

温岭高橙产业发展现状及建议

叶嘉慧 林艳¹

(浙江海洋大学 东海科学技术学院, 浙江 舟山 316000)

【摘要】: 温岭高橙系橙、柚的自然杂交品种是浙江省温岭市传统的地方特色产品, 其在当地的栽培历史已有 500 年之久, 温岭市也被评为“中国高橙之乡”。近年来, 由于存在口味独特、定位偏离、经营分散、销售模式单一等问题, 温岭高橙市场低迷, 应通过技术升级、精准定位、资源整合、引进互联网技术等手段, 实现温岭高橙产业的可持续发展。

【关键词】: 温岭高橙 市场 销售模式 技术升级

【中图分类号】 F323 **【文献标识码】** A

温岭高橙产业是温岭市农业主导产业之一。近年来, 随着市场竞争的不断加剧, 市场占比不断下降, 品牌效应难以发挥, 温岭高橙产业不可避免地进入发展瓶颈期。深入了解温岭高橙市场的发展历程和基本现状, 深刻剖析其中的问题, 从政府到农户, 进行多方面考量, 促进温岭高橙产业的进一步发展。

1 温岭高橙发展历程及现状

温岭市地处浙江东南沿海, 水网密布, 山地丘陵较多, 土壤疏松, 排水条件好, 又因为属于亚热带季风气候, 四季分明, 雨量充沛, 无霜期长, 光照充足, 冻害少, 自然条件十分优越, 这为温岭高橙产业的发展打下了坚实的基础。

温岭市被评为“中国高橙之乡”, 早在明朝嘉靖年间, 该市就有高橙栽培的记载。当时农户多于房前屋后种植高橙, 但规模很小, 更多的是零星栽培, 处于产业萌芽阶段。20 世纪 80 年代, 温岭市高橙产业迎来了重大发展, 在 1984 年, 当地政府成立了高橙研发中心, 选育良种, 还建立了优质良种苗木繁育基地, 又与无锡轻工业学院开展合作, 尝试为高橙脱苦。高橙种植面积也从 1983 年的 22hm² 扩大到 1998 年底的 935.5hm², 期间产量也从原来的几百 kg 增加到了 5250t^[1]。2014 年, 温岭市的高橙种植面积已达到 800hm², 当地生产温岭高橙的企业共有 8 家, 成片的生产基地有 333.33hm², 年总产量 2 万余 t, 产值达到 8000 万元, 成为了温岭市农业主导产业之一。

温岭高橙所获荣誉众多, 先后被评为浙江省农业博览会优质奖、金奖, 是中国国际农业博览会的名牌产品, 也被中国果品流通协会授予“中华名果”称号。2011 年 11 月 22 日, 农业农村部批准了对温岭高橙实施农产品地理标志保护。

虽然产量、面积和以前相比大有提升, 也获得许多荣誉, 但由于各种原因, 致使温岭高橙与市场匹配度低, 后续发展劲头不足。

¹**作者简介:** 叶嘉慧(2000—), 女, 浙江台州人, 本科在读;林艳(1985—), 女, 浙江台州人, 助教, 硕士, 研究方向: 区域经济。

2 温岭高橙产业发展困境

2.1 果实酸味过重，受众狭窄

温岭高橙受品种影响，果实中的有机酸和柠檬苦素含量较高，总糖含量低，例如有机酸含量是同样立地条件种植的早熟宫川温州蜜柑的 2.8 倍，总糖含量却只有它的 63.5%^[2]。正是受有机酸和柠檬苦素这两种成分的影响，温岭高橙的果实微甜，具有强烈的、刺激性的酸味，并伴有苦味。其受众一般局限在偏爱酸味的群体，或是注重其药用价值的消费者。此外，随着技术的进步，本土柑橘新品种不断涌现，其口味也受到众多消费者的青睐，温岭高橙在市场上的占比不断下降。

2.2 市场定位偏离，宣传水平不足

温岭高橙的酸味、苦味浓重，致使它在柑橘市场上无法凭借口味占据较大的市场份额，但是果实中的有机酸和柠檬苦素具有抗病、抗癌、助消化、防止动脉粥样硬化等功效，还含有丰富的维生素 C 和矿物质，营养价值高，保健功效强大，因此它在养生保健产品市场、药品加工市场上占据优势。但在销售温岭高橙的过程中，大多数农户由于没有受到过系统的销售培训，缺乏一定的专业知识储备，市场敏锐度低，往往仅凭借经验销售产品，并未突出温岭高橙的营养价值和保健功效。另外农户对温岭高橙的受众不明确，客户画像模糊，再加上宣传力度不够，宣传成本投入低，使得大量潜在客户群体不了解它的深度价值，因而错失市场时机。

