

常山县农产品推广的研究和探讨(以常山胡柚为例)

郑湾湾 汪丽霞

常山县农业农村局

DOI:10.32629/as.v3i1.1753

[摘要] 常山胡柚原产于我县青石镇胡家自然村,是酸橙与柚天然杂交而成的变种,栽培历史悠久,本文主要对我县农产品销售推广现状做了调研,现以常山胡柚为例,下文将展开探讨。

[关键词] 农产品; 胡柚; 研究

我县地处浙江省西部、金衢盆地西部、钱塘江源头地区,周边环绕黄山、三清山、龙虎山、武夷山、江郎山等五大名山,坐拥“绿水青山”的天然地理优势。常山胡柚全身是宝,富含黄酮类等活性物质,味甜、酸、微苦,风味独特,是一种集营养、食疗、美容、保健于一果的功能性水果,是药食同源的天然保健食品。

1 生产规模现状

到2018年底,全县胡柚面积已发展到10.5万亩,年产量达12万吨,全产业链总产值达10亿元,带动农民增收2.7亿元。衢枳壳原药材产量6248吨,胡柚籽产量1100吨,产值1.5亿元。目前,全县已经建成国家标准果园2个(江家畈、太公山),省级现代农业产业示范区1个(江家畈),创建胡柚省级农业产业强镇2个(东案乡、青石镇)。建成胡柚精品(优质)果园基地13个、优质果园10个,培育衢枳壳主体10个。全县拥有常山胡柚农业龙头企业64家,其中:国家级农业龙头企业2家(天子、爱佳),市级农业龙头企业11家,精深加工企业12家。近年来,常山胡柚大力实施产业转型提升,加大规模化、标准化、精品化、设施化等建设,至目前我县已建立胡柚规模化基地2.5万亩,其中建成胡柚出口备案基地1.5万亩、1.1万亩省级胡柚产业示范区1个;开展以拜耳生物技术为主要内容的胡柚全程社会化管理1.6万亩,推广病虫害生态绿色防控、增施优质有机饼肥、打孔深施肥、精细修剪等精准化技术,提升胡柚品质,农药实现零残留等质量安全水平。

2 市场情况及存在问题

这几年依托网购平台,推广“电商+基地”、“微商+基地”等模式,全面铺开胡柚网上销售,共发展胡柚网店300多家,产品远销国内各大城市,电商销量呈现快速增长趋势。2018年胡柚电子商务销售约3.6万吨,其中1月份“年货节”,仅3天时间就销售胡柚3万余件,共计108吨;又如常山县麦卡电子商务有限公司在天猫商城建立的常山胡柚天猫旗舰店、良柚家旗舰店、麦柚旗舰店,胡柚鲜果日销售达2000箱,年销售量达200多万斤,年销售额达1000万元。

常山胡柚销售以西南、南方和华北市场占主导地位,东北市场和出口贸易占比较小。对10家相关的农业龙头企业和专业合作社的调查表明,部分企业在上述地区都已建立了自己的销售网络,其中3家进入大型超市,2家以集团消费为主,2家以边贸为主,有较为稳定的客户群和销量。

胡柚销售存在问题:

2.1 果实品质一致性差,影响美誉度和市场知名度

常山胡柚优点是汁多味浓、风味微苦独特,耐贮藏、适应商品化处理;不足之处也很明显,品质差异大、前期果实偏酸,后期易枯水。胡柚通过初加工可以做到外观统一、包装精美,但优劣常山胡柚风味差距大,内在品质难做到一致,并且部分主体从外县市收购劣质胡柚冒充常山胡柚打入

市场,影响常山胡柚的美誉。

2.2 农业龙头企业实力偏弱,带动作用不强

大部分企业(合作社)从事胡柚初加工和销售,规模小、实力弱、质量市场意识淡薄、合作意识欠缺,生产加工销售行为没有长远规划,对柚农的凝聚力不强,缺乏带动作用强的农业龙头企业,生产基地设施化、规模化、标准化建设滞后,商品化处理的技术支撑不强,市场销售开拓的后劲不足,难以在消费者心中形成持久的美誉度。

2.3 区域公共品牌不响

虽然常山胡柚已获得中国驰名商标,也是原产地域保护产品,2017年荣获浙江省知名农产品区域公用品牌,已有了一定的品牌优势和产地形象,但基地建设的滞后、品质的差异性还较明显,行业协会对市场缺乏有效引导与监控管理,缺乏龙头企业的带动,离打造响当当的区域公共品牌还有一定的距离。

3 扶持政策

常山胡柚政策主要是根据《关于印发常山胡柚产业发展三年行动计划(2017-2019)的通知》(常政发[2017]60号)文件来执行。

(1)扶持精品基地建设:对我县新发展和高接换种胡柚新品种基地给予补助,对新流转胡柚园地、成片淘汰柑桔园按照政策给予补助,对发展观光农业的投资主体建设钢架大棚、玻璃温室等设施给予相应补助。

(2)推进企业深加工发展:鼓励企业在国内主板上市,鼓励企业技术改造,鼓励企业技术创新,对衢枳壳药材生产、加工、流通规范化生产奖励。

(3)大力推进品牌营销与文化建设:每年安排专项资金,开展胡柚文化节及对外推介宣传活动,对省会城市新开设的常山农产品(常山胡柚)专卖店给予补助,对新申报获得国家级、省级、市级农业龙头企业给予奖励,对获得各级著名商标、名牌产品的企业给予一次性奖励。

(4)支持三产融合项目建设:对实施胡柚重大科技创新项目、三产融合发展项目、衢枳壳产业化开发项目等给予补助,对发展农旅结合建设胡柚主题公园、胡柚文化保护发展的给予一定奖励。

(5)要素支撑支持:发挥国有农业公司平台作用,金融机构提供信贷支持,鼓励科技创新和推广应用,优先安排农业设施审批,工业用地指标等。

[参考文献]

[1]陈晓群,冉春娥.构建新型农产品营销渠道[J].农村经济,2007(07):41-42.

[2]仲帝静,王笑男,史丽莹.网络环境下我国新型农产品营销模式的探讨[J].农业科技与信息,2016(35):116-117.

[3]吴凤春.农产品营销渠道的构建及发展趋势研究[J].农业开发与装备,2017(04):50.