
关于进一步做大做强 奉贤黄桃特色产业的思考

周丹 张瑜

近年来，随着新农村建设、乡村振兴的不断推进，农民收入实现较大幅度的增长。然而，从整个大环境来看，如何进一步拓宽农民增收渠道，实现农业新增长点，仍是一个亟需研究和亟待解决的问题。青村镇在实施乡村振兴计划、推进全国小城镇改革试点过程中，始终以发展黄桃特色农业作为农民增收、农业增效的立足点和突破口，逐步成为推动农业结构优化升级、促进农民增收的重要抓手和有效途径。

一、奉贤黄桃产业发展的基本现状

（一）种植历史悠久

上世纪 20 年代，奉贤就有青村、光明、钱桥等乡镇开始种植黄肉桃种。60 年代，市农科院科技人员对奉贤黄桃进行了品种改良，保留了汁多甜浓的品质特征。70 年代，育成了以“锦绣黄桃”为代表的鲜食与加工兼用的新品种。90 年代，市农科院林果所又育成推出早熟黄桃“锦香”、中晚熟黄桃“锦园”、后晚熟黄桃“锦花”新品种，形成以不同成熟期为特征的“锦氏”黄桃家族系列产品。2005 年市农科院在青村镇建立了黄桃科技示范基地，次年成立黄桃研发中心，保证了黄桃质量品种和栽培技术的持续提高。历经百年，青村便有了“中国黄桃之乡”的美誉。

（二）果品质量优良

青村镇（2003 年 11 月，青村、光明、钱桥三镇合并为青村镇）是奉贤黄桃的主产区，地处上海市南部，北靠黄浦江，南濒东海，耕地面积 5 万余亩，具有肥沃的土壤和四季分明的海洋性气候，温度、日照、水分等自然条件非常适合黄桃的种植和生长。产出的黄桃果型肥硕，色泽金黄，汁多味甘，桃香浓郁，营养丰富，富含冬氨酸、苏氨酸、谷氨酸等 14 种人体所需的氨基酸，以及钙、铁、胡萝卜素等多种维生素和矿物质微量元素，是秋季水果佳品。

（三）经济效益显现

上世纪 70 年代末，从光明地区引进上海农科院培育的“锦绣黄桃”开始，至今已有近 40 年的种植历史。目前，青村全镇共有 22 个村在种植黄桃，种植农户 2700 余户，种植面积 8000 余亩，总产量 12000 吨，亩均产值可达万元以上，具有相当规模，成为我国最大的鲜食黄桃生产基地。

（四）黄桃含金量提升

奉贤黄桃 2008 年获得“国家绿色食品”称号。2009 年被确定为“世博特供果品”，评为“中国优质产品”。2010 年，奉贤黄桃取得国家质检总局颁发的国家地理标志保护产品。2015 年，获全国互联网地标产品（果品）50 强和国家农业部颁发的农产品地理标志登记证书。2016 年，获上海市著名商标。2017 年，获最受消费者喜爱的中国农产品区域公用品牌。奉贤黄桃的品牌影响力和美誉度逐年上升。

二、当前制约奉贤黄桃产业发展的瓶颈问题

奉贤黄桃产业虽得到长足发展，但通过对目前经营情况的调查研究，也发现仍存在一些突出问题。这些问题已逐步得到了上海市、奉贤区等各级农业主管部门的重视。

（一）品牌意识欠缺、品牌化程度低

目前，桃农大多是自产自销，品牌意识淡薄。随着市场竞争的日益激烈，外地黄桃竞相涌入，一定程度上影响本地黄桃的销量，损害了本地桃农的利益。虽然对黄桃进行了外销包装，但由于包装价格低廉、技术含量低，极易被模仿，以假乱真、以次充好的情况时有发生，使应有的品牌优势得不到显现。因此，品牌意识弱和品牌化程度低已成为参与市场竞争的一大软肋和农业发展水平低的重要原因。

（二）小散乱现象突出、缺乏规模化经营

青村镇现有桃农 2700 余户，桃林面积 8000 余亩，但大部分桃农仍处于小农户各自为政、自产自销状态，农村经济组织化程度不够。桃林分布碎片化、零散化特点突出，连接成片成规模的较少，未能形成土地集约效应，黄桃土地产出效率比不高。同时由于区域布局不尽合理、功能配套不够完善，且规模偏小、管理落后，农林种植机械化基础条件不足，信息化管理水平不高，使得集散辐射功能不强，造成黄桃品种、质量良莠不齐，专业化程度不高，最终导致本地黄桃销量始终难获突破。

（三）销路不广不畅、销量难获突破

目前，黄桃市场销售主要以桃农设摊零售为主，不但条件非常艰苦，而且数量有限。尤其是每年 8 月中旬黄桃大量成熟上市时，往往出现阶段性供大于求的情况，再加上黄桃的保质期时间较短，一旦出现滞销或者销路不畅，许多黄桃就只能烂在地里。而且由于黄桃销售没有统一定价，桃农一旦遇到销售难时，竞相压低价格，利益受到损失。这些都在无形中给桃农带来了一定的风险，农民的种植积极性大受打击。销路成为制约青村镇黄桃种植进一步发展、形成特色农业产业的瓶颈问题。

