

# 种植面积持续扩大,市场价格两极分化 “红美人”,能否避免“椪柑之痛”

本报记者 应磊 翁云鸢 共享联盟·象山 金晓巍 通讯员 裴云峰 严舒玮



象山“红美人”种植大棚

春节将至,“红美人”柑橘销售正酣,不少大棚里,红彤彤的柑橘依然挂满枝头,等待采摘发往全国。

汁多味甘的“红美人”已成为一种家喻户晓的水果。记者注意到,这几年,“红美人”柑橘的种植面积越来越大,单单象山一地就种植3.6万亩,全省种植面积更是超过了10万亩。

供需关系变化、品质层次不同,“红美人”柑橘的价格也随之出现分化,当初二三十元才能买一个,如今5元、10元一斤。这不禁让人心生疑问:大规模扩产之后,“红美人”柑橘能否保持“美人风采”?这个名气越来越大的浙产柑橘品种,如何避免出现昔日跟风扩种导致产品滞销的“椪柑之痛”?



象山柑橘文化节上“红美人”柑橘拍卖现场。



象山组织“红美人”柑橘种植户现场教学。

## 同为“红美人”,身价大不同

这几天,象山晓塘乡月楼村车流量大增,这里种植的“红美人”柑橘运往全国各地。村党支部书记黄和振说,村里80%的农户从事“红美人”柑橘种植,身边不少人都靠这个住上了小洋房。

一亩“红美人”柑橘,产值高的可以达到8万元。在象山种植“红美人”柑橘,年收入几十万元的橘农不在少数,“红美人”已成为当地名副其实的“致富果”。

有钱可赚,种的人就多。全国各地引种“红美人”柑橘,产量迅速增加。市面上也出现了各种价格档次的“红美人”柑橘,贵的数十元一斤,最低仅几元钱一斤,和普通柑橘相差无几。

同样是“红美人”,为何身价迥异?

在省农技推广中心水果科科长周慧芬看来,优质优价是市场规律。“好的‘红美人’依旧一果难求,但由于不同地区生产的‘红美人’品质参差不齐,市场上出现不同价格的‘红美人’很正常”。

皮薄肉厚,口感细腻无渣,入口即化……“红美人”的独特风味让很多人着迷,但是,要种好却非常不容易。

“‘红美人’对栽培管理的要求很高,尤其需要避雨栽培设施。”宁波市农业农村局农技推广总站农艺师樊树雷告诉记者,冬季寒潮来袭,假如“红美人”柑橘缺乏精细化管理,很容易遭遇低温冻害,果实品质难以保证。

台州种植户王芳在8年前开始试水种植“红美人”。在她看来,“红美人”柑橘就像它的名字一样娇贵:“对冷热变化特别敏感,花果数控制、病虫害防治等各方面都比其他柑橘难‘伺候’,种植过程中容易遇到各种问题,柑橘树的长势比较弱,要培养出茁壮的树苗也是一个大问题。”

多位业内人士告诉记者,相比其他水果,“红美人”柑橘种植是典型的高技术含量、高投资行业。仅搭建钢制大棚每亩成本就超过3万元,每年田间管理的亩均成本更在4000元以上。

高投入,正是为了高产。

“浙江山多地少,机械化作业优势不具备,水果种植的一条特色路径就是创新和精品,这是‘红美人’成功的关键。”周慧芬介绍,这些年,“红美人”的推广速度一直比较快,目前已成为浙江栽培面积第二大的柑橘品种,仅次于胡柚,“这说明‘红美人’很受市场欢迎,大家都相信种‘红美人’可以带来收益。”

数据显示,目前,“红美人”柑橘已经引种到了全国15个省区。宁波之外,我省台州、衢州、金华等地的柑橘种植基地也在持续扩大“红美人”种植面积,浙江全省种植面积已超过10万亩。



国内培育的首棵“红美人”树栽种在象山县晓塘乡。



先进的“红美人”选果机可以挑选出精品水果。



柑橘展销会上,“红美人”引来众多消费者购买。

本版图片均由象山县农业农村局提供

## 扩种增产,销售变难了吗

8万元一亩的“红美人”,在规模种植的水果产业中十分少有,这自然吸引越来越多种植户涌入。有人开始担忧:种得多了,会不会导致卖难?

对浙江橘农而言,前车之鉴犹在眼前。

上世纪八九十年代,浙江椪柑栽培面积和产量迅速扩大。“3个橘子一块钱,卖掉橘子过好年。”当时,椪柑“万元户”、椪柑生产销售专业村成批涌现,椪柑成为了不少农民的“摇钱树”。但很快,由于大量农民跟风栽种,标准化生产不到位率不高,导致果品良莠不齐,椪柑滞销的情况屡见不鲜。

眼下,浙江同样涌现不少工商资本“跨界”种“红美人”的大户。虽说资金不缺,但由于田间技术管理不到位,种出来的“红美人”达不到精品果要求,卖不上好价钱。记者了解到,就在象山当地,一名种植了几百亩“红美人”的投资者就因为没摸透“红美人”“脾性”,导致产量不高、品质欠佳,一年亏损了数百万元。这样的例子外地也有不少。

在工商投资者之外,还有更多跟风种植的橘农。记者采访中,这两年,浙江不少传统橘农把老品种橘树嫁接成了“红美人”。同样是由于在设施和管理上不到位,这些橘农种出来的“红美人”果皮粗糙,果肉多渣且甜度低,品质与精细化种植的“红美人”相距

