



主 办 中国果品流通协会
主 编 张庆丰
执行主编 李焕玲
责任编辑 董美麟
美 编 董美麟
法律顾问 邓和平
地 址 北京复兴门内大街45号
邮 编 100801
电 话 (010) 66095207 66095227
66022150 66024208
传 真 (010) 66095227
E - m a i l shuiguo727@vip.sina.com

中国果品网 www.china-fruit.com.cn
准 印 证 号 京内资准字0507-L0038号
内部资料免费交流



敬 / 请 / 关 / 注

协会会刊《果品经济信息》，面向协会会员发行。2018 年全新改版，由以往的单色印刷改为彩色印刷，配以高质量的图片和文字，增强了本刊的可读性。

版面使用费报价

版面位置	版面规格 (mm)	彩色 (元/季度)	全年优惠价
封面	210X285	8000	30000
封底	210X285	8000	30000
内插页	210X285	5000	20000

目录 CONTENT

	P03
习近平：关于全面建成小康社会补短板问题	03
习近平在陕西考察时强调	06
李克强对云上2020年中国品牌日活动作出重要批示强调	07
闻令而动 尽锐出战 为夺取脱贫攻坚全面胜利贡献供销力量	08
关于进一步优化发展环境促进生鲜农产品流通的实施意见	12

产业聚焦

	P20
我国水果产业有哪些重要变化趋势？	16
2020 年中国生鲜农产品供应链研究报告	18
古老荔枝产业焕发魅力生机	25

地方果业

	P29
2019 年浙江省水果产业发展报告	29
陕西：一季度通过中欧班列出口苹果汁3462吨	41
象山“外拓内疏”破疫情实现柑橘种苗业产值五连增	42
陕西水果网络零售额排全国第二	43
山西隰县玉露香梨走向定制化营销	44

果业金融

	P45
近1.6 万户果农受益苹果“保险+ 期货”	45

视点观察

	P47
农产品直播要立足农业产业链谋长远	47
农产品区域公用品牌应避免什么误区？	49
发展果园机械化，路在何方？	51

脱贫攻坚

	P54
河南洛宁：特色农业“开启”群众致富门	54

陕西眉县：聚集人才力量 激活动力之源	56
安徽萧县：从产业振兴走向乡村振兴	58

协会动态 P61

关于同心协力帮助销售新疆红枣和核桃的倡议	61
关于召开2020年中国梨产业年会暨辛集黄冠梨品牌发布会的通知	63
我会成功举办“莺果缘”杯2020年中国樱商大会	66
我会成功举办2020浙江省杨梅产销对接大会暨“杨梅正当红”网络直播活动	66

国际贸易 P67

美国农业部批准进口中国五种柑橘	67
中国苹果、梨、柑橘类等逾21种水果获准出口哈萨克斯坦	68
海关总署国家进口水果准入名单更新	69
制裁清单扩大澳洲水果出口中国或受影响	74
甘肃鲜果拓海外市场：逾3吨苹果首次出口柬埔寨	75
广西凭祥5月21日正式开通中泰水果冷链集装箱班列	76
柬埔寨鲜食芒果将实现对华出口	77

价格指数 P78

全国果品价格监测与市场预警信息	78
-----------------	----

会员动态 P83

会员动态	83
------	----

会员天地 P89

新会员名单	89
-------	----



习近平： 关于全面建成小康社会补短板问题

第一，全面建成小康社会取得决定性进展

党的十八大以来，我们党把人民对美好生活的向往作为奋斗目标，攻坚克难，砥砺前行，全面建成小康社会取得历史性成就。自改革开放之初党中央提出小康社会的战略构想以来，经过几代人一以贯之、接续奋斗，总体而言，我国已经基本实现全面建成小康社会目标，成效比当初预期的还要好。作出这个重要判断，是有充分依据的。

——从综合发展指标看，我国经济实力大幅跃升，2018年经济总量90万亿元，人均国内生产总值折合约9770美元，在中等收入国家中位居前列。从人类发展指数看，2017年在世界189个国家和地区中我国排在第86位。我国城镇化率接近60%，高于中等收入国家52%的平均水平。

——从人民生活水平看，党的十八大确定的2020年城乡居民人均收入比2010年翻番目标，可以如期实现。脱贫攻坚战取得决定性进展，到2018年底农村贫困人口还有1660万人，2012年

底以来累计减少8239万人，成效举世公认。我国形成了世界上规模最大的中等收入群体，如以家庭年收入10万元至50万元作为标准，已超过4亿人。2018年全国居民恩格尔系数（食品占居民消费支出比重）已降至28.4%。家电全面普及，汽车快速进入寻常百姓家，2018年全国居民每百户家用汽车拥有量为33辆，高于新加坡和香港；住房条件显著改善，2017年我国城镇和农村居民人均住房建筑面积分别为36.9和46.7平方米，高于一些发达国家。

——从基础设施和公共服务看，九年义务教育全面普及，高等教育正在由大众化阶段进入普及化阶段，毛入学率2018年已达48.1%。覆盖城乡居民的社会保障体系基本建立，人均预期寿命2017年达76.7岁，比世界平均预期寿命高4.2岁。我国农村居民接入电力的比例为100%（2016年），饮用安全水源的人口比例达95.8%（2015年），均远高于87.4%和71%的世界平均水平。

国际社会普遍赞赏我国发展成就，认为中国是发展中国家的“优等生”。这印证了我国发展水平和人民生活水平是实实在在的。

第二，正确认识全面建成小康社会面临的短板问题

目前，全面建成小康社会也有一些短板，必须加快补上。党的十八大明确了全面建成小康社会的新要求，这就是我们的衡量标准，不宜再作调整。要聚焦短板弱项，实施精准攻坚。工作中要把握好以下几个关系。

一是把握好整体目标和个体目标的关系。全面建成小康社会是国家整体目标，到2020年实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番，并不意味着所有地区、所有市县、所有人届时都要翻番，更并不意味着不同区域、不同人群届时都同步达到全国平均水平。我国发展不平衡，城乡、区域、人群之间存在收入差距是正常的，全面小康不是平均主义。对此，思想上要统一认识、广泛宣传。

二是把握好绝对标准和相对标准的关系。在全面建成小康社会目标要求中有的是绝对指标，比如脱贫，是指在现行标准下农村贫困人口实现脱贫、贫困县全部摘帽、解决区域性整体贫困。现行标准是指农村居民每人每年生活水平在2300元以下（2010年不变价），这与“两不愁三保障”要求是一致的。同时，也有不少相对指标，如环境改善方面，要求劣V类水体比例低于5%，这类指标将来还要持续改善。

三是把握好定量分析和定性判断的关系。全面建成小康社会和完成“十三五”规划在时间节点上是一致的。可以说，完成了“十三五”规划主要指标任务，也就实现了全面建成小康社会目标。衡量全面小康社会建成与否，既要看量化指标，也要充分考虑人民群众的实际生

活状态和现实获得感。

在科学评估进展状况的基础上，我们要对全面建成小康社会存在的突出短板和必须完成的硬任务进行认真梳理。

从人群看，主要是老弱病残贫困人口。目前的农村贫困人口中，因病因残致贫分别占40.7%、20.2%，65岁以上贫困老人占18.5%，多数不具备自我发展能力和条件。对照“两不愁三保障”要求，4个方面问题比较突出：一是看不上病和看不起病问题；二是贫困家庭孩子辍学问题；三是部分贫困人口仍住危房问题等；四是还有100多万贫困人口没有解决饮水安全问题。

从区域看，主要是深度贫困地区。要重视3种情况：一是“三区三州”地区，贫困人口较为集中，自然条件极端恶劣，脱贫攻坚任务最重，是“短板中的短板”。二是“三区三州”以外的中西部地区深度贫困县，这些地区多是革命老区、边疆地区，贫困人口比例大，基础设施等条件薄弱。三是部分已脱贫摘帽但返贫风险较大的地区，大多属于发展严重滞后、生态非常脆弱的地区，产业基础普遍较弱，脱贫成果有得而复失的隐忧。

从领域看，主要是生态环境、公共服务、基础设施等方面短板明显。重点地区大气污染治理任务艰巨，秋冬季重污染天气多发，长江流域生态保护修复任务繁重，城市黑臭水体、农村环境脏乱差问题突出。贫困地区的教育、医疗底子薄弱。贫困地区水电路讯等基础设施状况较差，很多地方没有打通“最后一公里”。此外，金融等领域风险隐患有待进一步防控和化解。



果品经济信息

第三，下一步重点任务和工作要求

现在距全面建成小康社会收官还有不到两年时间，要集中优势兵力打歼灭战。

一是要全面完成脱贫攻坚任务。要一鼓作气、连续作战，以更加有力的举措、更加精细的工作，确保脱贫攻坚任务全面完成。要避免浮躁情绪，坚持目标不变、靶心不散，把扶贫工作重心向深度贫困地区聚焦，在普遍实现“两不愁”的基础上，重点攻克“三保障”面临的最后堡垒。要坚决克服“数字”脱贫、“指标”脱贫等问题，有效防止脱贫户返贫和边缘户掉队。

二是要解决好重点地区环境污染突出问题。要打好污染防治攻坚战，实现到2020年的阶段性目标。要着重抓好京津冀等重点地区大气污染治理，加强长江经济带生态环境保护，坚决治理“散乱污”企业，推进北方地区清洁取暖，抓紧解决城市黑臭水体、垃圾处理、工矿企业污染、机动车排放污染等城市环境问题。要全面开展农村垃圾污水治理、厕所革命、村容村貌提升等工作，推动农村人居环境明显改善。

三是要加快民生领域工作推进。要加大对义务教育、基本医疗、住房和饮水安全、养老等方面投入，解决好部分群众上学难、看不起病、住危房等急迫的现实问题。要加强农村水电路讯等基础设施建设和危房改造，建立健全农村留守儿童、妇女、老年人关爱服务体系。要推进易地扶贫搬迁和后续产业发展、社会治理有机统一。

四是要健全社保兜底机制。要完善最低生活保障制度，对老弱病残等缺乏劳动能力的贫

困人口，综合运用社会保险、社会救助、社会福利等保障救助措施，实现应保尽保，确保兜住基本生活底线。要把贫困人口全部纳入城乡居民基本医疗保险、大病保险、医疗救助保障范围，完善大病兜底保障机制，解决好因病致贫问题。同时，要堵塞漏洞，防止骗保和养懒。

全面建成小康社会牵涉到方方面面，但补短板是硬任务。各级党委和政府要认真履行主体责任，各级领导干部要咬定目标、真抓实干，团结带领广大人民群众不懈奋斗。各地发展水平有差异，全面建成小康社会收官阶段的工作也应各有侧重。中西部欠发达地区特别是集中连片特困地区和深度贫困地区，要继续集中优势兵力坚决啃下硬骨头、完成硬任务。中西部发展水平相对好些的地区，要按照既定部署完成剩余脱贫任务，巩固脱贫成果，增强可持续性。东部一些地区发展水平较高，要在目前发展基础上向基本实现现代化发力，同时持续做好东西协作扶贫和对口支援工作，这也是硬任务。要引导全社会正确认识全面建成小康社会目标，客观真实反映仍存在的短板和不足，防止不切实际吊高胃口，避免盲目攀比。要及时回应社会关切，形成良好预期，坚定发展信心。

当前，我们既要为全面建成小康社会跑好“最后一公里”，又要乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程。要结合研究制定“十四五”规划，部署好全面建成小康社会之后的发展，实现“两个一百年”奋斗目标有机衔接。^①

※这是习近平总书记2019年4月22日在中央财经委员会第四次会议上讲话的一部分。

(《求是》2020年第11期)

习近平在陕西考察时强调

习近平指出，发展扶贫产业，重在群众受益，难在持续稳定。要延伸产业链条，提高抗风险能力，建立更加稳定的利益联结机制，确保贫困群众持续稳定增收。脱贫摘帽不是终点，而是新生活、新奋斗的起点。接下来要做好乡村振兴这篇大文章，推动乡村产业、人才、文化、生态、组织等全面振兴。🍎



中国品牌日活动作出重要批示强调 李克强对云上2020年

5月10日，云上2020年中国品牌日活动拉开帷幕。中共中央政治局常委、国务院总理李克强对活动作出重要批示。批示指出：加强品牌建设，不断提升中国产品和服务的质量与影响力，是坚定实施扩大内需战略、推动高质量发展的重要方面。各地区、各有关部门要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻党中央、国务院决策部署，实施创新驱动发展战略，深入推动大众创业、万众创新，坚持质量第一效益优先，在全社会进一步增强品牌意识，引导企业弘扬专业精神工匠精神，打造更多名优品牌，以更强的竞争力拓展市场空间，更好满足群众消费升级和国家发展的需要。果

闻令而动 尽锐出战 为夺取脱贫攻坚全面胜利贡献供销力量

中华全国供销合作总社理事会主任、党组副书记 喻红秋

党中央前不久召开决战决胜脱贫攻坚座谈会，习近平总书记发表重要讲话，着眼实现第一个百年奋斗目标战略全局，对决战决胜脱贫攻坚工作进行再动员再部署，这是习近平总书记在关键时刻向全党全国全社会发出的最新号令、最强动员。全国供销合作社系统坚决贯彻落实以习近平同志为核心的党中央决策部署，闻令而动、尽锐出战，凝聚供销力量，发挥系统优势，全力以赴投身脱贫攻坚，为夺取脱贫攻坚全面胜利、决胜全面建成小康社会作出积极贡献。

提高站位，强化担当，深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央从全面建成小康社会全局出发，全面打响脱贫攻坚战，力度之大、规模之广、影响之深，前所未有，取得了决定性进展，成功走出了一条中国特色扶贫开发道路，书写了人类历史上“最成功的脱贫故事”，为全球减贫事业贡献了中国智慧、中国方案、中国力量。这些历史性成就，充分体现了习近平总书记深厚的为民情怀和强烈的使命担当，充分彰显了我们党执政为民的初心使命，充分展现了广大干部群众和社会各行各业万众一心战脱贫的无穷力量。

今年是打赢脱贫攻坚战的收官之年，如期实现脱贫攻坚目标任务，对于全面建成小康社会、实现“两个一百年”奋斗目标至关重要，对于彰显中国共产党领导和中国特色社会主义制度的优越性意义重大。收官之年遭遇新冠肺炎疫情疫情影响，脱贫攻坚工作，不仅要与贫困决战，还要与疫情决战，面临的困难挑战更多。疫情发生以来，习近平总书记高度重视做好应



果品经济信息

对疫情决战脱贫攻坚工作，发表一系列重要讲话。2月23日，习近平总书记在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上强调，今年脱贫攻坚要全面收官，原本就有不少硬仗要打，现在还要努力克服疫情影响，必须再加把劲，狠抓攻坚工作落实，坚决完成脱贫攻坚任务。3月6日，习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会上发表重要讲话，充分肯定脱贫攻坚取得的决定性成就，深刻分析打赢脱贫攻坚战面临的困难挑战，对加强党对脱贫攻坚的领导、高质量完成脱贫攻坚目标任务提出明确要求。习近平总书记的重要讲话高瞻远瞩、统揽全局，内涵丰富、要求明确，为全党全国全社会坚决夺取脱贫攻坚战全面胜利、确保全面建成小康社会指明了前进方向、提供了根本遵循。

供销合作社是为农服务的合作经济组织，是党和政府做好“三农”工作的重要载体，是助力脱贫攻坚的重要力量。服务“三农”是供销合作社的主责主业，供销合作社的每一项工作，都是奔着为农服务去的，都与农民生产生活息息相关，都是为了让农民增收致富。脱贫攻坚的主战场就是供销合作社的主阵地，供销合作社投身脱贫攻坚，既是义不容辞、责无旁贷的政治责任，也是践行“为农、务农、姓农”宗旨的本质要求，更是自身提升为农服务能力的客观需要。党的十八大以来，供销合作社系统深入学习贯彻习近平总书记关于扶贫工作重

要论述，始终把脱贫攻坚作为重大政治任务，积极发挥组织网络优势，全力投身脱贫攻坚，目前全国各级供销合作社总计定点帮扶了580个贫困县，驻村帮扶了7705个贫困村。通过发展特色产业、电子商务、开拓贫困地区农产品市场等措施为脱贫攻坚作出了积极贡献。当前，脱贫攻坚到了全面收官的最紧要关头，供销合作社系统要充分发挥职能作用，切实增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，以决战决胜的精神状态，冲在前、做实事、见成效，以实际行动展现供销合作社在关键时刻的责任与担当，为决战决胜脱贫攻坚战作出应有贡献。

突出重点，发挥优势，全力做好脱贫攻坚各项工作

供销合作社系统认真学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，以脱贫攻坚为统领，坚持抓纲举目、聚焦重点、总体推进，将各项工作与脱贫攻坚紧密结合起来，充分发挥组织优势、流通优势，持续推进消费扶贫、电商扶贫、产业扶贫、定点扶贫、就业帮扶以及在贫困地区实施供销合作社培育壮大工程等，助力完成剩余脱贫任务，多措并举巩固脱贫成果。

聚焦聚力攻坚克难。聚焦“三区三州”深度贫困地区和52个未摘帽贫困县、1113个贫困村，进一步集中力量、集聚资源、集成项目，加快推动系统扶贫项目复工复产，全面提速施工进度，确保

项目如期投产见效，带动贫困农户就近就地就业。建立东西部供销合作社对口扶贫协作机制，推动东部地区供销合作社与 52 个未摘帽贫困县所在的 7 个西部省级供销合作社在产业项目、“西果东送”、就业帮扶、人才培养等方面开展合作。探索建立扶贫协作产业联盟，鼓励支持中国供销集团联合系统龙头企业，到深度贫困地区投资建设农产品批发市场、冷链物流设施、加工基地等，带动当地经济社会发展。打造供销合作社展会品牌，高质量办好各类对接会、展销会、推介会，更好地帮助贫困地区解决农产品市场销售问题。

多措并举克服疫情影响。针对疫情带来的农产品卖难尤其是扶贫产品销售困难，各级供销合作社要多种形式畅通销售渠道，着力帮助贫困地区解决农产品滞销问题。近期湖北一些应季农产品出现滞销，全系统坚决贯彻落实习近平总书记关于“帮助湖北解决实际困难和具体问题，在湖北最艰难的时期搭把手、拉一把”的重要指示，响应中央指导组的号召，组织动员全系统商贸企业、连锁超市、批发市场等积极采购，累计采购销售茶叶、小龙虾等各类农产品超过 20 亿元。供销总社将总结这次帮助湖北解决农产品滞销问题的经验做法，建立农产品滞销信息快速响应机制，加强贫困地区农产品供求信息动态监测，综合运用多种流通方式，及时帮助贫困地区实现农产品顺畅销售。继续加强春季农业化肥、农药、农膜等农资供应，

加快推广土地托管、代耕代种、统防统治等农业社会化服务，力争今年服务面积突破 2.2 亿亩，为贫困地区、贫困农户提供更加健全的农业社会化服务，增加他们的务农收益。

齐心协力运营好“扶贫 832 平台”。贫困地区农副产品网络销售平台（“扶贫 832 平台”），是财政部、国务院扶贫办、供销总社三家联合助推脱贫攻坚的重要举措，目的是为各级预算单位和非政府采购领域单位对接 832 个国家级贫困县采购农副产品提供便捷高效渠道。我们将坚持把“扶贫 832 平台”建设作为一项政治任务，举全系统之力抓紧抓好。指导中国供销集团着力从供给、需求、平台 3 个方面发力，加快供应商入驻和商品上线，持续优化平台功能，尽快实现 832 个贫困县全覆盖。继续做好“保供给、防滞销”活动，组织开展好“52 决战收官”专题活动，开设“三区三州”攻坚专区，切实帮助贫困地区解决农产品卖难问题。

立足职责做好消费扶贫。消费扶贫是习近平总书记强调要实施好的一项扶贫举措，也是供销合作社的职能职责和优势所在。要组织全系统商贸连锁企业、农产品批发市场等，采取设立扶贫专区专柜、订单农业、直供直销等方式，与贫困地区建立长期稳定的业务合作关系。加快推动线上线下融合发展，运用新技术新模式，进一步拓宽扶贫农产品销售渠道。积极组织开展贫困地区农产品进



果品经济信息

机关、进企业、进社区等活动，引导消费者通过“以购代捐”“以买代帮”的方式参与消费扶贫。

用心用情做好定点扶贫。认真贯彻落实党中央关于“四个不摘”的要求，持续在产业发展、资金投入、人才培养、发展思路上为贫困县做实事，真正帮在要处、扶在难处、干在实处。供销总社本级将加大对安徽潜山、江西寻乌和安远3个定点扶贫和对口支援县的帮扶，不断加大帮扶资金投入，大力帮助销售农副产品；与此同时，指导各级供销合作社全力做好对口贫困县、贫困村的帮扶工作，做到标准不降、力度不减、措施不松。

综合施策巩固脱贫成果。指导动员全系统2万多家社有企业采取直接投资、参股经营等方式，在贫困地区建设原料生产基地，发展壮大可持续性扶贫产业。推动供销总社所属7家科研院所加快科技成果在贫困地区转化落地；发挥全系统1.8万家行业协会作用，组织会员单位在贫困地区发展种养殖基地，带动贫困地区产业发展。用好全系统90多所各类职业院校教育培训资源，加强对农村实用人才和新型职业农民培训，增强贫困农户自我发展能力。


落实责任，改进作风，确保脱贫攻坚任务落地见效

当前是向脱贫攻坚发起总攻、夺取全胜的决战时刻，需要以更强的工作责任、更大的工作力度、更实的工作作风，

抓紧抓实抓细脱贫攻坚各项工作。

进一步压紧压实责任。如期打赢脱贫攻坚战，时间紧、任务重。各级供销合作社要坚决扛起脱贫攻坚政治责任，把疫情防控期间激发出的顽强斗志转化为投身脱贫攻坚的强大力量，主动担当作为，认真履职尽责。进一步健全扶贫工作机制，督促任务重的地区成立工作专班，抽调精干力量，进行集中攻坚，确保如期完成脱贫攻坚目标任务。

进一步强化督促落实。聚焦扶贫目标任务，坚持定期调度、定期督导，督任务、督进度、督责任、督成效，形成抓落实的倒逼机制。加强全系统扶贫项目、资金实施情况的跟踪问效，落实项目建设和运营情况定期报告制度，发现问题及时解决。强化扶贫项目资金的规范使用和监督，坚决防止供销合作社系统在扶贫过程中出现腐败问题。

进一步改进工作作风。各级供销合作社将严格落实中央关于加强和改进工作作风的新要求，坚持实事求是、求真务实落实，坚决杜绝脱贫攻坚中的形式主义、官僚主义，坚决防止数字脱贫、虚假脱贫、空喊口号。大力弘扬“扁担精神”“背篓精神”等供销合作社优良传统，将互助合作、扶贫济困的合作社价值理念发扬光大，引导全系统广大干部职工以昂扬的精神状态、扎实的工作作风，和贫困地区的干部群众一起苦、一起干，努力在大战中践行初心使命，在大考中交出合格答卷！

关于进一步优化发展环境促进 生鲜农产品流通的实施意见

发改经贸〔2020〕809号

各省、自治区、直辖市及计划单列市发展改革委、公安、财政、自然资源、生态环境、住房城乡建设、交通运输、农业农村、商务、税务、市场监管、银保监部门：

生鲜农产品流通涵盖生鲜农产品收购、加工、储存、运输、销售等一系列环节，关系着农民的“钱袋子”和市民的“菜篮子”，对于调节产销关系、保障市场供应、平抑价格波动起着重要的作用。近年来，各类市场主体在生鲜农产品流通领域取得了长足发展，特别是民营企业已成为我国生鲜农产品流通的主要力量。为进一步优化发展环境，解决生鲜农产品流通领域制约企业尤其是民营企业发展的突出问题，促进生鲜农产品流通业健康发展，现提出以下意见：

一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，落实《中共中央 国务院关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见》（中发〔2019〕49号）、统筹推进疫情防控与经济社会发展的部署要求，坚持新发展理念，坚持问题导向和目标导向，把握生鲜农产品流通特点和规律，以供给侧结构性改革为主线，以收加储运销一体化建设为引领，着力破除政策障碍，着力补齐流通短板，着力优化营商环境，进一步激发流通领域市场主体发展活力，促进包括民营企业在内的各类企业提质壮大升级，提高生鲜农产品流通业集中度，促进流通降本减耗增效，



果品经济信息

为助力农民增收致富、实现乡村振兴、保障和改善民生发挥更大作用。

二、降低企业经营成本

(一) 减轻企业价费负担。对家庭农场、农民合作社、供销合作社、邮政快递企业、产业化龙头企业、农产品流通企业在农村建设的保鲜仓储设施用电，按照农业生产用电价格执行。认真落实整车合法装载运输全国统一的《鲜活农产品品种目录》内产品的车辆免收车辆通行费政策。(发展改革委、交通运输部分工负责，地方各级人民政府有关部门负责)

(二) 破解增值税抵扣难题。针对企业采购农户自产自销生鲜农产品增值税抵扣凭证获取难的问题，加大电子发票推行力度，支持企业远程核定、开具作为农产品收购凭证的增值税电子普通发票，为企业提供可选择的便利化抵扣方式。(税务总局负责)

三、加大金融支持力度

(三) 支持企业设施建设。运用中央预算内投资等积极支持城乡冷链物流基础设施建设。鼓励符合条件的生鲜农产品流通领域民营企业发行农产品批发市场建设项目收益债，积极通过发行企业债券融资。鼓励银行业金融机构对包括民营企业在内的各类企业投资新建扩建农产品批发市场、物流园区、加工配送中心等大型农产品流通骨干基础设施，按照市场化、法治化原则，在风险可控的前提下提供信贷支持。(发展改革委、财政部、银保监会分工负责，地方各级人民政府有关部门负责)

(四) 支持企业融资纾困。加大流动资金贷款支持，引导商业银行对生鲜农产品运销、加工龙头企业提供差异化信贷支持，结合农产品上市季节变化等行业特点，开发适应民营企业短期运营资金需求、手续简便、放款迅速的信贷产品。鼓励有条件的生鲜农产品流通民营企业进行股份制改造，建立和完善现代企业制度，以股权融资方式引入资本。(发展改革委、银保监会分工负责)

(五) 强化担保增信服务。市县各级政府所属担保平台，可加大对生鲜农产品流通领域的支持力度，联合本地发展改革、农业农村、金融服务等有关部门做好担保审查、监管等工作，满足中小微企业增信融资需要。鼓励商业银行将包括民营企业在内的各类企业经过流转取得的承包土地的经营权纳入抵质押品目录。有条件的地方可设立生鲜农产品中小微企业风险补偿金。鼓励农产品批发市场等大型流通主体建立第三方供应链金融服务平台。(财政部、银保监会，地方各级人民政府有关部门负责)

(六) 落实农产品流通用地政策。落实好设施农业用地管理规定，支持建设与生产农产品直接关联的烘干晾晒、

四、加大用地用房供给

(六) 落实农产品流通用地政策。落实好设施农业用地管理规定，支持建设与生产农产品直接关联的烘干晾晒、

分拣包装、保鲜存储等设施。城市周边建设为连锁超市、生鲜电商、连锁餐饮等销售终端提供配送服务的生鲜农产品公共配送中心，参照农产品批发市场用地政策。在用地方面不得对民营企业设置隐性门槛。（自然资源部、农业农村部分工负责，地方各级人民政府有关部门负责）

（七）解决零售终端用房困难。地方有关部门要做好农贸市场、社区菜店、生鲜超市、生鲜电商前置仓等终端网点规划布局，统筹解决因城市零售终端规划不合理、布局不完善等导致的用房难、房租高等问题。新建住宅区要规划建设一定面积的社区菜店，对老旧住宅区要通过行政购置、腾退区域利用、房产置换、集中连片租赁等方式，加强社区菜店等便民零售终端建设。鼓励社区因地制宜留出服务生鲜农产品终端配送的公共充电设施建设空间，推动生鲜电商等新零售业态的发展。（自然资源部、住房城乡建设部分工负责，地方各级人民政府有关部门负责）

