色低碳转型关键要靠科技创新

突破资源环境约束，拓展农业发展空间，提高农业发展质量和效益。报告围绕破解当前农业资源趋紧、环境问题突出、生态系统退化等重大瓶颈问题，以绿色投入品、节本增效、生态循环、标准规范为重点，梳理10大农业绿色生产技术集成应用典型模式，为全面构建农业绿色技术体系提供借鉴。

据介绍，报告自2019年起连续六年发布，已成为社会各界观察中国农业绿色发展状况的重要“窗口”。同时，已连续2年发布英文简版，向全球展示农业绿色发展“中国样板”和“中国方案”。

（来源：农民日报）