
“一带一路”背景下

崇明柑橘产业发展路径探析

刘冬青

柑橘是崇明农业结构调整的优选树种。柑橘产业的发展不仅关系到乡村振兴中农民增收、农业增效问题，而且对于崇明世界级生态岛建设以及改善上海市生态环境建设都具有重要作用。由于未充分开拓国内外市场、产业化进程缓慢、经营理念滞后、品牌意识薄弱等因素，崇明柑橘连年出现“卖难”现象，产业发展不稳定。可以说，“一带一路”为中国柑橘出口提供了巨大的国际市场，崇明柑橘应紧抓“一带一路”战略机遇，从探索柑橘产业标准体系、健全营销平台、延长产业链、推进产业化进程、加强从业者培训等方面入手，进一步促进柑橘产业振兴。

一、崇明柑橘产业发展情况

柑橘是上海地区四大主栽果树之一，除了少量分布于浦东、金山、奉贤等区，有 80%以上柑橘产区主要集中在崇明区。自 20 世纪 60 年代末崇明开始试种柑橘，通过一系列的技术改良，80 年代初具规模，且因成功突破柑橘分布北缘低温临界线引起了业界关注，并获得了快速发展，一度成为崇明农业结构调整的优选树种。高峰时期全区柑橘种植面积达 0.86 万公顷（全市 1.09 万公顷），占全上海柑橘种植总面积的 79%。崇明柑橘种植主要分布在绿华镇、三星镇、长兴镇和横沙乡。

自 2008 年起，受国内外多种因素叠加影响，崇明柑橘连年出现“卖难”现象，柑橘价格一直在低位徘徊，严重挫伤了农民的种植积极性，柑橘种植面积逐年减少。截至 2017 年底，崇明柑橘生产面积仅为 0.333 万公顷（其中绿华镇约 0.087 万公顷，横沙乡约 0.08 万公顷，长兴镇约 0.14 万公顷，三星镇及其他乡镇约 0.026 万公顷），较高峰时期减少近 0.527 万公顷；2017 年全区柑橘总产量 11 万吨多，产值不到 2 亿元，单位面积经济效益较其他果树明显偏低。由于经济效益的下降，果农惜本投入、管理粗放现象普遍存在，进一步导致崇明柑橘形成了“品质下降、效益低下、面积减少”的恶性循环。

二、崇明柑橘产业面临的主要问题

除了客观上处于柑橘分布的北缘，果实成熟上市期较晚，容易与销售进度延迟的国内柑橘主产区冲突，造成“卖橘难”之外，崇明柑橘产业发展面临的根本问题在于产业发展不稳定。

（一）销售模式单一，市场开拓不足

崇明柑橘要走出崇明，陆路运输条件虽得到了极大程度的改善，但长江隧桥高额的过路费导致与原来船运相比，成本反而有所增加。因此，在销售方式上，很多橘农选择了田间地头批发。在销售渠道上，崇明柑橘线上销售渠道开发仍然十分有限。如崇明金沙橘线上仅可在微信小程序“崇明米道”购买，与京东、淘宝、天猫、一号店等大型网络销售平台合作仍需加强。

销售模式单一，也导致崇明柑橘在市场上的占有率较低，即使走出崇明，仍然是放弃了国际大都市上海这个广阔的大市场，90%以上的柑橘销往河北、安徽等地。就连上海规模最大的柑橘生产企业—上海前卫柑橘有限公司，都已经有很长时间没有了出口订单。而前卫柑橘公司曾在高峰时期除了供应上海本地及外地市场外，还远销加拿大等国，年出口量最高可达 200 多个集装箱，共计 5000 余吨。

（二）经营模式分散，产业化进程缓慢

崇明柑橘种植相对集中的4个乡镇的柑橘种植户近4000户、从业人员1.2万余人，平均每户柑橘园10余亩（因前卫柑橘公司及横沙乡种植相对集中拉高了整体平均值）；全区100亩以上种植户20余家，300亩以上规模的经营主体仅有5家（其中村镇集体果园3个），成规模的柑橘种植面积不足总面积的10%。这种传统的分散经营模式严重制约了柑橘产业化进程。规模化经营不仅有利于标准化生产技术的推广，而且有利于应对市场竞争，赢得良好的竞争局面。