五、营造良好营商环境

（八）构建亲清政商关系。地方政府有关部门要避免因审批手续拖延、政策矛盾、新官不理旧账等行为造成民营企业停业或项目建设停滞，特别是针对陷入困境的优质民营企业要加大帮扶力度，依法加快盘活存量设施和企业资产。建立规范化常态化政商沟通机制，公开



办事规则和程序，畅通民营企业反映问题、提出诉求的渠道，加快实现问题统一受理、部门联动办理、结果统一反馈。

（地方各级人民政府有关部门负责）

（九）维护公平竞争秩序。清理地方政府投资主体利用公共资源优势，在申请使用市政、道路等公共资源时，对生鲜农产品流通领域民营企业实施的不正当竞争行为。对企业投资建设农产品批发市场、农产品公共配送中心等承担城市运行保障功能的生鲜农产品流通项目，不得以投资强度低、税收贡献少为由设置隐形门槛，不得根据所有制形式实施歧视性对待。（地方各级人民政府有关部门负责）

（十）改进地方行政管理。规范行政执法行为，除法律法规规定外，不



果品经济信息

得随意对企业采取停电、停水、停气等违规处罚措施，依法查处滥用行政权力干涉企业正常经营的行为。创新服务型管理模式，加强道路运输、配送网点、配送模式、车辆标识、停靠设施、通行管控、环境保护等方面的统筹管理，坚决避免一罚了之、只罚不治。（发展改革委、公安部、生态环境部、住房城乡建设部、交通运输部、商务部、市场监管总局分工负责，地方各级人民政府有关部门负责）

六、支持企业做大做强

（十一）加强规划与公共设施配套。各地方要将生鲜农产品流通设施建设作为重要的民生工程，充分考虑城市需求和发展空间，加强统一规划，避免同质化项目重复建设造成恶性竞争。加强政府公益性配套，着力补齐生鲜农产品流通设施短板，有条件的地区可对农产品批发市场建设检验检测、垃圾处理、信息化设施设备，以及农产品产地市场和田间地头建设初加工、预冷、储藏、分等分级等设施，按照公益性设施给予一定比例的配套支持，切实改善生鲜农产品流通设施条件。（地方各级人民政府有关部门负责）

（十二）引导企业整合升级增效。鼓励企业通过并购、战略合作等方式进行整合，支持政府平台公司按照市场化原则进行股权投资。鼓励商户、农户共同出资入股，参与批发市场等项目建设

运营。鼓励生鲜农产品流通企业通过延伸上下游产业链构建一体化农产品供应链，从商品集聚平台向产业集成平台升级，提高产销两端的的服务能力和市场竞争能力。引导企业加强检验检测、质量分级、标识包装、冷链物流等流通各环节的标准应用，通过标准化生产流通实现品牌化增值效应。（农业农村部、商务部、市场监管总局分工负责，地方各级人民政府有关部门负责）

各地区各部门要充分认识进一步优化发展环境、促进生鲜农产品流通工作的重要性，加强组织领导，明确任务分工，强化协调配合，结合实际加大政策创新和支持力度，切实解决生鲜农产品流通领域市场主体尤其是民营企业发展面临的突出问题，促进生鲜农产品流通业健康发展。果

国家发展改革委
公安部
财政部
自然资源部
生态环境部
住房城乡建设部
交通运输部
农业农村部
商务部
税务总局
市场监管总局
银保监会

2020年5月24日

我国水果产业有哪些重要变化趋势？

近日，2020 中国农业展望大会在京召开，发布了《中国农业展望报告（2020-2029）》。这份报告信息量很大，很有影响力。报告预测水果出口年均增长 5.9%。这个结论，可能需要斟酌。

据海关统计数据，2009 年，我国水果出口数量为 525 万吨，此后，一直在 500 万吨上下波动，但从没有超过 525 万吨，2019 年为 492 万吨。10 年期间，不仅没有增加，还减少了 6%。所以，未来 10 年间，很难想象会有什么特殊情况出现，让我国水果出口每年增加 5.9%。

展望报告同时预测水果进口年增加 9.4%，这应该大体符合实际走势。2009-2019 年，我国水果进口从 231 万吨增加到 729 万吨，平均年增长率超过 12%。我国已经从水果的传统净出口国成为净进口国。

我国的水果统计，分为两大类：园林水果（包括柑橘、苹果、梨、葡萄、红枣、香蕉等）和瓜果类（包括西瓜、甜瓜、草莓等）。2018 年，园林水果产量为 17565 万吨，瓜果类水果产量为 8123 万吨。

改革开放以来，水果产业的发展情况，堪称独特。水果是市场开放最早、市场化程度最高的农产品，也是几乎没有享受到任何国

家特殊支持政策的农产品；与此同时，又是增产幅度最大的农产品。1978-2018 年，我国园林水果的产量增长了 25 倍多。瓜果类水果的统计，开始于 1996 年，到 2018 年，增加了 1.3 倍。

一方面，国内生产大增；另一方面，进口数量也大增。这说明了一个重要的事实：我国水果消费需求一直在大幅度增加。国家统计局部门的最新调查，也证实了这一点：2013-2018 年，我国人均鲜瓜果消费数量，从 37.8 公斤增加到 47.4 公斤，年增长率超过 4%。

我国的水果生产，不仅在数量上大幅度增长，质量上显著提升，并且在品种结构和区域结构上，也发生了重要变化。

园林水果生产方面，2018 年产量最多的是柑橘，为 4183 万吨，比 1978 年增加了 107 倍，占园林水果的 24%。从生产区域看，广西最引人注目，扩张速度很快：10 年前只有 265 万吨，与其他主产省份不相上下，而现在为 836 万吨，远远超过所有其他省份。其他主产省份依次为湖南、湖北、广东、四川、江西，产量分别在 500-400 万吨上下。

苹果产量，2018 年为 3923 万吨，占园林水果生产的 22%，退居第二位；而 1978 年为 35%，是遥遥领先的首位。从生产区域看，陕



果品经济信息

西居于首位，为 1009 万吨。陕西苹果的发展情况，与广西柑橘高度相似：1978—2018 年间，增加了 101 倍；占全国的比重，由 4% 上升到 26%。传统的第一苹果大省山东下降到第二位，为 952 万吨，占比由 1978 年的 37%，降低到现在的 24%。其后为：河南 403 万吨，山西 377 万吨。

梨的产量，2018 年为 1608 万吨，占园林水果的 9%，而 1978 年高达 23%。梨的产量增长，在所有水果中最低，40 年中仅增长 10 倍。梨的地位大大降低，主要原因是品质改善不够明显，一直属于水果中的低端产品。梨的生产区域较广，河北是最主要产区，为 330 万吨，占全国的 21%。其余主产省份为辽宁、河南、安徽、新疆、山东、陕西等，产量分别在 130 万—100 万之间。

葡萄产量，2018 年为 1367 万吨，占园林水果的 8%。葡萄的增产幅度，在水果中最大，40 年中增加了 130 多倍。新疆是遥遥领先的葡萄主产区，2018 年为 293 万吨，占全国产量的 21% 多。河北、山东、云南三省的产量相近，均为 100 万吨多点。其中，云南的发展速度最快，近 10 年间，从 14 万吨增加到 101 万吨。

香蕉产量，2018 年为 1122 万吨，占园林水果的 6%。香蕉生产集中于广东、广西、云南和海南，占 95% 以上。

红枣产量，2018 年为 736 万吨，占园林水果的 4% 左右。红枣生产的最大变化，是新疆红枣的急速崛起：不过十几年时间，新疆几乎从零开始，发展到全国遥遥领先的红枣主产区，2018 年产量为 361 万吨，占全国的一半。陕西、河北、山西、山东等省，产量在 90—70 万吨之间。

瓜果类水果中，2018 年，西瓜产量为 6154 万吨，甜瓜 1316 万吨，草莓 306 万吨。全国各省均有种植，主产区是河南和山东，分别为 1585 万吨和 1115 万吨。瓜果类水果的增长速度，远低于园林水果。不耐储运，是主要原因。

水果生产的意义，已经完全今非昔比。40 年前，水果产量比大豆还少，而现在，已经与玉米几乎相同。消费者的餐桌上，水果日益丰盛，品类多，质量好。与此同时，众多农民生产者，通过种植水果而脱贫致富。

水果生产的主要问题，是市场波动较大。主要原因是消费需求全年较稳定，而生产上市时间相对集中。货架期很短、不耐储存的水果，尤其是瓜果类水果，最容易滞销。央视节目报道过，某乡农民满地的西瓜都成熟了，但商贩不来了，农民不知道该怎么办。近年来，通过生产组织化程度的提高，建立起产销对接关系，大有改善。订单农业，是根本出路。

另一个突出问题，是科技研发和应用不足。有的传统优质水果种植区，现在的技术水准与十年二十年前比，差别不大。农民只是不断地加大肥药投入，成本不断提高，质量却没提高。而别的地方，不断引入新品种新技术，质量品质不断提高，使得传统优质水果区域的优势，日益丧失。

根据权威医学杂志《柳叶刀》发布的全球饮食报告，由于饮食结构问题而致病致死的三大因素之一，是水果吃得太少。水果的最佳推荐量是每天 250 克，我国目前的平均水平只及一半。未来，我国的水果消费一定会继续增长。认识到这一点，具有重要意义。🍌

（农民日报 柯炳生）

2020 年中国生鲜农产品 供应链研究报告

核心摘要：

结构性供给过剩将生鲜农产品推向买方市场，市场需求在呼唤更优质的供应链运作体系。根据国务院 2020 年食物消费标准，生鲜总需求量将达到 4.2 亿吨，而 2018 年我国生鲜农产品年产量超过 11.1 亿吨，这意味着市场进入到结构化的供给过剩时期，开始转为以消费者为中心的买方市场，一切供应链环节需要围绕最终消费者来重新定标，供应链质量的价值进一步放大。

生鲜农产品目前形成了以批发市场为核心的产业链结构，生鲜电商的爆发或引领农超对接模式提速渗透，加快流通体系优化进程。大型超市、生鲜电商、生鲜超市、便利店等多种零售业态将给供应链整合带来更大的空间，物流管理和冷链布局将成为产品成本优化、产品质量控制、产品品牌建设等环节最重要的影响因素。

生鲜农产品物流体系发展迅速但仍处于供给不足的阶段，冷链物流体系化成为未来 3-5 年生鲜供应链的核心驱动力。商务部 2015 年统

计表明，中国果蔬、肉类、水产品的冷链流通率的比重分别为 22%、34%、41%，远不及发达国家 95% 以上的流通率。2019 年，我国冷链物流规模将达到 3391 亿，并保持 15% 以上的年增速，未来冷链物流的需求将进一步扩大。

物流企业将在生鲜供应链中发挥更大的市场职能，在渠道优化、市场营销、品牌建设等多个非传统物流环节中掌握更多的话语权。零售端控制产品标准，物流端掌握交付体验，利用触达客户的优势来建立非生产端的品牌形象或将成为未来生鲜品牌的一个可行路径。

一、生鲜农产品发展背景

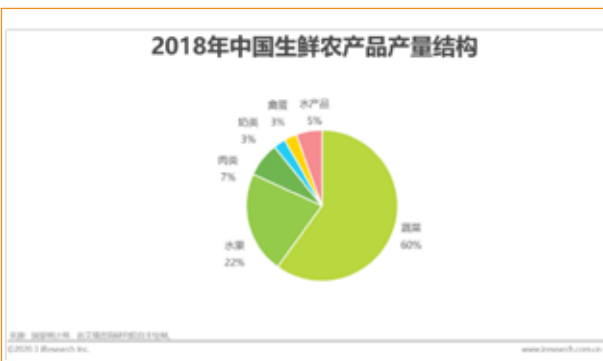
1. 生鲜农产品供给

庞大的生产体系提供充足的生鲜供给

根据第三次全国农业普查数据，我国拥有 3.1 亿以上的农业生产经营人员，204 万个农业经营单位，耕地面积超过 13 亿公顷。完备而庞大的生产体系是生鲜农产品的供给量十分充足。此外近年来全球贸易加速，农业经营亦有全球化趋势，这更加丰富了国内的产品供给能力。



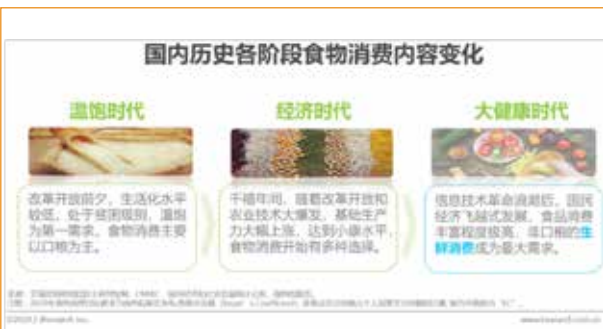
果品经济信息



2. 生鲜消费需求

人口消费的结构化转型成为生鲜需求变革底层动力

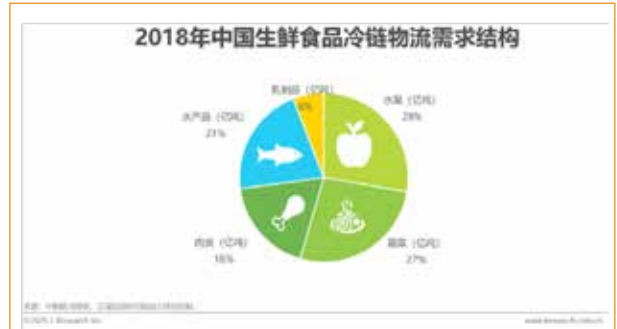
经济高速发展的今天，个体消费者对于食物尤其是生鲜食物的观念产生了巨大的改变，生鲜从最早只属于少数人群的奢侈品逐渐成为今天茶前饭后的消费必需品。根据国务院发布要求，2020年全民人均生鲜消费量要达到299公斤，这个标准较2010年提升了34%，给生鲜市场提供了巨大的需求空间。



3. 生鲜物流需求

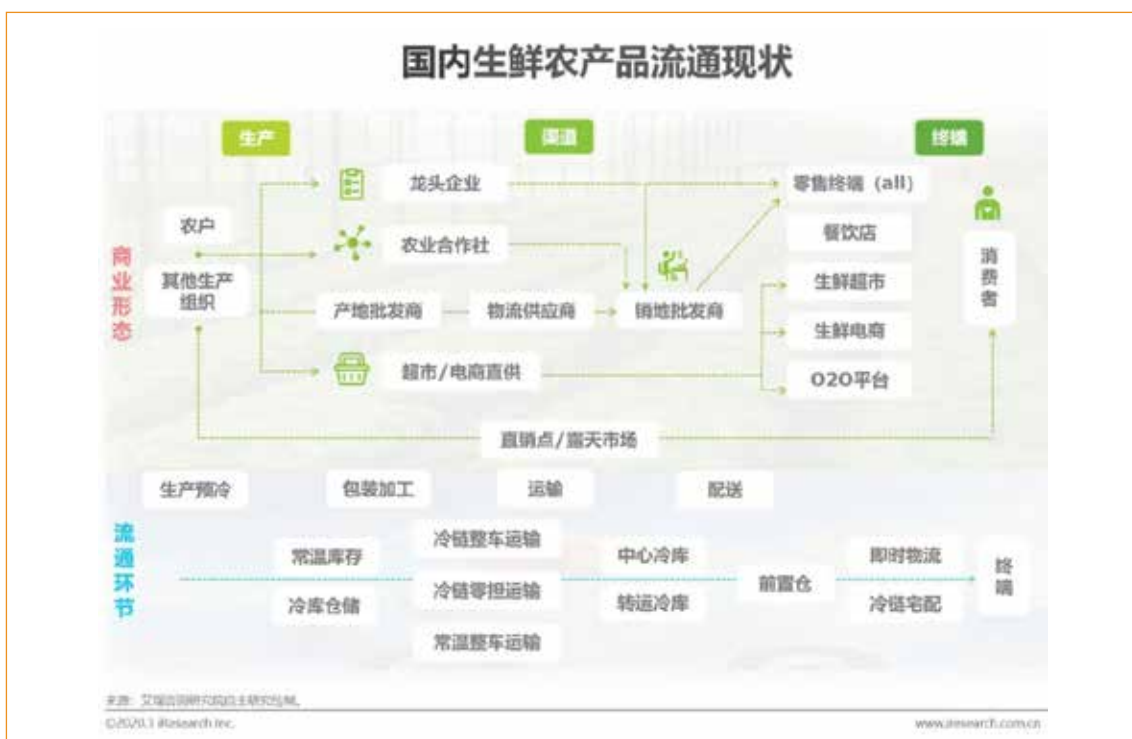
冷链物流需求空间巨大

由于我国生鲜供应市场化时间短，供应链配套设施还处于发展阶段，冷链物流的质量和效率都无法与满足未来的市场需求。根据中物联统计，2018年生鲜冷链的需求规模达到1.82亿吨，2019年有望突破2.3亿吨，而我国冷链物流水平尚不足，冷链流通率较低，与巨大的需求形成了结构性矛盾，是制约供应链发展的要因之一，同时也是未来生鲜供应链发展的核心动力。



二、生鲜农产品供应链发展分析—市场篇

1. 生鲜农产品流通链

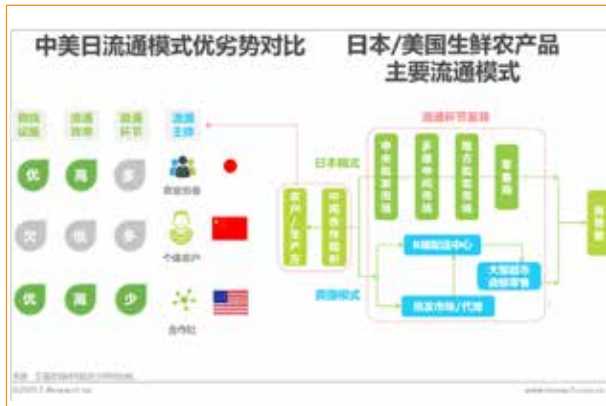




果品经济信息

2. 对比成熟模式，孱弱的流通主体是发展的首要限制

日本生鲜农产品流通模式主要以多级批发市场长链条模式为主，美国则以发展大型配送中心的短链条模式为主。我国流通模式的情况更为复杂多样，既出现多级批发市场的流通体系，也出现了农超对接等直供模式，相比发达的流通体系，我国生鲜农产品流通市场还需加强流通主体的组织能力和基础设施的布局完善。



3. 生鲜农产品市场供给

异军突起，地标农产品成为不可忽视的品牌化力量

农业部于2007年12月发布了农产品地理标志管理办法，并开始接受申请，并颁发“农产品地理标志”专用标识。地标农产品不同于一般农产品，它往往具有独特的特色，很多地标农产品都附带了当地的文化、历史，因而地标农产品的价值绝不仅仅是其食用价值，由于其产地、空间、质量等界定的严格性，地理标志农产品往往会具有一定的稀缺性。我国农产品地标认证数十余年间增长近20倍，成为农产品与生鲜农产品供给侧不可忽视的力量。



类别	一般农产品	地标农产品
产量	一般较高	具有一定稀缺性
价格	市场价格	高于市场价格
物流	简单一般	需求较高
附加值	一般	较高
溯源能力	弱	强
品牌溢价	低	较高品牌溢价
产地	农产品生产国家限制	受气候、土壤等自然因素影响，产地限制
产地	区域范围、国内销售	受知名度、供需、物流等因素影响，销往国内外区域销售

4. 生鲜农产品渠道

根基难撼，传统渠道仍是生鲜农产品主要流通渠道

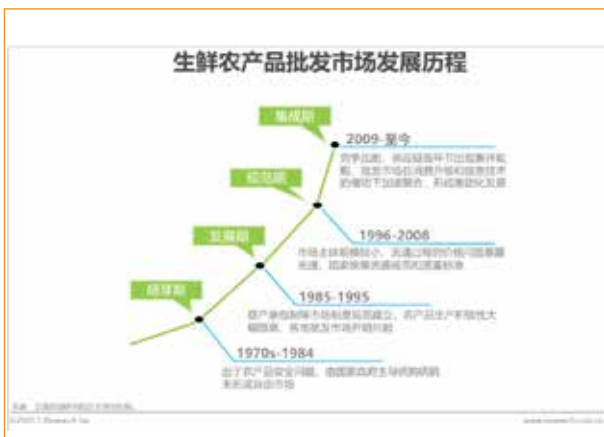
国内自上世纪八十年代改革开放起才正式打开生鲜农产品流通市场，流通主体的经营能力、规划化能力，流通效率、供应链基础设施等发展时间都较为短暂。在政策的推动和经济发展的多重条件下，国内已逐渐形成了以批发市场为中心，零售市场和超市为基础的流通模式。2012年以来爆发了生鲜电商和新零售等多种以线上化或线上线下一体的生鲜渠道模式，但从宏观来看，国内的流通渠道仍处于以批发市场和中间商为主的线下运作模式，线下渠道为生鲜农产品带来的品牌影响相对有限，而线上流量能给生鲜品牌化、标准化提供生长空间，

通过多渠道融合来赋能生鲜品牌或将成为未来最优策略。



5. 批发市场的发展与特点

生鲜农产品批发市场自 20 世纪 70 年代以来经历了多个发展阶段，在内部政策规范强化和外部市场竞争融合的多股力量下，逐渐摆脱低效能、高成本的运作形态走向成熟，但相比发达国家成熟的批发市场模式，依旧有较长的路要走。



6. 生鲜电商的渠道变革：重塑生鲜流通价值链

尽管生鲜电商模式上线以来屡遭质疑，但必须承认电子商务对于生鲜农产品流通效率提升、交易成本优化、供应链品控管理优化等多个环节有着巨大的价值。生鲜农产品不同于其他商品交易，安全品质的鉴别困难导致了生鲜农产品的渠道优势在线下，而生鲜电商正在寻求电商模式背后的包括供应链管理、标准化认证、交易金融以及生鲜品牌建设等一系列延伸价值，通过重塑用户心中的生鲜信用标准来改变价值链。



三、生鲜农产品供应链发展分析—物流篇

1. 生鲜农产品物流

市场空间巨大，发展升级步履维艰



果品经济信息

由于生鲜农产品自身具有鲜活性、难存储、易腐坏等特点，决定了生鲜农产品物流不同于一般物品的运输。为了保障生鲜农产品的质量，其物流配套（如冷库、冷藏车、温湿监测仪器等）设施必须有针对性的购置和使用，对全链条的监控实施标准有很精准的要求。同时生鲜农产品是消费必需品，需求弹性小，物流规模大且物流类型复杂。生鲜农产品的物流规模超过万亿元，但冷链水平仍旧较低，有巨大的发展升级空间。

在鲜度和损腐率上也比传统运输质量高出一截。



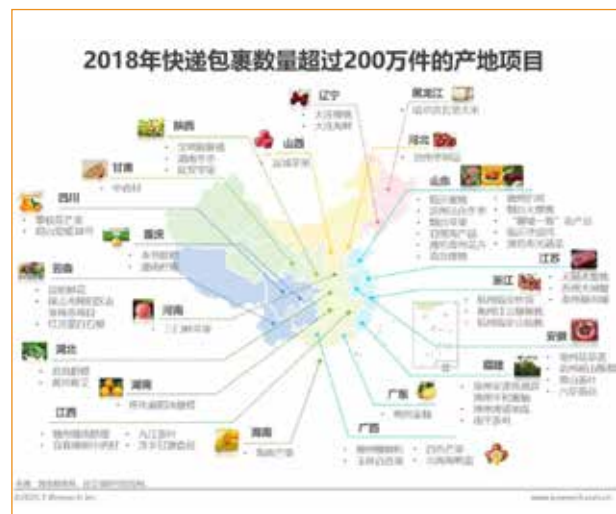
3. 产地快递模式

中国产地生鲜快递分布图



2. 电商助力新产地快递模式

在生鲜电商的催动下，各类鲜果鲜品相继走向大众视野。而随着快递运营的成熟和国家空铁货运网络的完善，已经完全可以支撑起由产地到C端消费者之间的直供物流链条。产地生鲜快递模式较普通快递时效有了极大的提升，



4. 利与弊：产地模式或将加快特产生鲜品牌的形成

生鲜电商的出现极大的缩短了产地与消费者之间的供应链条，产地快递模式应运而生，其特点十分显著，凭借着强大的时效保障和优质的食用鲜度迅速的占据了消费者的心智，整体链条溯源能力极强，较普通快递在生鲜品控和客情管理上有着巨大的优势。但痛点与限制也十分明显，高昂的物流成本和极具难度的管理造成了这种模式无法在所有生鲜品类中都胜

出，目前仅是针对一些如阳澄湖大闸蟹、烟台樱桃、茂名荔枝等高附加值生鲜。

四、生鲜农产品供应链发展分析—趋势篇

1. 生鲜农产品发展趋势

多元化市场下物流与品牌的发展机会犹存



2. 物流与供应链发展策略

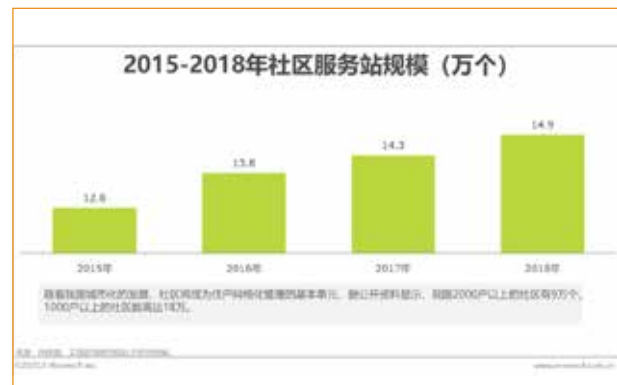
深入产地，从增值环节挖潜生鲜品牌价值

生鲜农产品流通链优化的过程中，不仅是生产者/生产企业，而是给给各参与者都留出了品牌建设空间。物流端凭借对供应链质量和交付过程的掌控，或能从中寻找新机。深入生鲜产地，协助优化生产模式，把握流通链条和增值环节（加工包装分选等）等策略都将成为建设物流生鲜品牌的助力方式。



3. 攻入社区，搭建灵活高效的末端冷链配送体系

随着超市、便利店、生鲜卖场以及B2C电商、O2O平台等模式的快速发展，线上线下渠道融合已经是生鲜供应链的大势所趋。在这样的发展趋势下，未来的前置仓网络和农超直供模式的单点物流量将会进一步提升，限制条件打开将释放城市生鲜配送的物流潜力，未来冷链城配和宅配体系将得到巨大的发展。



(艾瑞咨询)





古老荔枝产业 焕发魅力生机

编者按：

荔枝起源于我国，有 2300 多年的种植历史，是我国重要的热带作物。20 世纪 80 年代，我国荔枝产业迎来大发展，种植面积从 1987 年的 191 万亩增长到 2019 年的 812.22 万亩，是世界第一大荔枝生产国和消费国。同时，荔枝产业在带动热区农业农村发展和农民增收方面发挥着重要作用。近年来，在农业农村部和主产区各级地方政府的高度重视和各界的共同努力下，我国荔枝产业发展态势持续向好。随着产业不断兴旺，已成为乡村振兴战略的重要抓手，以及链接“一带一路”的纽带之一。本文聚焦我国荔枝产业的结构调整及产业集群建设等话题，看看这个古老产业如何焕发生机，走上现代化、数字化发展之路。

