

贵州关岭地区火龙果产业基本情况调研报告

江烨 董萍 穆海燕 周光江 邱地发 董法宝¹

（贵州理工学院，贵州贵阳 550003）

【摘要】 为了解贵州省关岭地区火龙果产业基本情况，通过电话咨询、现场访谈调查等方法对贵州省关岭地区的火龙果生产规模、布局、品种结构、市场情况等进行了调研。结果表明：火龙果种植面积相对较大，集约化程度低，精细化管理相对缺乏，产出的火龙果在市场上难有竞争力；主栽品种和种植方式较单一，大部分主栽品种为“贵紫红龙”，种植方式为扦插栽培；火龙果的经济效益相对较高，但地区间差异较大。同时对火龙果销售中存在的问题及应对措施进行了分析，以期对火龙果产业的发展提供新的思路，对各地发展特色农产品推进脱贫攻坚工作提供一定参考。

【关键词】 红心火龙果 调研 脱贫攻坚

【中图分类号】 S816.53 **【文献标识码】** A

关岭喀斯特石漠化（karst rocky desertification）地貌占全县国土面积的 86%，山高坡陡，植被稀疏，石漠化现象十分突出，是国家新阶段扶贫开发重点扶持县之一。2008 年以来，关岭自治县将火龙果产业作为促进农民增收和推进石漠化治理的途径之一，出台了一系列扶贫政策，近年来，关岭自治县通过火龙果产业增收，脱贫 2466 人。为了解贵州省关岭地区火龙果产业基本情况，对贵州省关岭地区的火龙果生产规模、布局、品种结构、市场情况等进行了调研。以期对火龙果产业的发展提供新的思路，对各地发展特色农产品推进脱贫攻坚工作提供一定参考。

1 调查方法及内容

2019 年 8 月，通过采用电话咨询、实地访谈调查方法对贵州关岭地区的火龙果产业现状进行调查，调查火龙果种植面积 200hm²。主要从火龙果的生产规模、布局、品种、市场情况等几方面进行调查。调研对象为火龙果种植示范园、种植农户、村委会工作人员。

2 基本情况

2.1 火龙果种植情况

关岭自治县火龙果示范园位于关岭县花江镇峡谷村。该村 90%以上农户及家庭从事火龙果种植，火龙果是当地主要经济作物，火龙果种植面积达 200hm²。由图 1 可知，种植面积≤1hm²的农户或种植园占比 58.82%，1~2hm²占比 23.53%，2~3hm²占比 8.82%，≥4hm²占比 6.83%。通过比较发现，≤1hm²占比最大，由此推断，当地火龙果种植面积较大，但集约化程度较低。

¹**基金项目**：国家级大学生创新创业训练计划项目“农产品滞销问题及解决办法——以贵州关岭火龙果为例”（编号：201814440031）。

通讯作者：董法宝（1984—），男，山东济南人，硕士研究生，讲师，研究方向：大学生创新创业教育。

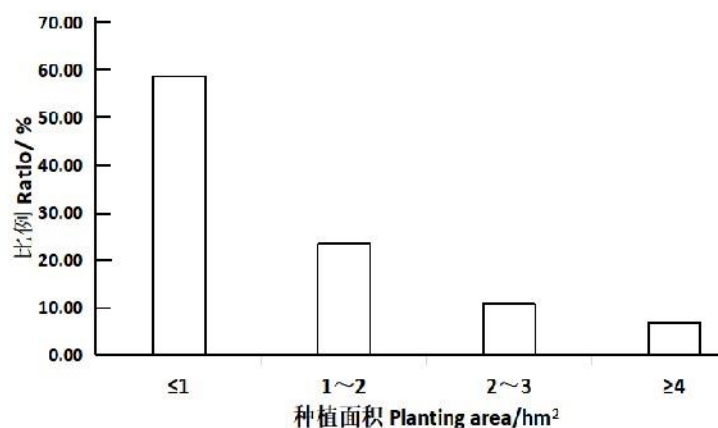


图 1 火龙果种植面积占比情况

2.2 种植模式

通过调查，关岭地区农户火龙果种植均采用扦插繁殖的栽培方式，每年 3-11 月份定植，定植密度每 $\text{hm}^2 \leq 5000$ 株；使用肥料均为腐熟有机肥，每年施有机肥 $\geq 33.3\text{t}/\text{hm}^2$ ，不对环境造成破坏。

2.3 经济效益

关岭地区火龙果每年 5 月-11 月开花结果，每年结果 6 次，至少有 4 次盛果期。统计发现，每 hm^2 产量在 15000~30000kg 之间。 $>0.4\text{kg}$ 占比为 20%，数量较少； $0.25\sim0.4\text{kg}$ 占比为 50%； $0.15\sim0.25\text{kg}$ 占比为 20%； $<0.15\text{kg}$ 占比为 10%。单个果实大于 0.25kg 为好果，占比 70%，其余为次果，占比 30%。销售价格：好果 14 元/kg 左右，次果 6 元/kg 左右，每 hm^2 每年能给果农带来 30 万以上的收入，有效提高了农户的经济收入。

