

# 绿春县平河镇人参果产业发展现状研究

丁香

云南师范大学能源与环境科学学院

DOI:10.32629/as.v9i1.3617

**[摘要]** 以云南省红河州绿春县平河镇人参果产业为研究对象,系统分析其发展现状、经济效益及对乡村振兴的推动作用。平河镇依托独特的地理气候条件,通过产业结构调整引入人参果种植,形成了“党组织引领、合作社整合、企业运营、农户参与”的多元主体协同产业发展模式,实现了土地资源盘活和农民增收。研究发现,当地人参果产业在生产环节、产业链条、市场流通、组织协调和人才资金等方面仍存在一些不足。未来需通过拓展多元化销售渠道、完善产业链条和强化品牌建设,推动产业良性发展。

**[关键词]** 人参果产业; 特色农业; 乡村振兴

**中图分类号:** DF413.1 **文献标识码:** A

## Study on the Development Status of Ginseng Fruit Industry in Pinghe Town, Lvchun County

Xiang Ding

Yunnan Normal University College of Energy and Environmental Sciences

**[Abstract]** Taking the ginseng fruit industry in Pinghe Town, Lvchun County, Honghe Prefecture, Yunnan Province as the research object, this paper systematically analyzed its development status, economic benefits and promoting effect on rural revitalization. Relying on the unique geographical and climatic conditions, Pinghe Town introduced ginseng fruit planting through the adjustment of industrial structure, and formed a multi-subject collaborative industrial development model of "Party organization leading, cooperative integration, enterprise operation and farmers' participation", which realized the revitalization of land resources and the increase of farmers' income. It is found that the local ginseng fruit industry still has some shortcomings in production links, industrial chain, market circulation, organization and coordination, and talent funds. In the future, we need to expand diversified sales channels, improve the industrial chain and strengthen brand building to promote the healthy development of the industry.

**[Key words]** ginseng fruit industry; Characteristic agriculture; rural revitalization

### 引言

乡村振兴战略背景下,边疆民族地区特色农业转型成为破解发展不平衡的关键路径。平河镇位于云南省红河哈尼族彝族自治州绿春县,地处中越边境,地形以山区为主,传统农业产业结构单一,经济效益低下,农民增收困难<sup>[1]</sup>。为改变这一状况,2022年起,平河镇结合当地海拔适中、昼夜温差大、日照充足等自然条件,引入人参果(*Solanum muricatum* Aiton)种植产业。人参果果实具有高蛋白、低糖的特点,作为一种兼具水果与蔬菜功能的经济作物,其营养价值与市场潜力显著<sup>[2]</sup>。本研究通过实地调研、问卷调查等方法,系统梳理平河镇人参果产业的发展历程、生产经营模式、经济效益及存在问题,旨在为其高质量发展提供借鉴,助力乡村产业振兴。

### 1 产业引入与发展历程

#### 1.1 产业引入背景

平河镇人参果产业的引入始于2022年,是基于当地农业发展困境与资源禀赋优势的战略决策。平河镇地处绿春县东南部,海拔跨度410-2202米,属亚热带山地季风气候,年平均温差9.2℃,年日照时数约2000小时,年降水量达2890.7mm<sup>[3]</sup>。基于气候资源优势,平河镇创新推行“粮果轮种”反季栽培模式<sup>[4]</sup>。与常规露地栽培<sup>[5]</sup>(春季4~5月定植,6~7月和10~11月收获)不同,当地在8月常规作物秋收后整地栽种,12月至次年3月采收,既提高了耕地利用率,又填补了冬季市场供应空白,形成差异化竞争优势。市场分析显示,人参果因高蛋白、低糖的营养特性,在水果消费市场占据稳定份额,产地批发价每公斤5-8元,上海、广州等一线城市终端零售价达每公斤15-20元。