五月，荔枝丰收的时节，位于海南省海口市琼山区三门坡镇的海南农垦红明农场，迎来一年一度的荔枝盛宴。

“我们的‘妃子笑’品质特别好，皮薄核小肉甜，供不应求，大伙儿每天都忙着采摘。”红明农场的“妃子笑”荔枝标准化种植基地里，职工孙宏德背着竹筐，忙碌地采摘荔枝。基地旁的道路上车来车往，前来收购的果商络绎不绝。

记者了解到，截至5月28日，红明地区一共销售荔枝6100万斤，平均单价6.2元，产值达到3.78亿元。此外，当地荔枝采摘体验游人爆满，已成为海口市琼山区乡村旅游的新热点。

“荔枝产业涉及我国南方8个省份，全职从业人口超过100万人，是我国热区重要的支柱产业。荔枝产业的发展，关系到热区脱贫攻坚和全面建成小康社会，关系到热区疫情防控和经济社会发展大局。”5月20日，在广东茂名举办的2020年中国荔枝产业大会上，中国农垦经济发展中心（农业农村部亚热带作物中心）主任李尚兰说。

助“荔”抢鲜上市 科技打造现代农业

“荔枝产业的发展离不开科技。”国家荔枝龙眼产业技术体系首席科学家、华南农业大学教授陈厚彬在中国荔枝产业大会上说，荔枝的科技创新体现在产业链的各个环节，体系专家研发的果园改造与高接换种技术、土壤改良技术、高效省力化技术、安全生产技术、开花与坐果调控技术、

保鲜技术、多样化产品加工技术等，均得到广泛运用。在促进品种更新、产量增加、扩大销售半径、推动绿色生产等方面发挥了很大作用。

记者了解到，目前荔枝行业内已研发出解决山地果园运输、采摘、残枝利用和管理等问题的农用机具，掘孔机、中耕管理机、肥料撒播机、多功能割草机、树枝粉碎机、高枝修剪机、伸缩式修剪锯、搬运车、高空作业机、各类喷雾直播机械等在一定范围内得到推广应用。

“当前科技日新月异，农机具应用也大有可为。”陈厚彬称，要想办法让想用机械的人用得起，有能力使用机械的人用得到，建立农机服务技术合作社或者共享技术服务平台不失为一个好方法，即在一定区域内（比如10万亩）建立一个综合服务平台，促进机械化推广落地。

科技水平的提升保障了荔枝种植效率，而冷链物流的发展也将荔枝的长途储运变为可能。

“有了专业冰水槽，我们预冷打包的效率高多了。”5月18日，在海南农垦红明农产品（荔枝）交易中心，来自辽宁沈阳的收购商于大海指挥着工人，将刚采摘分拣好的荔枝一筐筐投入专业冰水槽中。于大海介绍，槽中是5℃恒温冰水，荔枝在其中浸泡20分钟左右，便可预冷降至5℃，方便进行打包装箱，由冷链车运往沈阳的农贸市场销售。“过去没有专业的冰水槽，我们只能购买冰块投入水中浸泡荔枝以让其预冷，这样的做法不仅效率低，预冷质



果品经济信息

量还不高，极其影响荔枝保鲜运输。”于大海说。

为解决荔枝长途运输问题，红明荔枝集团通过配备完善冷链设施和引进包装生产线，提供荔枝储存、预冷、分拣、包装、运输等一系列服务，进一步延长荔枝保鲜期。目前，中心荔枝日分拣量可达30万斤，11个交易档口可对荔枝进行预冷处理、打包装箱，助力荔枝“抢鲜”上市。

据悉，农业农村部从2008年开始，启动了国家荔枝龙眼产业技术体系建设，在专家带领下，荔枝产业的科技创新和应用能力不断提升。随着新技术的推广应用，大大提高了荔枝单产和品质；对荔枝贮藏性能、果肉品质保持与劣变机制、冷链保鲜技术等研究，扩大了荔枝的销售半径，鲜荔枝可运销到北美市场；高效省力化技术的研发和应用，大大降低了生产成本。

此外，统计数据显示，2013—2018年，销售广东茂名荔枝的本土电商从36家发展到1500多家，增长40多倍，网络销售量由450吨跃增到4.5万吨。茂名作为国内荔枝批发交易的主要集散地之一，每到上市季，工人将分拣后的荔枝，经冻库的预冷、分装、打包，通过空运及冷链运输，一天时间就可到消费者手中，口感跟刚从基地摘下来的几乎无差别。

围绕需求调结构 数字农业焕发新动能

我国荔枝种植分布范围广，以往主要集中在每年6—7月上市。

“经过多年努力，现在已形成海南特早熟、粤桂西南部早熟、粤桂中部中熟、粤东闽南晚熟、重庆和四川泸州特晚熟5大优势区，均衡上市、相互衔接、差异化发展的区域格局基本形成。”李尚兰告诉记者，从荔枝品种结构看，“白糖罂”、“妃子笑”、“桂味”、“糯米糍”、“鸡嘴荔”等优质品种占比超过40%，产品品质和单产水平稳步提高。今后还将进一步优化品种结构，发展特早熟和特晚熟优质品种，延长果品上市期，并针对不同人群的需求不断开发新品种，以实现优质优价、增产增收。

2020年伊始，新冠肺炎疫情给水果流通和消费业带来了沉重的打击。然而从某种意义上来说，这也催生了农业的数字化转型。

1月27日，在广东省农业农村厅指导下，广东农产品采购商联盟发出“保供稳价安心”倡议书，及时搭建起广东农产品“保供稳价安心”平台。短短90天，平台聚集了2400多家企业和机构。迅速壮大的“保供稳价安心”数字平台，成为广东农业农村抗疫的重要力量。

依托保供平台，采购商动动手指就可与供货企业对接，轻松下单。网络主播们也走进田间地头与消费者直播互动，推动线上交流和农产品云交易。截至目前，保供平台已举办直播120余场，40余位采购商及供应商进入直播间云对接，销售额达1.2亿元。广东省多个地市（县、区）长、镇长出镜带货，推销当地的农产品。保供平台已然成为广东数字农业的生力军。

今年是荔枝生产中大年，相关产区政府高度关注荔枝销售工作。4月初，广东省农业农村厅组织召开广东荔枝“12221”市场营销工作视频会议，强调全省各产区要形成合力，用好在抗疫期间成长起来的“保供稳价安心”数字平台；重视荔枝大数据的开发应用，重点做好采购商对接，做好产销对接，继续做好荔枝丝路行、南果北上北果南下等，要特别重视采购商会客室、网红直播、网络拍卖等互联网营销手段。

5月4日，湛江徐闻八大荔枝园种植能手携徐闻青年电商，齐齐亮相广东农产品“保供稳价安心”数字平台直播间，打造徐闻荔枝直播带货矩阵。当日直播累计3.58万位采购商在线观看，现场意向订单为26万斤，价值260万元。

广东“保供稳价安心”数字平台是对农产品市场营销的一次探索，平台让网络直播成为新农活，手机成为新农具，数字成为新农资，农产品销售找到新出路。

形成产业集群 中国荔枝世界共享

“当前，我们在荔枝产品的开发方面，从以鲜食为主，到各类精深加工产品和文创产品不断涌现；在产业形态方面，良种繁育、社会化服务、冷链物流、品牌营销等支撑产业不断壮大。”李尚兰认为，荔枝产业已逐渐由“小特产”升级为“大产业”，以荔枝为中心的结构合理、链条完整的优势特色产业集群正在形成。

近年来，在农业农村部的大力支持下，南亚热带作物中心围绕“一带一路”热带农

业交流合作、乡村振兴战略实施、热作产品品牌打造等方面做了积极的探索和努力。

从2017年开始，由农业农村部南亚热带作物中心和国家荔枝龙眼产业技术体系牵头，组织全国荔枝标准化生产示范园联盟，联合主产区地方政府，已连续举办四届中国荔枝产业大会，既为广大荔枝从业人员带来了实实在在的收益，也为上下游产业链的关联企业创造了交流与合作的机会，对增强我国荔枝业界的科技意识、市场意识、品牌意识和服务意识，提升综合竞争能力，进而实现产业增效、农民增收，服务和推动产业健康持续发展起到了良好的推动作用。

与此同时，我国荔枝种植企业也积极筹划向外推介，加强对外沟通交流。2019年底，在广东省农业农村厅指导下，七家农产品出口公司共同组成广东中荔农业集团有限公司，通过整合资源优势，组建国内资源最优、基础最强的荔枝出口集团。今年初，集团首次亮相2020德国柏林果蔬展，向全球客商展示了中国荔枝的魅力，并得到法国、荷兰、俄罗斯和新西兰等国家客商的青睐。

今年三月，广东省农业农村厅印发了《关于持续推动2020年“12221”荔枝市场营销行动工作的通知》，指出要进一步深化荔枝采购商联盟建设和组织服务工作，推动落实广东“丝路行”，拓展“一带一路”沿线国家市场，着力扩大广东荔枝对外出口以及国际贸易的市场份额，提升对外影响力。

（农民日报 张韧 王紫）



2019 年浙江省水果产业发展报告

水果产业是浙江省农业十大主导产业之一，“十二五”以来，浙江省水果产业以“特色精品、生态高效”为目标，积极“打造精品果业”，通过发展特色优势水果，推广精品生产技术，建立标准示范基地，培育品牌拓展市场，水果效益和产业地位稳步提升。

一、浙江省特色水果分布情况

浙江省属亚热带季风气候，四季分明，雨

热同期，气温适中，光照充足，雨量丰沛，空气湿润，适宜种植多种水果。浙江省下辖 11 个省辖市，自然环境各具特色，因地制宜栽种特色水果，主要以栽培柑桔、杨梅、桃、梨、葡萄、枇杷、猕猴桃、李等种类为主。全省水果栽培面积 485.22 万亩，总产量 457.92 万吨，总产值 172.47 亿元，规模面积排名前三的品类是杨梅、柑橘、葡萄，分别占比为 27.50%、27.28%、10.09%。



图：浙江省特色水果代表分布

二、浙江省特色水果

表：浙江省特色水果概况

品类	枇杷	杨梅	桃	李子	葡萄	梨	猕猴桃	柑橘
上市时间	5月	6月	5-8月	6-7月	5-11月	7-8月	8-10月	11-1月
面积 (万亩)	20.80	133.48	46.86	7.72	48.97	32.16	14.28	132.35
亩产 (千克/亩)	420-750	450-1000	990-2000	760-1000	1560-2000	1190-2000	579-1000	1388-2000
单价 (元/斤)	2.7-4	5-10	5-10	5-8	4	2.5-5	4-7	8
平均亩产值 (元/亩)	3730	3412	3087	3056	5962	4521	3011	3400
总产量 (万吨)	8.72	60.73	46.67	5.9	76.85	38.27	8.27	183.72
总产值 (亿元)	7.76	45.55	14.47	2.36	29.2	14.54	4.3	45.01

(数据来源：2018 浙江省农业农村厅统计资料、浙江省水果产业协会)

(一) 柑橘



柑桔是浙江省第一大水果，全省栽培面积 132.35 万亩，产量 183.72 万吨，产值 45.01 亿元，主产区衢州市（53.31 万吨）、台州市（48.93 万吨）、宁波市（25.21 万吨）、杭州市（18.66 万吨）、温州市（11.22 万吨）、丽水市（9.98 万吨），衢州市柯城、衢江、常山、龙游，台州市临海、黄岩、三门、玉环，宁波市象山、宁海，杭州市建德、淳安，温州市永嘉、瓯海、苍南，丽水市莲都等地为重点产地。品种主要有温州蜜柑、椪柑、本地早、玉环柚、苍南四季柚、常山胡柚、红美人杂柑等。浙江省柑橘



果品经济信息

已列入了全国优势区域带，平均单产多年位居全国主产省的首位。其中，黄岩蜜柑、象山红美人是浙江的一大特色。

黄岩蜜桔：黄岩被命名为“中国蜜橘之乡”，现有柑橘面积6.3万亩、产量6.4万吨、产值3.5亿元，黄岩蜜橘被评为全国名特优新农产品；主要品种为本地早2.1万亩、占全区的1/3，其次为早熟温州蜜柑1.2万亩、椪桔1.0万亩，近几年新发展以红美人为主，已有4000多亩，成为黄岩蜜桔继本地早之后一个新的增长点，上市集中在11月份。

象山柑橘：象山全县柑橘栽培面积11.2万亩，主栽品种有大分、宫川、尾张、春香、红美人等，其中尾张以加工为主，其他品种主要为鲜食，这些品种中以红美人最为出名，其果面浓橙色，果肉极化渣，高糖优质，有甜橙般香气，深受消费者喜爱。全县红美人栽培面积2.2万亩，投产果园亩产量平均1500kg左右，商品果售价50-60元/kg，亩产值8-10万元。

临海涌泉蜜桔：临海被命名为“中国无核蜜橘之乡”，现有柑橘面积20.5万亩，产量27.3万吨，产值10.4亿元，分别占全市的43.3%、51.4%和50.7%。主栽品种为早熟温州蜜柑12.7万亩，其次为中晚熟温州蜜柑6.8万亩，主要分布在涌泉、桃渚等地，上市集中在10月中旬-11月份；“临海蜜桔”、“忘不了”、“了不得”等品牌多次在省市柑橘评比、展示展销中获奖，临海蜜橘获得中国名牌农产品称号。

苍南（马站）四季柚：四季柚以一年能多次开花结果而得名，以第一第二次花所结果实最好。果实卵圆形，单果重0.75—1.25公斤，果皮较薄，肉质脆嫩，汁多无籽，甜酸适口，

品质上乘。果树喜温湿气候和黄红壤，唯马站气候土壤适宜。因此马站被誉为“四季柚之乡”。先后6次被评为全国柚类金杯奖，2次被中国国际农业博览会认定为“中国名牌”产品，1992年马站四季柚荣获“绿色食品”标志，2003年马站被授予“中国四季柚之乡”。

瓯柑：属宽皮柑橘类，柑的一种，温州传统特产水果。温州各地均有栽培，因为温州古称为瓯越而因此得名。成熟的瓯柑扁圆上面略凸呈倒卵形，柑皮金黄，籽少皮薄，果肉多汁，食用时先感觉微苦然后甘甜，有特殊的香味。瓯柑营养价值高，含有多种维生素，并有祛热生津，化痰止咳，清凉解毒等特殊的医药效能。

玉环文旦：玉环被命名为“中国文旦之乡”，现有柑橘面积4.8万亩，产量3.5万吨，产值2.3亿元；主要品种为文旦，3.2万亩、2.5万吨，占当地柑橘总量的66.7%和70.4%，上市期集中在11月份，新选育的“早玉”文旦9月底即可上市。

庆元甜桔柚：庆元县地处浙西南，是中国生态环境第一县、中国香菇第一城、中国廊桥之乡。庆元甜桔柚是丽水市庆元县的农业主导产业，面积1.33万亩（占全市甜桔柚1.67万亩的80%），产量1.12万吨，产值1.34亿元，是全国最大的甜桔柚生产基地。甜桔柚属杂柑类品种，11月中下旬成熟，单果重200-300克，可溶性固形物12%以上，果肉橙黄，甜爽适口，风味佳，果品耐贮运，在常温下储藏期达5个月。

浙江省的柑橘产业发展特色明显，柑橘种植品种和面积相对稳定，以传统品种为主，但是品种单一、老化，且上市时间相对集中。除

特早熟、早熟温州蜜柑其他几乎为11月上市。目前，浙江省区域引进的新品种，以象山县“红美人”最为突出，但“红美人”也是栽培难度最大的一个品种，在推广新品种，一定要注意新品种的适应性和配套技术，技术一定要成熟，以理性的态度进行新品推广。

（二）杨梅



杨梅是浙江省最具特色优势的农产品，是全国杨梅生产技术、科学研究和种质资源的中心，在种植面积和产量均居全国第一，形成了台州、宁波和温州三大产区，东魁、荸荠种等良种是全国杨梅生产中的主栽品种。全省杨梅栽培面积133.48万亩，总产量60.73万吨，总产值45.55亿元，主产区台州市（20.58万吨）、宁波市（14.87万吨）、温州市（12.11万吨），以及金华市（3.87万吨）、丽水市（3.27万吨）。台州市黄岩、仙居、临海，宁波市余姚、慈溪，温州市永嘉、瑞安、文成，金华市兰溪，丽水市青田、缙云，绍兴市上虞等地为重点产地。

临海杨梅：临海现有杨梅面积13.3万亩，产量8.8万吨，产值6.4亿元，主要栽培品种为东魁杨梅，面积10.9万亩、产量6.7万吨，占

全市的82.4%、75.9%，其次为荸荠种杨梅面积0.6万亩、产量0.7万吨，另有地方品种早大梅0.3万亩，被命名为“中国杨梅之乡”。

仙居杨梅：栽培面积13.9万亩，产量9.5万吨，产值7.2亿元，仙居被称为“中国杨梅之乡”。主要栽培品种为东魁杨梅，有10.8万亩、6.8万吨，分别占全县的77.7%和71.6%，其次为荸荠种杨梅1.9万亩、1.9万吨；主产区广度、横溪、步路乡种植面积均超万亩。

黄岩杨梅：黄岩区是浙江省杨梅重要产地之一，更是东魁杨梅的始祖地，黄岩杨梅栽培面积7.2万亩，产量4.1万吨，产值5.5亿元，被命名为“中国东魁杨梅之乡”。主要品种为东魁杨梅，6.3万亩、3.6万吨，占总量的87.9%和88.3%，其次为荸荠种杨梅0.7万亩、0.4万吨。近年黄岩始创的杨梅单株罗幔加顶部避雨覆盖技术在全省示范推广，已推广6万多株，折合面积超3千亩，为全省推广面积最大的市。

慈溪杨梅：以“荸荠种”和“早大种”杨梅为主，其最大特点是果大、核小、色佳、肉质细嫩、汁多味浓、香甜可口，鲜食、加工均可。慈溪1996年被国家有关部门命名为“中国杨梅之乡”。浙江省慈溪六成杨梅硒含量丰富。硒元素对保护细胞膜、防癌抗癌、保护心血管和心肌健康等都有一定作用。慈溪杨梅目前有8.2万亩，上市时间从6月中旬持续到6月底7月初。

余姚杨梅：品种数量位居中国前列，在余姚境内尚存荸荠种、粉红种、水晶种、荔枝种、早大种、迟种等20余个品种，余姚市有杨梅面积9.1万亩左右，主栽品种为荸荠种，占栽培



果品经济信息

总面积的 80% 以上，荸荠种杨梅最大特点是果大、核小、色佳、肉质细嫩、汁多味浓、香甜可口，鲜食、加工均可，品质评价上佳。杨梅精品果售价平均 30–50 元 /kg，大棚促早杨梅售价在 100 元 /kg 以上，精品果园杨梅亩商品果量 300–400kg，亩产值 5000 元以上。上市时间从 6 月中旬持续到 6 月底 7 月初。

兰溪杨梅：栽培历史悠久，明清时期形成规模，一直以上市期早、品质优良饮誉江南。品质特色为果大核小，紫黑乌亮，酸甜可口，主栽品种有东魁、荸荠种、木叶梅、早佳，现种植面积近 7 万亩，产量约 2.5 万吨，产值 2.6 亿元以上。形成了沿 S314 省道的“五十里杨梅长廊”。主要荣誉有中国杨梅之乡，农业部地理标志农产品，全国十大精品杨梅，浙江省十大精品杨梅。

青田杨梅：总面积 11.2 万亩（占全市 16.9 万亩的 66%），产量 4.48 万吨，产值 4.02 亿元。青田杨梅果大匀称、肉质细腻、汁多爽口、风味浓郁，2018 年获国家农产品地理标志登记保护产品。青田县已经连续 19 年举办开摘节、摄影大赛、杨梅评比等杨梅节系列活动，全国率先开通杨梅高铁运输绿色通道，2 家主体获“海关注册登记出境”果园。品种有荸荠种、冬魁杨梅，上市时间 5 月下旬（大棚）开始，6 月大量上市，最晚到 7 月上中旬。

浙江省杨梅目前发展的难点在于保鲜与运输，限制了电商的发展。如何提升杨梅的保鲜技术，是必须解决的问题。此外，杨梅深加工产业也成为未来的发展趋势，把不易保鲜的杨梅变成可口的饮品，将会是杨梅产业发展的新机遇。

（三）葡萄



浙江省葡萄面积 48.97 万亩，产量 76.85 万吨，产值 29.2 亿元，上市期为 5–11 月。主产区宁波市（17.54 万吨）、嘉兴市（16.50 万吨）、台州市（11.30 万吨）、金华市（11.20 万吨），以及绍兴市（6.79 万吨）、湖州市（6.52 万吨），宁波市慈溪，嘉兴市南湖、秀州、海宁、海盐，湖州市长兴，绍兴市上虞，金华市浦江、金东，台州市温岭、玉环等地为重点产地，以慈溪葡萄、温岭葡萄、嘉兴葡萄为代表。

慈溪葡萄：国家农产品地理标志产品，慈溪市葡萄栽培面积 6.1 万亩，慈溪葡萄颗粒匀称，美观，甜份足。色泽鲜艳，颗粒饱满，果粉覆盖均匀，易于贮存运输，代表品种有巨峰、鄞红、夏黑等。亩产量平均 1500kg 左右，商品果批发价 6–10 元 /kg，亩产值 8000 元以上，上市时间从 6 月上旬到 9 月底。

温岭葡萄：温岭葡萄栽培面积 6 万亩，年产量 6.8 万吨，产值 5.7 亿元，分别占温岭全市总量的 57.8%、51.9% 和 53.8%，主要分布在滨海、箬横等地，是温岭大棚葡萄的发源地，被称为“中国大棚葡萄之乡”。主要栽培品种为巨峰 3.4 万亩、维多利亚 0.8 万亩、夏黑 0.7 万亩、藤稔 0.4 万亩；双膜栽培的葡萄 5 月初即可上市，5 月底开始集中上市，比江浙其他产地提早 20–30 天成熟，是全省最早成熟地区。

嘉兴葡萄：嘉兴葡萄面积 128700 亩，产量

182000吨,亩产1400公斤。品种以藤稔、醉金香、红地球为主,分别占比31%、25%、20%以上,是浙江省最早采用设施栽培,生产模式领先,栽培技术上精细化管理水平高。

长兴葡萄:品种有阳光玫瑰、夏黑、藤稔、红地球,上市时间6-9月,截至2019年12月长兴葡萄总面积5.3万亩、2019年产值5.1亿元、亩产1430公斤。

浦江葡萄:浦江种植葡萄历史悠久,明朝就有记载,现代种植开源于1985年,经过30多年的栽培摸索和新技术推广,浦江县形成以巨峰为主(占90%以上),辅以夏黑、美人指、阳光玫瑰等30多个优质品种的葡萄产业,2019年,浦江葡萄栽培面积6.7万亩,年产量12.2万吨,是浦江农业的第一产业。近年来浦江县大力推广标准化、省力化、设施化、智能化等种植技术,实现了100%设备栽培,重点推行葡萄“控产提质”建设。

目前浙江省葡萄产业面临的主要问题有:没有统一的生产标准,不能保证品质与产量,导致区域品牌的影响力不足,实现品牌溢价的空间有限。未来急需政府出台统一标准,给予农户一定的补贴,推广统一的生产标准,保证产品的品质,大力推广区域公用品牌。

(四) 桃类



浙江省桃园面积46.86万亩,产量46.67万吨,产值14.47亿元,上市期5-8月。主产区杭州市(7.87万吨)、丽水市(7.59万吨)、宁波市(6.90万吨)、绍兴市(6.11万吨)、嘉兴市(4.81万吨),以奉化水蜜桃、丽水山地硬肉桃、嘉兴凤桥水蜜桃、嘉善黄桃为代表。

奉化水蜜桃:国家农产品地理标志产品,国家原产地保护产品,中国四大传统名桃之一,奉化水蜜桃被誉为“中国之最”,有“琼浆玉露,瑶池珍品”之誉,其果型美观、肉质细软、汁多味甜、香气浓郁、皮薄易剥、入口即溶。奉化区水蜜桃栽培面积5.3万亩,栽培品种主要有湖景蜜露、玉露、新玉、丹霞玉露等,鲜果上市期从6月下旬到8月上中旬,投产果园平均亩产量750kg左右,市场售价10-20元/kg,亩产值1万元以上。

丽水山地硬肉桃:山地硬肉桃主要分布在缙云县、莲都区。桃是缙云主要水果,全县桃面积3.4万亩,产量4.97万吨,产值1.58亿元。栽培品种以早熟桃为主,早中晚熟比例为6.5:2.5:1左右,缙云桃以大果型、果面红色、果肉硬、成熟早为特色,果品主销福建、温州等市场。

桃产业目前的问题在于技术管理提升,桃品种淘汰快,但是新品种更替换代难度大。桃抗自然灾害比较弱,平原地区洪涝干旱多,损失严重。此外,在销售方面由于散户较多,在对接渠道商有一定困难。未来应在管理技术与农科院校开展合作,将技术输送到现场,同时进行区域性的市场营销,帮助散户拓展销售渠道。



果品经济信息

(五) 梨类



浙江省是我国砂梨的主产区，砂梨的科技水平和良种化程度在南方地区处于领先，在南方砂梨产区中，浙江省具有明显的品种、栽培技术、果品质量和科技队伍等比较优势，浙江省砂梨成熟早，在国内正值北方梨和苹果淡季，具有明显的地域优势；与日本和韩国相比，同一品种的成熟期浙江省要早半个月以上，在国际贸易市场中有先入为主的優勢。

浙江省梨面积 32.16 万亩，产量 38.27 万吨，产值 14.54 亿元。主产区宁波市（7.25 万吨）、嘉兴市（7.07 万吨）、杭州市（6.96 万吨）、金华市（5.49 万吨），宁波市慈溪、余姚，嘉兴市秀州、海宁，杭州市桐庐、余杭，金华市武义、义乌、东阳，台州市天台，丽水市云和、松阳等地为重点产地。

慈溪蜜梨：国家农产品地理标志产品，慈溪市蜜梨栽培面积 2.9 万亩，慈溪蜜梨果实外观端正，单果重 250 克以上，成熟时具有该品种的固有色泽和特性，肉质细或中，汁多，脆甜可口，风味佳。主要品种有翠冠、翠玉、新玉、黄花等，上市期从 7 月上旬到 8 月中下旬，亩产量 2000kg 左右，商品果售价 5-10 元/kg 不

等，精品果售价可达到 10-20 元/kg，亩平均产值 5000 元以上。

云和雪梨：云和县种植云和雪梨总面积 1.2 万亩，品种有粗花雪梨、细花雪梨、真香梨、翠冠等，年产量 4200 余吨，产值 4620 余万元，是“中国优质雪梨基地重点县”。“传统云和雪梨”是丽水水果地方品种唯一进入教科书且以区域命名的水果品种，因其果形大、耐储运、果糖含量多、松脆多汁、酸甜适口，是国内少有的大果型优异品种等特点，成熟期在 9 月中旬到 10 月上旬，在这个季节成熟的梨品种稀少，造就了云和雪梨的上市时期倍宠。

目前浙江省梨产业发展问题在于品牌化发展较慢，地域品牌的影响力、知名度有限，产品的溢价能力不足。未来应加大对打造特色品牌的投入，构建标准化的示范园区，向全省推广标准化的生产模式。

(六) 枇杷



浙江省枇杷面积 20.8 万亩，总产量 8.72 万吨，总产值 7.76 亿元，亩产 1-1.5 千斤，上市期为 5 月中下-6 月。主产区台州市（2.39 万吨）、杭州市（1.65 万吨）、宁波市（1.24 万吨）、