2.3 经营分散，难以形成规模效应

经营的分散主要从政府、企业、组织、农户四个方面表现。在政府方面，扶持产业发展政策片面化，注重生产基地的建设，对于产品后续的经营、流通、加工、保障等环节还不够深入，缺乏政策性保险机制，使得农户种植温岭高橙具有一定的盲目性和随意性，不利于资源利用最大化。温岭高橙产业龙头企业少，农户多为分散经营，进行粗放型生产管理，规模较为零散，没有利用好当地优越的自然地理条件。此外，农户加入的生产合作社或者果农组织不够成熟，没有起到带头作用，致使企业、组织、农户之间联系松散，不利于发挥产业的集聚作用，难以实现资源的最优配置。经营的分散也导致温岭高橙产业没有一套标准的生产经营流程，使得农户必须自我总结种植经验，因此市场进入壁垒高，而农户大多理论知识不足，易耗费大量的前期投入进行生产试验，错失市场销售时机。

2.4 生产技术差，管理方式传统

由于开发成本高昂，资本回报率低，除了少数规模园场之外，大多数农户不愿进行新技术的试验，导致产业整体的生产技术不高，技术进步困难，因此难以实现果实外观的改良和保证温岭高橙的果形、规格等的统一，产品优质率较低，再加上没有一个明确的品质衡量标准，使得市场上产品质量参差不齐，造成销售困难，例如果树营养枝营养过于充足，果实膨大速度大于发育速度，内部的发育和营养不能跟上，果实容易枯水，果汁含量少，难以出售。此外，温岭高橙产业没有一个完整的防治流程，对于像黄龙病这种发生在柑橘上的毁灭性病害的存在，农户难以做好提前防御工作，导致前期投入所承担的风险压力大，阻碍温岭高橙产业的可持续发展。再有，产业内大多实行家庭小作坊形式的管理，该模式基本遵循家庭决策者的个人意见，缺乏前瞻性，盲目进行生产经营管理，从而导致该行业效率低下、投资回报率不高、抗压性差等后果。

2.5 销售模式单一，实体销售场所缺乏

市场获利空间小，年轻人缺乏进入温岭高橙种植行业的意愿，新的销售模式推广困难，大多数农户仅停留在线下以批发鲜果为主的销售，且多数销往超市或者等待批发商上门进货，几乎不对外进行大范围的广告宣传，所以游客进行观光采摘和市场零售占比低，不利于提高市场认知度，虽有少数农户通过电商平台销售产品，但由于难以形成较大规模，销量难以得到有效拉升。另

外，线下缺少固定的类似于大型交易场所、批发市场等起集聚作用的实体销售地点，农户销售渠道缩紧，交易前期往往进行重复投入，且由于市场供求信息模糊，农户难以把控市场需求，后续调整温岭高橙的种植面积困难，经常进行盲目生产，易形成错过销售时机和因为供大于求而亏损、浪费的局面，打击农户生产积极性。

2.6 产业链较短、收益渠道狭窄

温岭高橙产业以单纯销售果实为主，还未对其价值进行深度挖掘，再加上缺乏大规模加工企业，加工市场处于无规模化，生产流程难以把控，导致例如高橙果汁、高橙酒、营养保健食品等加工产品市场几乎空白，出现产品结构单一，产业链较短的现象，阻碍了产业经营规模的扩大。同时温岭高橙售价低，大多在 2.6~3.6 元/kg 的水平，近几年受疫情影响、寒潮的侵袭和新产品的冲击，售价甚至会低到 1.4~1.8 元/kg，产业收益渠道狭窄，加上收益空间进一步压缩，不仅吸引农户种植温岭高橙困难，甚至原来种植的农户也因为无利可图，更改种植品种，比如改种优质红美人柑橘和优质葡萄柚，两者市场售价分别稳定在 20 元/kg 和 12 元/kg，而温岭高橙最高的价格区间仅在 7~10 元/kg，在这样巨大的利润差异对比下，农户会逐渐失去对高橙产业未来发展的信心，不利于温岭高橙产业的发展。

