加强品牌建设，叶集鲜果有了“新身价”——

从“论斤卖”到“论个卖”

一线调研

■ 本报记者 唐欢

近日，叶集江淮果岭产业发展协会会长钟年银组织优选一批“突围”品种鲜桃，1000盒、2000公斤左右，分装进定制礼盒，贴上“平岗鲜桃”国家地理标志证明商标，发往鲜丰水果股份有限公司的多个门店。与往年不同，这批桃子不再论斤批发，而是论个卖。“一颗好桃，一个价。”钟年银说，秋月梨就在本月上市，鲜丰水果专属的“叶集秋月梨”精品礼盒也即将问世。

从“论斤卖”到“论个卖”，叶集鲜果正在经历一场深刻的品牌化升级。而这场升级的背后，是一个江淮分水岭地区，用十余年时间探索“一颗果子如何从‘大路货’变成‘品牌货’”的故事。

荒岗上长出“花果山”，却叫好不叫座

站在平岗街道“花样”果岭的高处放眼望去，起伏的岗岭上铺满了整齐的果园。很难想象，这里曾是“晴天一身灰、雨天一身泥”的荒岗野岭。变化始于2014年。彼时，六安市叶集区将“江淮果岭”建设作为农业产业转型的核心抓手，持续推动土地整治、水利配套和品种选育。

2021年，叶集区正式将水果产业作为特色优势主导产业之一。截至目前，“江淮果岭”总面积达6.2万亩，其中桃园4.2万亩，梨园1.5万亩，其他类水果0.5万亩，品种主要涵盖黄桃、红桃、油桃、水蜜桃、秋月梨等，年产鲜果超过6万吨。

规模上去了，品质也不能差。2020年，“平岗鲜桃”获得国家地理标志证明商标。2021年，“叶集秋月梨”被农业农村部收入全国名特优新农产品目录。2024年，“叶集秋月梨”入选首批《中国农产品品牌索引名录》。叶集区还联合合肥工业大学、皖西学院制定了秋月梨生产地方标准。

但很长一段时间里，果农们面临一个尴尬：好果子卖不出好价钱。“往年很多都是按筐卖货，精品礼盒少见。”7年前返乡创业的大学生朱旭对此感受深切。他率先在线上卖桃，后来又在线下开门店，明显感觉到江淮果岭的销售模式在积极更新，但“论筐卖”的传统仍然根深蒂固。

问题的根源在于品牌意识不强，叶集区农业农村局果岭办负责人管昌宝坦言，“品牌建设仍处于初级阶段，尚未形成具有广泛影响力和强大市场号召力的区域公共品牌。”“平岗鲜桃”虽然注册了国家地理标志证明商标，但更需要盘活商标价值。与此同时，散户及小规模种植户由于缺乏专业技术培训，在品种选择、水肥管理等方面存在盲目性，产品品质参差不齐。

与品牌牵手，打开“论个卖”的新空间

转机出现在今年端午节前后。

在实地考察后，鲜丰水果决定与叶集区达成长期战略合作。桃子、秋月梨、脆梨定向供应，鲜丰水果专门为“平岗鲜桃”和“叶集秋月梨”定制了专属鲜果礼盒包装，精选精品果8到10个一盒，精准供应合肥、南京等地高端市场。

“江淮果岭拥有得天独厚的丘陵种植环境，光照、水土条件适宜桃树生长。”鲜丰水果安徽公司采购负责人张冬冬告诉记者，今年突围品种水蜜桃绝佳的上市窗口期，恰好丰富了鲜丰安徽、南京门店当季鲜果品类。之所以选择与叶集合作，正是看中江淮果岭连片种植规模充足、产地冷库配套完善，能够稳定持续供货。当地成熟的种植经营主体、标准化的生态种植模式，完全能够配合鲜丰严格的分级品控标准。

品牌化的底气，来自品质的硬实力。管昌宝介绍，平岗果岭的桃子上市时间比全国其他地区早10到15天，土壤肥沃，糖分高出2到3个百分点。叶集秋月梨单果重一般360至395克，比山东产地早上市20天以上，由于质量好、甜度高，市场供不应求。

更重要的是观念之变。钟年银告诉记者，因为得到品质肯定、看到精品市场的机遇，果农们在政府和协会的带领下，正在经历一场从“注重量”到“注重质”的转变。今年6、7月，协会牵头从多地订购了100多万棵优质果树苗，引导果农更换品种、精品种植，注重有机肥和生物防治。“三到五年内，我们要做成全国范围内知名品牌。”钟年银说。