金华市（1.21万吨），以余杭塘栖枇杷、黄岩枇杷、宁海白枇杷、兰溪枇杷等为代表。

黄岩枇杷：种植面积2.1万亩，有大红袍、洛阳青、白沙等十多个品种，这些品种果大、肉厚、汁多味，以优质红砂枇杷和白砂枇杷为主打品种。黄岩被中国果蔬产业品牌论坛授予“中国枇杷之乡”称号，黄岩枇杷获得“国家地理标志证明商标”称号。

宁海白枇杷：果实圆形至长圆形，果面淡黄色、锈斑少，皮薄易剥，果肉乳白色，肉质细嫩。全县枇杷1.5万亩，其中白砂枇杷1.4万亩，品种以宁海白为主，鲜果上市期从5月上中旬至6月初，亩产量200kg左右，商品果售价20-40元/kg，亩产值4000元以上。

兰溪枇杷：“兰溪五月枇杷香，一城山水半城黄”。兰溪枇杷是浙江省三大批杷主产区之一，主栽品种有白沙、大红袍等。全市面积近2万亩，产量约7000吨，产值8000万元左右。品质特色为肉质细嫩，皮薄多汁，甘甜鲜活。主要荣誉有农业部地理标志农产品，浙江农业吉尼斯枇杷擂台赛冠军，浙江名牌，浙江省著名商标。

浙江省枇杷目前发展难点在于冬季、早春冻害，产量不稳定，以及运输和保鲜问题。鲜食枇杷目前主要销售渠道为采摘游和礼品市场。未来深加工产品将成为发展方向，主要为枇杷膏、枇杷汁等产品，提升枇杷产业的附加值。义乌市沁润食品有限公司是全国最大的枇杷深加工企业。产品枇杷鲜榨果汁销售遍布全国各大型商超、便利店近20000家。每年向农户采购枇杷等鲜果2000多万元，带领当地及全省3000多户果农增收致富。

（七）猕猴桃



浙江省猕猴桃栽培面积14.28万亩，产量8.27万吨，产值4.3亿元，主产区绍兴市（2.05万吨）、衢州市（1.61万吨）、温州市（1.50万吨），绍兴市上虞、诸暨，衢州市江山，温州市泰顺，丽水市遂昌等地为重点产地。主栽品种徐香、红阳和华特。

江山猕猴桃：栽培面积2.43万亩，产量0.97万吨，是浙江省栽培面积最大的县，上市期8-10月，主栽品种徐香。

上虞猕猴桃：面积1.45万亩，产量1.26万吨，是浙江省产量最多的县，主栽品种红阳猕猴桃。

遂昌山地猕猴桃：遂昌县猕猴桃面积1万亩，产量5700吨，产值6350万元，猕猴桃面积在全省列第4位。栽培品种有红阳、翠香、金艳、徐香和华特等，目前已形成红心、黄肉、绿肉不同品种，早、中、晚不同熟期搭配的合理布局，猕猴桃种植已成为当地农民增收致富的一大特色产业。

浙江省猕猴桃产业发展的主要问题是没有强势品牌，相比较周至猕猴桃、都江堰猕猴桃



果品经济信息

等区域特色猕猴桃而言，省内猕猴桃的知名度和影响力较弱。未来应进一步大力推广特色地域品牌，提升品牌知名度。

（八）李子



浙江省李子果园 7.71 万亩，产量 5.9 万吨，产值 2.36 亿元，上市期 6—7 月。主产区绍兴市（2.04 万吨）、杭州市（1.05 万吨）、金华市（0.84 万吨）、舟山市（0.7 万吨），以舟山金塘李子、嵊州桃形李，以及黑李（布朗李）为代表。

舟山金塘李子：因产于舟山金塘岛而得名。金塘李子果实圆形，果大核小，皮薄色青，果肉鲜红，肉厚质脆，汁多味甜，酸度适口，被列为浙江省十大名果之一。金塘李子种植面积 4300 多亩，单果平均重 60 克，最大果重 110 克，肉质脆嫩、纤维少、味酸甜、多汁、微香，含有多维生素，具有很高的营养价值。

嵊州桃形李：桃形李为落叶小乔木，树势中庸，树冠纺锤形，树势直立，花结实率较高。成熟期在 7 月底 8 月初。嵊州“桃形李”口感爽甜、脆嫩，肉质松脆，汁少，纤维少。兼桃李之风味，还有淡淡清香，味道佳，并且皮薄，果肉紫红，不用削皮即可入口，被誉为“江南名果”之称。

李子作为特色水果，应努力推进品牌化发展，打造特色水果品牌。通过以奖代补政策，支持经营户自主加强品牌推广、市场营销和品牌保护。例如开展“金塘李”地理标志证明商标认证使用，树立“金塘李”种植生产标准，通过“金塘李”品牌提升产品附加值，扩销增收。同时结合金塘“李子节”等活动开展地理标志宣传，通过金塘李开摘仪式、农家乐、生态休闲观光游等方式进一步提升品牌影响力。

三、浙江省水果产业销售情况

（一）批发市场

（1）嘉兴批发市场

2019 年，嘉兴批发市场整体交易情况稳中有升，各项交易数据继续保持增长态势，交易量达到 330.01 万吨，同比增长 10.27%，交易额达 343.58 亿元，同比增长 14.79%。其中，进口水果继续保持高速增长，全年交易量为 55.7 万吨，交易额为 106.28 亿元，同比分别增长 37.12% 和 40.66%。

纵观全年，2019 上半年总体交易呈跃升趋势，而下半年则相对疲软。从 9 月开始一直到 11 月，交易额出现了连续负增长。到了 12 月，疲软的现象才开始有所缓解，出现回暖现象，各项数据均有不同程度的回升，交易额同比数据也从 11 月的下降 2.62%，扭负为正，上涨了 21.11%。

上半年受到春节效应的拉动，部分水果减产导致价格普遍较高。到了下半年，当季水果普遍丰产，单品价格直线回落，同时受到整体经济形势的影响，特别是猪肉价格一路飙升，直接缩减了消费者对水果的需求量。

据统计，国产 30 个果品类别中，全年交易量前五位的分别是哈密瓜类、西瓜类、橘子类、苹果类、芒果类，这五大类的交易总量占到了全年国产水果交易总量的近一半。其中，21 个大类交易量呈上涨趋势，9 个大类交易量呈下降趋势。交易量上涨幅度居前三位的分别是桃类、甜柑类、樱桃类，涨幅分别为 76.29%、47.53% 和 45.76%。交易量下降幅度居前三位的是荔枝类、柚子类和地产类，降幅分别为 26.95%、25.14% 和 24.23%。

此外，嘉兴市场还积极配合市农合联参与组建嘉兴市葡萄产业农合联，市场多名从事地产葡萄销售的经营户参与到该组织，为全市的葡萄销售献计献策，真正形成从技术培育、规范种植到包装、品牌的打造，再到最后的扩大销售、助农增收。2019 年，地产类交易量为 8.45 万吨，交易额为 7.84 亿元。

（2）海广兴精品水果交易中心

海广兴精品水果交易中心 2018 年成立以来，改变了进口水果长期以广州为全国中心、上海为华东中心的格局，逐渐成为华东地区举足轻重的进口水果交易中心。

经过一年多时间的运作，该市场目前已经一跃成为华东最大的热带水果交易中心，火龙果、榴莲、龙眼、菠萝蜜等几大品种交易规模居华东地区第一，发展势头强劲，全年交易量同比增长 37.12%，交易额同比增长 40.66%。

随着进口品种的增多、关税的下调，我国进口水果呈现逐年快速增长的趋势，价格也越来越亲民。从交易量上看，东货的交易量依然大于西货，因为我国热带地区面积较少，再加上东南亚热带水果品类多、口感好，深受消费

者欢迎。而南北半球一些应季水果，像车厘子、葡萄、苹果、橙子、柑橘等，正好与我国出现季节差异，一定程度上弥补了国内市场需求，增速也比较快。此外，和国产水果相比，进口水果在种植、加工、储存等环节都有明确的标准，品质更加稳定，品牌效应也强一些。

（3）金华农产品批发市场

2019 年市场水果年交易量近 200 万吨，全国各地水果丰产丰收，产量继续突破高点，个别地方出现供过求情况。虽然丰产，但水果价格整体却不低，全年水果平均价格约为 11 元/公斤，同比 2018 年涨幅 12%，每个月的果品均价都有不同程度的增长，其中涨幅最高的是 5 月份，均价约为 13 元/公斤，同比上涨 21%。其中梨类、苹果、柑橘类、荔枝、凤梨等品种涨幅居前，同比为 69.4%、52.5%、43.6%、33.3% 和 25.8%；进口品种中榴莲、红提、山竹、火龙果等品种的涨幅较大，分别为 48.4%、42.4%、39.6% 和 26.2%。

（二）连锁商超

连锁商超是目前水果销售的主要渠道之一。杨梅、桃、葡萄、梨、猕猴桃、柑橘均在连锁超市售卖。随着人们生活水平提升，对水果质量、安全要求提高，精品水果的需求不断增加，人们更愿意选择连锁商超、水果专门店购买新鲜水果。近年来，社区水果连锁店发展迅猛，比如鲜丰水果每年以 50% 零售额增长。

此外，除了直接卖鲜食水果，水果深加工产品例如杨梅汁、枇杷汁等饮料也全面进入各地连锁商超。

（三）电商渠道

目前大多数水果在电商渠道的销售占比较



果品经济信息

低，例如杨梅、葡萄、水蜜桃电商销售分别占比为10%、5%、2%，但是柑橘电商销售占比高达50%。根据不同水果的特性，发货的成本不同。杨梅、葡萄、水蜜桃发货成本较高，包装需加冰块，运营成本包括包装费、人工费等费用。

从消费者的购买习惯来看，电商渠道仍然是未来的发展方向，消费者从网上购买水果已经是一种常态，尤其疫情期间助推生鲜电商的发展，仅1月线上销售4200多万元，平台日均销售大概140万单，客单价基本在30元左右。鲜丰水果联合社交电商云集运用直播形式，让消费者直观地看到水果品质与新鲜度，帮助农产品快速脱销。1个小时内，海南香水菠萝销售量突破160000斤，90分钟助农销售600000斤海南贵妃芒，打通了线上线下融合模式。

从消费者最喜爱的水果来看，天猫桃子销售单量占全部水果销量的20.3%，且大幅超过同样在成熟季的芒果、百香果、柠檬以及苹果等。桃子品种中卖的最火的是水蜜桃、黄桃，这两个品类口感脆，运输保存更适物流。

（四）旅游采摘

近年来，随着乡村旅游的发展，水果采摘成为人们的休闲方式之一，也逐渐成为水果销售的主要渠道之一。例如杨梅因不宜存放和运输难的特性，近年来大力推广杨梅采摘，游客采摘占销售比例高达70%。除了杨梅，枇杷、水蜜桃、李子、葡萄等水果均在推广“采摘游”，各地区大力推动“旅游+农业”产业融合发展，提升水果产业附加值。

长兴城山沟桃源山庄是以桃园为主题的观

光果园，从每年5月下旬到9月下旬均有新鲜水蜜桃、油桃、黄桃采摘。全年游客自行采摘13万斤左右，占据自产桃产量的百分之八点五，同比上年增长百分之十以上；浙江米果果生态农业集团是以果蔬休闲观光为主的农业综合体，每年园区商业街游客购买、水果采摘占比达30%以上。

四、目前存在哪些问题

（一）果品质量良莠不齐

由于农户种植规模不同，种植方式、管理技术各异，标准不统一，因此果品品质难以保证。农户本着利益为首，推广标准化种植难度较大，如何让生产标准落地，牺牲暂时的产量规模，保障产品的品质，成为水果产业现代化发展的难点之一。

浦江葡萄为了发展精品葡萄产业，全面推行亩产3000斤以下的“控产提质”战略，引导葡农种植精品葡萄。此外，政府给予3500元一亩补贴，帮助农民提升葡萄品质，让葡萄种植户形成生产精品葡萄的意识，打造品牌形象，最终形成优质优价。

（二）品牌建设问题

目前浙江省水果在品牌建设上力度不够，不同地区之间存在着很大差异，缺乏整体的规划和有力的推广措施，如柑橘主产区衢州市，生产规模、产量位居全省首位，但缺乏优势品牌，制约了产业的发展。反观浙江地域性品牌“丽水山耕”，成为全省品牌塑造的典范。丽水是“九山半水半分田”的多山地区，农产品小而散，但是通过品牌打造，全渠道持续宣传，培育了“庆元甜橘柚”、“青田杨梅”、“云和雪梨”、“丽

水枇杷”等特色地域品牌产品，带动了丽水山区农民的增收致富和乡村振兴发展。

（三）销售渠道问题

目前浙江水果仍依靠传统的销售方式，以批发市场、连锁商超为主，导致优质不能卖出优价。除了柑橘，其它水果品类电商发展较慢。电商运营成本较高，缺乏专业运营团队；此外，多数散户规模较小，很难实现全渠道销售，产销信息不对称，导致销售受阻。

（四）农民贷款难问题

农民贷款难，利息高，年限短是农村普遍存在的问题。目前针对农民的金融贷款政策有限，农民没有抵押物，一旦出现贷款违约的问题银行很难处理。如果农户贷款难，资金补贴不到位，产业规模难以扩大、现代化技术很难引进，导致一系列问题出现。

（五）产销标准难统一

作为水果流通的必要环节，中国水果批发市场的地位一直十分稳固。有相关数据显示，目前我国每年有超过80%的水果是经由全国4000多个水果批发市场组成的网络渠道进行流通。尽管现在水果的流通渠道越来越多，但是就目前水果的流向来看，大多数水果还是通过批发市场流通的。

随着人们生活水平提升，对水果质量要求越来越高，反向推动农户提高果品品质。目前各个渠道的收购标准与农户生产标准难以统一，导致水果不能实现质价平衡。

五、对策和建议

（一）主攻果品质量，提倡精品生产

重视对水果产业的品质投入，一是大力培

育和发展特色优势品种；二是加强科研部门的新技术、引进国外先进技术，提高推广面；三是加大产后技术的研究，重点在商品化处理和贮运保鲜技术；四是抓好果品质量监督与管理工作的推行，推行果品质量认证制度。

（二）重视品牌建设，发力品牌宣传

加大对品牌建设的投入，以优势果品品牌建设为中心，制定水果品牌发展规划，通过强有力的落地措施，推动水果品牌化进程；加强品牌推广宣传，通过召开品牌发布会、产品推荐会、行业交流论坛等方式，提升品牌的知名度和美誉度。


（三）开拓多元渠道，打造新型模式

传统的水果销售依赖线下批发市场、连锁商超，应开拓多元销售渠道，例如小程序、直播平台、社交电商、入驻第三方平台、社区团购、采摘游等。随着人们多元化的消费习惯形成，传统的销售方式不再满足社会需求，打造“示范基地+多元电商+传统市场+采摘游”模式，将成为未来发展方向。

（四）加大扶持力度，解决农民贷款难问题

争取政府能在“绿箱政策”允许范围内，在政策和资金上给予水果生产者一定的优惠和扶持，解决农民贷款难问题，推广水果生产统一标准，提升水果品质的稳定性、标准化。

（五）统一产销标准，共建合作基地

为了解决产销标准难统一的现状，当地农户与渠道商建立战略合作协议，共同制定生产标准，共建合作基地，果农按照市场需求进行规模化生产，统一产销标准，真正实现“优质优价”。

（浙江省水果产业协会）



陕西：一季度通过中欧班列 出口苹果汁 3462 吨

4月26日，西安海关透露，一季度陕西农产品出口10.7亿元，增长51.9%。

其中，苹果汁出口4.2亿元，增长1.4倍；植物提取物2.8亿元，增长24.8%；苹果1亿元，增长35.7%；梨0.6亿元，增长1.6倍。此外，蔬菜、茶叶、烤烟出口分别增长41.3%、11倍和2.6倍。

据介绍，一季度农产品出口增幅显著的原因主要是，中国—东盟自贸区升级《议定书》全面生效，促进了对东盟农产品出口的增长。一季度，陕西对东盟出口农产品2亿元，同比增长91.6%。同时，对美苹果汁出口恢复增长。一季度该省对美苹果汁累计出口2.6万吨，同比增加24倍。目前，美国再度成为该省苹果汁最大出口市场。

中欧班列为农产品出口提供快捷物流通道，铁路货运方式对“一带一路”沿线国家出口大幅增长。去年9月，陕西果汁企业首次搭乘中欧班列（长安号）果汁专列，出口1200吨苹果汁至俄罗斯莫斯科，全程运行约12天，较传统海运的40余天大幅缩短。中欧班列对于扩大对中亚及欧洲地区出口，促进与“一带一路”沿线国家的经贸合作发挥了积极作用。

据统计，今年一季度，该省通过中欧班列出口苹果汁3462吨，同比增加14倍。🍏

（中新网）

象山“外拓内疏”破疫情实现 柑橘种苗业产值五连增

为破解疫情期间柑橘种苗主要销售地湖北、湖南等地交通受阻、运输不畅，柑橘种苗面临销售停滞难题，象山县农业农村局结合“三联三送三落实”活动，通过开拓新兴市场、拓展本地市场、开发销售途径等举措，外拓内疏，打通堵点，助力柑橘种苗销售。截至目前，全县 860 万株柑橘种苗基本销售完毕，实现柑橘种苗产业产值 6800 万元，较去年增加 20%，成功突破疫情影响实现连续五年增收。

一是开拓新兴市场。针对湖北、湖南等主销市场销售困难，主动作为，积极开拓云南、贵州等新兴市场替换原有市场，3月一个月内，新增市场实现销售量 300 万株，占总销量的 35%。

二是拓展本地市场。近年来象山本地大力发展柑橘产业，技术成熟收益可观，农民种植积极性较高，在此基础上积极挖掘柑橘种苗销售内需，全县新发展柑橘 1.3 万亩，消耗种苗约 150 万株。

三是开发销售途径。指导种苗种植户利用抖音等线上新媒体平台充分开发柑橘种苗网络销售途径，并利用浙江农民信箱发布“每日一助”种苗销售信息 47.6 万余条，疫情期间柑橘种苗网络销量约占全县种苗销量的 50%。果

（象山县农业农村局）



陕西水果网络零售额排全国第二

受疫情影响,今年线上水果销售增长迅速。陕西省果业中心最新监测数据显示,今年一季度陕西水果网络零售高速增长,零售额实现 27.59 亿元,仅次于山东排名全国第二。其中,水果农产品网络零售额 23.89 亿元,同比增长 62.35%;水果加工品网络零售额 3.70 亿元,同比增长 31.28%。

今年一季度,陕西水果品牌竞相抢跑加速上行,“触网”力度不断加大,特别是疫情期间,网络直播带货、社区团购、线上“供销集市”等新型营销方式逐渐兴起,带动农村特色农产品尤其是水果线上热销。

咸阳、渭南两市的水果产业是当地支柱性产业之一。一季度咸阳、渭南水果网络零售额分别实现 6.63 亿元和 6.53 亿元,位居全省第一、二位,两市占比接近全省一半。西安水果网络零售额 1.76 亿元,排全省第六位。

陕西苹果、枣、猕猴桃最为热销,占全省水果网络零售额的 69%。从交易情况来看,西北地区对陕西水果的网络经销能力较强,在水果销量方面表现优异,位居第一。华东、华南、华北地区的陕西水果线上交易活跃,销售情况较好。

“口感味道很好”、“纯天然”、“营养丰富”、“值得购买”等评论反映出陕西水果在口味、品质、营养价值方面符合消费者需求。而从网络零售差评词看,“过度包装”、“快递慢”、“客服回复慢”、“有坏果”等高频词同样对商家服务、物流、包装及配送环节提出了更高要求。

业内人士认为,大部分水果消费者对价格敏感,但陕西水果产业发展不能一味采取低价策略。建议建立水果分等分级体系,增加类似于“超值鲜品”、“甄选优品”、“高端精品”等分级水果的线上布局,以迎合消费者对不同等级水果的需求。🍌

(西安晚报)

山西隰县玉露香梨 走向定制化营销

6月初，一场两个小时的县长直播“带货”中，山西隰县玉露香梨掌上订制认养园完成预售 1563 单，其中订制认养玉露香梨树 41 棵，当地梨果走向定制化营销。

自 2016 年开始，隰县开始探索梨树的私人定制化营销模式，历经了发起、认养、推广、认可阶段。2018 年，隰县建成智能网络数字化平台，进行了二维码溯源、种植示范、每日一播、梨花节、采摘节、保鲜仓储、新零售体验、专卖商城等实践。2019 年，隰县玉露香梨掌上订制认养园微商城正式开通，并且上线了订制认养园智能无界物联云直播。

新冠肺炎疫情一度使农产品流通受阻，导致水果销售下滑。为此，隰县启动了“中国金梨之乡有我一棵玉露香梨树”的私人订制认养活动，开通了线上玉露香梨树订制认养微商城。根据玉露香梨树每棵挂果数量不等给出不同价格，认养人下单并预交相应的订制认养金，待收获时随行定价，多退少免。^果

（农民日报 张瑞强 张朝霞 记者 马玉）



近 1.6 万户果农受益 苹果“保险 + 期货”

2017 年 12 月，苹果期货在郑商所上市交易，截至目前已运行将近两年半。记者了解到，两年多来，在郑商所支持下，基于苹果期货的“保险 + 期货”试点项目有效帮助参保农户规避了现货价格波动风险，发挥了苹果期货的功能作用。



数据显示，过去两年多来，郑商所在甘肃、陕西、山西等苹果主产地共主导开展了11个苹果“保险+期货”试点项目，累计承保苹果现货10.3万吨，覆盖苹果种植面积7.6万余亩，为将近1.6万户苹果种植户提供基于“保险+期货”模式的价格风险保障服务。11个试点项目累计产生赔付近3500万元。

以2019年陕西富县的“保险+期货”项目为例。当年，郑商所支持太平洋财产保险联合浙商期货、方正中期期货、锦泰期货在陕西富县开展的“保险+期货”苹果价格保险试点承保苹果现货30000吨，覆盖种植面积20000亩，参保农户1780户，其中贫困户511户。总保费1371万元，其中郑商所补贴约900万元，占比65.00%。项目最终实现赔付1800万元。该项目得到了陕西省和延安市当地政府的高度认可，并计划加大苹果“保险+期货”项目向更多县区推广。

与陕西富县的苹果“保险+期货”项目主要覆盖当

地主产区不同，2019年甘肃静宁县的苹果“保险+期货”项目是对全县建档立卡贫困果农全覆盖。

在郑商所的支持下，人保财险联合银河期货、南华期货、大地期货在甘肃静宁开展的“保险+期货”苹果价格保险试点，承保苹果现货4.6万吨，覆盖苹果种植面积3.5万亩，覆盖全县8713户建档立卡贫困果农，以及3家龙头产业合作社。该项目中，郑商所出资保费1000万元，最终实现赔付1676.34万元。

在2019年全国水果丰产以及近期新冠肺炎疫情的影响下，苹果库存明显增加，出货缓慢，价格逐步走低。苹果“保险+期货”的赔付，为稳定果农收入预期、助力脱贫起到了很好的效果。静宁县城川镇贫困果农吴卫兵对记者说：“由于疫情影响，现在还有一些好苹果放在库里，走不动货，心里很着急。从前年开始，我就多次参加县里组织的‘保险+期货’学习，今年疫情之下真正显

示出了保障效力。希望今后每年都能参加‘保险+期货’项目，至少让自己的收入有个保证。”

据了解，在郑商所苹果“保险+期货”试点项目的示范带动下，2019年甘肃省积极申请中央财政对地方优势特色农产品保险奖补试点，并成功将苹果价格指数保险（苹果“保险+期货”项目）列入试点范围，在设有苹果交割库的4个县（区）开展10万亩试点。其中，天水市秦安县试点规模5万亩、麦积区3.7万亩，平凉市静宁县1万亩，庆阳市西峰区0.3万亩。

郑商所相关负责人表示，今年郑商所计划继续在甘肃、陕西等苹果主产区支持开展苹果“保险+期货”试点，在巩固提升前期试点成果的同时，进一步加大投入力度，扩大试点规模，优化试点模式，以“保险+期货”试点工作为抓手，助力苹果主产区决战决胜脱贫攻坚和乡村振兴战略实施。🍏

（期货日报）



农产品直播要立足农业产业链 谋长远



想要乘着这股势头，让直播成为农业农村新的经济增长点，还需要各级政府和农业企业以战略思维布局长远，不图一时之快，打造好硬实力，在完善农业产业链上集中发力，这样才能让农产品直播行稳致远，成为推动乡村振兴的新的有力抓手。

新冠肺炎疫情发生以来，网络直播带货因无接触、可视化、互动性强等优势一路蹿红，短短几个月内就成为线上消费的一种重要途径。农产品直播也成了疫情期间助力农民解困增收的利器。我们在利用直播便利促进农产品销售的同时也应当看到，直播是一个“窗口”，打开了一条把“好酒”搬到巷口的捷径，至于市场是否认可，消费者是否买账，还要取决于“酒”是不是“真香”。围绕着锻造“酒”的品质做文章，才能长久享受到直播经济这杯羹。过硬的农产品品质来源于扎实的农业产业链建设，放眼

长远，从打造完善产业链入手，做好农产品产前、产中、产后等各环节严格把关，才是直播带货助农的正确打开方式。

不可否认，直播带货农产品给人们带来太多惊喜。有的时候，一场直播两三个小时下来，就可实现数百万元甚至上千万元的农产品销售额，这样的销售成绩对很多农民和农业企业而言，都是亮眼的。一笔笔订单带来的，是辛苦了一季的农民担心果实烂在地头的焦灼被熨平，是大批农产品积压在仓库导致资金链可能断裂的中小农业企业终于迎来转机和新生。从这个角度讲，农产品

直播值得大大点赞，大加鼓励。

数据勾勒出的农产品直播蓝图则更加直观。据商务部发布的数据显示，一季度全国农产品网络零售额达 936.8 亿元，增长 31.0%，其中电商直播超过 400 万场。各大电商的助农直播纷纷发力。今年 2 月至 5 月，拼多多直播助农专区共成交 1.4 亿单，卖出农副产品总计超过 8.5 亿斤，帮扶农户超过 35 万户。阿里巴巴仅今年一季度有超过 600 名县市长走进直播间，带动农产品成交额超过 60 亿元。快手启动的“百城县长直播助农”活动累计销售额超过 1.8 亿元。字节跳动

到今年5月底，有100多位县市长走进抖音和西瓜直播间，促成销售额超过1.16亿元。

热度持续不减，理性更加难得。一方面，我们应当充分利用当前的直播热帮助更多农民和农业企业解困增收，另一方面也应认识到，农产品直播给农民带来的绝不仅仅是解一时之困，如果抱着一锤子买卖的心态，甚至利用消费者同情心进行悲情营销，则是背离了初衷的短见之举。直播的优势在于能迅速扩大农产品知名度，带来瞬时大批量订单。这是一把双刃剑。利用好这一优势则能在短时间内树立起农产品品牌，擦亮名特优产品金字招牌，获得品牌信誉，这是不可估量的无形资产。而利用不好这一优势，农产品品质、物流、售后服务等任何一个环节出现问题都会被迅速暴露、放大，砸掉的招牌和信誉难再挽回。因此，农产品走进直播间之前，首先应当解决的是其产业链是否完善的问题。

在生产环节，要做好农产品标准化种植，统一品种、统一技术和管理，确保农产品品质和质量安全。产后，要做好田头分级筛选、冷库保鲜、产

品包装，建立农产品初加工及精深加工标准化操作规范，打通冷链物流渠道，提升冷链物流保鲜技术，确保消费者在直播间看到的和拿到手的农产品是“一个味儿”，避免出现“买家秀”“卖家秀”的偏差。此外，还要做好直播售后服务，提升农民品牌建设和维护意识，逐步培养农民的市场思维和用户思维。以直播促升级，包括农业产业链升级、农民传统生产经营方式和理念的升级，这才是更长久的宝贵财富。

