

# 红鹤草莓：四十年匠心铸就绿色品牌



资料图

“和大平台合作困难，损耗大？不存在的！”一句掷地有声的话语，道出了有着40年草莓种植经验的沈林华对自家草莓品质的十足底气。“我们和叮咚合作都十多年了，基地考核次次拿最高分！”

在青浦白鹤镇，有这样一个草莓品牌——红鹤，它承载着沈林华四十余年的心血与坚守，书写充满奋斗与创新的绿色品牌成长故事。从最初的艰难起步，到如今成为多个平台的优质供应商，红鹤草莓以其卓越的品质和绿色发展理念，在竞争激烈的市场中脱颖而出，成为行业内的标杆。

□记者 许怡彬

## 创业之路：从单车送货到规模配送

1985年，当白鹤镇的农户还在为小麦、水稻微薄的收入愁眉不展时，20多岁的沈林华以敏锐的商业眼光和无畏的勇气，一头扎进草莓种植行业，成为白鹤镇最早一批规模化种植草莓的开拓者。

2005年，沈林华在原绿博合作社有限公司的基础上，成立上海红鹤蔬果专业合作社。创业初期，虽然生产管理已经有了经验积累，但没有现成的销售渠道，红鹤草莓的推广之路充满坎坷。“刚刚开始的时候就是靠兜出来。”沈林华的话语简单质朴，却道出了那段艰辛岁月。为打开市场，他化身“拼命三郎”，一家一家地拜访客户。

与欧尚超市的合作，成为红鹤草莓发展的关键转折点。沈林华深知，要想顺利供货，必须与欧尚各个门店经理逐一沟通，因为门店经理不订货，货物就无法送达市场。于是，

他风雨无阻地前往欧尚位于浙江的舟山、宁波、绍兴等地的门店，与客户沟通联系，凭借着一股韧劲，积极与各方协调。

终于，红鹤草莓凭借过硬的品质和沈林华的不懈努力，成为欧尚华东区主要的草莓供货商之一，配送量在华东区占据绝对优势，奠定了红鹤草莓在市场上的坚实地位。

然而，开拓配送业务的艰辛远超想象。创业初期，沈林华既是老板，又是驾驶员。每天深夜12点，当整个城市还在沉睡时，他已发动车辆，踏上送货之旅。为了能在规定时间内将草莓送达各个门店，他必须抢占卸货位，常常在寒风中焦急地排队等待。这些创业艰辛，在沈林华眼中，是通往成功的必经之路，因为他坚信，只要坚持，就一定能闯出一片属于红鹤草莓的天地。此后，大润发、好又多等多家连锁超市的订单纷至沓来。

## 转型发展：拥抱电商，开启精细化之路

随着电商行业的蓬勃兴

起，红鹤草莓迎来了全新的发展机遇。

2014—2015年期间，叮咚买菜在上海落地生根。叮咚的采购团队在考察市场时，被红鹤草莓在连锁商超中积累的良好口碑和强大影响力所吸引，主动向沈林华抛出橄榄枝。自此，红鹤草莓与叮咚开启了长达十年的深度合作之旅，也由此踏上了转型发展的快车道。

叮咚买菜不仅订货量大，每天的订货量高达2000份，而且对草莓质量有着近乎严苛的要求，从一开始就明确提出精包装、盒装的标准。为满足客户需求，红鹤草莓果断摒弃粗放配送模式，全力向精细化小包装配送转型。同时，为保障供应稳定和产品质量，红鹤草莓斥资安装流水线，对草莓进行严格筛选和包装，每一个环节都精益求精。

在与叮咚买菜合作的过程中，红鹤草莓不断优化管理和生产流程。在品控方面，沈林华坚定地表示：“我们做了这么多年，已经习惯了他们严格的检测，只有加强自身的品质，才能在市场上立于不败之地。”为确保草莓品质，红鹤草莓在农业检测和生产管理上不遗余力。在土壤管理上，每年投入大量成本使用有机肥，施用腐熟后的农家肥，每亩地大概要用3000斤羊粪和500斤菜饼饼，还会添加由鱼蛋白发酵腐熟后的有机肥料，以此改良土壤肥力，精准控制草莓糖度。

在用药环节，红鹤草莓坚持执行有机食品用药标准，使用微生物农药和植物性农药等生物农药，这些低毒低残留且对环境友好的农药，从源头上保障了草莓的绿色健康。此外，红鹤草莓还制定了严格的

采收时间标准，确保每一颗草莓都在最佳成熟度时采摘，将最鲜美的口感呈现给消费者。正是凭借对品质的极致追求，去年，红鹤草莓在叮咚的所有草莓供应商基地考核中脱颖而出，获评最高分。

这份沉甸甸的成绩背后，是红鹤草莓多年来坚持绿色发展、严格品控的有力见证。

## 品质坚守：初心如磐，绿色认证背后的不懈努力

为守住这份承诺，红鹤草莓在每个环节都严格把控，不容半点马虎。除了严格执行绿色食品和有机食品生产标准，控制用药、施肥，在日常管理中，红鹤草莓还建立了一套严密的检测制度。每天，工作人员都会对草莓进行质量检测和随机抽查，及时全面地掌握草莓的生长情况和产品品质，确保每一颗送到消费者手中的草莓都安全、健康、美味。

即便面临市场竞争的巨大压力和价格波动的严峻考验，红鹤草莓也从未降低品质要求。今年上半年，由于市场行情波动，白鹤镇草莓种植户效益不佳，红鹤草莓同样面临成本高、价格低的困境，但沈林华依然坚守绿色种植和严格品控的底线。他目光坚定地说：“种了那么多年了，以前也有过困难的时候，但我相信市场是有周期性的，只要坚持品质，就一定能迎来转机。”这份对品质的执着，是红鹤草莓历经风雨却始终屹立不倒的根本所在。

## 未来展望：传承匠心，注入新活力

如今，红鹤草莓合作社已经发展成为拥有200亩种植面积的规模性组织。其中自有基地里的20亩地是连栋大棚里的立架栽培，这是合作社的“引种试种区”，每2~3排钢架就有一块标志牌，清晰地标注了试种的草莓品种和来源。

在销售渠道方面，除了与欧尚、叮咚等大型平台合作外，红鹤草莓还拓展了面包房、烘焙店等新渠道。明年，还将有两家大型烘焙店与红鹤草莓合作，每天的需求量达5000斤。这些新渠道的开拓，不仅为红鹤草莓带来了更多的销售机会，也进一步提升了品牌的影响力。

在发展过程中，红鹤草莓也面临着一些挑战。目前，采摘工作大多由老年人承担，用工成本也越来越高。此外，随着市场竞争的加剧，品牌建设和创新发展也需要更多的人才和精力。

沈林华坦言：“现在的红鹤希望有更多的年轻人和有识之士能够加入进来，这样的人才对白鹤草莓行业也是亟须的。”对于未来，沈林华有着清晰而坚定的规划。他渴望吸引更多具备管理能力的年轻人、合伙人加入，充分发挥自己的订单渠道优势，实现资源互补、合作共赢。通过引入年轻人的智慧和创新思维，为红鹤草莓品牌注入全新活力，推动品牌在产品研发、市场营销、品牌推广等方面实现跨越式发展。



资料图