（三）从业者素质不高，经营理念落后

柑橘产业是劳动密集型产业，但随着近年来柑橘生产效益减少，农村青壮年劳动力不愿从事柑橘种植，柑橘生产者老龄化问题突出。据调查，崇明从事柑橘生产的农户中，60岁以上的人员占75%。在长兴、绿华、横沙等柑橘主产区，柑橘种植正逐渐由原来的家庭主业转变为家庭副业。对柑橘生产的合作社和承包大户而言，由于柑橘生产季节性强，面临用工困难的问题。

柑橘成了名副其实的老龄产业，老年人对落实标准化生产心有余而力不足，合作社和承包大户为减少用工粗放管理；大多柑橘通过田头采摘直接出售，果品采后商品化处理率低等。这些落后的经营理念严重阻碍了市场拓展。

（四）品牌意识薄弱，宣传互动较少

崇明柑橘在品牌建设方面，既缺少知名品牌又缺乏品牌宣传和与受众的互动。一方面，崇明柑橘目前知名品牌太少，老牌“前卫”蜜橘、“飞岛”牌橘桔逐渐在市场中暗淡下来，目前仅有近年来发展的“前小桔”以及集中打造的区域公共品牌——崇明金沙橘。另一方面，柑橘品牌的宣传推广仍有待进一步加强，目前存在市场没有得到充分利用，消费潜力没有得到深入挖掘的情况。如“前小桔”侧重于观光、体验农业，但人气并不旺盛。崇明金沙橘也还在推介阶段，全国范围内知晓率仍不高。同时，以宣传本地柑橘为目的的节庆活动也日渐式微，与柑橘受众之间的互动明显不足。

三、“一带一路”背景下崇明柑橘产业发展路径

柑橘产业的发展不仅关系到乡村振兴中农民增收、农业增效问题，而且柑橘也是重要的林地资源，对于崇明世界级生态岛建设以及改善上海市生态环境都具有重要作用。随着“一带一路”建设的推进，中国与“一带一路”沿线国家的农产品贸易不断增加，这为柑橘出口提供了巨大的国际市场。崇明柑橘产业应紧抓“一带一路”国际大市场，从生产、销售、加工、形成品牌等各环节入手，进一步促进柑橘产业振兴。

（一）探索崇明柑橘产业标准体系

从国内外柑橘生产兴衰的经验和教训看，崇明柑橘产业必须进行高质量发展。从国内经济发展进入新常态来看，崇明柑橘必须进行供给侧结构性改革。因而，建立崇明柑橘产业标准体系势在必行。例如要确保柑橘果品的质量安全：要采用提高柑橘品质的栽培技术；切实做好果品采后商品化处理等。柑橘的高质量发展，有利于提高柑橘果品在国内外市场的竞争力；有利于减少，甚至防止柑橘的季节性过剩和跌价；有利于提升柑橘生产者的经济效益。

崇明可以近年来试验示范成功的柑橘种植栽培“8大模块，16项技术”的整体方案为基础，结合上海橘野农业科技有限公司（前小桔）选果机2017年的应用经验（梳理历史数据，重建分选模块），逐步建立以“种植标准+品质标准”相结合的崇明柑橘产业标准体系，从而提升柑橘整体品质。

（二）大力推介区域公用品牌，健全营销平台

通过互联网、农产品展销会、新媒体舆论等进一步大力推广崇明金沙橘。同时积极加强与天猫、淘宝、聚划算、京东等线上优质平台以及线下各高端实体水果销售;在上海市区投放农产品自动售货机、配合线上销售建立农产品提货柜及开设智能化农产品体验网点,加快提升崇明柑橘的品牌知名度和产品附加值。还可借鉴美国爱达荷土豆的成功模式,将柑橘产品推广进驻餐厅、星级酒店等。如与酒店建立长期合作关系,主动开发食品菜单、食用方法等,拓展销售渠道,完善销售模式。