事实上，不少地区已经认识到规范农产品直播的重要性。5月，广东省农业农村厅在全国率先出台措施，发出《关于进一步规范视频直播活动促进农产品直播营销健康发展的通知》，对“粤字号”农产品品牌建设、农产品质量把关、农民利益维护等方面做出详尽指导。近日在广州举行的第二届“短视频+网红”农产品营销研讨会又提出了《农产品直播“八要八不要”倡议书》，其要义在于以长远的战略性眼光看待农产品直播，急不得、盲目不得，更攀比不得，不能只图在一两次直播中赚取蝇头小利，而要打牢做长



期直播买卖的根基。这些文件和倡议对于正确认识农产品直播，用好直播益农助农无疑具有重要意义。

随着疫情防控进入常态化，直播成为人们习以为常的一种消费习惯。据统计，尽管农产品线上销售在疫情期间增长迅猛，但比之传统销售渠道，线上渠道仅占10%，增长空间和潜力巨大。从明星网红到普通农民，从国家部委官员到基层村干部，纷纷走入直播间，为农产品吆喝。想要乘着这股势头，让直播成为农业农村新的经济增长点，还需要各级政府和农业企业以战略思维布局长远，不图一时之快，打造好硬实力，在完善农业产业链上集中发力，这样才能让农产品直播行稳致远，成为推动乡村振兴的新的有力抓手。🍎

（农民日报 毛晓雅）



农产品区域公用品牌应避免什么误区？

柯炳生

近年来，在我国现代农业发展的过程中，打造区域公用品牌，成为地方政府的一个新的热点。这对于强化区域优势，促进优质发展，提高农民收入，具有积极推动作用。不过，也有一些误区，尤其是在名称方面。

农产品区域公用品牌名称上的主要误区，是品牌名称很美，但含义不清晰。例如，有几个地方，由市一级政府出面推动，试图打造出一个用于全市区域所有农产品或者很多种农产品的区域公用品牌。所用的品牌名称由四个字构成，看起来很美，富于诗情画意，还配有一个很有艺术特色的标识图案。可是，光看名称，怎么看也不像一个农产品区域品牌，而更像一个旅游业的广告。听说，有更多的地方政府，也想按这种方式，仿效之。

名称含义不清晰，是表面现象。本质上，是对农产品区域品牌规律的忽视。

品牌是什么？品牌就是产品质量的概括表达。工业产品以及一些深加工农产品，是通过企业品牌来代表其产品的质量；不同的企业中，技术不同、管理不同，导致其产品的质量也不同。而初

级农产品和初加工农产品，尤其是其中的植物性产品（水果、蔬菜、大米、面粉等），质量高低，主要取决于所在区域的自然条件，包括温度、光照、湿度、土壤等。因此，这些产品的区域品牌影响力很大，而很难找到有名的企业品牌。例如，谈到优质大米时，人们会想到“五常大米”等区域公用品牌，而不会记得有哪个企业品牌。

农产品质量与种植区域的关系是：一种农产品，只有在特定的区域内种植出来的，质量才是最好的；某个区域，能够生产出来的农产品有很多种，但是质量最佳的产品，只能是若干种，而不可能是所有的产品。因此，农产品区域公用品牌的通用命名格式“产地名+产品名”，含义非常清晰，信息非常明确：这个地方生产的这种产品，质量优异。

而充满了诗情画意的区域品牌名称，只包含（或隐含）了地点，而没有说明具体是哪种产品。当地决策者的本意，是想用这样一个品牌，来囊括区域内的所有农产品。所要表达的含义是：我们这个地方非常美丽，我们这个地方产出的所有农产

品，都特别棒，都是顶尖质量！

这种方式的区域公用品牌，无论名称中蕴含着多少诗情画意，无论用多少投入和多长时间推广，都不大可能让消费者相信，这个地方随便种什么农产品，都是顶尖质量的。最终能够让消费者和经营者认可的信息，也就只有一个：这是这个地方出产的产品。人们也还是不知道，这个地方最好的产品是什么。很可能留下的印象是：这个地方没有质量特别优异的产品，而是所有产品，都很一般。这样的区域公用品牌，也不可能有品牌溢价效应。市场上，听说过有假冒“五常大米”或“西湖龙井”等品牌的，而没有听说有假冒上述名称优美区域品牌的。

也有人说，上述区域公用品牌，强调的是“绿色、生态、安全、健康”。即便如此，也仅仅是产地环境的安全性，而不是产品本身的安全性。产品本身的安全性，除了产地环境的安全，还需要生产过程严格符合国家的要求，否则，无论产地如何安全，最终产品也会有不安全的风险。而在全国绝大多数地方，都可以打上“绿色、生态、安全、健康”的标签。

在有关讨论中，也有人提出要自定一套区域公用品牌的安全性标准。农产品的安全性标准，国家已经有一整套了。例如，有关产地环境标准和生产过程标准的认证，已经有了有机农产品和绿色食品。更重要的是，现在已经开始试行普遍性的食用农产品合格证制度，这是直接针对农产品本身安全性的制度，意义更直接、更

突出、更有普遍性。一个地方政府要另搞一套，既没有必要，也无法做到。

此外，有些区域公用品牌的名称，也有食古不化现象。例如，茶叶中的毛尖茶，含义一目了然，区域公用品牌比较有名的，有“都匀毛尖”等。据说，历史上，不叫毛尖茶，而叫“鱼钩”“雀舌”，说是作为贡品，皇帝喝了说好，觉得形状如雀舌、鱼钩而赐名。其实，无论是雀舌还是鱼钩，与茶叶联系到一起，都没有什么美感。都匀市做得好，区域公用品牌名称中，采用了毛尖而不是雀舌或鱼钩。但确实有的地方，用的区域公用品牌名称是XX（地名）雀舌。

又如，福建省平和县盛产蜜柚，很多年前申请的地理标志保护产品名称，为“平和琯溪蜜柚”。其中的琯溪，并不是植物品种名，而是古时候一条小溪的名称。现在这条小溪早就没了，成为平和县城了。区域品牌中的“琯溪”两个字，没有实际意义，而只会让消费者认知困难，记忆困难，应该去掉。

有了区域公用品牌之后，还要维护和使用好。四川会理县的石榴质量很好，软籽，不用吐籽，也有“会理石榴”地理标志产品保护。但是，前些年，收购商使用的包装箱，全印着“突尼斯石榴”的字样；在北京的超市里的标签，也是这样，让人误以为是从突尼斯进口的。而实际上，只是因为多少年前的品种来源地是突尼斯。去年，会理县专门下了文件，才都改成了“会理石榴”的标识。🍎



发展果园机械化，路在何方？

我国是世界上最大的水果消费国，近年来水果种植面积和产量也稳居世界第一。但与果业大国不相适应的是，我国果业的平均综合机械化率不到30%，无法满足现代果业发展的需要。具体来看，问题主要表现为：农机农艺融合不够，果园建设布局不规范，缺乏适用的果园机械，机械装备质量不稳，有些装备利用率较低，机械的经济性不够等等。

导致这一现状的原因，一方面是长期以来我国整个农机行业研发、生产和推广的重点都集中在小麦、玉米、水稻等主要粮食作物上，对果园机械领域的关注和投入较少；另一方面，

我国果树主要种植区在山区丘陵地带，地块小而分散，种植结构复杂、品种多。

“先天不足”的自然条件严重制约了丘陵山区果园机械化的发展。再加上各地的地理条件和种植模式千差万别，农艺与农机相脱节，现有的普通农机和少量果园机械难以适用于大多数的果园。

宜地化机械研发应成为常规

当前，山地果园的运送还是以人力为主，机械化水平较低。要解决山地果园机械化问题，首先就要解决运输机械化。记者了解到，国家柑橘产业技术体系成立以来，机械（化）研

究室华南农业大学和华中农业大学团队，针对山地果园农资和果实主要靠肩挑、背篓背，劳动强度大、效率低等现状，研制了链式索道、双轨、单轨、无轨、轮式和履带式的山地果园系列运输机。已在广东、江西、福建、广西等12个省（市、自治区）进行了试验示范。结果表明，上述运输机能分别适应不同地形、地貌的山地柑橘果园，运输肥料和果实等，轨道运输机还可搭载喷雾机、果枝修剪机等作业机械实现综合利用。

“比如钢丝绳牵引式双轨运输机，其由电机带动，轨道运行速度可达每秒0.6米，最大爬坡度为40度，功率2.2千瓦电机载重量为300公斤，5.5千瓦电机载重量为600公斤。”华南农业大学教授李震介绍说，单向牵引式可实现大坡度的上下坡，双向牵引式克服了单向牵引式下坡依赖重力的缺点，摆脱了坡度对安装的限制，可实现大坡度和小坡度的上下坡。该运输机的轨道可拆装，支撑脚高度能调整，脚掌能仿形，从而适应山地果园的地形地貌，利用率高，保管方便。可通过手控或远程遥控，控制载物滑车运行与停止，实现定点装卸。除此之外，还拥有能防止钢丝绳断绳、松弛、滑车超载等多种安全保护装置。目前该类型机械已推广应用。

在植保作业方面，目前山地果园喷药主要面临压力不均衡的难题。李

震团队研发出的山地橘管道恒压喷雾系统，针对管道喷雾中药液压力随作业人数不同而改变的问题，利用管道压力闭环反馈控制与调节，保证喷雾雾滴质量。控制程序中设计的软件，可防止管道喷雾中发生爆管，避免农药浪费，且喷药自动化程度和效率高，可实现药、肥、水一体化施用。

“我们研发的遥控喷雾技术，使得无线电及功率放大，解决了山地果园中果树对控制信号的遮挡问题。”李震介绍说，喷雾作业人员佩戴遥控器后，就可以远程操控电动喷雾机，不必频繁操纵交流电源，保障了人员的安全用电。其中的一个装置还能避免因触点接触不良，造成的电动喷雾机误启停问题。

农机与农艺融合是果业机械化的基础

“不同的水果品种、种植模式、地域土壤状况，对机械化生产的要求都不一样。比如我国主要有7大葡萄产区，每个产区的品种都不同，种植模式也分为V型栽培、棚架栽培、单篱架栽培等。同样的品种在新疆等高纬度地区，冬季需要把藤蔓解下后挖沟埋起来，春季再重新挖出来绑上架，气温高的地方则不需要。”中国农业大学工学院教授徐丽明说，“果园机械如何适应农艺的要求？农机与农艺的融合是一个很大的挑战。”



果品经济信息

华南农业大学教授洪添胜认为，“要选育与省力化、机械化相适应的矮化、少修剪、抗病虫害、耐寒耐旱的水果品种；新建果园、老果园改造和标准化果园建设中要考虑机械与设施的应用，农机与农艺的融合，如行间距要宽，留出足够的作业空间，要配套耕作道、电力设施等；研发先进适用的傻瓜型、可靠耐用与轻简化的果园机械。”

对于樱桃园，西北农林科技大学教授蔡宇良强调，栽培方式应与果园机械相配套，超细长纺锤形樱桃园比较适合机械作业。他提倡采用振动式机械采收甜樱桃，即通过机械抓住树体主干摇晃，使果子掉落到网中。但推广这种采摘模式，育种目标要有所调整，应选育成熟时果柄和果实容易分离的品种。他还说，“设施大棚机械是未来机械化研究的全新领域，樱桃设施栽植不受地域限制，具有防雨、防霜冻、防冻害的功能，经济效益高，但同时也对机械化提出了更高的要求。”

多方协调为果园机械化保驾护

“农机装备技术大都掌握在大专院校和科研院所手中，如何将这些技术综合利用并推广好，是下一步发展的关键。”农业农村部南京农业机械化研究所研究员肖宏儒表示。

要解决果园机械化难题，华南农业大学教授杨洲提出要从“园、树、

机、人、化”五个方面着手。园即果园，加强标准化果园建设，对老旧果园进行改造，为机械作业创造条件；树即果树，培育标准化果树（矮化、成型），规范果树栽培；机即机械，加快果园机械研发，提高果园机械的适用性和机械装备的可靠性；人即农户，通过机械化现场示范，对果农进行培训服务；化即社会化，发展适度规模经营，加大农机购置补贴力度，提供社会化的作业服务，并总结推广有效模式。

河北中农博远农业装备有限公司林果装备事业部部长杨胜南也有自己的心得：国外在果园机械方面起步较早，涵盖机型种类比较齐全。国内果园的种植方式、果树修剪方式等并不适合果园机械的使用。“因此在引进国外先进果园机械设备的同时，需要做好消化吸收工作，以避免机具适用性不强。”他说，这更需要农机企业针对我国果园种植特点，研制开发适应国内果园状况的全程、高效机械装备。今后果园装备的发展方向，将是管理信息化、作业智能化、生产过程数字化和经营服务网络化。

“除此之外，果园机械要想持续稳定发展，就需要有稳定的质量，关键是基础零部件质量的提高。比如果园风送式喷雾机的隔膜泵、喷头，果园作业平台的驱动车桥、操控系统等部件。”杨胜南说。🍌

（农民日报 颜旭）

河南洛宁： 特色农业“开启”群众致富门

近年来，河南省洛宁县依靠独特的资源禀赋，突出“特”和“优”，着力发展高效农业、特色农业，走出了一条生态效益、经济效益和社会效益有机统一的可持续发展之路。

五月初夏，绿意盎然。东宋镇官庄塬，千亩樱桃串红了一片片果园，蓝天白云映衬下，绿树红果田埂间，果农挎着篮子来回穿梭忙碌，游客采摘时的嬉闹声阵阵传来，勾绘出一幅和谐的生态乡村新画卷。

东宋镇官庄塬土壤肥沃，光照充足，雨水适宜，昼夜温差大，非常适宜瓜果生长，种植水果的历史已有千余年。

樱桃红了，果农乐了。63岁的张少停种植樱桃十余年，从起初的1亩到如今的4.5亩，尝到了这一颗颗红果子的“甜”，也意识到了特色农业种植的高收益，现在家里的13亩地成了樱桃园、核桃园、西瓜园、桃园……

“这一季卖樱桃能挣个八九万块钱。”放下刚摘的一篮樱桃，张少停

搓了搓手笑着说，忙完樱桃季，接下来桃子、西瓜就该上市了，村里家家户户基本都有果园，谁家忙不开了，都会互相搭把手。

说话间，一旁的游客李先生招呼张少停结账。他告诉笔者，这几年每到樱桃红了，都会和家人从洛宁县城驱车来采摘，这次买了20箱回去送给亲戚朋友尝鲜，一箱7斤，1斤15元，“比在超市买着划算，关键是现摘的更好吃”。

官庄塬西瓜是当地响亮的品牌，种植面积已达2.8万余亩。今年285户贫困户参与西瓜种植，亩均收益4000元以上。这里的文玩核桃，一颗能卖到5元到20元，当地近70户村民收入达到10万元以上。如今，官庄塬已形成一条绵延15公里长，分布着早熟苹果、优质旱地西瓜、甜瓜、大樱桃、红薯等集种植养殖、观光采摘、农事体验为一体的扶贫产业走廊。

东宋镇1500余亩的早熟苹果种植基地，也是该镇脱贫攻坚的一项重要



果品经济信息

产业。总投资 5.5 亿元的鑫宁农牧科技洛宁东宋湖羊养殖综合扶贫产业园项目，一期项目所有羊舍基础建设全部完工，存栏母羊 2.5 万只，建成后将成为国内单体最大的湖羊养殖基地，将承接洛宁县 1000 余户贫困户的脱贫任务。

东宋镇党委书记赵阳说：“我们坚持因地制宜，因势利导，积极组织贫困群众每户至少参与两到三个扶贫产业项目，强化支撑，多点发力，倾力打造官庄塬扶贫产业走廊，带领群众走出一条产业增收的幸福路。”

截至目前，洛宁县水果种植面积近 35 万亩，年产量 3.6 亿公斤，年产值 10 亿多元。全县从事水果生产的果

农 4 万余户，人均水果收入达 3000 元以上，直接带动贫困户 2000 余户。

产业扶贫是增强贫困地区造血功能，帮助群众就地就业的长远之计。近年来，洛宁县持续加快农业产业转型升级，创新思路，大胆探索，多渠道、多方位发展高效农业、特色农业。目前，罗岭的有机核桃、高山蔬菜，马店的花椒、金珠沙梨、车厘子以及赵村的油用牡丹、上戈苹果，景阳镇的竹筒粽子，河底的红薯等产业，开启了群众致富增收门路，为确保高质量打赢打好脱贫攻坚收官战和乡村振兴打下了坚实的基础。🍌

（李亚林 赵笑菊 杨慧怡）



陕西眉县： 聚集人才力量 激活动力之源

发展是第一要务，人才是第一资源。

如何聚集人才力量、最大程度发挥人才的优势和长处，有效助力脱贫攻坚，推动县域经济高质量发展，是陕西眉县一直深入思考的问题，为此眉县也下足了“绣花功夫”。

近年来，眉县紧盯决战决胜脱贫攻坚，通过精准“选才”、精心“育才”、精确“用才”，切实盘活用好各类人才资源，把合适的人用到合适的岗位，扬长避短而用、人事相宜而择，为实现高质量脱贫注入了坚强有力的人才保障和智力支持。

精准“选才”让脱贫工作更有力

近日，在眉县金渠镇田家寨猕猴桃百亩示范园里，陕西猕猴桃首席专家、西北农林科技大学研究员刘占德带领他的团队忙着为果农讲解猕猴桃标准化种植技术。

“刘专家是我们村的大恩人，这几年在他的指导下，我们村不仅家家栽上了‘致富果’，村里猕猴桃产业发展也蒸蒸日上。”说起刘占德，田家寨村党支部书记孙乐斌直竖大拇指。在外人看来，是猕猴桃撬动了新时代田家寨村乡村振兴的支点，但乡亲们明白，是“人才+技术”将田家寨的梦想变成了现实。

在刘占德的示范引领下，田家寨村不仅大规模连片栽植猕猴桃，还因标准化、科技化的种植实现连年增产增收，带动群众脱贫致富，成为全县猕猴桃技术推广示范村之一。

“去年我们村人均收入达到了1.92万元，其中90%是猕猴桃种植收益。”孙乐斌说，选好一个人才，就可能培养一个团队、发展一批产业、致富一方百姓。

如何紧扣脱贫攻坚大势，柔性精准选才引才尤为关键。近几年，眉县为强化猕猴桃产业发展，让脱贫攻坚更加有力，十分注重在产业发展中精准“选才”，制定出台了《眉县有突出贡献拔尖人才和青年拔尖人才选拔管理办法》，坚持注重实绩、注重贡献、注重基层的评选导向，把立足岗位促脱贫作为衡量评选对象工作实绩的重要内容。在分配拔尖人才指标时，主动向农林类和卫生健康类等与脱贫攻坚工作相关的领域倾斜，切实强化了人才助推脱贫攻坚的作用。

精心“育才”让脱贫步伐更强劲

实施精准扶贫，难点在人才，潜力和后劲也在人才。



果品经济信息

“要精心培育、善加引导，给岗位、交任务、压担子，将各类人才‘带头富、带领富’的潜能充分挖掘出来，真正汇聚成助推脱贫攻坚的强大智力支撑。”在全县脱贫攻坚推进会上，眉县县委书记刘志生为眉县全力决战决胜脱贫攻坚指明了方向、开出了“良方”。

记者在汤峪镇楼观塬村太白山中草药基地的加工车间看到，楼观塬村党总支书记刘建林正在带领数十名贫困户对采摘回来的金银花进行烘干晾晒。

“老刘是我们村的‘大人才’！”村民们纷纷说。5年前，刘建林是眉县从农村实用人才队伍中挖掘培养的第一批农村致富带头人；现在，刘建林成为发展村级集体经济、带领群众共同致富的先进典型，先后多次被市、县评为脱贫攻坚先进村党组织书记。

“通过‘双向培养’工程，创新开展农民上大学、村干部学历提升等活动，先后将132名村级后备干部培养成‘土专家’和‘田秀才’，将98名农村经营性实用人才和技术能人吸纳到村级后备干部队伍中，为脱贫攻坚注入了强大活力。”眉县县委组织部一名干部说。

精确“用才”让脱贫成效更凸显

“果子卖完后，一定要加强病虫害防治……”在齐镇党家寨村连片的樱桃园大棚里，宝鸡高格农业科技发展有限公司总经理张春正在为数十名果农一边讲解樱桃后期关键技术一边认真地做着示范，园里

一派繁忙景象。

“多亏了他，我现在不仅脱了贫，住进了新盖的楼房，今年还有6万多元的进账哩。”提起张春，一旁听讲的贫困户马建民激动不已。据了解，像马建民这样在张春的帮助下充分应用现代化技术、解决销售难问题、实现增收致富的群众不在少数。

和张春一样，作为县管拔尖人才的陕西金掌柜电商服务有限公司总经理李程鹏，这段日子正发挥着电商行业“领头雁”的作用，忙得不亦乐乎：与齐镇政府一起深入田间地头为农户开展抖音直播，增加了眉县大樱桃的知名度，帮助贫困户增产增收；在淳化县举办电商培训班，让学员在疫情防控期间抢抓机遇，同时推动企业复工复产……这是眉县在强化人才引领、突出精准“用才”，在拔尖人才服务团成员中创新性开展“7+1”内帮外联活动的一个缩影。

如何把“好钢”用在“刀刃”上，如何让“人才”在大海中激起“千层浪”、成为助力脱贫攻坚中的生力军？眉县秉持“大胆创新、求真务实、奋力拼搏”的工作理念，结合县域产业发展实际，择优选取1400多名农村实用人才成功组建8个农村实用人才服务团和86个农村实用人才小分队，积极开展猕猴桃、樱桃、草莓种植技术培训386场次。与此同时，还依托全县48名县管拔尖人才率先组建教育体育类、卫生健康类、农林类等7个拔尖人才服务团，切实提升了脱贫攻坚的工作成效，为助力脱贫攻坚交出了一张合格答卷。●

（农民日报）

安徽萧县： 从产业振兴走向乡村振兴

萧县地处安徽省最北部，2012年被确定为国家级扶贫开发工作重点县，全县共有贫困人口9.64万户21.29万人，基础设施欠账多、贫困面积大、贫困人口多、发展能力弱、脱贫难度大。87个

贫困村犹如87块“硬骨头”，成了萧县县域经济整体发展的“挂心事”。近几年来，通过夯实扶贫产业基础，补齐公共设施短腿，萧县的87个贫困村逐一焕发了生机。

夯实产业基础 土里“刨”出好生活

年轻时学过果树栽培技术，一心想种植果树脱贫致富，可没有买果苗资金，也不懂管理，坐在土墙边，王寨镇王集村的村民杨信和常常看着别人家的果林又羡慕又叹气。

原本有着800多亩辣椒育种、大棚蔬菜产业的青龙镇路口村，连续天灾加上管理不善，萎缩成不到200亩，村集体负债10万元。守着近千亩的产业基础，却闯不出一条发展的好路子。一想到“村出列、户脱贫”的任务，急性子的村书记刘四军是着急、上火、直跺脚：“老百姓手里最值钱的就是土地，可土里咋能‘刨’出黄金来？”

杨信和的心酸在全县21.29万名贫困户中多有发生，路口村的困境更是87个贫困“硬骨头”的共性。如何确保贫困户高质量脱贫不返贫，实现贫困地区可持续发展？

萧县县委、县政府目标明确，聚焦责任落实，构建全覆盖帮扶体系，深度发力，实现贫困县高质量“摘帽”引领经济高质量发展。

深度发力，“力”从何来？首先要全面深度调整产业结构，从构建多元发展、多极支撑的现代化产业新体系上发力。

萧县立足资源优势 and 贫困户意愿，充分调研论证后，加快了贫困村绿芦笋、胡



果品经济信息

萝卜、葡萄、辣椒育种、白山羊等地方特色农产品系列化、规模化、标准化、品牌化发展。

通过“强基地、育主体、促联结、调结构、防风险”等举措，如今的萧县已经有了萧县葡萄、萧国圣桃、胡萝卜、芦笋、辣椒制种等一批响当当的“名片”，带动着贫困群众依靠产业在家门口致富。

杨信和在镇农业合作社的指导下，自主管理了85亩中油19号优质桃林，技术和销售都不用愁，不仅自己脱了贫，更带动周边贫困户增收。

路口村不仅迎来了驻村工作队，还得到了安徽省农科院专家团队的指导。在强有力的帮扶下，路口村瞄准市场需求，积极培育新型产业升级示范园区与传统蔬菜产业深度融合，构建“新型经营主体+科研院所+基地+贫困户”模式，加快构建现代农业体系。目前全村蔬菜产业规模已经达到1000亩，产业总产值超过2000万元，村集体经济接近30万元。“产业升级提升种地效益，原来土里真能‘刨’出金来。”说起村里的产业发展，刘四军一脸乐呵。

补短板破瓶颈 打通美好生活“最后一公里”

槐柳阴初密，帘栊暑尚微。驱车行驶在安徽省萧县和砀山县交界的一条乡间小路上，路的两旁是麦田，迎面驶来一辆小货车，司机减慢车速，下意识检查了下安全带，中间的小路刚好够会车。

“马上要开始加宽路面了，县里发改委投资了160万元，算上两侧绿化带足有14米宽，以后出行肯定很方便。”

路的四周，是萧县87个贫困村之一的唐元村。面对这个项目，有些村干部不理解：“村里又不是没有路，整整160万元呀！为啥不投在其他项目上？”“为啥？修好了路，村里的形象提升了，水果运输方便了，发展也就更好了。”唐元村第一书记李伟认为值。

“改善基础设施，补齐民生短板，深化农业农村改革，形成产业优势突出、结

构合理、城乡一体化的发展新格局，就是为了提高贫困地区群众脱贫质量，巩固脱贫成果，健全落实防范返贫机制，形成持续发展动力。”萧县县委书记黄韡说。

补短板、破瓶颈，打通“最后一公里”。2014年以来，萧县累计投资17.5亿元，实施农村道路畅通工程和农村公路扩面延伸工程2480.7公里，全县农村产业路、扶贫路、山田林路越织越密；投资8.5亿元实施农村电网升级改造，全县自然村实现光纤网络和4G信号全覆盖；分年度编制加强基层基本公共服务功能建设工作要点，全县基层基本公共服务6大领域9项指标全部达到安徽省平均水平。

公共基础设施的提升助推了产业发展，在路口村，村民刘志强高兴地告诉笔

者：“以前，村里的路坑坑洼洼，雨雪天气，泥泞不堪，村民只能推着三轮车赶集。

如今我们可以开着小货车送订单，再也不用担心好菜出不了门了。”

因村派人因人施策 精准助力产业发展

穷村、弱村要发展产业，关键在于有强有力的带头人，制定产业规划，落实各项扶贫惠民政策，坚持精准施策实现真脱贫。

萧县县委、县政府在省市选派驻村干部的基础上，综合考虑贫困村致贫原因、脱贫难度，选派单位综合实力，行政职能，选派干部专长等因素，明确要求县直、乡镇机关把最优秀的干部派下去。几年里，萧县累计派出 1112 名干部住进了乡村，安排 13818 名帮扶干部联系对接帮扶贫困户，实现所有有扶贫开发任务的村第一书记和所有贫困户帮扶责任人全覆盖。

杨健是宿州市纪委监委派驻到新庄镇沟头村的驻村扶贫工作队队长，在村“两委”的密切配合下，村里的产业扶贫基地——特色胡萝卜产业基地已经初具规模。贫困群众可以参与土地流转，还可以参与打工加分红，有了一份稳定的收入。

沟头村的建档立卡贫困户王胜利告

诉笔者，自己一年在产业基地的打工收入加上年底的分红，一年能有一万多元的收入，再加上偶尔外出打零工的收入，脱贫就成了顺理成章的事：“日子会越来越越好。”