#### 1.2 产业发展规模

平河镇人参果产业呈现“试点、扩张”两阶段发展特征,目前仍处于快速扩张期。2022年为试点探索期,东角村通过党员示范户率先种植210亩,实现亩均产值1万元,在验证产业可行性的同时形成“党组织+合作社+企业+农户”的协作模式;2023年进入快速扩张阶段,种植面积增至3000亩,覆盖7个行政村,带动300户农户实现总收入3000万元;2024年规模进一步扩展至5000亩,配套建成组培育苗基地、分拣中心等基础设施,产业覆盖范围扩大至8个行政村,年产值达8000万元。

表1 平河镇人参果产业规模发展情况

| 年份   | 种植面积/亩 | 覆盖村委会数/个 | 参与农户数/户 | 年产值/万元 | 发展阶段特征 |
|------|--------|----------|---------|--------|--------|
| 2022 | 210    | 1        | 6       | 210    | 试点探索期  |
| 2023 | 3000   | 7        | 300     | 3000   | 快速扩张期  |
| 2024 | 5000   | 8        | 300     | 8000   | 持续扩张期  |

## 2 生产经营模式

### 2.1 产业协作机制

该产业构建了以“党组织+合作社+企业+农户”为核心的多元主体协同体系,通过差异化功能定位实现资源优化配置。具体而言,基层党组织发挥关键引领作用,通过协调项目资源、示范种植和推动土地流转,有效解决了规模化种植的用地约束;合作社作为中间性组织,承担农户组织、生产协调与服务提供等功能;收购公司等市场主体提供全产业链服务支持,涵盖种苗供应、技术指导、保底收购及市场开拓等关键环节,推动产品远销东部沿海地区;农户则通过土地流转、基地务工与订单种植等方式参与产业发展,实现多元增收。

### 2.2 规模经营状况

在规模经营模式上,形成企业直营基地、合作社统一经营与农户自主经营的三元格局,通过冬春闲田资源盘活、粮果轮作制度推广等措施,提高土地复种指数与设施农业覆盖率,推动生产方式从传统粗放经营向现代集约化生产转型。

### 2.3 销售渠道

构建多元化销售渠道体系,通过渠道组合策略分散市场风险。企业订单收购作为主导渠道,由收购公司等实施最低价机制,收购价区间为5-12元/公斤,有效保障农户基本收益;外地批发市场覆盖浙江、上海、福建等主销区,由企业或经销商统筹物流运输;通过本地电商平台销售精品果,价格达12-15元/公斤,虽占比有限但利润空间显著;本地零售与休闲采摘通过农贸市场与体验式销售结合,实现即时交易。市场拓展策略上,依托反季节种植形成错峰上市优势,主要采收季为12月至次年3月,与常规产区形成时间差竞争,进一步巩固价格优势。

## 3 存在问题与挑战

尽管平河镇人参果产业取得显著成效,但在快速发展过程中仍面临一系列亟待解决的问题和挑战。本次针对200份问卷的调查(回收有效问卷182份,涵盖种植户52人、政府工作人员13人、收购企业人员10人、消费者107人)结果,全面呈现了产业发

展中的各类瓶颈因素。

### 3.1 生产环节的技术与种植年限问题

人参果种植对技术要求较高,平河镇在技术推广和应用方面仍存在明显短板。问卷调查显示,52名种植户的技术获取渠道较为有限,具体分布如下表所示:

表2 种植户技术获取渠道分布(n=52)

| 选项       | 小计 | 比例     |
|----------|----|--------|
| A. 政府培训  | 26 | 50%    |
| B. 企业指导  | 9  | 17.31% |
| C. 专家服务  | 3  | 5.77%  |
| D. 示范户带动 | 14 | 26.92% |

从表中数据可知,50%的种植户通过政府培训获取技术,17.31%依赖企业指导,5.77%依靠专家服务,26.92%由示范户带动。这一数据背后,反映出当地农业技术推广体系的覆盖不足。

种植户的种植年限也呈现出一定的分布特点,具体数据如下表:

表3 种植户种植人参果的年限(n=52)

| 选项      | 小计 | 比例     |
|---------|----|--------|
| A. 1年以内 | 12 | 23.08% |
| B. 1-2年 | 17 | 32.69% |
| C. 2-3年 | 12 | 23.08% |
| D. 3年以上 | 11 | 21.15% |