从“论斤卖”到“论个卖”，价格的变化最直观。过去，秋月梨主要按斤批发，一斤不过几块钱。如今，全部做成礼盒对外销售，售价翻了一倍多。品种也在迭代。过去水果品种多、杂、乱，老化严重。如今，水果产业以“一梨两桃”为主，桃主要种植毛桃、油桃、蟠桃等，梨以“秋月梨”为主，还有苏翠1号、翠冠等品种。

看到了市场的机遇，7月底，“叶集鲜果甄选”抖音官方店铺正式上线，叶集区同步打通鲜果快递物流链路。今年以来，线上线下果品销量已突破1万吨。此前，叶集区已通过“和美乡村直播间”常态化开展主题直播和短视频种草，全平台累计曝光超180万次。

从“论个卖”到“卖品牌”，还有几道坎要过

“对于江淮果岭建设的政策支撑从未缺位。”叶集区农业农村局副局长吴启兵告诉记者，2021年，叶集区安排专项资金为房前屋后栽种果树的农户免费提供苗木，覆盖全区6个乡镇街、9000余户，全区已建成水果冷藏保鲜设施总容量达2万立方米。其中，平岗街道持续投入近2000万元，实施江淮果岭旅游产业配套提升、节水灌溉改造等多个项目。

从每亩500元的基地补助到2500元的标准园奖补，从免费苗木供应到特色保险政策支持，叶集区用“真金白银”的政策红利降低经营风险、激发市场活力。2025年，全区林果综合产值6.5亿元；2026年，在“花样”果岭AAA级景区的“赏花品果”文旅经济加持下，全年预计突破8亿元。

但挑战同样不容回避。记者在走访中了解到，当前劳务供需矛盾突出，果园管理在修剪、疏花疏果、采摘等关键期，劳动力缺口需要从外地解决，日均工资涨至180元仍招工难。种植技术水平不均，龙头企业、专业合作社等规模化经营主体能够严格按照标准化技术规程进行种植管理，但散户及小规模种植户对标准化种植重视不够，部分产品品质参差不齐。品牌建设仍需深化，区域公共品牌的影响力尚在培育阶段。

对此，叶集区已有清晰的路径规划。吴启兵介绍，该区下一步将重点引进大型水果深加工企业，开发高端果汁、果酒、果干等系列产品；大力发展休闲农业和乡村旅游，推动水果产业与旅游、文化、电商等产业深度融合；持续加大品牌宣传推广力度。

8月4日，含山县仙踪镇五里村志愿者走进黄桃园，帮助果农采摘黄桃。
本报通讯员 欧宗涛 摄

▼ 8月2日，芜湖市繁昌区平铺镇新林社区，农民在虾田里清理水草。
本报通讯员 肖本祥 摄

种出好瓜卖出好价

——颍上县鲁口镇西瓜产业价格波动调研

■ 本报记者 安耀武 李鹏 本报通讯员 沈云鹏

8月初的颍上县鲁口镇，50多个西瓜交易集市里，车流涌动。

“这两天西瓜价格又涨了，最高七毛多一斤，平均五六毛了！”在鲁口镇叶桥村一处西瓜交易点，负责人叶多超告诉记者。而在一个月前，同样的西瓜，地头收购价一度跌至每公斤0.4元至0.6元。

今夏，西瓜市场行情跌宕起伏，不少产区遭遇“集中上市、价低难卖”的销售困境。而鲁口镇的西瓜，却能在短短一个月内价格翻了两三倍，市场行情不断回暖。近日，记者来到鲁口镇进行调研，探寻西瓜价格起落背后的逻辑。

行情大起大落，西瓜价格坐上“过山车”

在鲁口镇叶桥村西瓜交易点，叶多超正忙着对接各地客商，现场一派繁忙的购销景象。

叶多超告诉记者，眼下，鲁口西瓜销路通畅、货源紧俏，各地客商慕名前来收购，日均发车销量可达五万多斤，优质精品瓜供不应求。

然而就在一个月前，当地西瓜市场还是另一番光景。7月初，受全国大范围持续阴雨、强降水天气影响，露天西瓜成熟期普遍集中叠加，市场供应量大幅激增，行业整体供大于求。彼时，鲁口镇西瓜地头收购价普遍跌至每公斤0.4元至0.6元，瓜农收益被大幅压缩。