集体所有、统一经营、民主管理、收益共享，萧县的 87 个贫困村中，越来越多的村子开始学会市场化运作村集体资产，发挥自身优势，大力发展特色种养业，吸纳贫困户就业的同时，也壮大了村集体的力量。

2020 年 4 月 29 日，安徽省政府正式宣布批准萧县退出贫困县序列。如今，全县 227 个行政村集体经济收入稳定达到 5 万元以上，地区生产总值由 203.29 亿元增加至 378.6 亿元，全县农村居民人均可支配收入由 2014 年的 8290 元增加到 2019 年的 13161 元。

“下一步，是进一步补齐短板，缩小城乡差距，为脱贫攻坚和乡村振兴的衔接做好准备。”黄韡说。

（农民日报）



关于同心协力帮助销售 新疆红枣和核桃的倡议

各会员企业、广大果品经销商：

红枣和核桃是新疆特别是南疆深度贫困地区的重要农副产品。由于受新冠肺炎疫情影响，市场销售受阻，造成部分产区红枣和核桃积压滞销。为切实解决贫困地区农产品滞销问题，加强产销对接，决战决胜脱贫攻坚，确保全面建成小康社会，我会向广大会员企业和果品经销商倡议：积极行动、同心协力，发挥“一方有难、八方支援”精神，聚合全行业力量，帮助解决新疆红枣和核桃的销售问题，助农增收，决战决胜脱贫攻坚。

一是积极扩大采购。广大会员企业特别是行业龙头企业、果品连锁超市、电商，可以发挥销售渠道稳定、供应链完善的优势，积极与产区果品企业开展对接洽谈，努力扩大采购量，拓展销售渠道，以帮助销售南疆特色林果产品。

二是扩大宣传推广。各会员企业和经销商，可以从新疆特色林果产品的独特产地优势和优良品质入手，采取多种手段，加大宣传力度，扩大新疆特色林果产品知名度，引导消费者积极购买。

三是加强网络促销。生鲜电商平台、专业果品电商以及社交电商，可以集中力量和资源，做好新疆特色林果产品的宣传、推广和销售。利用视频直播网红带货等新形式，分产品、分时段组织专场营销，组织献爱心活动，开展消费扶贫，形成网上助力销售的热度和高潮。

四是切实做好销售服务工作。各地批发市场、果品连锁超市可对南疆特色林果产品入场（店）交易开绿灯，提供便利条件，适当降低收费或免收服务费，设立专区专柜，为销售南疆特色林果产品的企业、销售商提供良好的营商环境。

在对接过程中，如遇到需要协调解决的困难和问题，可及时与我会和副会长单位新疆果业集团联系。

中果协联系人：陈磊 010-66095287，13911805261

新疆果业集团：张豫 18099229696

附件：新疆红枣核桃滞销情况表

中国果品流通协会
2020年4月30日

新疆红枣核桃滞销情况表

序号	产品名称	产品等级	产品规格和包装	滞销数量(吨)	存放地点	联系人	联系方式
1	和田骏枣	一级	1*10KG	3500	和田县	乔瀛杰	150 2628 5866
2	和田骏枣	二级	1*10KG	3000	和田县	乔瀛杰	150 2628 5866
3	和田灰枣	特级	1*10KG	2000	和田县	乔瀛杰	150 2628 5866
4	和田灰枣	一级	1*10KG	6000	和田县	乔瀛杰	150 2628 5866
5	和田灰枣	二级	1*10KG	5200	和田县	乔瀛杰	150 2628 5866
6	和田新二核桃	商品果	1*30KG	2000	和田县	高国蔚	138 0991 8978
7	和田 33 核桃	商品果	1*30KG	3000	和田县	高国蔚	138 0991 8978
8	和田 185 核桃	商品果	1*30KG	2000	和田县	高国蔚	138 0991 8978
9	和田核桃仁	白二路	1*10KG	2000	和田县	高国蔚	138 0991 8978
10	阿克苏灰枣	特级	1*10KG	3000	阿克苏市	王新齐	180 9922 9678
11	阿克苏灰枣	一级	1*10KG	6000	阿克苏市	王新齐	180 9922 9678
12	阿克苏灰枣	二级	1*10KG	6000	阿克苏市	王新齐	180 9922 9678
13	阿克苏新二核桃	核桃	1*30KG	2000	阿克苏市	王新齐	180 9922 9678
14	阿克苏 185 核桃	核桃	1*30KG	2000	阿克苏市	王新齐	180 9922 9678
15	麦盖提灰枣	特级	1*10KG	2000	阿克苏市	王新齐	180 9922 9678
16	麦盖提灰枣	一级	1*10KG	6000	阿克苏市	王新齐	180 9922 9678
17	麦盖提灰枣	二级	1*10KG	4000	阿克苏市	王新齐	180 9922 9678
18	叶城新二核桃	商品果	1*30KG	2000	叶城县	王新委	139 0994 7869
19	叶城 185 核桃	商品果	1*30KG	500	叶城县	王新委	139 0994 7869
20	叶城 33 核桃	商品果	1*10KG	2000	叶城县	王新委	139 0994 7869
21	叶城核桃仁	白二路	1*10KG	500	叶城县	王新委	139 0994 7869
22	若羌灰枣	特级	1*10KG	1000	若羌县	付忠民	189 9991 5239
23	若羌灰枣	一级	1*10KG	1000	若羌县	付忠民	189 9991 5239
24	阿克苏新二核桃	商品果	1*30KG	600	乌鲁木齐市 新市区	王建民	180 9914 8899
25	阿克苏 185 核桃	商品果	1*30KG	400	乌鲁木齐市 新市区	王建民	180 9914 8899
	合计			67700			





中国果品流通协会

中国果协【2020】第7号

关于召开 2020 年中国梨产业年会暨 辛集黄冠梨品牌发布会的通知

各会员及有关单位：

为了进一步交流梨产业发展情况，推动梨产业转型升级，促进梨产业高质量发展，同时推动辛集梨果产销对接，提高辛集梨果品牌影响力，拓宽农民增收渠道，经研究，我会暂定于 2020 年 8 月 7 日 -8 日在河北辛集市召开“2020 年中国梨产业年会暨辛集黄冠梨品牌发布会”，现将有关事项通知如下：

一、会议组织单位

主办单位：中国果品流通协会

承办单位：中共辛集市委、辛集市人民政府

二、会议时间和地点

时间：8 月 7 日报到，8 日开会，9 号离会。

视新冠疫情若会议时间变动另行通知。

地点：辛集澳森酒店

三、会议主要内容

（一）第一天：8 月 7 日下午

1. 中国果品流通协会梨分会换届大会

2. 河北省梨果产业发展座谈会

(二) 第二天：8月8日全天

1. 大会开幕式

中国果品流通协会、河北省农业农村厅、辛集市主管部门等相关领导讲话。

2. 辛集黄冠梨品牌发布会

现场发布辛集黄冠梨品牌，向社会各界人士、经销商、采购商等推荐辛集黄冠梨，提升品牌影响力。

3. 参观辛集市翠王果品有限公司、马庄果园

4. 全国梨产销形势分析和专题报告

邀请国内专家学者针对国内梨果产业的发展情况做专题报告，针对梨果产业发展现状及趋势、产销形势、采后处理、出口市场等方面进行深入交流。

5. 梨果“舆论”场

(1) 新形势下的梨果出口企业如何实现增长

(2) 疫情后生鲜电商如何把握机遇

(3) 梨果产业高质量发展路径

6. 发布梨果产业发展和品牌建设成果

四、参加人员

全国各梨产业主管部门领导、科研院所、中国果品流通协会会员单位以及国内梨果生产、加工、进出口、贮藏企业、行业协会、经销商、大型水果连锁超市、电商等单位代表参加会议。

说明：本次会议不收会务费，食宿费用由会议组织方负担，并提供接送站服务请参会人员将参会回执于7月31日前报我会。因名额有限，我会将以报名时间顺序确认参会资格。

五、联系方式

中国果品流通协会：

董美麟 (010) 66095227, 15011359965

李焕玲 (010) 66095207, 15699721802

邮箱 562365931@qq.com

辛集联系方式：

王子亨 17732181505

李丹 17732186820



果品经济信息

六、会务接站：

会务组将在辛集南高铁站安排接站，需要接站的参会人员车次信息在成行前十天通知会务组。

附件：2020 中国梨产业年会暨辛集黄冠梨品牌发布会参会回执

中国果品流通协会
2020 年 6 月 17 日

附件：

2020 中国梨产业年会暨辛集黄冠梨品牌发布会参会回执							
单位			联系人		联系电话		
车次			到达地点		到达时间		
参会人员情况							
姓名		性别		职务		手机号	
姓名		性别		职务		手机号	
姓名		性别		职务		手机号	
注：为了便于我们为您提供更好的服务，敬请认真填写该表格，并加盖单位公章，于 7 月 31 日前传真或电邮至我会。							

我会成功举办“莺果缘”杯 2020 年中国樱商大会

5月18日上午，由中国果品流通协会主办、烟台市政府支持、中国果品流通协会樱桃分会、烟台农学会、烟台广播电视台承办的“莺果缘”杯2020年中国樱商大会在烟台广播电视台盛大召开了。中国樱商大会是一场专注中国樱桃产业的盛会，也是中国樱桃产业最顶级的峰会论坛。中国樱商大会从2016年开始先后在烟台、洛阳、西安、北京举办了四届。本届更是汇聚了全国各地樱桃产业的专家学者，苗木、农资企业，机械设备，合作社基地，采购商、经销商，物流企业等各路大咖，共同来探索樱桃产业发展之路。



我会成功举办 2020 浙江省杨梅产销对接大会暨“杨梅正当红”网络直播活动

当前正是杨梅上市销售旺季，由于新冠肺炎疫情影响，今年杨梅销售面临较大压力。6月12日，中国果品流通协会、浙江省农合联、浙江供销社、金华市人民政府在浙江省金华农产品批发市场联合举办2020浙江省杨梅产销对接大会暨“杨梅正当红”网络直播活动。

中国果品流通协会会长鲁芳校，浙江省供销社党委委员、理事会副主任沈省文，中共金华市委常委、市政府党组成员张伟亚出席会议并致辞。

嘉兴水果市场、红星农副产品大市场、广州市江秣汇市场、上海农产品中心批发市场等14个全国知名水果市场的90余位经销商、采购商以及浙江省内28个杨梅主产县(市、区)的77个合作社、种植大户、新闻媒体200多人参加了此次盛会。





美国农业部批准进口 中国五种柑橘

4月14日，美国农业部动植物健康检验局（APHIS）发布公告，批准从中国进口5种商业生产的新鲜柑橘类水果。经过深入分析，该部门科学家确定，通过采用一种防止引入植物害虫的系统方法，可以将中国柚子、南丰蜜桔、椪柑、甜橙和温州蜜柑安全地进口到美国。

这套系统方法需要种植商、包装商和托运商采取一系列措施，综合起来可以最大程度地减少有害生物风险，包括：仅限商业托运进口，对生产地和包装厂进行注册登记，提供水果不含检疫性有害生物的证明，针对果蝇的诱捕措施，对生产地、林木卫生进行定期检查，采收后消毒和处理等。

国家统计局数据显示，近年来我国柑橘产业规模持续增长，种植面积从2011年的3115.815万亩增长到2018年的3900万亩，产量从2011年的

2864.12万吨增长到2018年的4138.14万吨。

出口方面，根据中国海关数据，2017年中国柑橘类水果出口量达91.9万吨，价值12.4亿美元（约合人民币81.99亿元）。据了解，东盟是中国柑橘出口的最大市场。2017年，东盟五国泰国、马来西亚、越南、印尼、菲律宾从中国进口的柑橘，占中国出口量的62.6%。中国香港、荷兰也从中国进口相当数量的柑橘产品。目前，中国对北美的柑橘出口主要集中在加拿大，年出口量在100~300吨之间。

2014年，美国农业部曾对中国柑橘准入征询过行业意见，但遭到了来自加利福尼亚和佛罗里达柑橘种植者的强烈反对，直到2019年5月，美国农业部才对中国柑橘的害虫风险分析征询柑橘行业意见，依旧遭到强烈反对。果

（国际果蔬报道）

中国苹果、梨、柑橘类等逾21种水果 获准出口哈萨克斯坦

4月22日，中国海关总署发布“关于中国水果出口哈萨克斯坦植物检疫要求的公告”，根据我国相关法律法规和欧亚经济联盟相关检疫规定，经海关总署与哈萨克斯坦农业部磋商确认，自公告发布之日起，允许符合相关要求的中国水果出口哈萨克斯坦。

经查询，涉及出口的水果为产自中国且符合检疫要求的苹果、梨、桃、李、杏、油桃、柑橘类水果、葡萄、柿子、芒果、火龙果、猕猴桃、草莓、菠萝、番木瓜、甜瓜、百香果、龙眼、椰子、香蕉、荔枝等。

检疫要求规定，出口水果果园、包装厂和口岸仓储库，须由中国海关审核批准注册，并在中国海关总署备案。海关总署将向哈萨克斯坦农业部提供注册果园、包装厂及口岸仓储库名单。注册果园应建立并实施良好农业操作规范（GAP）及有害生物综合管理（IPM）措施，并按照欧亚经济委员会理事会第157号、158号决议等要求，对哈方关注的检疫性有害生物实施监测和防治，并保存相关记录。

此外，水果包装厂应确保输哈水果加工原料果来自注册登记的果园，不得收购注册登记果园之外的水果作为原料果；输哈水果不得与国内销售或出口到其他国家的水果同时分选和包装；加工好的输哈水果应单独存放；包装厂应按10%比例随机抽取样品进行检验和记录，并对可疑果进行剖果检查，发现哈方关注的检疫性有害生物时不得向海关申报出口。口岸仓储库管理需建立质量追溯体系，确保水果有效溯源。🍏

（陕西省果业中心）



海关总署国家进口水果准入 名单更新

(5月15日)

5月15日，海关总署官网公布了最新获得我国检验检疫准入的新鲜水果种类及输出国家地区名录。对比最近一次（去年11月13日）更新的名录，美国加州油桃、美国加州鳄梨、美国蓝莓、智利柑橘类水果、菲律宾鳄梨、吉尔吉斯斯坦甜瓜、文莱甜瓜、墨西哥香蕉、巴西甜瓜、哥伦比亚鳄梨等多种水果新增入列。

1. 智利柑橘类水果

5月14日，中国海关总署发布《关于进口智利鲜食柑橘植物检疫要求的公告》，多种智利柑橘类水果正式获得准入。

本次准入的智利鲜食柑橘品种具体包括桔及其杂交种（*Citrus reticulata* and its hybrids）、葡萄柚（*Citrus paradisi*）、橙（*Citrus sinensis*）和柠檬（*Citrus limon*）。产地包括智利第三大区（阿塔卡玛 Atacama）至第六大区（奥希金斯将军解放者 O' Higgins），以及圣地亚哥首都大区（Metropolitan Region, MR）。

其中，所有来自地中海实蝇疫区（管制区）的柑橘，应在智利农牧局官员或其授权人员的监管下实施冷处理，冷处理技术要求为：处理温度 $\leq 2^{\circ}\text{C}$ ，连续处理19天；或处理温度

$\leq 3^{\circ}\text{C}$ ，连续处理23天。地中海实蝇管制区及管制区内注册企业信息可通过智利农牧局网站查询（https://www2.sag.gob.cl/mou_gacc_sag/，动态更新）。

2. 美国蓝莓

5月13日，中国海关总署发布《关于进口美国鲜食蓝莓植物检疫要求的公告》，美国加州蓝莓正式获得准入。

本次准入的产品为商品级鲜食蓝莓及其杂交种。允许的产地包括：美国加利福尼亚州、佛罗里达州、佐治亚州、印第安纳州、路易斯安那州、密歇根州、密西西比州、新泽西州、北卡罗来纳州、俄勒冈州、华盛顿州等蓝莓产区。

产自佛罗里达州、佐治亚州、印第安纳州、路易斯安那州、密歇根州、密西西比州、新泽西州、北卡罗来纳州的输华蓝莓，应在USDA或其授权人员监管下，由各州注册或认可的具有熏蒸处理资质人员进行溴甲烷熏蒸处理。

另外，美国农业部需建立输华蓝莓果园和包装厂的溯源体系，以便在出口产品出现不合规情况时准确溯源。

3. 美国加州鳄梨

4月26日，中国海关总署发布《关于进口美国鲜食鳄梨植物检疫要求的公告》，美国加州鳄梨正式获得准入。

根据植物检疫要求，准入的鳄梨为商业级鲜食哈斯鳄梨（Hass Avocado），允许的产地为美国加利福尼亚州，可通过航空或海上运输，并可从海关总署允许进口水果的所有口岸进境。

加利福尼亚州是美国鳄梨的主产区，每年产量超过3亿磅。而中国是鳄梨进口大国，中国海关数据显示，2018年中国鳄梨进口量从2017年的32,127吨增长至43,859吨，同比增长率为36.5%。

4. 美国加州油桃

3月4日，中国海关总署发布《关于进口美国油桃植物检疫要求的公告》，美国加州油桃正式获得准入。

此次获准输华的油桃来自加州Fresno、Tulare、Kern、Kings和Madera等五个产区，加州土壤肥沃，夏季干燥晴朗，冬季凉爽，气候稳定，适合核果类种植生长。每年加州生产大约全美95%的油桃，采收期从5月持续到10月。加州油桃果肉大多呈黄色，硬度大，成色好，易于保存，每年产量超过1600万箱。

5. 巴西甜瓜

去年12月27日，中国海关总署发布《关于进口巴西鲜食甜瓜植物检疫要求的公告》，巴西甜瓜正式获得准入。

巴西甜瓜的主要产季在8月到次年5月，主要出口到美国、加拿大、智利、迪拜、俄罗

斯和欧洲等地。

6. 文莱甜瓜

去年12月27日，中国海关总署发布《关于进口文莱鲜食甜瓜植物检疫要求的公告》，文莱甜瓜正式获得准入，成为该国首个输华水果品种。

7. 哥伦比亚鳄梨

去年12月13日，中国海关总署发布《关于进口哥伦比亚鲜食鳄梨植物检疫要求的公告》，哥伦比亚鳄梨正式获得准入。

哥伦比亚是第四大哈斯鳄梨产地，近年来出口导向型的哈斯鳄梨种植量激增，从2010年的5,200公顷种植面积扩张到2015年的13,500公顷，随着更多的国际投资涌入哥伦比亚鳄梨的种植和包装环节，这一增长还在持续。

8. 墨西哥香蕉

去年12月9日，中国海关总署发布《关于进口墨西哥香蕉植物检疫要求的公告》，墨西哥香蕉正式获得准入。

墨西哥香蕉年产量约为100万吨，约有25~30%用于出口，剩余的70%用于内销，欧洲是出口的主要市场。

9. 菲律宾鳄梨

去年11月29日，中国海关总署发布《关于进口菲律宾鲜食鳄梨植物检疫要求的公告》，菲律宾鳄梨正式获得准入。

菲律宾鳄梨果园集中于棉兰老岛，并通过达沃港口出口，品质高而成本低，距离中国较



果品经济信息

近，运输时间短，新鲜度高。

10. 吉尔吉斯斯坦甜瓜

去年8月9日，中国海关总署发布《关于

进口吉尔吉斯斯坦鲜食甜瓜植物检疫要求的公告》，吉尔吉斯斯坦甜瓜正式获得准入，但未列入去年11月13日发布的准入名单中。🍈

(国际果蔬报道)

附：海关总署国家进口水果准入名单

分布	输出国家 / 地区	水果种类
亚洲	巴基斯坦	芒果 (Mangifera indica; Mango)、柑橘类 [桔 (Citrus reticulata; Mandarin)、橙 (Citrus sinensis; Orange)]
	朝鲜	蓝靛果 (Lonicera caerulea L. var. edulis Turcz. ex Herd.; Sweetberry honeysuckle)、越橘 (Vaccinium sp.; Lingonberry) (仅限加工使用)
	菲律宾	菠萝 (Ananas comosus; Pineapple)、香蕉 (Musa sp.; Banana)、芒果 (Mangifera indica; Mango)、番木瓜 (Carica papaya; Papaya)、椰子 (Cocos nucifera L.; Fresh Young Coconut)、鳄梨 (Persea americana Mills.; Avocado)
	韩国	葡萄 (Vitis vinifera; Grape)
	吉尔吉斯斯坦	樱桃 (Prunus avium; Cherry)、甜瓜 (Cucumis melo; Melon)
	柬埔寨	香蕉 (Musa sapientum; Banana)
	老挝	香蕉 (Musa sapientum; Banana)、西瓜 (Citrullus lanatus; Watermelon)
	马来西亚	龙眼 (Dimocarpus longan; longan)、山竹 (Garcinia mangostana; Mangosteen)、荔枝 (Litchi chinensis; Litchi)、椰子 (Cocos nucifera; Coconut)、西瓜 (Citrullus lanatus; Watermelon)、木瓜 (Chaenomeles sinensis; Pawpaw)、红毛丹 (Nephelium lappaceum; Rambutan)、菠萝 (Ananas comosus; Pineapple)
	缅甸	龙眼 (Dimocarpus longan; Longan)、山竹 (Garcinia mangostana; Mangosteen)、红毛丹 (Nephelium lappaceum; Rambutan)、荔枝 (Litchi chinensis; Litchi)、芒果 (Mangifera indica; Mango)、西瓜 (Citrullus lanatus; Watermelon)、甜瓜 (Cucumis melo; Melon)、毛叶枣 (Zizyphus mauritiana; Indian jujube)
	日本	苹果 (Malus domestica; Apple)、梨 (Pyrus pyrifolia; Pear)
	斯里兰卡	香蕉 (Musa sapientum; Banana)
	塔吉克斯坦	樱桃 (Prunus avium; Cherry)、柠檬 (Citrus limon; Lemon)
泰国	罗望子 (Tamarindus indica; Tamarind)、番荔枝 (Annona squamosa; Sugarapple)、番木瓜 (Carica papaya; Papaya)、杨桃 (Averrhoa carambola; Carambola)、番石榴 (Psidium guajava; Guava)、红毛丹 (Nephelium lappaceum; Rambutan) 莲雾 (Syzygium samarangense; Rose apple)、菠萝蜜 (Artocarpus heterophyllus; Jackfruit)、椰色果 (Lansium parasiticum; Long kong)、菠萝 (Ananas comosus; Pineapple)、人心果 (Manilkara zapota; Sapodilla)、香蕉 (Musa sp.; Banana)、西番莲 (Passiflora caerulea; Passion fruit)、椰子 (Cocos nucifera; Coconut)、龙眼 (Dimocarpus longan; Longan)、榴莲 (Durio zibethinus; Durian)、芒果 (Mangifera indica; Mango)、荔枝 (Litchi chinensis; Litchi)、山竹 (Garcinia mangostana; Mangosteen)、柑橘 [桔 (Citrus reticulata; Mandarin orange)、橙 (Citrus sinensis; Orange)、柚 (Citrus maxima; Pomelo)]	

亚洲	土耳其	樱桃 (Prunus avium; Cherry)
	文莱	甜瓜 (Cucumis melo; Melon)
	乌兹别克斯坦	樱桃 (Prunus avium; Cherry)、甜瓜 (Cucumis melo; Melon)
	以色列	柑橘 [橙 (Citrus sinensis; Orange)、柚 (Citrus maxima; Pomelo (= Citrus grandis, 议定书异名))、桔子 (Citrus reticulata; Mandarin)、柠檬 (Citrus limon; Lemon)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit (= Citrus paradise, 议定书异名))] (均为试进口)
	印度	芒果 (Mangifera indica; Mango)、葡萄 (Vitis vinifera; Grape)
	印度尼西亚	香蕉 (Musa nana; Banana)、龙眼 (Dimocarpus longan; longan)、山竹 (Garcinia mangostana; Mangosteen)、蛇皮果 (Salacca zalacca; Salacca)
	越南	芒果 (Mangifera indica; Mango)、龙眼 (Dimocarpus longan; longan)、香蕉 (Musa sp.; Banana)、荔枝 (Litchi chinensis; Litchi)、西瓜 (Citrullus lanatus; Watermelon)、红毛丹 (Nephelium lappaceum; Rambutan)、菠萝蜜 (Artocarpus heterophyllus; Jackfruit)、火龙果 (Hylocereus undulatus; Dragon Fruit/Pitahaya/Pitaya)、山竹 (Garcinia mangostana; Mangosteen)
	中国台湾	菠萝 (Ananas comosus; Pineapple)、香蕉 (Musa sp.; Banana)、椰子 (Cocos nucifera; Coconut)、番荔枝 (Annona squamosa; Sugar apple, Sweet sop; Annona cherimola × Annonasquamosa; Atemoya)、木瓜 (Chaenomeles sinensis; Pawpaw)、番木瓜 (Carica papaya; Papaya)、杨桃 (Averrhoa carambola; Fruit of Carambola)、芒果 (Mangifera indica; Mango)、番石榴 (Psidium guajava; Guava)、莲雾 (Syzygium samarangense; Rose apple)、槟榔 (Areca catechu; Betel nut)、李 (Prunus salicina; Plum)、枇杷 (Eriobotrya japonica; Loquat)、柿子 (Diospyros kaki; Persimmon)、桃 (Prunus persica; Peach)、毛叶枣 (Zizyphus mauritiana; Indian jujube)、梅 (Prunus mume; Japanese apricot, Mei)、火龙果 (Hylocereus undulatus、Hylocereus polyrhizus、Hylocereus costaricensis; Dragon Fruit/ Pitahaya/ Pitaya)、哈密瓜 (Cucumis melo; Melon, Cantaloupe)、梨 (Pyrus pyrifolia; Pear)、葡萄 (Vitis vinifera、Vitis labrusca 及其杂交种, 主要是巨峰葡萄 Vitis vinifera × Vitis labrusca na Bailey cv. Kyoho; Grape)、柑橘 [(桔 (Citrus reticulata; Mandarin) 及其杂交种、柚 (Citrus maxima; Pomelo)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit)、柠檬 (Citrus limon; Lemon)、橙 (Citrus sinensis; Orange)]
非洲	埃及	柑橘类 (Citrus spp.); 葡萄 (Vitis vinifera; Grape); 椰枣 (Phoenix dactylifera; Dates palm)
	摩洛哥	柑橘 [橙 (Citrus sinensis; Orange)、桔 (Citrus reticulata; Mandarin)、克里曼丁桔 (Citrus clementina; Clementine)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit)]
	南非	柑橘 [桔 (Citrus reticulata; Mandarin)、橙 (Citrus sinensis; Orange)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit)、柠檬 (Citrus limon; Lemon)]、葡萄 (Vitis vinifera; Grape)、苹果 (Malus domestica; Apple)
欧洲	比利时	梨 (Pyrus communis; Pear)
	波兰	苹果 (Malus domestica; Apple)
	法国	苹果 (Malus domestica; Apple)、猕猴桃 (Actinidia chinensis, Actinidia deliciosa; Kiwi fruit)
	荷兰	梨 (Pyrus communis; Pear)
	葡萄牙	葡萄 (Vitis vinifera; Grape)
	塞浦路斯	柑橘 [橙 (Citrus sinensis; Orange)、柠檬 (Citrus limon; Lemon)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit)、桔橙 (Citrus sinensis × Citrus reticulata; Mandora)]
	西班牙	柑橘 [桔 (Citrus reticulata; Mandarin)、橙 (Citrus sinensis; Orange)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit)、柠檬 (Citrus limon; Lemon)]、桃 (Prunus persica; Peach)、李 (Prunus salicina, Prunus domestica; Plum)、葡萄 (Vitis vinifera; Grape)
	希腊	猕猴桃 (Actinidia chinensis, Actinidia deliciosa; Kiwi fruit)