3 对策

3.1 加大科研投入，改进风味

科技是第一生产力，可在高橙产业加大科研的投入力度，改善口味，提升消费者的接受度。比如由政府牵头，支持温岭高橙科研基地的建设，加大资金投入，引进国内外先进技术，促使农户与科研机构达成长期合作，大力支持部分温岭高橙品种的改良优化，在大幅度保留功效的情况下，对温岭高橙进行脱苦、降酸、增糖的试验，提高温岭高橙的甜度，丰富口感。同时成立专项小组，对研究中遇到的难题展开交流协作，尽快实现品种的改良升级，提高消费者的受众范围。

3.2 政府出台多种政策，保障农户生产

温岭高橙产业是当地传统的经济产业，政府应当增加扶持力度，建立完整的政策扶持流程，相关部门可以根据温岭高橙近几年整体的发展趋势和市场走向，进行多方面考量，出台多个温岭高橙产业发展的利好政策，保障农户生产。具体措施如下：首先，制定人才吸引政策。第一，积极引进涉农人才，提供咨询服务，解答农户技术问题，助力推广新技术的运用，帮助农户改良温岭高橙的风味，使得该产品得以尽快适应市场需求的发展，抢占市场份额，为温岭高橙产业的可持续发展打下坚实基础；第二，吸引经营管理人才，设立新型农户职业培训，帮助农户转换销售思维，指导农户积极顺应市场变化，提高市场敏锐度和产品销售效率，减少浪费。双管齐下，为温岭高橙产业带来新活力、新面貌。第三，建立福利机制，鼓励农户生产经营，健全生产过程中的保障体系，发挥保险转嫁风险的作用，推出政策性保险和商业保险，鼓励农户积极参保，例如面向广大农户提供温岭高橙产量最低保险保障产品，为温岭高橙的高质量生产提供强大帮助，最大限度地减轻参保农户的因灾损失，降低农户生产顾虑，提高农户生产积极性，增强年轻人的从业意愿。此外，还应当加强市场监管，整顿和规范市场秩序，树立典型代表。创立经营主体诚信名单，对于采取不正当手段进行竞争的经营者，加大惩罚力度；对于规范经营、勇于创新的经营经营者，积极表彰。创建一个公平、公正、公开的市场秩序，切实保障温岭高橙产业市场的生命力。

3.3 明确市场定位，提高宣传成本

明确市场定位，在确定未来产业发展趋势的前提之下，制定清晰的市场销售目标，提高市场认知度，有利于扩大受众范围，助力温岭高橙产业的蓬勃发展。具体措施如下：首先是做好客户群体的分类工作，针对不同的客户群体进行详细的市场调研工作，从而制定出不同的销售计划，例如近几年，大众对养生、保健的需求提升，因此可以迎合市场，通过宣传温岭高橙的营养价值和保健功效，进行产品销售。对于改良后已经达到增糖降酸目的的新品种，则可按照一般柑橘类水果的营销方式向喜好甜味的

人群进行宣传销售，从而优化销售模式，帮助提高销售效率，把握市场销售时机，继而扩大农户的收益空间。其次，拓宽温岭高橙的宣传渠道，提高宣传投入，利用电视广告、微信公众号等媒体平台进行大规模宣传，再结合线下的宣传渠道，达到一种立体环绕式的宣传效果，促进温岭高橙品牌形象的传播，给消费者留下深刻印象。

3.4 推进资源整合，做大做强品牌

温岭高橙产业缺乏强大的资源整合能力，品牌效应难以发挥，产业走向难以预测，不利于后续发展目标的制定与实施，要想解决这一问题，可采取如下措施：首先，政府应当设置专门的领导部门，按照一定标准划分温岭高橙的生产区域并成立领导小组，安排具体的项目建设，建立质量追溯体系，将责任落实到每个人，进行严格的规划生产，积极引导农户通过租赁、互换等方式流转果园，大力推进资源整合，提高资源利用率，实现资源的最优配置，增强企业、基地、农户之间的联系，从而增强集约化经营水平，形成规模效应。期间必须严格把控产品质量，合理使用化肥、农药、保鲜剂等，打造绿色农业、生态农业。当产业达到一定规模时，大力促进温岭高橙品牌走出去，达到做大品牌的目的。实践证明，只有走出去，才能够利用更多的资源，帮助提高温岭高橙产业的市场知名度、影响力，达到品牌效应，形成良性循环，为温岭高橙产业注入活力。值得注意的是，在品牌经营过程中，需要严格把控品牌授权，打击假冒伪劣产品，保持温岭高橙的优质性、独特性。