短短一个月，价格实现翻倍回升甚至更高。行情逆转的背后，一方面是连日高温天气拉动西瓜消费需求暴涨，市场缺口持续扩大；另一方面得益于鲁口西瓜独特的错峰上市优势。

鲁口镇瓜农冯峰峰今年种了近60亩西瓜，头茬瓜集中在7月底至8月初上市，有效避开了7月初早瓜集中扎堆上市的市场低价，依托错峰销售抢占市场红利，实现产量与效益双提升。

“晚瓜上市刚好赶上高温酷暑，市场需求旺、价格稳，今年又是丰产增收的好年景。”冯峰峰坦言。

水土禀赋+良种优种，筑牢品质底气

西瓜价格持续走高，离不开过硬的品质。

据了解，鲁口镇北濒焦岗湖、东临淮河，区域内长年泥沙沉积形成疏松透气的沙质土壤，加上地域昼夜温差大，有利于西瓜糖分积累。当地西瓜种植历史悠久，产业基础扎实，目前全镇西瓜种植规模稳定在2万亩左右，形成了规模化、集约化种植格局。

当地持续优化品种、升级种植技术，摒弃传统老旧品种，积极引进“美都”“丽园”“8424”等市场认可度高、口感好的优质瓜种。

同时，瓜农普遍采用农家肥绿色种植模式，减少化肥农药使用，培育出的麦茬西瓜个头匀称、皮薄肉厚、脆甜多汁、含糖量高，在市场中具备很强的竞争力，为价格企稳回升筑牢品质根基。

多重措施精准发力，降低市场波动风险

针对瓜果市场价格波动频繁、销路不稳等问题，鲁口镇立足产业实际，从品质管控、市场服务、秩序规范、渠道拓宽多维度精准发力。

今夏，当地聘请专业“验瓜师”入驻交易市场，全程负责西瓜品质筛选与把控，剔除成熟度不足、口感不佳、品相残次的西瓜，只让优质精品瓜流入市场，打消客商采购顾虑，让鲁口镇西瓜始终保持优质优价。

针对外地客商采购流程繁琐、对接不畅等问题，该镇升级配套服务。线上集中公示各村瓜农、代办人员、务工人员联系方式，搭建精准对接桥梁；线下全程提供一站式服务，统筹解决务工采摘、食宿保障、车辆调度、装卸转运等各类问题，让客商省心采购、安心经营。

为杜绝哄抬物价、恶意竞争、交易纠纷等乱象，当地市场监管、行政执法部门联动发力，筑牢市场安全防线。各西瓜交易点位公示执法人员联系方式，畅通投诉举报绿色通道，提高日常巡查频次，对各类市场问题第一时间响应、第一时间处置，全力营造公平有序、安全放心的交易环境。

目前，全镇50多个西瓜交易点秩序井然，购销氛围浓厚，客商排队采购已成常态。

从“种得好卖得掉”到“品牌强效益优”

从7月初低价承压，到8月初逆势涨价、产销两旺，鲁口西瓜的行情逆袭，不仅是天气好、错峰上市的短期机遇，更是当地品质筑基、服务赋能、规范市场的长效成果。

历经多年培育发展，鲁口西瓜已远近闻名、行销各地，成为群众增收致富的“甜蜜产业”，鲁口镇也逐步成长为区域性重要西瓜种植基地和交易集散地。

立足产业长远发展，鲁口镇正在补齐发展短板，推动产业提质升级。

“我们将持续强化市场监管，常态化规范经营秩序，优化停车、装卸等便民配套服务。”镇党委书记王文瑞表示，下一步，将推动成立西瓜行业协会，整合产业资源、规范行业标准，全力培育“鲁口西瓜”区域公共品牌，推动产业从粗放式产销，向标准化、品牌化、优质化转型升级，真正实现从“种得好、卖得掉”到“品牌响、效益优”的跨越，让特色瓜果产业带动群众稳定增收，赋能乡村振兴。

探索“钓旅融合”

鱼价“跃龙门”

■ 本报记者 张敬波
本报通讯员 纪红

“总算抢到了参赛名额，正好顺便体验一下这里的乡村游。”近日，宁国市博渔生态农业科技有限公司垂钓基地内人头攒动，来自浙江湖州的钓友周健熟练地调试着鱼漂。除了炫一下钓技，他计划赛后带孩子在周边乡村深度游玩。

设施渔业多聚焦于高效养殖，竞技垂钓属于小众圈子，乡村旅游则面临着“留人难”的困境。宁国市渔业管理服务中心负责人黄国林介绍，该市近年立足“山水相依”的天然禀赋，积极探索“竞技钓鱼+农旅融合”新模式，将现代养殖、竞技赛事与乡村文旅串联起来，为乡村振兴注入了全新活力。