果品经济信息

欧洲	意大利	猕猴桃 (Actinidia chinensis, Actinidia deliciosa; Kiwi fruit); 柑橘 [橙 (Citrus sinensis cv. Tarocco, cv. Sanguinello, cv. Moro); Orange]、柠檬 (Citrus limon cv. Femminello comune; Lemon)
北美洲	巴拿马	香蕉 (Musa sp.; Banana)、菠萝 (Ananas comosus; Pineapple)
	哥斯达黎加	香蕉 (Musa AAA; Banana)、菠萝 (Ananas comosus; Pineapple)
	加拿大	樱桃 (Prunus avium; Cherry。不列颠哥伦比亚省)、蓝莓 (Vaccinium spp.; Blueberry; 不列颠哥伦比亚省)
	美国	李 (Prunus salicina, Prunus domestica; Plum。加利福尼亚州), 樱桃 (Prunus avium; Cherry。华盛顿州、俄勒冈州、加利福尼亚州、爱达荷州), 葡萄 (Vitis vinifera; Grape。加利福尼亚州), 苹果 (Malus domestica; Apple), 柑橘类 (Citrus spp.; 加利福尼亚州、佛罗里达州、亚利桑那州、德克萨斯州), 梨 (Pyrus communis; Pear。加利福尼亚州、华盛顿州、俄勒冈州), 草莓 (Fragaria ananassa; Strawberry。加利福尼亚州), 油桃 (Prunus persica var. nectarina; Nectarine。加利福尼亚州), 鳄梨 (Persea americana; Avocado。加利福尼亚州), 蓝莓 (Vaccinium corymbosum, V. virgatum 及其杂交种; Blueberry)
	墨西哥	鳄梨 (Persea americana Var. Hass; Avocado)、葡萄 (Vitis vinifera; Grape)、黑莓 (Rubus ulmifolius; Blackberry) 和树莓 (Rubus idaeus; Raspberry)、蓝莓 (Vaccinium spp.; Blueberry)、香蕉 (Musa spp.; Banana)
南美洲	阿根廷	柑橘 [橙 (Citrus sinensis; Orange)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit)、桔 (Citrus reticulata; Mandarin) 及其杂交种]、柠檬 (Citrus limon; Lemon)、苹果 (Malus domestica; Apple)、梨 (Pyrus communis; Pear)、蓝莓 (Vaccinium spp.; Blueberry)、樱桃 (Prunus avium; Cherry)、葡萄 (Vitis vinifera L.; Table grapes)
	巴西	甜瓜 (Cucumis melo L.; Melon)
	秘鲁	葡萄 (Vitis vinifera; Grape)、芒果 (Mangifera indica; Mango)、柑橘 [葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit (= Citrus × paradisi, 议定书异名)), 桔 (Citrus reticulata; Mandarin (= Citrus reticulata, 议定书异名)) 及其杂交种, 橙 (Citrus sinensis), 莱檬 (Citrus aurantifolia) 和塔西提莱檬 (Citrus latifolia)], 鳄梨 (Persea americana; Avocado)、蓝莓 (Vaccinium spp.; Blueberry)
	厄瓜多尔	香蕉 (Musa sp.; Banana)、芒果 (Mangifera indica; Mango)
	哥伦比亚	香蕉 (Musa sp.; Banana)、鳄梨 (Persea americana; Avocado)
	乌拉圭	柑橘类 (Citrus spp., 柠檬除外)、蓝莓 (Vaccinium spp.; Blueberry)
	智利	猕猴桃 (Actinidia chinensis, Actinidia deliciosa; Kiwi fruit)、苹果 (Malus domestica; Apple)、葡萄 (Vitis vinifera; Grape)、李 (Prunus salicina, Prunus domestica; Plum)、樱桃 (Prunus avium; Cherry)、蓝莓 (Vaccinium spp.; Blueberry)、鳄梨 (Persea americana; Avocado)、油桃 (Prunus persica var. nectarina; Nectarine)、梨 (Pyrus communis L.; Pear)、柑橘 [桔 (Citrus reticulata 及其杂交种; Mandarin)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit)、橙 (Citrus sinensis; Orange) 和柠檬 (Citrus limon; Lemon)]
大洋洲	澳大利亚	柑橘 [橙 (Citrus sinensis; Orange)、桔 (Citrus reticulata; Mandarin)、柠檬 (Citrus limon; Lemon)、葡萄柚 (Citrus paradisi; Grapefruit)、酸橙 (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia, Citrus limonia; Lime)、橘柚 (Citrus tangelo)、甜葡萄柚 (Citrus grandis × Citrus paradisi)], 芒果 (Mangifera indica; Mango)、苹果 (Malus domestica; Apple, 塔斯马尼亚州)、葡萄 (Vitis vinifera; Grape)、樱桃 (Prunus avium; Cherry)、核果 [油桃 (Prunus persica var. nectarina; Nectarine)、桃 (Prunus persica; Peach)、李 (Prunus domestica, Prunus salicina; Plum)、杏 (Prunus armeniaca; Apricot)]
	新西兰	柑橘 [桔 (Citrus reticulata, Citrus deliciosa, Citrus unshiu; Mandarin)、橙 (Citrus sinensis; Orange)、柠檬 (Citrus limon, Citrus meyeri; Lemon)], 苹果 (Malus domestica; Apple)、樱桃 (Prunus avium; Cherry)、葡萄 (Vitis vinifera; Grape)、猕猴桃 (Actinidia chinensis, Actinidia deliciosa, Actinidia deliciosa × Actinidia chinensis; Kiwi fruit)、李 (Prunus salicina, Prunus domestica; Plum)、梨 (Pyrus pyrifolia, Pyrus communis; Pear)、梅 (Prunus mume; Japanese apricot, Mei)、柿子 (Diospyros kaki; Persimmon)、鳄梨 (Persea americana; Avocado)

制裁清单扩大 澳洲水果出口中国或受影响

近日澳大利亚与中国之间的贸易局势日趋紧张，据彭博社报道，有消息称中国草拟了一份澳大利亚热门出口商品清单，可能会对澳大利亚商品出口中国进一步施加限制。

澳大利亚的水果、葡萄酒、乳制品、燕麦片及海鲜等产品都在这份清单上，这意味着价值数十亿美元的对华出口产品有可能受到更严格的质量检查、反倾销调查，并面临高关税或清关延误的影响。

今年4月，澳大利亚总理莫里森呼吁对新冠病毒进行国际调查，在本周举行的世界卫生大会上，澳大利亚又率先发起针对新冠病毒病源和处理情况的调查决议。

随后在5月18日，中方宣布对澳大利亚的大麦发起反倾销调查，对澳大利亚出口的大麦征收73.6%的反倾销税以及6.9%的反补贴税，

合计高达80.5%，并且将持续五年。

5月14日，中国海关总署曾发布公告，允许符合相关要求的美国大麦进口。一方面是履行两年内额外购买320亿美元的美国农产品的承诺，另一方面也是为了弥补澳洲大麦的缺口。

中国是澳大利亚最大的出口目的地，也是澳大利亚大麦最大的市场，每年占其出口份额近一半，约为9.17亿美元。目前正值澳大利亚冬季播种尾声，这对于澳大利亚谷物种植者和外贸公司来说是一个沉重打击。

另外，澳大利亚最大的4家牛肉出口商也被取消了出口中国的资质，这4家肉品企业占澳大利亚向中国出口牛肉总额的35%，今年的贸易额原本可能达到35亿澳元。🍌

(国际果蔬报道)





甘肃鲜果拓海外市场： 逾3吨苹果首次出口柬埔寨

兰州海关5月26日披露，经该关所属平凉海关检验检疫合格，甘肃省平凉市静宁县3.65吨鲜苹果通过航空运输从兰州中川机场启运发往柬埔寨，这是甘肃苹果首次出口柬埔寨。

今年以来，受新冠肺炎疫情影响，甘肃省鲜苹果出口遭遇运输成本增加、主要贸易国家暂缓开放入境口岸等出口难题。前4个月，甘肃省出口鲜苹果1.92万吨，货值2062万美元，同比分别下降26.7%和29.43%。

为支持水果出口企业渡过难关，兰州海关持续深化“放管服”改革，对出境水果包装厂注册申请实行线上办理，快审快批，5个工作日即可完成审批，办理时长压缩75%。同时，该关结合现场查验、日常监管等指导出口水果企业规范质量管理，加大政策宣讲力度，支持企业开拓多元化国际市场，提振出口信心。

今年3月以来，甘肃省鲜苹果首次出口墨西哥、柬埔寨等国家，“平凉金果”出口市场新增巴林、沙特阿拉伯、阿联酋等8个国家，全省鲜苹果出口市场持续拓展。🍏

(中新网)



广西凭祥 5 月 21 日正式开通 中泰水果冷链集装箱班列

5月21日，广西凭祥市跨境冷链班列（凭祥—同登）泰国水果进口启动仪式在凭祥举行。这是凭祥火车站口岸继开行中越冷链水果班列后，又启动的一个国际冷链集装箱班列。

据悉，新开通的中泰水果冷链集装箱班列，无需换装陆运，可极大缩短口岸通关时间，促进跨境物流与水果贸易、水果落地加工产业的发展。通过该班列进口的泰国榴莲、山竹过境越南同登（火车）站可“公转铁”直达凭祥（铁路）口岸进境水果指定监管场地验放后，直达国内市场。

近年来，凭祥市充分发挥区位优势、政策优势，大力发展边境水果贸易，2019年凭祥市外贸进出口总值达1219.05亿元人民币，占整个广西的四分之一，位居广西第一，口岸水果进出

口货量连续七年全国第一。此外，今年一季度，凭祥经受住了新冠疫情的冲击和考验，对外贸易逆势上扬，进出口总值完成266.4亿元，同比增长6.11%。

据了解，2019年，中国（广西）自由贸易试验区崇左片区落地凭祥市，跨境物流是该市自贸区建设的重点方向。凭祥市跨境物流以公路运输为主，每天经由凭祥进出境的跨境物流车辆约达4000辆次。为了做好跨境物流配套服务建设，该市引进建设了万通物流园、江楠鲜品市场、荣顾红星市场等多个跨境物流基地。2020年2月，凭祥（铁路）口岸正式获批进境水果指定监管场地，获批开展进境水果业务至今，凭祥（铁路）口岸进口水果冷链班列达300标箱，总量达4800多吨，货值约3000万元。果

（人民网）





柬埔寨鲜食芒果将实现 对华出口

6月9日，柬埔寨芒果输华植物检验检疫要求议定书交换仪式在柬埔寨农林渔业部举行。中国驻柬大使王文天、柬埔寨农林渔业大臣翁萨坤出席，多家中柬企业代表参加仪式。

王文天表示，柬埔寨鲜食芒果输华议定书的签署，标志着柬埔寨第二种新鲜水果即将出口中国，中柬友好合作再添新成果。柬埔寨农业资源丰富，水果种类多、品质佳，中国市场前景广阔，双方合作潜力巨大。2019年，柬香蕉获准出口中国，当年柬香蕉出口总量从2018年约1万吨猛增到约16万吨，其中大部分出口到中国。相信随着议定书的签署，柬埔寨优质芒果也将源源不断地出口到中国，为柬农业和经济发展发挥积极作用，给两国

人民带来实实在在的好处。

翁萨坤表示，近年来，柬中两国在农业合作方面不断取得新成果。越来越多的柬埔寨农产品进入中国市场，将为柬埔寨创造更多工作机会。目前，已有20家芒果种植公司提交了出口申请。希望更多中资企业和柬埔寨企业携手合作，加大对芒果种植、加工技术和资金投入，实现互利共赢。

去年6月，柬中两国签署了关于推进柬埔寨芒果输华检验检疫准入工作计划。同年11月，中国海关总署派出专家实地考察。未来，柬埔寨有望每年向中国出口芒果50万吨，将有力推动柬农业产业发展。🍌

(经济日报 张保)



快报

全国果品价格监测与市场预警信息

2020年6月12日 | 中国果品流通协会

2020年04月03日—06月12日，全国果品价格监测与市场预警信息：

一、红富士苹果（80mm 二级以上）、蜜橘（55-70mm）、巨峰葡萄（一级以上）批发价格信息

（一）全国批发平均价格

单位：元/公斤

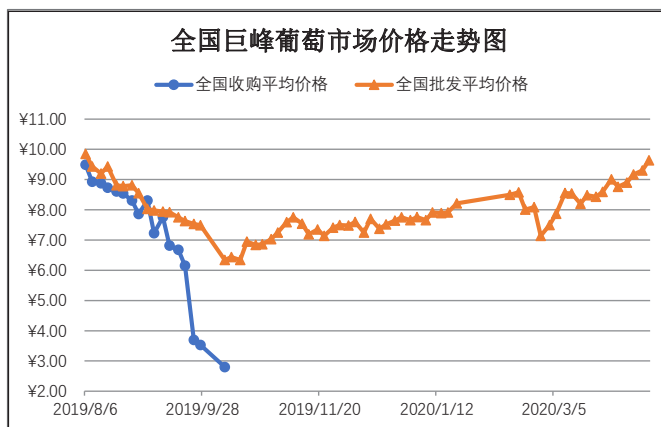
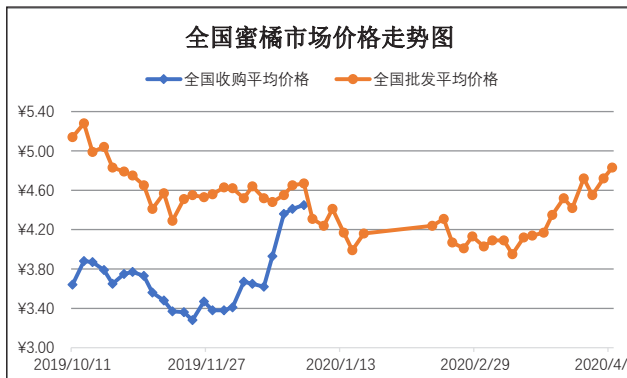
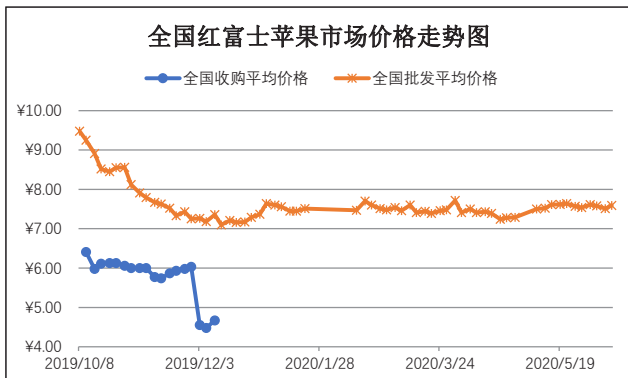
时间	苹果	变化情况	蜜橘	变化情况	巨峰葡萄	变化情况
2020/4/3	7.41	↓ 0.31	4.42	↓ 0.10	8.76	↓ 0.25
2020/4/7	7.50	↑ 0.09	4.72	↑ 0.30	8.90	↑ 0.14
2020/4/10	7.41	↓ 0.09	4.55	↓ 0.17	9.17	↑ 0.27
2020/4/14	7.43	↑ 0.02	4.72	↑ 0.17	9.30	↑ 0.13
2020/4/17	7.39	↓ 0.04	4.83	↑ 0.11	9.64	↑ 0.34
2020/4/21	7.24	↓ 0.15	—	—	—	—
2020/4/24	7.28	↑ 0.04	—	—	—	—
2020/4/28	7.29	↑ 0.01	—	—	—	—
2020/5/8	7.5	↑ 0.21	—	—	—	—
2020/5/12	7.52	↑ 0.02	—	—	—	—
2020/5/15	7.61	↑ 0.09	—	—	—	—
2020/5/19	7.62	↑ 0.01	—	—	—	—
2020/5/22	7.64	↑ 0.02	—	—	—	—
2020/5/26	7.57	↓ 0.07	—	—	—	—
2020/5/29	7.54	↓ 0.03	—	—	—	—
2020/6/2	7.61	↑ 0.07	—	—	—	—
2020/6/5	7.58	↓ 0.03	—	—	—	—
2020/6/9	7.51	↓ 0.07	—	—	—	—
2020/6/12	7.59	↑ 0.08	—	—	—	—
截至 6/12	同比	-46.02%	同比	10.78%	同比	-18.72%
	环比	0.93%	环比	17.23%	环比	17.56%

注：蜜橘、巨峰葡萄于4月17日结束报价，同比环比数据以4月17日数据为准。



果品经济信息

(二) 全国市场价格走势图



二、黄冠梨（单重 250g）、鸭梨（单重 225g）、雪花梨（单重 300g 以上）、酥梨（单重 200、250g）、库尔勒香梨（单重 110g 以上）批发价格信息

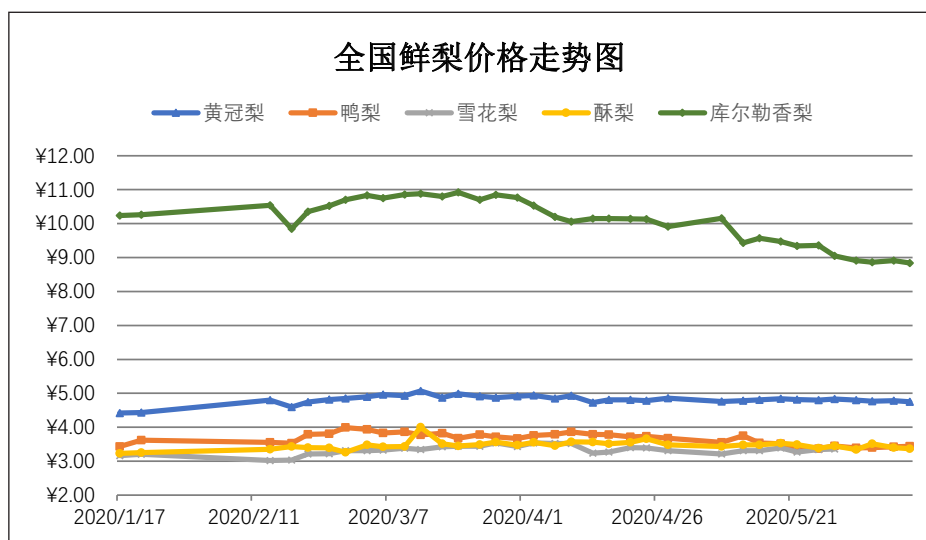
(一) 全国批发平均价格

单位：元 / 公斤

时间	黄冠梨	变化情况	鸭梨	变化情况	雪花梨	变化情况	酥梨	变化情况	库尔勒香梨	变化情况
2020/4/3	4.94	↑ 0.03	3.76	↑ 0.09	3.54	↑ 0.11	3.55	↑ 0.08	10.53	↓ 0.24
2020/4/7	4.85	↓ 0.09	3.79	↑ 0.03	3.52	↓ 0.02	3.46	↓ 0.09	10.20	↓ 0.33
2020/4/10	4.93	↑ 0.08	3.86	↑ 0.07	3.52	—	3.57	↑ 0.11	10.06	↓ 0.14
2020/4/14	4.73	↓ 0.20	3.79	↓ 0.07	3.24	↓ 0.26	3.56	↓ 0.01	10.15	↑ 0.09
2020/4/17	4.81	↑ 0.08	3.78	↓ 0.01	3.27	↑ 0.03	3.51	↓ 0.05	10.15	—
2020/4/21	4.81	—	3.72	↓ 0.06	3.40	↑ 0.13	3.55	↑ 0.04	10.14	↓ 0.01

2020/4/24	4.78	↓ 0.03	3.73	↑ 0.01	3.39	↓ 0.01	3.66	↑ 0.11	10.13	↓ 0.01
2020/4/28	4.86	↑ 0.08	3.68	↓ 0.05	3.31	↓ 0.08	3.48	↓ 0.18	9.91	↓ 0.22
2020/5/8	4.76	↓ 0.10	3.55	↓ 0.13	3.21	↓ 0.10	3.43	↓ 0.05	10.16	↑ 0.25
2020/5/12	4.78	↑ 0.02	3.75	↑ 0.20	3.31	↑ 0.10	3.48	↑ 0.05	9.43	↓ 0.73
2020/5/15	4.81	↑ 0.03	3.54	↓ 0.21	3.31	—	3.48	—	9.57	↑ 0.14
2020/5/19	4.84	↑ 0.03	3.51	↓ 0.03	3.39	↑ 0.08	3.53	↑ 0.05	9.47	↓ 0.10
2020/5/22	4.82	↓ 0.02	3.34	↓ 0.17	3.27	↓ 0.12	3.49	↓ 0.04	9.34	↓ 0.13
2020/5/26	4.80	↓ 0.02	3.37	↑ 0.03	3.34	↑ 0.07	3.38	↓ 0.11	9.36	↑ 0.02
2020/5/29	4.83	↑ 0.03	3.45	↑ 0.08	3.36	↑ 0.02	3.45	↑ 0.07	9.05	↓ 0.31
2020/6/2	4.80	↓ 0.03	3.39	↓ 0.06	—	—	3.34	↓ 0.11	8.91	↓ 0.14
2020/6/5	4.77	↓ 0.03	3.40	↑ 0.01	—	—	3.51	↑ 0.17	8.86	↓ 0.05
2020/6/9	4.78	↑ 0.01	3.42	↑ 0.02	—	—	3.40	↓ 0.11	8.91	↑ 0.05
2020/6/12	4.75	↓ 0.03	3.44	↑ 0.02	—	—	3.37	↓ 0.03	8.84	↓ 0.07
截至 6/12	同比	-34.79%	同比	-36.40%	同比	-43.31%	同比	-31.96%	同比	-7.71%
	环比	1.24%	环比	-8.02%	环比	3.63%	环比	6.44%	环比	0.65%

(二) 全国市场价格走势图



注：库尔勒香梨市场价格由中国果品流通协会和新疆库尔勒香梨协会联合发布

三、香蕉（一级以上）、脐橙（80-85mm）市场价格信息

(一) 全国香蕉、脐橙市场平均价格

单位：元/公斤

发布时间	香蕉				脐橙			
	收购	变化	批发	变化	收购	变化	批发	变化
2020/4/3	3.49	↓ 0.14	5.84	↓ 0.10	4.00	↓ 0.05	7.10	↓ 0.24



果品经济信息

2020/4/7	3.43	↓ 0.06	5.84	—	3.80	↑ 0.10	7.35	↑ 0.25
2020/4/10	3.38	↓ 0.05	5.81	↓ 0.03	3.80	↑ 0.14	7.02	↓ 0.33
2020/4/14	3.39	↑ 0.01	5.90	↑ 0.09	3.80	↓ 0.33	7.27	↑ 0.25
2020/4/17	3.34	↓ 0.05	5.72	↓ 0.18	3.80	↑ 0.18	7.17	↓ 0.10
2020/4/21	3.40	↑ 0.06	5.67	↓ 0.05	3.60	↓ 1.75	7.21	↑ 0.04
2020/4/24	3.39	↓ 0.01	5.69	↑ 0.37	3.60	↓ 1.87	6.93	↓ 0.28
2020/4/28	3.42	↑ 0.03	5.60	↓ 0.09	3.60	—	7.21	↑ 0.28
2020/5/8	3.30	↓ 0.12	5.56	↓ 0.04			7.08	↓ 0.13
2020/5/12	3.00	↓ 0.30	5.47	↓ 0.09			7.15	↑ 0.07
2020/5/15	2.91	↓ 0.09	5.53	↑ 0.06			7.05	↓ 0.10
2020/5/19	2.53	↓ 0.38	5.52	↓ 0.01			7.10	↑ 0.05
2020/5/22	2.66	↑ 0.13	5.43	↓ 0.09			7.07	↓ 0.03
2020/5/26	2.36	↓ 0.30	5.36	↓ 0.07			6.88	↓ 0.19
2020/5/29	2.37	↑ 0.01	5.17	↓ 0.19			7.29	↑ 0.41
2020/6/2	2.31	↓ 0.06	5.04	↓ 0.13			7.03	↓ 0.26
2020/6/5	2.26	↓ 0.05	5.13	↑ 0.09			7.20	↑ 0.17
2020/6/9	2.12	↓ 0.14	4.85	↓ 0.28			6.77	↓ 0.43
2020/6/12	2.16	↑ 0.04	4.83	↓ 0.02			7.30	↑ 0.53
截至 6/12	同比	16.35%	同比	5.32%	同比	5.56%	同比	-12.83%
	环比	29.18%	环比	-2.30%	环比	8.57%	环比	-6.85%

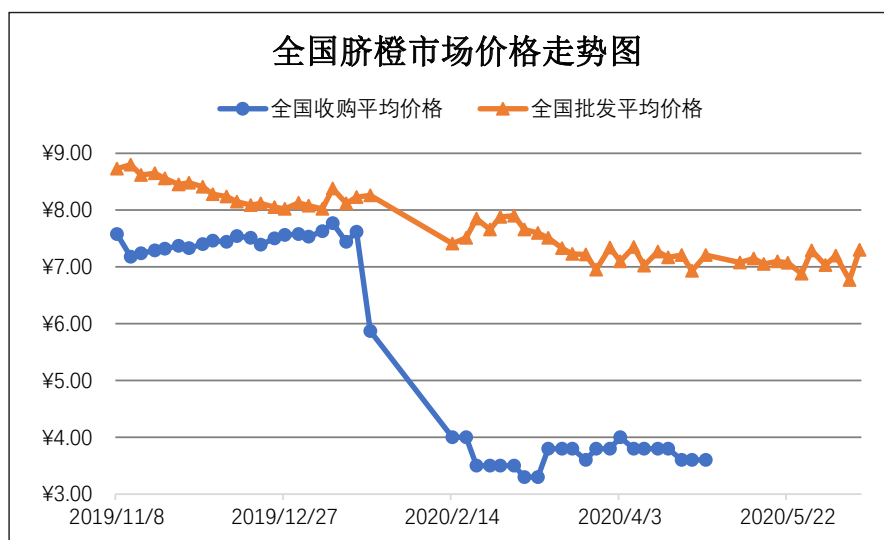
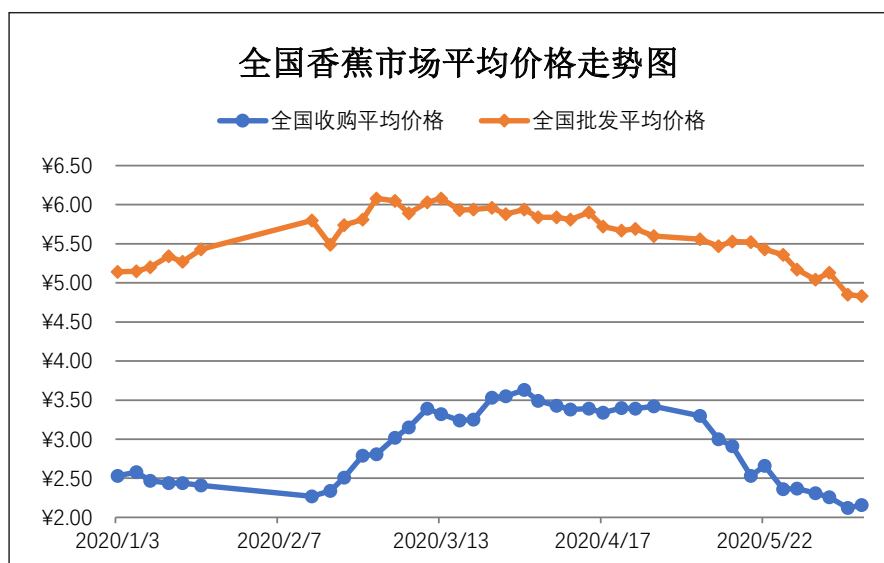
(二) 香蕉、脐橙主产省收购价格