（四）面临“三老”问题，发展前景堪忧

“三老”之一是黄桃树龄“老化”。目前青村镇 8000 亩黄桃种植面积中，很大一部分存在桃树种植时间太长的的问题，树龄已有十几年甚至二十多年，早已过了盛产期，导致黄桃果品质量下降、品种老化，因此在一定程度上给黄桃销售带来了困难。“三老”之二是种桃土地“老化”。因为长年种植单一作物，造成桃田土壤养分退化、肥力下降，桃农田间管理难度增加，生产成本也由此上升。“三老”之三是桃农年龄结构老化。目前在种桃的基本上是 60 岁以上的老年人。“老年人做不动，年轻人不愿种”形成种桃“后继无人”的现状，令人担忧。

三、发展奉贤黄桃产业的现行举措和初步成效

（一）坚持走精品种植道路

一方面，实行生产过程技术标准化管理，规范奉贤黄桃科学栽培生产流程，建立全程生产档案和农产品追溯系统。制定采摘、分级、包装流程标准，从定植、嫁接、整形修剪、肥水管理、疏果套袋以及病虫害防治到采摘共 7 大类 29 项生产技术，完善奉贤黄桃分级内控标准。与桃农签订安全生产销售承诺书，进一步提高奉贤黄桃精品果率。另一方面，建立千亩区域特色农产品示范基地和百亩样板方、科技示范户，不断拓展标准化示范基地建设，优化黄桃生产基础设施，提升奉贤黄桃生产水平 and 经济价值。此外，每年举办黄桃擂台赛，为黄桃种植户搭建学习交流、科学种桃、成果展示的平台，激励桃农“种好桃，好卖

桃，卖好价”的市场竞争意识。

（二）坚持走示范引领道路

一方面，始终坚持“生态为基础，高效为目标，标准为核心”的原则，抓好“良种保有，合理施肥，安全用药，规范操作”四个环节，不断加强奉贤黄桃示范基地建设。奉贤黄桃示范基地从最初的 300 亩新品种示范园，到 80 年代 1200 亩庭院经济模式，逐步发展到 90 年代 4000 亩产业园，直至本世纪初 8000 亩黄桃基地。同时积极与市农科院、区林业署建立科技联动关系，建立黄桃研究所、国家科技部批准的黄桃科技特派员产业链基地、建设万亩奉贤黄桃标准示范基地等。另一方面，通过兴建黄桃交易市场、建立黄桃合作社、制定优惠政策等，发挥专业合作社示范引领作用，吸引更多农民投身黄桃种植。目前，全镇黄桃合作社共 6 家，以锦乡、岱伯农产品产销专业合作社为龙头，通过采取“基地+农户+合作社”的经营模式，推进产销一体化服务。此外，合作社积极开展黄桃团购营销，远销各大中城市，已初步形成遍布全国的销售网络。

（三）坚持走品牌推广道路

在精品化种植的基础上，青村镇越来越重视提升奉贤黄桃的品牌影响力。自 2009 年以来，青村镇每年举办上海奉贤黄桃节，至今已成功举办 9 届，通过“黄桃+美食”“黄桃+采摘”“黄桃+文化”“黄桃+旅游”等多种方式，不断挖掘黄桃节的节庆效应，已逐渐成为奉贤休闲旅游的品牌节庆活动和文化名片。同时，依托黄桃展示馆，宣传、推介特色农业和品牌产品等“桃源”信息，渲染黄桃的种植、营销、旅游文化，丰富和拓展黄桃的经济价值、科技价值、旅游价值和文化价值。为营造黄桃节浓厚的文化氛围，青村镇每年三四月份还会举办“桃文化”系列活动，作为每年 8 月黄桃节的预热活动，全方位地展示青村镇在新农村建设和经济发展等方面取得的喜人成绩，诠释一幅“赏青村美景，品青村黄桃，传青村刻纸”浓浓乡村文化的诗情画意和精彩画卷，彰显黄桃之乡的文化底蕴。

（四）坚持走多元销售道路

青村镇不断完善农产品市场和营销体系建设，落实“农商对接”“农社对接”“农游对接”新举措，促进农业生产与市场销售的有效链接。一是“农商对接”力推特色农产品进超市入互联网。不断探索“农超对接农商对接”新途径，让奉贤黄桃走进超市，破解供销不对称、销路不通畅等瓶颈。全镇已建立“农超对接”近 50 家，综合解决黄桃储存保鲜和资金链等问题，鼓励合作社与超市经营商合作双赢。同时，组织引导农民“线上”营销，借助微商平台、淘宝网店等品牌电商资源，发展互联网+农业，打造黄桃种植村电子商务示范村，全面拓展黄桃销售渠道。二是“农社对接”建立多元化的农产品销售格局。挖掘市场有效资源，依托城乡结对共建，搭建郊区农产品直通市区社区市场的平台，开拓“农社对接”新途径。2016 年至今，全镇以黄桃生产专业合作社为主体，组织桃农在社区、街道、单位建立直销点，打通地产果品“最后一公里”，实现黄桃生产、流通、消费的全程产业链。目前已在杨浦、长宁、徐汇、闵行等地设立了 100 多个农产品进社区直销点。三是“农游对接”实现农业一、二、三产融合发展。不断完善农业旅游战略，依托青村本土农业旅游景点，将设施农业向旅游、休闲观光农业延伸和拓展。同时，积极实施农产品与旅游业的有效衔接，搭建“农游对接”平台。着力打造黄桃观光路，形成黄桃“黄金采摘线”，直接面向游客，面向市场，扩大特色农产品“自采游”，让市民来青村赏桃、摘桃、购桃，体验农村采摘之乐。