甚远,田头批发价仅四五元一斤,几乎赚不到钱。

盲目跟风,缺乏有效技术管理,对单个农户来说就有不赚钱甚至亏钱的风险;对整个产业来说,则会带来更大的隐忧。

“‘红美人’会不会走椪柑的老路?在业内人士看来,“红美人”由于天然的高投入特性,虽然存在一定跟风种植的情况,但目前还谈不上无序扩张,在市场这个“无形之手”的调节之下,“劣币驱逐良币”的效应尚未形成,“红美人”的种植面积逐步趋于稳定。此外,“红美人”一开始走的就是精品路线,这为其带来了额外的“品牌价值”。伴随种植面积扩大,愿意为其买单的消费群体越来越庞大,这使得“红美人”的均价可以维持在相对较高的水准上。

实际上,“红美人”柑橘已成为不折不扣的高效益产业——按亩产4000斤来算,平均每斤能卖到10元左右,种植户的收益仍然可观。

“好水果应该走进千家万户,种的多了,价格有起伏是正常现象。”象山柑橘博览园负责人韩东道坦言。王芳自嘲“没有赶上‘红美人’的福利期”,但经过几年试水她已意识到,种植“红美人”不是光有一腔热情就可以,还要尊重市场规律,“别人卷价格,我们就卷品质、卷口碑,好橘子才不愁卖。”

## 技术+标准,“红美人”可以更美

好橘不愁卖,种出好橘的关键是技术。多年前,“红美人”能从众多柑橘良种中脱颖而出,育种技术功不可没。

象山甬红果蔬有限公司总经理、国内最早引进培育“红美人”柑橘的乡土专家顾品告诉记者,当初与“红美人”同批试验的品种有近30个。“每个品种每年需要进行10次、近20项数据观察与测定,可谓‘百里挑一’。”

为了让“红美人”这个潜力品种更好地适应当地环境,顾品和当地农林部门合作建设柑橘基地,研究、培育柑橘。

“我们在大棚里重新嫁接、试种,发现‘红美人’适应了这种环境。”经过不断观察、研究,以顾品为代表的浙江第一代种植户对“红美人”生长习性不断熟识,最终掌握了一整套设施栽培的实用技术。

有市场,技术才能不断迭代。在樊树雷看来,“红美人”品牌之所以能在短短10余年时间打响,很重要的一点就是形成了相对完善的成套栽培方法。良种配良法,使得“红美人”能够源源不断产出精品,抢占市场。

记者采访中了解到,为实现“红美人”优质高产,这些年,各地农技专家牵手种植大户不断试验新技术。譬如针对“红美人”栽种六七年后易“早衰”的问题,宁波象山等地率先探索通过组培的手段,对成长初期的“红美人”进行脱毒,强化果树长势。

聚焦“红美人”产业发展的共性技术难题,浙江也超前布局科技攻关。

“围绕‘红美人’品种特性、设施栽培、肥水调控、土壤改良、果实贮藏等环节,我们早在2018年就布局了农业重大技术协

同推广计划的试点项目。”周慧芬表示,这几年,全省各地举办的“红美人”相关技术培训、优果品鉴等活动明显多了起来。前年,省农业技术推广中心还发布了全省精品“红美人”名单。“通过评奖评优,形成示范效应。”

作为典型的高品质、高附加值产业,“红美人”要擦亮招牌,还必须积极导入现代生产要素,强化生产经营的组织性,开辟发展的新空间。

采访中,记者发现,“红美人”正在成为数字农业的“试验场”。象山、慈溪、平阳、黄岩、南浔等地的橘园里,温湿度监测、水肥一体化自动灌溉设备设施等随处可见。不少地方还搭建起云平台汇集管理数据,帮助橘农在生长关键期及时调整养分供应,提升品质。以电商为突破口,越来越多传统橘农成为了“红美人”产业链上的一环。

数字化,可以让“红美人”更加契合市场预期,进而支撑价格、带动销售。去年6月举行的浙江省浙农码赋能公用品牌行动启动仪式上,最早开始种“红美人”的象山被列为十个试点县之一。橘树有赋码,橘子也能做到一果一码。通过浙农码数字化赋能,象山“红美人”区域公用品牌的价值不断提升。

数字化之外,象山正在推进柑橘标准化种植,提升产业现代化水平。象山县农业农村局负责人告诉记者,仅柑橘这个领域,当地就已制定并推行各类标准70余项。

发力创新、构筑标准……在浙江建设高效生态农业强省的大背景之下,“红美人”的样本价值或不止于此。

## 记者手记

### 打造产品核心竞争力

应磊

无论什么产业,只有打造产品核心竞争力,才能让产业健康有序发展。

日本静冈县网纹瓜,被称为“蜜瓜界的LV”“水果中的劳斯莱斯”,其每公斤均价在180元至360元之间。为什么能卖如此高价?

数十年来,静冈县致力于网纹蜜瓜种子种苗的改良和种植技术的改进,以及后续的包装销售,从而使得当地产的网纹蜜瓜享誉全日本,形成了高附加值的品牌效应。

相较于静冈县网纹瓜,“红美人”柑橘产业还需走很长的路。记者在采访中,不少地区“红美人”柑橘扩张迅速,但农业设施和精细化管理缺位,导致柑橘品质退化。在市场端,不少消费者也表示,“红美人”柑橘失去了早些年前的口感。这给“红美人”产业埋下了隐患。

这些年来,国内不少高效益农产品往往昙花一现,令人惋惜。那么,“红美人”柑橘如何保持长久生命力?一方面,要完善“红美人”柑橘标准化生产体系,这是现代农业的发展方向,同时建立符合市场行情、结构科学合理的农业标准化服务体系。另一方面,以品牌农业引领“红美人”柑橘高质量发展,整体规划品牌建设和品牌保护机制。

随着品牌体系,品质体系不断提升完善,高效益农业就会惠及越来越多的农户。我们期待,阡陌田野出现越来越多高品牌价值、高科技含量的富农产业。

