

周至县猕猴桃产业发展问题的思考

雷玲¹, 刘冬梅², 张晓惠¹ (1.西北农林科技大学经管学院, 陕西杨凌 712100; 2.西北农林科技大学人文学院, 陕西杨凌 712100)

摘要 通过对周至县猕猴桃产业发展现状的调查, 分析了周至县猕猴桃产业发展存在的问题, 并针对这些问题, 结合国内外猕猴桃产业发展的经验, 提出了相应对策。

关键词 周至; 猕猴桃; 产业发展

中图分类号 S663.4 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2007)20-06299-02

1 周至县猕猴桃产业发展现状

周至县人口 63 万, 总面积 2 974 km², 耕地超过 6 万 hm², 全县 9 镇 13 乡 379 个行政村, 是关中平原上著名的大县之一。该县地处秦川腹地, 南依秦岭, 北濒渭水, 襟山带河, 自然条件优越, 是中国猕猴桃资源最丰富的地区, 也是世界猕猴桃的原生地, 民间猕猴桃人工栽培的历史达 1 000 多年。从 20 世纪 80 年代初开始, 周至县的科技人员就致力于猕猴桃的品种选育、改良工作, 先后培育出秦美、亚特等享誉国内外的优良品种。十多年来, 周至县一直把种植猕猴桃作为县域经济发展的产业。全县上下累计为猕猴桃产业投入资金超过 12 亿元, 建成了全国最大的猕猴桃生产基地, 也是全国唯一的猕猴桃标准化管理示范县, 被称为“猕猴桃之乡”。目前该县从事猕猴桃种、贮、加工、销的农民已达 5 万户, 14 万人, 全县农民人均猕猴桃纯收入 600 元, 占全县人均可支配收入的 30%。

据统计, 近几年来, 猕猴桃栽植面积迅速扩大, 1988 年只有 333.3 hm², 2000 年增加到 5 333.3 hm², 2004 年为 8 666.7 hm², 2006 年达到 1.0 万 hm², 加上邻县栽植面积总数占全国栽植面积的 62%, 产量超过了 60 万 t, 鲜果总量 15 万 t, 人工种植面积和年产量均居国内第一位。近 6 年来, 年平均增长 780 hm², 年产量超过了 10 万 t, 品种优良, 远销 26 个国家和地区。据估计到 2010 年种植面积达到 1.3 万 hm², 鲜果总量达 25 万 t, 储藏能力达 12 万 t, 加工能力 8 万 t, 出口总量 12 万 t, 总产值 11.8 亿元, 全县人均猕猴桃收入 1 800 元, 果农人均收入 6 000 元。

2 周至县猕猴桃产业发展存在的问题

2.1 生产科技水平低, 果品质量差 果农缺乏标准化管理技术, 在管护阶段, 部分果园未按技术要求严格进行培肥、定型、修剪管理, 树势衰弱; “多头并出”。这种粗放的管理导致植株形成“细弱树”, 单产水平不高, 发挥不出应有的效益。

在果实成长期间, 果农为了增加产量, 盲目使用膨大剂, 致使猕猴桃质量下降。果农在幼果期蘸用膨大剂, 猕猴桃不仅果形漂亮, 且个头比原来大一倍多, 但成熟后的猕猴桃口味品质却大幅下降, 贮藏期也由两个月缩短到十几天, 而且盲目使用膨大剂加速了树龄老化。受短期利益驱使, 果商图好卖, 果农乐得种, 结果导致膨大剂在周至以及周边果区快速蔓延, 从而使“维 C 之王”猕猴桃在国内外高端市场的声望大跌。据调查, 目前仍有部分果农在使用“膨大剂”, 这对刚刚走出困境的周至猕猴桃产业是非常危险的。

周至猕猴桃近几年来出售价格偏低, 果农为了提高价钱, 采用早采早卖方式。2002 年该县猕猴桃早采早卖现象严重, 导致品质下降, 冷库烂果, 果商赔钱; 2005 年又重蹈覆辙, 在距果品成熟还有 40 多 d 的 8 月中旬, 大部分客商就批量地把生果拉到销售市场, 日均销售 600 t 左右, 冷库跟风盲目抢购入库, 使得果价天天在上涨, 结果病虫果、叶磨果、日烧果等残次果充当商品果被贮藏。由于生果和非商品果的入库导致大量的猕猴桃不耐贮藏, 易软化, 损耗率高, 最终影响了市场销售, 严重影响了该县猕猴桃的声誉。