3.5 强化技术升级，坚持科学管理

温岭高橙产业只有积极进行技术的升级，坚持科学管理，制定一套标准的生产、防治、销售等流程，才能保障产业长久的发展。可采取如下措施：一是建立生产基地，大力培育结果均匀、果实美观的品种，注重解决类似于果实枯水的问题，保证果实品质。二是从技术水平和可行性角度出发，制定一个清晰明确的果实规格分类标准，对果实进行严格分类，便于后续输入不同层次的销售渠道，满足消费者多样化的需求，提高市场接受度。三是给予农户一定的生产补贴，帮助更新生产设备，提高后续生产的机械化程度，助力技术升级，早日实现现代化大生产。四是研究和推广防范灾害的技术和流程，统一加强各生产园区中柑橘黄龙病等病害以及自然灾害的防治，指导生产，避免农户出现大规模的不必要损失，增强农户生产积极性，实现产业的优化升级。五是建立健全温岭高橙产业农户培训体系，促使农户进行科学管理知识的培训，引导新进入温岭高橙产业的农户尽快熟悉标准生产、经营、管理等流程，增加已有农户的知识储备，提高从业人员的整体素质水平，将理论与实践相结合，推动原来的粗放型生产管理转向集约型生产管理，实现高产出、低消耗的集约型产业经济增长，促进产业发展^[3]。

3.6 结合互联网技术，线上线下两手抓

线上线下两手抓，满足多样化需求，实现温岭高橙产业的飞速发展。关于线上销售，中国互联网协会发布《中国互联网发展报告(2021)》，报告显示截至2020年底，中国网民规模达到9.89亿人，互联网普及率达到70.4%。重视互联网在当今生产销售中起到的作用，是取得产业发展的强大保障。可在温岭高橙的销售环节，积极推广互联网技术的运用，有助于提高认知度，拓宽市场。将温岭高橙销售至其他省份，甚至远销至国外，是实现品牌走出去的重要一环。互联网的发展和物流体系的建设使得地域空间受限小，加上温岭高橙耐贮藏，不易腐烂的特点，使其便于向外进行长途运输、销售，前景广阔。还可以积极收集大数据搭建信息交流平台，向买卖双方提供信息咨询、查询服务，以及产品真伪鉴别功能，打通线上线下之间的壁垒，促进发展。而线下在保持现货交易和游客观光采摘的同时，建造一些大型固定的交易场所，便于买卖双方进行信息获取和产品交易。注重线上线下销售的每一个环节，为消费者提供全程贴心的服务，保障消费者权益和提高消费者忠诚度。再有，当地可结合温岭高橙的悠久历史，积极举办文化主题活动、产品展销会，做好文化建设，提升文化软实力，为温岭市打造一个新的优质文化名片^[4]。

3.7 延长产业链，拓宽收益渠道

解决产业链短的问题可以从两个角度出发，具体解决措施如下：从企业角度看，积极进行市场调研，探索市场需求和消费者心理，深度分析、挖掘温岭高橙的价值，研发新产品，延长产业链，探索温岭高橙产品的宽度和深度，填补温岭高橙加工产品市

场的空白，寻求多样化发展，借鉴类似于柠檬等成功的销售模式，结合自身情况进行开发销售，化劣势为优势，为产业探索出新的动力机制。从政府角度出发，扶持当地产品加工企业的发展，建造大型加工工厂，规范加工市场，鼓励对温岭高橙进行产品多样化的深度加工，提高产品附加值，优化产业结构，为农户拓宽收益渠道。

4 结语

温岭高橙产业在发展中遭遇困境是必然的，这是挑战也是机遇，在当下市场竞争不断加剧的时代，产业必须协调发展，综合考量，利用多方优势，采取整合资源、精准定位、更新技术等改进措施，加快调整产业结构，积极促进结构的优化升级，探索出温岭高橙产业发展新模式，实现产业的可持续发展。

参考文献：

- [1]徐小菊. 温岭高橙资源优势及其利用策略[J]. 浙江柑桔, 2000, 17(2): 15-17.
- [2]王涛, 林媚, 陈丹霞, 等. 温岭高橙的营养成分分析及评价[J]. 浙江柑橘, 2015, 32(2): 29-31.
- [3]王晴, 江青优. 关于奉化市尚田镇草莓经济发展的探析[J]. 农村经济与科技, 2016, 27(15): 162-164.
- [4]江青优, 丁六申, 潘军, 等. 宁波市奉化水蜜桃产业面临的问题及对策[J]. 农村经济与科技, 2017, 28(1): 151-152.