从表3可以看出,种植年限在1-2年的种植户占比最高,为32.69%,而3年以上的仅占21.15%。较短的种植年限意味着多数种植户缺乏丰富的种植经验,可能在应对种植过程中的各种问题能力不足,这也在一定程度上加剧了生产环节的技术困境。可能是由于技术推广团队力量薄弱、推广方式单一等原因,导致先进的种植技术难以快速、有效地传递到种植户手中。

### 3.2 产业链条中的加工与品牌困境及收购标准问题

平河镇人参果产业链仍处于初级阶段,深加工和价值链延伸明显不足。收购企业问卷显示,其在合作中存在多种问题,具体数据如下表:

表4 收购企业合作中主要问题(n=10)

| 问题类型 | 农户契约不稳 | 质量不均 | 沟通成本高 | 加工薄弱 |
|------|--------|------|-------|------|
| 企业数量 | 4      | 0    | 4     | 2    |
| 比例   | 40%    | 0%   | 40%   | 20%  |

从表4能清晰看出,20%的企业认为“加工薄弱”是合作中的主要问题。这与当地加工企业数量少、规模小、加工技术落后密切相关。

从消费者的角度来看,他们对人参果加工产品的态度各有不同,具体情况如下表:

表5 消费者对人参果加工产品的态度 (n=107)

| 态度 | 非常愿意   | 愿意     | 无所谓    | 不愿意    |
|----|--------|--------|--------|--------|
| 人数 | 20     | 38     | 29     | 20     |
| 比例 | 18.69% | 35.51% | 27.10% | 18.69% |

表5数据显示,虽然有18.69%非常愿意尝试加工产品,35.51%愿意尝试,但目前市场上人参果加工产品供给匮乏,难以满足消费者需求,凸显了深加工环节的薄弱。

品牌建设滞后问题在消费者调查中也较为突出,消费者对品牌建设的改进需求如下表:

表6 消费者对品牌建设的改进需求 (n=107)

| 改进方向 | 知名度    | 包装     | 特色宣传   | 品质保障   |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 人数   | 36     | 14     | 30     | 27     |
| 比例   | 33.64% | 13.08% | 28.04% | 25.23% |

由表6可知,33.64%的消费者认为需要提升品牌知名度,28.04%关注特色宣传,25.23%重视品质保障,13.08%希望改进包装。现有产品缺乏统一的区域公共品牌,包装和宣传不足,导致优质产品难以实现优价。而收购企业最希望提升的环节也能体现出品牌建设的重要性,具体数据如下表:

表7 收购企业最希望提升的环节 (n=10)

| 提升环节 | 质量稳定性 | 加工设施 | 品牌认知 | 物流效率 |
|------|-------|------|------|------|
| 企业数量 | 4     | 2    | 4    | 0    |
| 比例   | 40%   | 20%  | 40%  | 0%   |

表7显示,40%的收购企业将“品牌认知度低”列为希望提升的环节之一。

### 3.3 市场流通与拓展的风险及产品竞争优势和消费者关注点问题

随着产业规模扩大,市场不确定性带来的风险日益凸显。收购企业认为产品的市场竞争优势情况如下表:

表8 收购企业认为的产品市场竞争优势 (n=10)

| 选项     | 小计 | 比例  |
|--------|----|-----|
| A. 品质  | 3  | 30% |
| B. 反季节 | 4  | 40% |
| C. 价格  | 2  | 20% |
| D. 生态性 | 1  | 10% |

从表8可以看出,40%的收购企业认为反季节是产品的主要市场竞争优势,30%认为是品质,20%认为是价格,仅10%认为是生态性。过度依赖反季节这一优势存在风险,一旦其他地区也具备反季节种植条件,将对平河镇人参果的市场竞争力造成冲击。

从种植户的主要销售渠道来看,具体分布如下表:

表9 种植户主要销售渠道 (n=52)

| 销售渠道 | 企业订单   | 批发市场   | 电商     | 本地零售   |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 人数   | 14     | 12     | 6      | 20     |
| 比例   | 26.92% | 23.08% | 11.54% | 38.46% |

表9数据表明,38.46%为本地零售,26.92%依赖企业订单,23.08%通过批发市场,仅11.54%通过电商平台,销售渠道较为单一,过度依赖本地市场,一旦本地市场出现波动,将对种植户造成较大影响。

消费者了解人参果的渠道也呈现出多样化,具体情况如下表:

表10 消费者了解人参果的渠道 (n=107)

| 了解渠道 | 实体店    | 电商     | 亲友推荐   | 媒体     |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 人数   | 23     | 35     | 22     | 27     |
| 比例   | 21.50% | 32.71% | 20.56% | 25.23% |

从表10可以看出,消费者了解人参果的渠道中,32.71%通过电商,25.23%通过媒体,21.5%通过实体店,20.56%通过亲友推荐。而种植户通过电商销售的比例仅为11.54%,与消费者通过电商了解产品的比例不匹配,说明线上销售渠道开发不足,存在较大市场潜力未被挖掘。

### 3.4 组织协调与管理的不足及政府投入和产业优势认知问题

产业规模扩张对组织管理水平提出了更高要求。结合表3-3中收购企业合作中主要问题的数据,40%的企业认为存在农户契约不稳的问题,40%认为沟通成本高,这表明企业与农户之间的组织协调存在不足,契约精神有待加强,沟通机制需要完善。

政府工作人员对产业引入的核心优势认知如下表:

表11 政府工作人员认为的产业引入核心优势 (n=13)

| 选项      | 小计 | 比例     |
|---------|----|--------|
| A. 气候适宜 | 3  | 23.08% |
| B. 市场潜力 | 2  | 15.38% |
| C. 土地利用 | 4  | 30.77% |
| D. 经济效益 | 4  | 30.77% |

表12 政府工作人员投入的重点方向 (n=13)

| 选项      | 小计 | 比例     |
|---------|----|--------|
| A. 基础设施 | 5  | 38.46% |
| B. 技术培训 | 2  | 15.38% |
| C. 政策支持 | 5  | 38.46% |
| D. 市场推广 | 1  | 7.69%  |

从表11可以看出,30.77%的政府工作人员认为土地利用和经济效益是产业引入的核心优势,23.08%认为气候适宜,15.38%认为是市场潜力。这种认知在一定程度上影响了政府对产业的管理和投入方向,若对市场潜力重视不足,可能会导致在市场拓

展方面的管理措施不到位。

政府投入的重点方向如表12所示:

表12数据显示, 38.46%的政府工作人员将投入重点放在基础设施和政策扶持上, 仅7.69%放在市场推广上。市场推广投入的不足, 可能导致人参果的市场知名度和影响力有限, 不利于产业的市场拓展, 也反映出组织管理在市场层面的欠缺。

3.5人才短缺与资金匮乏的制约及种植户收入和需求问题

人才短缺是平河镇人参果产业面临的重要挑战, 38.46%的政府工作人员将“人才短缺”列为产业最大挑战。无论是种植技术人才、经营管理人才还是电商营销人才, 都存在不同程度的缺口, 导致产业在技术应用、市场拓展等方面受到限制。

种植户与传统作物相比的收入增长情况如下表:

表13 种植户与传统作物相比的收入增长 (n=52)

| 选项      | 小计 | 比例     |
|---------|----|--------|
| A. 1倍以内 | 17 | 32.69% |
| B. 1-3倍 | 18 | 34.62% |
| C. 3-5倍 | 10 | 19.23% |
| D. 5倍以上 | 7  | 13.46% |

从表13可以看出, 34.62%的种植户收入增长在1-3倍, 32.69%在1倍以内, 收入增长幅度有限。这可能与资金短缺、技术不足等因素有关, 而收入增长缓慢又会影响种植户的积极性, 进一步制约产业发展。

资金方面, 种植户中21.15%认为种植中面临的最大问题是资金短缺, 且种植户最需要支持也能体现出对资金的需求, 具体数据如下表:

表14 种植户最需要支持 (n=52)

| 需要的支持 | 技术培训   | 销售渠道   | 资金补贴 | 品牌建设   |
|-------|--------|--------|------|--------|
| 人数    | 12     | 17     | 13   | 10     |
| 比例    | 23.08% | 32.69% | 25%  | 19.23% |

表14显示, 25%的种植户最需要支持是资金补贴, 这反映出种植户在生产过程中存在资金压力。种植户的资金来源较为单一, 主要依靠自身积累, 难以获得足够的外部资金支持, 制约了生产规模的扩大和技术的升级。

综上所述, 平河镇人参果产业在发展过程中面临的问题和挑战是多方面的, 涉及生产、产业链、市场、组织管理、人才资金等各个环节。这些问题相互关联、相互影响, 共同制约着产业的健康可持续发展。要推动平河镇人参果产业迈向更高水平, 必须针对这些问题采取切实有效的措施, 通过多方协同努力, 突破发展瓶颈, 实现产业的提质增效。

#### 4 发展建议

基于平河镇人参果产业发展现状和存在问题, 结合乡村振

兴战略要求, 提出以下针对性建议和发展路径, 以促进产业提质增效和可持续发展。

##### 4.1短期优化措施

针对当前最紧迫的问题, 可采取以下快速见效的改进措施。第一, 完善技术服务体系, 组建“县专家+乡土人才”的技术服务团队开展包村指导, 依托已建成的组培育苗基地加快优质种苗繁育。第二, 提升初加工能力, 重点提高智能分拣打包中心的运营效率, 通过制定分级标准建立优质优价激励机制, 同步配置预冷设备以延长产品保鲜期并减少运输损耗。第三, 拓展销售渠道, 重点与连锁超市、生鲜电商建立稳定供货关系, 培训本地电商运营人才以提高线上平台销售占比, 组织参加农产品展销会扩大品牌知名度。

##### 4.2中长期发展规划

为实现产业可持续发展, 应重点推进以下结构性调整。一是推进适度规模经营模式创新, 通过土地股份合作等方式, 探索规模化经营实现形式。二是延伸产业链条, 重点发展人参果精深加工, 开发果脯、果汁等产品, 配套发展观光采摘、农耕体验等休闲农业。三是强化品牌系统化建设, 一方面要夯实品牌基础, 注册“平河人参果”区域公共品牌, 构建统一的包装与标识视觉识别系统以提升产品辨识度; 另一方面要深化文化赋能, 依托哈尼族文化特色设计民族元素包装, 强化“云边金果”地域文化标识, 挖掘民族文化内涵打造品牌故事。四是完善基础设施体系, 全面完成产业路、水利设施等建设, 建设产地冷链物流中心解决保鲜难题。

平河镇人参果产业未来应坚持“质量兴果、品牌强果、融合富果”的发展思路, 推动产业从数量增长向质量效益转变, 从分散经营向适度规模转变, 从初级产品向精深加工转变, 从传统销售向现代营销转变, 最终实现产业高质量发展, 使其真正成为富民强镇的可持续支柱产业。

#### 【参考文献】

- [1]马金宽.绿春县平河镇政府电商助力乡村振兴战略研究[D].云南大学,2023.
- [2]张丽芳,黄兴龙,陈新党,等.石林县人参果产业现状、存在问题及发展对策[J].农业科技通讯,2021,(06):47-50.
- [3]绿春县国土资源局.绿春县平河镇土地利用总体规划(2015~2020年)[EB/OL].(2018-06-22)[2025-08-19].
- [4]李晓懿.奋进新征程建功新时代擘画党建引领边疆高质量发展宏伟蓝图[EB/OL].(2025-06-16)[2025-08-19].
- [5]鄂利锋,高天丽.人参果的栽培特性及利用价值[J].北方园艺,2003(01):27-28.

#### 作者简介:

丁香(2000—),女,苗族,贵州兴仁人,本科,助理农艺师,研究方向:农业信息管理和政策研究。