2.2 品种单一, 结构不合理 周至县猕猴桃种植面积虽然不小, 但品种过于单一, 主要为秦美猕猴桃。据统计, 秦美占到种植面积的 84% 以上, 而早、中熟的亚特、海沃德分别占 9% 和 5%, 其他品种仅占 2%。随着猕猴桃市场的国际化和消费者口味的高档化, 猕猴桃缺乏多样化、具有自主知识产权的国际性品种, 已经成为周至县猕猴桃产业的软肋。

猕猴桃树龄大多相近, 盛果期同时出现, 造成果实集中上市。品种单一使得采摘期集中在 10 月上旬, 大量鲜果同时上市, 给销售、贮存、加工都带来了一定的压力, 容易造成猕猴桃价格大幅下跌, 导致果农增产不增收, 挫伤了果农的积极性。

2.3 缺乏品牌形象, 包装过于简单 在经营鲜果方面, 仍走过去的老路, 没有形成品牌效应。目前, 周至猕猴桃在消费者的心中已有了一定的知名度, 但因为没有自己的知名品牌, 消费者仅有“周至猕猴桃”的笼统概念, 在消费市场上外地猕猴桃冒充周至猕猴桃的现象屡见不鲜, 造成“鱼龙混杂, 良莠不齐”。因此, 树立周至猕猴桃品牌对进一步开拓其市场有着不可忽视的作用。

品牌形象的缺乏, 导致果农轻视对猕猴桃的包装。周至猕猴桃水果的采后商品化处理量只占水果总产量的 10% 左右, 大多数是“一流水果, 三流包装”, 就连采后的冷藏保鲜、贮藏运输等工作也不能及时到位, 导致产品未及上市就先掉价。目前, 周至猕猴桃在采摘后大都采用简单的纸箱包装, 使得猕猴桃易受挤压, 而且在包装中果品未经过严格的分等、分级。

2.4 加工企业消化能力弱, 原产品过分依赖鲜果市场 目前, 已建成并投入使用的各类冷藏库和气调库 548 余座, 储藏能力达 6 万多 t, 但多数属于家庭简易冷藏库, 而上规模、上档次的气调库不足 30%, 冷库的贮存能力有限, 贮藏量只占总产量的一半。猕猴桃为多汁浆果, 产后极易软化腐烂, 据科研人员跟踪调查抽样测算显示, 果实采收分选的损耗率约为 6%~10%, 冷藏果出果实损耗率 5%~10%, 在周至县, 因贮藏保鲜技术的落后, 导致实际的损耗远远大于

作者简介 雷玲 (1972-), 女, 陕西武功人, 副教授, 从事农业经济管理研究。

收稿日期 2007-03-07

此,甚至超出几倍。

周至县猕猴桃深加工企业也没有做大做强,无自己的品牌,市场销量没有保证,生产不连贯,对鲜果的需求量少。目前周至县在猕猴桃的深加工方面以果汁、果脯居多,像猕猴桃果奶、果冻、果籽油等还未涉及。没有强有力的第二、第三产业保障,果农的希望就完全寄托在鲜果市场之上,市场脱销,果农就会受益,市场疲软,果农就会受损。

3 完善周至县猕猴桃产业发展的建议

3.1 加强技术指导,提高果品质量 要生产出适销对路的果品,壮大猕猴桃产业,还需要对果农加强标准化管理的技术指导,以实施标准化栽培,生产安全健康食品。技术推广部门应派技术人员深入田间地头,对果农进行科学培肥、定型、修剪技术指导,提高果树挂果率,改粗放管理为集约经营,减少“细弱树”,提高投产率和单产水平。

在果实生长期,技术推广部门和质检部门应整顿生产资料市场,严厉打击假冒伪劣产品,严把生产资料质量关,按照猕猴桃产业化标准要求建立猕猴桃专用生产资料供应,杜绝不合格农药、化肥和膨大剂的使用。指导农民按绿色果品要求,规范化生产,多施有机肥,定量挂果,及时防治病虫害;在最佳采果期进行分批分级、采摘,做到轻采、轻放,浅装快运,杜绝早采、早卖等短期行为。