2.4 现阶段面临的问题

关岭地区火龙果也如同其他农产品一样面临着滞销的问题，火龙果的周期性比较固定。在收获的季节会集中上市，常温下火龙果储存期极短，易腐烂，需要尽快卖出。另外，农户为了回收资金以便于再生产，再加上运输流通紧张的问题，大量的供应会压低价格，造成“卖难”现象。同时，市场观念不强，缺乏产业核心品牌，区域自主品牌的市场份额较低，品牌多而杂，知名度低。出产、加工、储存、销售、服务等环节联系不紧密，商品转化率低，初加工多，深加工少，产业链短，产物附加值不高。农户对火龙果的销售渠道感到茫然，不知道自己的营销渠道。通过调查，关岭火龙果近几年销售价格逐年下降。

3 火龙果产业发展的建议

3.1 强化科技示范推广

加强火龙果自花授粉品种繁育基地建设及示范推广，深入实施绿色优质农产品品牌战略。着力抓好无公害、绿色、有机农产品和地理标志产品“三品一标”基地建设，建立“三品一标”安全优质农产品公共品牌，加大著名商标、驰名商标、名牌产品、气候品质认证和有机产品认证的评定力度，扶持产品竞争力强、市场占有率高、影响范围广的关岭火龙果知名品牌。

3.2 深加工提高产品质量，开发多元市场

对火龙果加工产业进行调研，建立关岭火龙果“生产+深加工”合作产业链。此途径不但能解决关岭火龙果一定程度滞销问题，还能对火龙果产业深加工提供技术支持，目前我国水果深加工产业已经取得了巨大的成就，水果深加工产品包括“果汁加工”“果干加工”“果酒加工”“药物加工”等，通过深加工可以提升产品附加值，创造更大的经济效益，开发新的关岭火龙果深加工产品，进一步做到精细化研发，满足人们不同层次的需求。

3.3 建立互联网销售试点

结合互联网途径。通过筛选各类电商初步建立与各大平台的合作，签订合作协议。进行实时销售，按需求采摘运货，避免了物流规划的不合理，消除迂回运输、长距离运输，缩短了运输时间，减少火龙果流通环节的成本，实现真正意义上的“安货出山”“黔货出山”。依托于贵州大数据快速发展贵州关岭火龙果建设并运营网上平台，塑造品牌效应。

3.4 开展火龙果营销活动

原产品及深加工与大、中、小型超市及各类零售商、蛋糕店、奶茶咖啡店合作，线上线下均布局全渠道发展。在各区域（高校、超市、水果店等）开展关岭火龙果营销比赛，为比赛注入公益元素鼓励大众参与营销比赛。特别在高校内，既能帮助学生锻炼营销能力，也能引导学生培养爱心投身公益志愿，将教育专业特色与精准扶贫有效地联系起来。通过市场营销活动，在解决关岭火龙果积压的同时，主要强调产品特性、实用价值及品牌差异和消费者所能得到的利益。以电视广告为主，同时充分借助行业杂志，并加以平台方面的宣传。达到在市场中建立产品知名度和激发购买兴趣；并且提升品牌形象。

3.5 加强多元文化建设

将火龙果与地方特色文化旅游有机结合，进一步推进关岭火龙果品牌营销，创建中国美丽休闲乡村、中国重要农业文化遗产、省级示范农庄、省级示范农业主题公园等国家和省级知名品牌，打造地方特色品牌。开发以农事体验、科普教育、休闲观光等为主题的特色产业活动，扩大产业影响。发展互联网+休闲农业，攻坚扶贫大力度地进行，越来越多的农村推出农家乐，越来越多的人在假期都会选择在农家乐游玩，火龙果产业链可以与农家乐合作，进行火龙果原产品及深加工产品的销售。组织经营主体在专业网站上开展乡村旅游、特色农产品的宣传推介，加快构建休闲农业现代营销市场。

近年来，贵州省认真贯彻落实习近平总书记牢牢守住发展和生态两条底线的指示精神，强力实施大扶贫、大数据两大战略行动，大力发展现代山地特色高效农业。关岭火龙果的种植，创造了喀斯特地区的种植奇迹，使石漠化治理范围得到不断扩大。还使贫困户（村）经济收入得到改善，推动了当地村民脱贫致富。有效地加快和巩固了关岭地区脱贫工作，助力乡村振兴，带动当地农业经济的发展。进一步实现了贵州贫困地区与全国同步小康的目标。

参考文献:

- [1]国家林业局. 中国石漠化状况公报[N]. 中国绿色时报, 2012-06-18(3).
- [2]戴全厚, 严友进. 西南喀斯特石漠化与水土流失研究进展[J]. 水土保持学报, 2018(02).
- [3]牟锦毅, 贾文韬. 四川省农业产业扶贫调研报告[J]. 四川畜牧兽医, 2017(01).
- [4]丁乃奇. 让贵州绿色农产品风行天下[N]. 贵州日报, 2017-06-24(004).

[5]张汗洁. 打造“少数民族地区原生态火龙果”品牌的对策建议——以贵州省关岭自治县火龙果为例[J]. 中国市场, 2016(18).