四、加速奉贤黄桃产业发展的几点设想

（一）以“互联网+”为手段，建立奉贤黄桃发展新模式

“互联网+”技术的应用，有效整合了现有农业市场空间大、信息传递慢、规模分散用户多的特点。未来，我们将从“互联网+农业生产”“互联网+农业监管”“互联网+农技服务互联网+农村电商”着手，以农产品溯源体系建设为突破口，瞄准农业生产、经营、管理和服务四大环节，建立产业链条智慧农业系统。依托互联网广覆盖优势，发展多形式农产品交易电商平台、

多元化农业众筹模式;构建农业信息平台,开展种植新技术指导,预测分析黄桃市场行情,创新黄桃产业模式,为提升黄桃产量销量筑起智慧之石。

（二）以质量管理为根本，凸显奉贤黄桃品牌效应

地理标志就如同一张名片，代表着一种身份和品质。它是一种无形资产，也是一种无价资产，是架起销售者与消费者之间信任的桥梁。“国家地理标志保护认定”为广大桃农种桃提供了法律上的保护，同时也对黄桃质量提出了更高的要求。青村镇将进一步强化质量意识，狠抓质量管理，积极打造绿色、生态、健康的黄桃生产示范基地，切实加强黄桃市场销售管理。通过建章立制，组建队伍，完善服务体系，建立、规范和维护公平、公开、公正的市场交易秩序，以保护产品地域保护，维护品牌无形资产，让竖立在黄桃市场上的大型“黄桃”雕塑成为品牌的象征。同时，我们将继续在每年黄桃成熟上市之际举办黄桃盛会，进一步提升节庆效应，更好地实现打造品牌与培育特色的共同推进，现代农业与生态旅游的相互带动，服务民生与农业增效的和谐共进。

（三）以桃农队伍建设为抓手，促进奉贤黄桃可持续性发展

桃农是种植黄桃的直接参与者和收益者。目前，奉贤黄桃种植面临桃农年纪大、体力差、无接班人的发展瓶颈。未来，我们将进一步加强对桃农队伍的建设和管理。首先是改变桃农种植观念，引导、培育和规范桃农诚实守信、科学种桃，树立品牌意识。其次是提升桃农种植技术。我们将继续保持与市农科院等单位的合作，通过集中培训、现场指导、经验交流等多种方式，强化专业技术培训和服务，逐步提高桃农栽培技术。第三是组织和引导合作社和集体组织接管黄桃树，积极鼓励和支持农户将黄桃林地向协会、合作社、家庭农场、集体组织流转。通过调整、归并、整合，打造龙头合作社和集体组织，推动黄桃产业规模化、集约化可持续发展。

（四）以市场推广为手段，拓宽奉贤黄桃销路

我们不仅要凭借已有资源和举办大型节庆活动将广大消费者“拉”到“中国黄桃之乡”青村来，吸引到黄桃交易市场来，更要将“奉贤黄桃”“推”到消费者“家门”前。一是加大宣传力度。积极做好特色农产品的宣传,利用电视、广播、报纸等媒体,扩大知名度,提高市场占有率。二是建立多元化营销网络。大力建设有形市场网络,如超市、大卖场、批发市场、配送中心等;逐步建立无形市场网络,积极推行网上营销,实施电子商务;适时利用展销会、展示会等推介会,积极寻找目标客户和目标市场;完善黄桃团购营销模式。

（五）以延伸产业链为尝试，提升奉贤黄桃附加值

针对黄桃储存期相对较短的特点，我们将充分利用其特有的食用药用价值，通过精深加工，将桃肉深加工成各种饮料、休闲食品、保健食品。以十里观光路为轴线，以果乡度假村为依托，以游农家景、住农家房、吃农家菜为特色，打造多主题、多形式的黄桃主题采摘园，引领旅客体验农家生活，享受农家乐趣。结合生态农业和乡村休闲旅游，引进社会资本，谋划创建“桃源里”观光旅游系列品牌，建设成“春赏花，夏度假，秋品果，冬游园”的休闲旅游目的地，呈现三十里桃蹊贯穿桃林与村落的美妙意境。同时，将游园路线融入市、区两级度假旅游规划，打造奉贤青村乡村特色旅游专线，形成新型农业生产、生活、体验和乡村旅游结合的新模式，形成一产服务于二、三产，二、三产带动一产的良性循环。

（作者单位:奉贤区青村镇人民政府办公室，青村镇农业服务中心）