3.2 选育优良品种,调整品种结构 近年来,国内外选育出了大量猕猴桃新品种,如美味猕猴桃中被誉为猕猴桃中红富士的金魁和海沃德芽变皖翠,晚熟红肉美味猕猴桃红美及日本的香绿、赞绿等;中华猕猴桃中的金桃及系列红肉猕猴桃品种,新西兰的早金,日本的小林 39、金赞岐等;软枣猕猴桃中的魁绿,日本的香粹;毛花猕猴桃杂种 M3 品系等新品种。周至县通过品种对比试验、开发研究,选育出适应周至县栽培的优良品种。在选育优良品种时,要考虑成熟期,结合当地实际,调整猕猴桃的品种结构。尽快发展早、中熟品种,压缩晚熟品种。由于早、中熟品种不耐贮藏,比重也不宜太大,各占 10%,能接上晚熟果上市即可。按市场对果品多样化的要求,晚熟果也应增加搭配品种。一是周至猕猴桃产业必须在新品种开发上下功夫,大力推广优质品种,淘汰劣差品种;按成熟期开发出早、中、晚型,避免同时上市。二是随着猕猴桃果品市场的不断发展变化,秦美猕猴桃一支独秀的局面被打破。国际知名品种海沃德的市场需求日益上涨,价格持续走高,果农应采取高接换种(即将需换种的枝头截断,在上面嫁接优良品种的接穗)的办法,在秦美猕猴桃树上嫁接海沃德品种,来适应市场变化。三是在适合海沃德品种生长的乡镇建立高标准的海沃德有机种植示范园。

3.3 注册商标,完善包装 猕猴桃与其他水果一样,都有自身长期形成的“自然品牌”——地区特产。如苍溪猕猴桃、周至猕猴桃等,都是以地区来命名。这些牌子大而统,水果

品质参差不齐,鱼龙混杂。由于地域不同,果品的品质有较大差别,所以,为了实现优果优价,必须申请注册自己的商标,打出自己的品牌,参与市场竞争。目前,周至县猕猴桃整体的果业产业化尚停留在价格竞争阶段,品牌意识普遍不强,这使得猕猴桃产品的内部价格竞争日趋形成恶性循环。周至县有着得天独厚的猕猴桃生产条件,要在“周至猕猴桃”品牌上下功夫,形成品牌效应,为优质果品申办注册商标和“绿色食品”使用证书,开展宣传促销,创出品牌形象,并加强质量管理,实行信誉卡制度,抵制假冒伪劣产品,维护品牌的声誉。

同样的果品,不同的包装,卖价不同。果品包装朝着两个趋势发展:一是大包装向小包装发展。根据北京、上海两地市场调查小包装(3-5个猕猴桃1盒)很受消费者的青睐。二是包装高档化、礼品化。外包装箱设计非常精美,具有一定造型和华美逼真的图片,非常吸引人们的眼球,内包装也发生着变化,由网套向保鲜袋、网套、小包装盒三组合发展。透明包装、组合包装也将成为果品包装的潮流。周至猕猴桃生产包装除参考上面几点外还应注意几点:首先确定包装箱生产企业,并对其进行指导规范,按要求生产;其次凡是示范园的猕猴桃对外销售,规定统一使用指定生产企业生产的印有统一标志、统一规格的包装箱,并且由项目管理部门统一订购把关,同时在包装箱附有监督部门统一制作的“两证一卡”即合格证、通行证和信誉卡,以保证质量和信誉。

3.4 培育龙头企业,推进猕猴桃产业化经营 目前,周至县尽管有省冷库、秦美公司等贮藏加工企业,但其规模远远不能满足市场的需求,发展贮藏、加工、销售龙头企业,应充分调动广大果农投入的积极性,要坚持开发引进的思路,坚持突出“大、高、外、强”的四字方针。“大”就是要大规模,围绕猕猴桃产业,培植集信息传递、技术推广、深度加工、贮运销售等多功能于一体的大型企业集团或合作经济组织,使之成为周至猕猴桃产业化的主体;“高”就是起点要高,标准要高,不管是新项目,还是老企业改造,不管是传统产品,还是新开发产品,都要注意做到高附加值、高科技含量、高市场占有率;“外”,就是龙头企业要外向型,不但要占领本地市场,还要占领外地市场,不但要站稳国内市场,还要开拓国际市场,扩大出口创汇;“强”,就是龙头企业的牵引力强,辐射能力要强,服务功能要强。

培植扶持龙头企业和生产经营大户,要有目的、有选择地培植扶持生产种植、贮藏加工、营销龙头企业和大户,通过他们来拉动产业的发展,提高产业的组织化程度。

参考文献

- [1] 黄蕾.水果业组织形态研究——以水果猕猴桃为例[J].安徽农业科学,2005,33(8):1515-1516,1541.