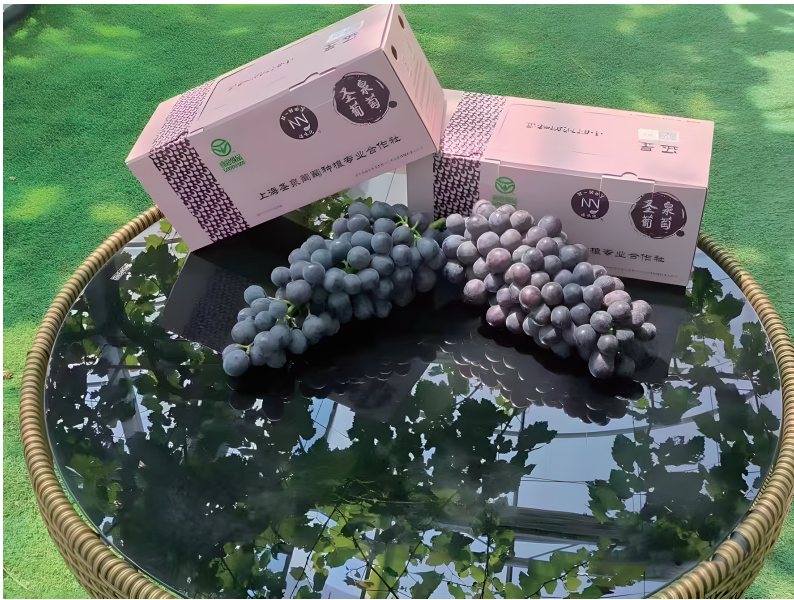


圣泉葡萄：匠心培育，攀缘品牌之路

上海圣泉葡萄种植专业合作社成立于2008年，位于金山区吕巷镇白漾村。合作社以葡萄种植为主导产业，是集葡萄种植、销售、休闲观光采摘于一体的名牌合作社，被评为全国休闲农业与乡村旅游 AAA 级景区。合作社生产的圣泉“诺味优”牌葡萄在国家商标局注册，并通过国家质量认证中心检验，获得有机食品和绿色食品认证，荣获上海优质葡萄评比金奖、第十八届中国绿色食品博览会金奖、全国优质鲜食葡萄评比金奖、第二十届中国绿色食品博览会金奖等。



□杨小慧

匠心培育的“诺味优”葡萄

“诺味优”品牌的发展要从合作社发言人王子有初到上海说起。

1993年，年仅20岁的王子有，怀揣着对未来的憧憬，与同乡们踏上了前往上海的旅程。他们以包地种菜为生，同时经营着农资生意。

2006年，已经积累了一定的资金和经验的王子有敏锐地察觉到了种植葡萄的商机。“心里有谱，是因为在农资行业摸爬滚打多年，何时施肥、何时用药，我都门儿清。”说干就干，王子有在吕巷镇的白漾村租下了上百亩的土地，开始了他的葡萄种植事业。

然而，理想与现实之间总是存在着差距。在初期的摸索中，虽然葡萄的产量达到了每亩四五千斤，但口感和品质却不尽如人意，只能以低价批发给批发商。

面对这一困境，王子有并没有气馁。他深知，要想在激烈的市场竞争中脱颖而出，就必须不断提升葡萄的品质。于是，他开始了漫长的学习之旅，几乎跑遍了国内的葡萄名产地，虚心请教，不断积累经验。

经过不懈努力，王子有终于掌握了葡萄种植的精髓，形成了一套独特的种植管理体系。在施肥方面，采用蚯蚓肥替代化肥，实施水肥一体化管理，提升果实品质；在绿色防控方面，用频振式杀虫灯、性诱剂等技术降低虫害发生率，减少农药残留；在大棚内铺设反光膜，促进果品着色。同时，合作社采用优种优法栽培技术，既提高了葡萄产量，又带动了产品升值。

此外，合作社的种植基地选址也极为讲究，四周环绕着农田、绿化带、生态林和水稻田，远离工矿企业，为葡萄的

生长提供了一个无污染的自然环境。果园内部，水泥明沟交叉有序，水泥道路纵横交错，整个果园犹如一座美丽的公园，既安全又卫生，确保产出的水果产品一尘不染。

正如王子有所说：“我对水果产品每一个品种都要打磨而成，要追求极致精神，并且专业专注在这市场逆势驱动高质量发展年代，不断磨炼培育自己产品、不断改善自己的工艺。用心、用情、用爱，享受瓜果在手中升华的过程。”

王子有深知，形成规模效应和品牌影响力才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。2008年，上海圣泉葡萄种植专业合作社成立，并成功注册了“诺味优”商标，开启了品牌发展的新篇章。

攀缘而上，引领品牌发展

“种葡萄时，需要固定葡萄架，用绳子拉着葡萄苗，葡萄才能不断朝上攀缘，从而不断生长。而自己，正像是一棵不断向上攀缘的葡萄苗，沿着品牌之路不断攀登。”这是记者采访上海圣泉葡萄种植专业合作社理事长王子有时，印象最为深刻的一句话。

随着产业不断发展，上海圣泉葡萄种植专业合作社种植面积逐步扩大，范围涉及金山的干巷、朱行、松隐、新农、张堰、金卫等6地，共12个基地，吸纳了160多户葡萄果农。然而，葡萄种植基地的布局分散，如何实现统一高效的管理，成为王子有面临的一大挑战。