此外,除有效开拓国内市场外,也可借助“一带一路”机遇,进军国际市场。例如宜昌柑橘企业就抓紧了“一带一路”国际大市场,在“2018 柑橘国际采购商宜昌行”活动中,与来自俄罗斯、哈萨克斯坦、意大利等“一带一路”12 个参与国和地区的 40 余名采购商签订了 9800 万美元的柑橘出口大单,总量达 9 万吨。上海前卫柑橘有限公司本身就拥有自营出口资质,并具有多年柑橘出口经验,可先从研究恢复上海前卫柑橘有限公司的出口订单入手,重新获得国际市场信任后,进一步推广出口范围,甚至将其他柑橘生产企业和大户的产品纳入到前卫公司的出口订单中,进而在国际市场中占据一席之地。

(三) 探索柑橘衍生品的开发, 延长柑橘产业链

农产品衍生品对于提高产品整体价值, 增加产品附加值至关重要。要尽可能通过加工、体验、注入文化因素等多种手段, 延长柑橘产业链。

1. 柑橘加工品。加强技术和管理的投入, 以提升柑橘的品质为基础, 开发橘干休闲食品、橘酒、橘酱、橘茶、橘酵素等柑橘类衍生品, 通过选果分级与衍生品对柑橘品质的要求实现统一, 提高柑橘的整体价值。

2. 柑橘体验。柑橘兼有经济林和生态林的双重功能。通过柑橘种植技术的提升、设施栽培技术的投入, 促成及延长柑橘成熟期, 丰富柑橘新品种, 并通过在柑橘林里增加一些方便游客采摘的设施, 打造“周年有橘吃”的特色观光采摘园, 以柑橘采摘带动农业休闲旅游, 提高柑橘的附加值。

3. 柑橘教育。柑橘作为历史悠久、横跨国家最多、全球种植覆盖面最广、品种最多的水果, 有着很丰富的果树、生态、历史和文化的教育意义。通过柑橘的科普教育, 并结合崇明历史, 柑橘种植历史、柑橘文化、柑橘创意的开发, 建设集采摘、科普、娱乐为一体的柑橘采摘园。

4. 柑橘美食。柑橘全身是宝, 柑橘用于美食自古就有, 橘皮、橘叶、橘花、橘肉等可以开发柑橘美食。近年来, 长兴岛的“前小桔”在这方面做出了新的探索, 并初步开发了橘香鸡、橘蒸蛋、橘酱虾等和橘子有关的产品, 为柑橘美食文化的开发提供了有益的经验。

5. 柑橘文创。延伸柑橘工艺产品, 从文化、创意角度, 以橘色和柑橘的形象开发文创产品, 如小橘灯、柑橘卡通玩偶等, 并开发“VR+柑橘”的虚拟现实产品。通过柑橘艺术节的形式, 大力推广柑橘的文创价值, 创建崇明柑橘的文化品牌。

(四) 适度规模经营, 推进柑橘产业化进程

一方面可培育龙头企业, 如上海前卫柑橘有限公司, 借助龙头企业推进柑橘产业标准体系的制定、生产指导、品牌建设、市场营销等, 以“政府搭台、企业唱戏”的模式, 形成企业牵头加合作社的生产营销模式, 促进崇明柑橘产业化发展。

另一方面要逐步推进老橘园改造, 促进柑橘规模化生产。经调查, 目前现存的柑橘种植园, 大部分为 30 年以上树龄的老果园, 面积小且分散, 树势衰弱、老龄化严重, 园内缺棵现象严重, 同时以粗放管理或不管理为主(尤以绿华镇最为显著)。针对此类老果园, 建议由各乡镇政府出面协调, 通过市场化的方式将无力继续从事柑橘生产的散户土地集中流转给有能力的种植户, 形成适度规模(建议在 200 亩左右)的橘园。政府可通过补贴生产物资等扶持方式, 提高流转户规模化生产的积极性和后劲。

（五）加强从业者技能培训，建设专业营销队伍

重点加强对柑橘经营主体的培训，尤其是对新型经营主体，如龙头企业骨干、专业合作社负责人、农场管理人员等的培训。通过培训，他们能够获得更优质的柑橘实用技术服务，特别是在黄龙病、溃疡病等病虫害方面提供技术交流、学习，为柑橘种植户增产增收提供保障。同时，还可通过参考考察，进一步更新从业人员的思想观念，提高生产技术水平。此外，要逐步引导培养年轻的新型职业农民（家庭农场）从事柑橘生产经营，并通过培训建立专业的营销队伍。

（作者单位：中共上海市崇明区委党校）