单位：元/公斤

发布时间	香蕉					脐橙
	广东	广西	云南	福建	海南	重庆
2020/4/3	2.70	3.40	3.55	2.95	4.33	4.00
2020/4/7	2.60	3.40	3.25	3.05	4.47	3.80
2020/4/10	2.60	3.40	3.18	3.05	4.37	3.80
2020/4/14	2.75	3.40	3.18	2.95	4.50	3.80
2020/4/17	2.75	3.20	3.10	2.95	4.37	3.80
2020/4/21	3.00	3.00	3.18	3.05	4.33	3.60
2020/4/24	3.00	3.40	3.27	3.00	4.07	3.60
2020/4/28	3.00	3.00	3.30	2.95	4.08	3.60
2020/5/8	3.00	3.30	3.35	3.25	3.43	—
2020/5/12	2.95	3.20	2.89	3.25	2.95	—
2020/5/15	2.80	2.60	2.83	3.45	2.86	—

2020/5/19	2.55	2.40	2.65	3.15	2.20	—
2020/5/22	2.50	2.60	2.60	3.10	2.62	—
2020/5/26	2.35	2.60	2.40	2.95	2.04	—
2020/5/29	2.30	2.80	2.18	2.95	2.24	—
2020/6/2	2.00	2.40	2.08	2.95	2.36	—
2020/6/5	2.00	2.20	2.00	2.90	2.34	—
2020/6/9	1.90	2.00	2.00	2.90	2.02	—
2020/6/12	1.90	2.00	2.00	2.85	2.14	—

(四) 全国香蕉、脐橙价格走势





会员动态

唯捷城配完成 1 亿元 B+ 轮战略融资，华润润湘联和基金战略领投

2020 年 3 月，唯捷城配官宣完成 1 亿元 B+ 轮融资，其中，华润润湘联和基金战略领投、现有股东猎鹰资本继续跟投。唯捷曾于 2015 年 12 月、2016 年 12 月、2018 年 6 月分别完成 Pre-A 轮、A 轮、B 轮融资，股东还有创新工场、赛富资本、德屹资本等知名机构。

经过四年多的发展，唯捷城配的仓配网络建设初具规模，截止 2020 年 3 月，唯捷城配服务网络共覆盖 19 个省份、37 个城市，总共拥有数百台自有运力、4000 余台合约运力和近 20000 台协同运力，以及 200000 平常温仓和 87000 平方米冷仓。

鲜丰水果完成第一期辅导，IPO 上市进程拉开序幕

据浙江证监局官方网站近日披露，水果零售连锁企业鲜丰水果股份有限公司（以下简称“鲜丰水果”）已完成 A 股上市第一期辅导工作，这意味着鲜丰水果 IPO 上市序幕已被正式拉开。2017 年 12 月，鲜丰水果完成股改，目标成为中国零售第一股，并计划实现三年“百城万店”的战略目标。2018 年 1 月，鲜丰水果宣布完成

由红杉资本领投的 B 轮融资。公开资料显示，鲜丰水果成立于 1997 年，是国内最大的水果零售企业之一，旗下拥有鲜丰水果、阿 K 果园子、水果码头、鲜果码头、杨果铺五大品牌，目前在浙江、安徽、上海、江苏、重庆等省市建立超过 1700 家门店，并设有总计 17 个冷链仓储中心。

佳沛签京东，进口水果联合强平台，抢占渠道新商机

京东与全球最大奇异果品牌新西兰佳沛（Zespri）通过线上“云签约”形式签署了 2020 年度经销协议，拿下佳沛全球首个直供零售名额。京东生鲜用实力证明其在电商头部领导者地位。而佳沛此举，也正是看重京东自营实力及下沉二三线布局潜力。

此次京东签约佳沛，对标此前拼多多与车厘子主产地智利水果出口商协会正式达成战略

合作伙伴关系，火药味十足。“大平台+大品牌”模式，品牌为京东引流，京东则为其营销策划，配合活动“反哺”品牌，发挥出“1+1>2”的效果。

2019 年，佳沛单品年销售已超 2 亿，京东生鲜成佳沛最大电商渠道。此次签约，京东将采购超过 120 万箱新西兰佳沛奇异果，有望使这一单品全年销售额突破三亿大关。

陕西省果业中心主任魏延安、延安市扶贫办局长在洛川调研陕西王掌柜苹果仓储及后整理项目推进情况

陕西省果业中心领导至洛川县老庙镇桥子村陕西王掌柜苹果仓储项目建筑工地进行调研。

据悉，该项目建成投产后，优先录用老庙、桥子周围有劳动能力的贫困户就业，可带动300到500当地人民就业，将不断壮大基地

经济，持续经济之脑，带动当地果农持续增长持续收入。工厂开始运营后可同时容纳600余人就业，日加工量500余吨，今年争取年加工配送货量达到10万吨，出口量达到3至4万吨，实现洛川苹果产业优化升级，走出一条高质量、高效益的发展之路。

红枣期货满周岁 产业认可度逐步提升

2019年4月30日，国内首个干果期货品种红枣期货在郑州商品交易所上市交易，截止到目前已满一年。

从市场运行情况开看，这一年中红枣期货市场总体平稳，交易者结构日趋合理。红枣期货上市一周年来，红枣产业企业对期货市场的认可度逐步提升，诸如基差贸易、含权贸易等模式正逐渐被一些产业企业运用。特别在新冠肺炎疫情期间，红枣期货发挥了自已的作用，帮助企业实现了库存管理。

近年来，红枣现货市场供大于求现象日益突出，根据中国林业统计年鉴显示（国家统计局统计的是湿枣产量，期货标的是干制），2008年至2018年，全国红枣产量由164.3万吨增长至547.31万吨。虽然近几年产量增速已有明显放缓，但是红枣并不像其他农产品具有明显的刚需，且供应价格弹性较低，导致红枣价格下降幅度大、速度快，红枣种植收益也不断下滑。

由于期货市场的价格发现和风险管理功能，红枣产业界对红枣期货的上市给予了很多期望，对于我国红枣最大产区新疆的企业来说更是如此。新疆红枣产区集中在南疆环塔里木盆地区域，该地区红枣产量占全疆产量的97%，全国产量的43%。红枣种植收入占当地农村居民人均可支配收入的一半以上。红枣价格的涨跌，不仅关乎当地经济，更关系到当地枣农的生产生活。

红枣期货上市一年来，其市场功能已经开始逐步发挥。数据显示，截至2020年4月27日，红枣期货总成交量3049.62万手，日均成交12.60万手，日均持仓5.33万手，法人客户日均成交持仓占比约30%，其中，产业客户及风险管理子公司持仓合计占比超过50%，成为法人客户持仓的中坚力量。

郑商所相关负责人表示，红枣期货运行一年来，相关规则制度、交割仓库布局和检验规则经受住了市场考验，得到了各方广泛认可，



果品经济信息

但作为一个新期货品种，产业客户对期货的认识和参与度仍有上升空间。郑商所将加大市场培育和推广力度，帮助红枣产业企业尽快了

解、掌握和使用红枣期货，提升管理风险能力，确保红枣期货市场健康稳定运行。

果树数字“身份证”在广西南宁武鸣诞生

鸣鸣果园率先完成全国首幅果树编码数字地图

2020年4月30日鸣鸣果园在全国率先完成了基于果树编码的种植数字化地图管理系统建设，实现每一棵沃柑都有一个单独编号，都有GPS坐标定位，都记录了种植时间与日常管理全过程；每一个沃柑，未来都可以通过采后物联和数字地图查到出产于何处哪一棵果树等一系列对物联技术的深度应用。项目应用了RTK定位、无人机航拍、农作物图像识

别等技术，集成了作物档案、地块分布、滴灌布局、巡检记录、农事记录等信息，以空中视角地图的方式直观呈现在大屏上。通过大量的数据采集分析，管理者可以在线快速了解种植基地各项数据，用于远程研判和指挥水果的生产日常管理及采摘，精准到每棵果树、每个地块、每个管理岗位，进行全产业链质量安全的监控与追溯，实现了经营管理上的标准化与数字化，同时生成了果树数字资产，“用数据定义好水果”成为了可能。

巴州库尔勒香梨协会与金格投资控股集团签订合作框架协议

积极响应国家乡村振兴战略，贯彻执行《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》《乡村振兴战略规划（2018-2022年）》《关于深入开展消费扶贫助力打赢脱贫攻坚战的指导意见》等文件精神，巴州库尔勒香梨协会和巴州天苗农业发展与金格投资控股集团达成合作。进一步拓展合作领域，提升合作水平，整合资源、优势互补，充分发掘产业发展的潜在价值，夯实合作共赢基础。此次签约仪式由巴州商务局党组书记、副局长胡久斌主持。巴州党

委常委、常务副州长王久忠在签约仪式上致辞。巴州党委统战部副部长、巴州工商联党组书记唐一平，巴州驻京联络处主任黄新怀，巴州农业农村局副局长肖振新，巴州林业和草原局副局长张傲群，巴州阿瓦提农场党委书记、巴州天苗农业发展公司董事长唐平，巴州商务局副局长黎昌胜，金格投资控股集团乡村云事业部总监姜亚峰，巴州库尔勒香梨协会会长盛振明，新疆众力农产品有限责任公司总经理陈平，巴州天苗农业发展公司总经理李海峰等参加了此次签约仪式。

转型升级实现“开门红” 中国地利强势扭亏净赚 5.7 亿

中国地利集团（HK.01387，简称“中国地利”）发布 2019 年业绩公告。公告显示，公司转型升级战略首年即实现业绩“开门红”，其综合收入及净利润均实现大幅增长。报告期内，公司综合收入达 14.2 亿元（人民币，下同），同比增长 25.9%，净利润 5.7 亿元，与 2018 年度同比实现强势扭亏为盈。2019 年初，中国地利提出全新的转型升级发展战略，即通过科技与服务赋能，搭建一体化生鲜流通综合服务体系，实现农批市场从“传统的物流地产商”向“现代化生鲜流通服务与供应商”转型。在转型升级战略的指引下，中国地利进行了全面品

牌升级，将上市公司更名为“中国地利集团”。公司不断升级原有批发市场软硬件设施，加快在农产品流通全产业链的战略布局，战略性入股社区生鲜连锁超市“地利生鲜”，同时快速孵化供应链创新服务体系，努力构建“生产端—流通端—零售端”三点一线的生鲜流通新格局。

2019 年，中国地利积极推进数字化建设，实施科技赋能，持续部署优化智能服务体系，全面普及进门登记系统，电子结算交易系统，和“云摊位”系统，构建了智慧农批管理平台，为市场商品交易客户和配套服务提供了高效数字化系统和各种数据支持。

海升果汁将投 1500 万元成立合资公司，加码水果业务

港股上市浓缩果汁生产商海升果汁发布公告称，其非全资附属公司威宁超越与昭阳农业订立合资协议，拟在云南省昭通市昭阳区成立合资企业。该合资企业将主要从事种植、加工及销售水果、蔬菜和其他农作物产品以及提供仓储服务。目前，海升果汁已在国内

建立 90 余个水果及蔬菜生产基地，主要从事浓缩果汁及相关产品的生产、销售，苹果苗木、苹果及其他水果的种植、销售以及饲料生产、销售业务。海升果汁认为，该合资企业有助于自身进一步扩展云南省的苹果及其他水果的种植、销售业务。

企业“兜底”护航！常山胡柚变身美味果汁

一直以来，常山胡柚因品质优良、口感独特、健康养身，深受市场欢迎。然而，受新冠肺炎疫情、水果价格总体走低等因素影响，眼下，常山县部分农户家里还存储着一些品相不

好、缺乏鲜销价值的胡柚。为做好后期销售工作，县政府组织召开专题会议，鼓励各类主体拓展胡柚销售途径、加大胡柚加工利用力度。

对此，浙江艾佳果蔬开发有限责任公司



果品经济信息

(以下简称“艾佳果蔬”)积极响应政府号召,迅速调试上马年产 1.2 万吨胡柚果汁生产线,

并对常山胡柚进行“兜底”收购,给柚农们吃下了一颗“定心丸”。

果叔整合启动发布会在北京隆重举行

果叔是国家龙头企业新疆果业集团旗下的零售明星品牌,在全国拥有 1200 多家门店,此次北京发布会是果叔正式宣告整合、统一

品牌形象的开始。果叔公司总裁王玉山就果叔在品牌升级、IT 整合及互联网新零售上的规划与动作进行了详细的讲解。

百果园启动境外 IPO! 打响“中国水果零售第一股”争夺战

中国证监会网站披露,6月1日已接收深圳百果园实业(集团)股份有限公司的境外首次公开发行股份审批材料,至于具体上市地,

百果园方面暂未透露。这意味着百果园正式启动上市工作,加入了“中国水果零售第一股”的角逐。

如火如荼! 百果园进军社区团购,“天罗地网”布下大生鲜棋局

去年百果园正式启动大生鲜战略,推出百果心享,近日进军社区团购,正是如虎添翼。百果园自 2002 年正式成立,已遍布全国 80 多个城市,集果品生产、贸易、零售为一体,是水果专营连锁业态开创者。2015 年

完成 4 亿 A 轮融资,2017 年完成 15 亿 B 轮融资,2019 年智慧零售潜力 TOP100 排行榜中位列第 49。既百果心享大生鲜战略后,马不停蹄进军社区团购,社区团购赛道再增实力猛将。

京东团盟推出“云摆摊”,全国招募 10,000 名地摊合伙人

为了响应国家政策,促进本地经济发展,助力就业,京东团盟联合生鲜榜发布“地摊合伙人”招募计划!依托京东海量优质商品

池、完善物流体系、成熟运营系统三位一体赋能,为地摊合伙人提供全方位的商品和运营支持。

合肥泰禾光电 AI+IOT 赋能，工业生产再升级

合肥泰禾光电科技股份有限公司研发全栈式 AI+IOT 赋能，提供从产品加工 - 包装码垛 - 运输 - 仓储 - 装车发货、品控、生产效率、

人员管理、系统衔接协同等压力的智能化园区物流综合解决方案。

上海马陆葡萄国家现代农业科技示范基地揭牌

近日，入选国家现代农业科技示范基地的上海马陆葡萄公园有限公司举行揭牌仪式，同时举行马陆葡萄品牌推广研讨会。

马陆葡萄是上海农产品品牌的典型代表，得益于马陆葡萄品牌的知名度和影响力，马陆葡萄主题公园也占据了上海市民及中外游客的心智。马陆葡萄主题公园以 548 亩葡萄基地为依托，2005 年创建后迅速成为一个集种植、科研、示范和休闲旅游等功能于一体的葡萄产业基地和农业旅游示范点，2006 年以来先后被评为全国农业旅游示范点、全国科普教育基地、国家 AAA 级旅游景区。今年 4 月，农业农村部公布了国家现代农业科技示范展示基地，马陆葡萄公园有限公司是其中

之一。

上海马陆葡萄公园连续三十多年演绎着示范一个品种、集成一套技术、推广两个品牌的现代农业发展故事。1992 年成立的马陆葡萄研究所在其中扮演了重要作用，而“马陆葡萄”区域公用品牌和“传伦葡萄”企业品牌的交响，是故事的主旋律。上海寸土寸金，据了解，自马陆葡萄研究所成立以来，马陆葡萄 30 亩科研用地至今雷打不动，通过该科研用地引进品种和杂交选育品种超过了 130 多个，当下红极一时的日光红品种及垅式栽培技术均源自这个科研基地。科技的力量为“马陆葡萄”和“传伦葡萄”品牌的成长注入了源源不断的养分。



新 会 员 名 单

南宁市桂福春农民专业合作社

南宁市桂福春农民专业合作社成立于 2016 年 3 月 10 日，注册资金 600 万元。在南宁市青秀区长塘镇种植沃柑 1000 余亩。合作社依托中柑所专家团队的技术指导，实施水肥一体化精准施肥，引进国内先进植保机械实施机械化作业，坚持生草栽培，全面实现避雨防虫设施栽培，果品质量得到广泛赞誉，2019 年

取得无公害农产品证书，同时在申请绿色农产品证书。合作社以合作社 + 农户的形式带动周边农户开展柑橘种植，取得了良好的社会效益。

地 址：南宁市青秀区长塘镇团岩坡夏满路
10-1 号

联系人：张柳华 15907735769

杭州润聚农业发展有限公司

杭州润聚农业发展有限公司成立于 2019 年，一家专注于高品质的鲜果流通贸易综合性企业。主要从事各类水果的种植、配送、批发和零售等业务。设施齐备、市场辐射面广，技术管理过关，营销网络的华东鲜果行业影响力

品牌。

地 址：浙江省杭州市余杭区良渚街道博园路
8 号 5 幢南大门二楼办公室 204/206 室

联系人：俞志强 13868150070

烟台北方果蔬技术开发连锁有限公司

烟台北方果蔬公司成立于 1997 年，秉承“先做人，后做事，诚信守德，合作双赢”的经营理念，艰苦奋斗，改革创新。公司先后多次被烟台市、山东省和国家农业部相关部门授予“消费者满意单位”、“山东省 10 优农资经营企业”等荣誉。

近年来，北方果蔬公司审时度势，转型升

级：成立苹果、葡萄、大樱桃三大作物研发中心，在优新品种繁育、种植技术研究与应用方面引领行业发展；建立绿色果品种植基地，建成果品冷风库，与大型商超成功实现销售对接；充分利用优势资源，着力打造与农户双赢的农业产业联合体模式，切实做到“心系农民，服务农民，惠及农民”。做给农民看，领着农民

干，带着农民赚，是公司服农惠农的经营举措；服务农民，感恩农民，回馈农民，是北方果蔬永远不变的农民情结！

“察势者智，驭势者赢”。历经 20 多年的淬炼，北方果蔬现已发展成为集“新品苗木培育与销售”、“肥料研发与生产”、“农资批

发与零售”、“农业种植新技术研发与推广应用”、“果品收储与销售”于一体的农业产业一体化经营企业。

地 址：山东烟台芝罘区黄务泰晤士新城 5 号
联系人：唐红霞 18663818076

深圳市酷川冷链物流有限公司

深圳市酷川冷链物流有限公司是一家专门致力于生鲜产品国际冷链服务的专业物流企业。公司利用多年行业积累经验和全球网络资源，为国内外客户提供专业的生鲜产品的一体化物流服务。

1. 服务范围含括国际冷链海运、空运、产地包装、冷处理、熏蒸、清关、国内批文申请、贸易代理、国内清关、配送等一系列的全方位服务；
2. 服务产品包括水果、蔬菜、水产品、肉类、乳品、食品等；

3. 服务对象为国内外买家、经销商、网络经销商；
4. 服务网络遍布中国深圳、广州、上海、北京、天津、青岛、长沙、成都、重庆、贵阳等主要口岸及越南、泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、澳大利亚、新西兰、美国、加拿大、智利、秘鲁、哥伦比亚、阿根廷、埃及、南非、西班牙、意大利、土耳其等国家和地区。

地 址：深圳市南山区前海路 1301-90 号振业国际商务中心 1008 室
联系人：朱晨碧 0755-86217760

合肥泰禾光电科技股份有限公司

合肥泰禾光电科技股份有限公司成立于 2004 年底，2017 年 3 月正式在上海证券交易所主板上市，是国内领先的集智能分选、自动包装、自动码垛、AGV 智能运输、智能仓储、自动装车

为一体的智能化园区物流综合解决方案服务商。
地 址：合肥市经济技术开发区桃花工业园拓展区方兴大道与玉兰大道交口
联系人：李旭升 15255137626

岳西县徽记农业开发有限公司

岳西县徽记农业开发有限公司成立于 2011 年，注册资金 3000 万元，主要从事瓜蒌新品

种研发、种植推广、技术支持以及瓜蒌子的收购、加工、销售。“徽记”秉承“科技引领，生态助力，



果品经济信息

弘扬徽商文化”的方针，凭借和各大高等院校的深度合作，经过企业技术人员的反复实验对比，研发出“徽记”系列种苗。

公司目前年育瓜蒌种苗 1000 万株，拥有瓜蒌研发种苗基地 1000 多亩，合作种植基地近 5 万亩，覆盖安徽、山东、江西、河南、福

建、湖北、湖南等省份。徽记农业现占地面积 60000m²，其中建成标准化厂房 20000m²，在建厂房 50000m²。

地 址：安徽省岳西县经济开发区莲塘路 28 号

联系人：朱军军 17730376272

兴安盟捷润供应链管理有限公司

兴安盟捷润供应链管理有限公司聚是一家焦生鲜农产品供应链，以规划咨询先行，通过整合资源，推动规划落地的生鲜供应链服务商。

地 址：内蒙古兴安盟乌兰浩特市水木园小区底商

联系人：高珉 13911064952

河北冀联网络科技有限公司

河北冀联网络科技有限公司成立于 2012 年，依托河北冀联商会，致力于科技创新服务经济社会发展。2013 年公司响应习总书记想贫困宣战的号召，作为运营企业深入阜平开拓农村电商事业，本着先公益后收益的理念从 0 到 1，

开创电商扶贫模式，建立了全国示范标杆。

地 址：河北省保定市北二环大学科技园 8 号楼 1804

联系人：刘卫红 13313328077

洛川县凯达果品有限责任公司

洛川县凯达果品有限责任公司成立于 2007 年 9 月 12 日，公司位于国家级洛川苹果产业园区，交通条件十分便利；公司注册资本 500 万元，主要经营：果品收购、贮藏、销售、果品深加工及果业相关服务性物资；拥有现代化气调库 16 个，总储量 5000 吨；选果车间 1000 平方米，果粉脆片加工车间 600 平方米，年分选、加工

苹果 3000 余吨。年自营苹果 3500 吨以上，实现营业收入 3150 万元，实现净利润 280 万元以上。

地 址：陕西省延安市洛川县凯达果品有限责任公司

联系人：韩几旋 13992152032

洛川县红宝果品冷藏有限责任公司

洛川县红宝果品冷藏有限公司成立于 2004 年 8 月，延安市农业产业化重点龙头企业，公司主营业务：苹果收购、储藏、销售。总储藏量 7000 吨。公司“延美”牌苹果商标认定为“陕西省著名商标”、“陕西省名牌产品。公司目

前正在推进 1000 亩有机苹果示范园建设，引进法国迈夫诺达 4.0 全智能分选线一条，标准化恒温果品分选车间 2000 平方米。

地 址：陕西省延安市洛川县西部农资城

联系人：南高伟 13892182252

广西荣顾红星农产品有限公司

广西荣顾红星农产品有限公司由凭祥市国际贸易开发有限责任公司、广西荣顾贸易有限公司和湖南红星大市场农产品有限公司强强联手，合资成立。公司注册资金 2000 万元，员工 72 人。

公司目前经营中国 - 东盟凭祥农产品集散中心，占地 205 亩，建筑面积 10 万平方米，其中配套有 8 个大型车辆驳货的交易大棚，

500 个大型车辆停车位，7000 立方米的冷库，97 个冷链充电桩等设施，整个市场具备日吞吐 400 柜，年交易量约 80000 柜。

地 址：广西凭祥市友谊镇卡凤村中国 - 东盟凭祥农产品集散中心

联系人：梁建成 18275969399

莱阳市香个梨啦果业有限公司

莱阳市香个梨啦果业有限公司是一家种植、包装、销售、仓储一体的农业种植企业。基地位于山东莱阳五龙河清水河畔，全程采用有机

模式种植，所产梨果取得有机产品认证证书。

地 址：山东省莱阳市富山路 26 号

联系人：王瑞 15763836257

福建满天鑫农业科技有限公司

福建满天鑫农业科技有限公司成立于 2016 年，公司引种“爱媛 28 号”杂柑进行规模化、产业化推广种植，构建“种、产、供、销”为一体的农业生态系统链条。公司自有“彪局”

品牌商标。

地 址：福建省三明永安市小陶镇团结村 27 号

联系人：殷俊 1802081110



果品经济信息

四川永洪果业有限公司

四川永洪果业有限公司是一家以水果、蔬菜种植、销售、水果储存、分选、种植技术培训为主的农业类企业。利用本地绿色水果基地的自然资源优势，结合自身开设农产品供应链项目，将自然优势转化为经济优势，着力推进生产经营专业化、标准化、规模化、

节约化，提高综合生产能力、抗风险能力和市场竞争力，加快建设特色鲜明、发展持续、经营集约、安全生态的优势特色农业企业。

地 址：四川省眉山市彭山区公义镇公义场社区2组

联系人：罗晓玲 18080363177

酒泉敦煌种业农业科技有限公司

酒泉敦煌种业农业科技有限公司是甘肃省敦煌种业股份有限公司投资设立的全资子公司，主要从事种子、种苗的生产经营；农资、肥料的销售农产品仓储、交易、配送物流服务、农

业技术培训等业务。

地 址：甘肃省酒泉市肃州区肃州路28号

联系人：陈欢 15390586520

伊犁金九农业开发有限公司

伊犁金九农业开发有限公司是河北家乐园集团结合新疆伊犁特有的地缘优势和发展现代农业的资源优势而设立的农业板块公司。公司成立于2018年。注册资本金三千万元。现有13400亩自有林果种植基地。五年内计划投资5亿元，建成万亩特色林果标准化种植示范园（5600亩法兰西西梅3200亩，香妃海棠，1700亩杏李等）。新建年处理10万吨果品深加工生产线，新建占地100亩，休闲观光旅游白果采摘园。同时依

托家乐园集团优质的终端销售网络，建设新疆农产品购销平台。计划于十年内建成国家级优质农产品生产及加工龙头企业，国家级生态有机现代农业产业示范园区，现代农业旅游观光园区，高新农业技术研发基地。

地 址：新疆伊犁察布扎尔县双创产业园邻里中心402室

联系人：白如健 18119200701

嘉善鑫义宏包装制品有限公司

嘉善鑫义宏包装制品有限公司是一家专业生产销售EPE珍珠棉包装材料的厂家。公司

主要生产EPE珍珠棉卷材、片材以及EPE珍珠棉的成型加工、纸箱和PE袋/气泡袋等。

目前月生产规模可达 100 吨。可生产枇杷包装盒、水蜜桃包装盒、杨梅包装盒、猕猴桃包装盒。

地 址：浙江省嘉兴市嘉善县姚庄镇利群路 169 号 1 号厂房 A 区三楼西侧。

联系人：蓟宏炆 13321976790

云南省民营企业家协会

云南省民营企业家协会前身为云南省民营科技实业家协会，经云南省民政厅批准，由云南省科学技术协会主管创立于 1989 年 3 月，协会以“搭建政企桥梁，共创民企之家”为宗旨。

地 址：云南省昆明市盘龙区人民东路 198 号昆明市工人文化宫 A 区五楼南端。

联系人：邹黎秘书长 18687198733

威海樱聚瓦苗木有限公司

威海樱聚瓦苗木有限公司成立于 2018 年 6 月，致力于为中国市场提供高品质的现代苹果苗木（矮化、带分枝、高纺锤形，适合标准化、机

械化管理），助力苹果产业转型升级。

地 址：威海市临港区汪疃镇祝家英村南。

联系人：赵祥明 15163128428

嘉兴千逢食品有限公司

嘉兴千逢食品有限公司前身南园果业是嘉兴市场第一批参与水果经营的商户，从事水果行业有近 30 年的经验，是首家将新建香梨、苹果等产品引入嘉兴市场的经营户，公司以水果档口

南园果业为依托，欲将水果等农产品从单一售卖方式向多元化发展。

地 址：浙江省嘉兴市秀洲大道 115 号 5 幢 1-101

联系人：朱云 13857381886

上海鼎果果电子商务有限公司

上海鼎果果电子商务有限公司成立于 2020 年，是上海一家生鲜电子商务供应商，主要为企业、商超和社区平台提供果蔬类生鲜产品，定制礼盒、

企业下午茶套餐等业务。

地 址：上海市闵行区业祥路 111 弄 16 号 702 室

联系人：凤茜 13636671233