为给消费者提供最优质的葡萄产品，合作社全面推行了产供销一体化服务，实施了“六个统一”标准化建设：规划统一、培训统一、供需统一、采摘统一、防控统一、包装统一。从种植规划到技术培训，从供需调配到采摘时机，从病虫害防控到产品包装，每

一个环节都严格按照操作规程进行，确保了葡萄产品的高品质与一致性。

但在创立品牌初期，市场竞争异常激烈，如何突破重围，提升“诺味优”品牌的知名度？如何拓宽销售渠道，与业界巨头同台竞技？面对这些难题，王子有并未退缩，而是亲自带领供销团队，足迹遍布全国各地。他们通过组织品鉴活动、详细介绍“诺味优”葡萄的独特之处，逐渐赢得了消费者的认可与喜爱。为了打破商超入驻的壁垒，王子有团队诚邀各大商超的负责人亲临种植基地，通过实地考察，让他们亲眼见证葡萄的种植过程与品质保证，用实际行动赢得了商超的信任与合作。

为了进一步扩大品牌影响力，团队远赴浙江、安徽等地，通过举办演讲宣传会、现场品鉴会等形式，生动讲述“诺味优”的品牌故事，传递品牌的绿色生态理念与高品质价值。

如今，合作社已经形成了线上、线下相结合的经营销售模式，通过微信公众号、微商、叮咚买菜、美团等线上平台，积极发展代理商，形成了稳定的线上销售渠道。同时，葡萄产品也在盒马、家乐福等实体店销售，以扩大市场覆盖和满足不同消费者的需求。

值得一提的是，合作社还与多家旅游公司携手合作，推出集游玩与采摘于一体的特色项目，让旅游团体在享受美好旅程的同时，也能品尝到鲜美可口的“诺味优”葡萄，实现了销售模式的多元化。除了上海，合作社的葡萄已远销至江苏、安徽等省的多个城市，深受消费者的欢迎和青睐。

独木不成林，群芳乃为春

随着“诺味优”品牌声名鹊起，周边农户纷纷投来羡慕

的目光，渴望能够复制这一成功模式，踏上自己的致富之旅。面对这样的情形，王子有展现出了非凡的大度与远见，他并未选择独享这份“致富经”，而是秉持着开放与共享的精神，慷慨地分享自己的种植心得与技术诀窍。

前些年，金山亭林镇的一对葡萄种植夫妇因缺乏种植经验而陷入了困境，他们曾一度心灰意冷，甚至想要放弃。正是在这个关键时刻，王子有向他们伸出了援手。

他不仅亲自上门指导，还结合自己的创业经历，为这对夫妇提供了宝贵的建议。在他的帮助下，这对夫妇逐渐掌握了葡萄种植的要领，最终实现了从困境到丰收的华丽转身。

在王子有的创业历程中相似的故事还有很多，他用自己的实际行动，诠释了什么是真正的“授人以鱼不如授人以渔”。面对那些慕名而来、渴望学习葡萄种植技术的果农们，王子有总是保持着开放的心态和耐心的态度，无论问题大小，他都会一一解答，无私地分享自己的知识和经验。

为了更有效地服务果农，王子有不仅将自己的电话设为求助热线，还时刻保持着高度的责任心和敬业精神。无论是清晨五点还是深夜十点，只要接到果农的求助电话，他都会毫不犹豫地给予回应和帮助。他的电话，成为种植户们的“定心丸”，让他们在遇到困难时能够第一时间得到帮助。

同时，圣泉合作社会定期组织技术培训，指导果农们掌握先进的种植技术和管理方法。还会积极协调各方资源，为果农们提供资金支持和政策指导。在王子有的带领下，圣泉“诺味优”葡萄产业逐渐发

展壮大，不仅辐射到了周边多个乡镇，还带动了数百户农民致富增收。合作社已经成为当地葡萄产业的标杆和典范，其示范引领作用得到了广泛认可和赞誉。

2020年8月，上海金山区农民专业合作社联合会第一家分会——吕巷分会揭牌成立，这是吕巷镇政府为加大新型种植技术推广力度，实现优质农产品产销一体化的新举措。

在镇级层面，吕巷镇借助“蟠桃节”“葡萄节”等节庆活动，搭建金山、浙江平湖等地优质农产品展示平台，进一步拓宽优质农产品销售渠道。镇集体企业吕巷旅游发展有限公司也积极参与其中，建设水果公园、发展地区农业旅游，建立线上、线下销售平台，推销地区优质农产品。

作为首批响应并加入吕巷农联分会的合作社，王子有分享了其深远考量：“现在市场变化太快了，单个合作社的力量太薄弱了，加入农联会与全镇优质合作社抱团开拓市场，还能增强合作社的抗市场波动风险能力。”

他表示，加入农联分会不仅意味着能够获取专业的种植技术指导，更重要的是能够汇聚全镇范围内的优质农副产品资源，确保全年稳定供应高品质产品，从而有效增强客户忠诚度。

圣泉合作社与吕巷农联分会的紧密合作，不仅为自身的发展注入了新的活力，更为整个地区的农业产业升级树立了典范。王子有和他的团队，通过分享经验、整合资源、共同创新，不仅实现了自身合作社的稳健发展，也带动更多农户走向更加宽广的致富之路，共同书写乡村振兴的新篇章。