以赛为媒，有效聚集人气，激活乡村文旅消费。博渔生态农业负责人朱程介绍，开赛前夕，44个参赛名额在微钓App上线后，仅两小时就被浙江、江苏等地的钓友抢购一空。“算上这次，基地已举办相关比赛31场，为周边餐饮、住宿及零售等业态带动客流量2500人次至3000人次”。

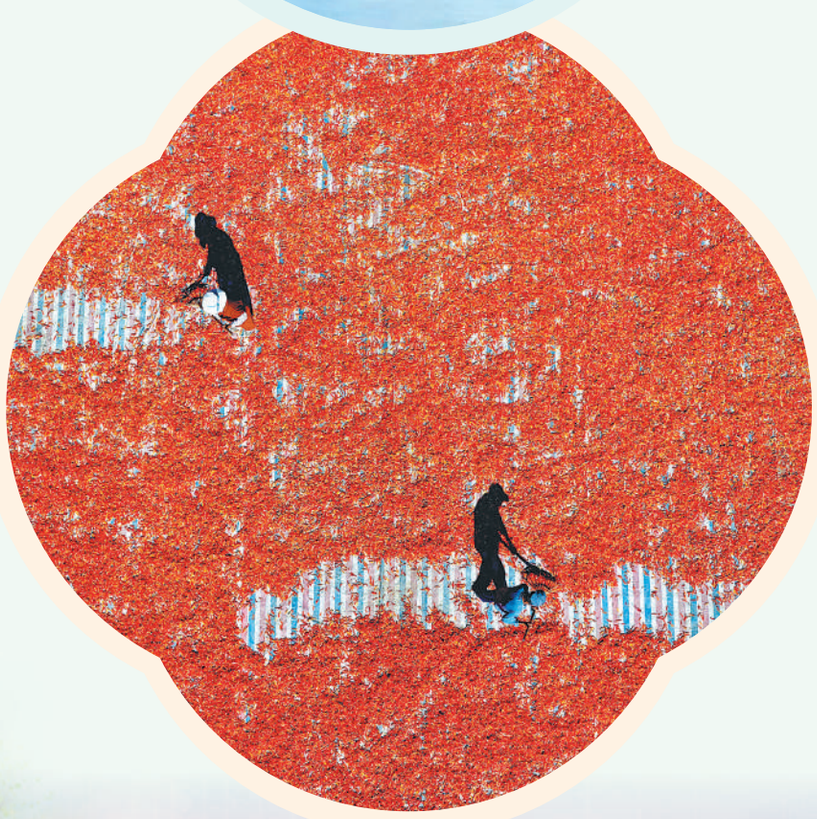
赛事的持续引流，不仅带动了本地多元消费，更将单纯的“钓一次鱼”延伸为“住一晚、吃两顿、买特产”的深度乡村游。“以前平时没什么人，现在一到比赛日，房间提前一周就订完了。来的都是一家老小，住得满满当当，连带着咱这的农家菜、土特产都跟着火了。”基地附近“宁国初见·朴宿”民宿吴老板笑着说。

在赛事引流的同时，博渔生态农业引入了工厂化循环水系统，构建了“买鱼—比赛—修复—育肥—销售”的产业闭环。赛后渔获经智能管道送入室内养殖池静养修复，再经育肥后上市销售，首批成鱼已实现15万元的销售收入。这种“赛事体验反哺产业、产业闭环支撑文旅”的差异化路径，不仅保障了鱼源与赛后渔获的妥善处置，更让一条鱼在赛事与市场之间完成了价值叠加。

“钓旅融合”探索，离不开政府的精准引导与政策支持。宁国市近年不断简化设施渔业用地与养殖证许可证办理流程，组织技术团队下沉塘口，为养殖主体提供养殖管理、病害防治等专业指导，使这条“鱼”从工厂游向赛场、再游回市场的路子越走越宽。“引导更多养殖主体参与，持续摸索‘渔业+文旅’融合发展新路子，力争形成可复制、可推广的农旅融合模式。”黄国林介绍。

从被抢空的44张参赛票，到一次次竿起竿落间的欢声笑语，宁国市正将得天独厚的自然资源转化为可沉浸、可参与、可消费的文旅新业态。

“博渔公司的创新探索，不仅为渔业多元发展与农旅融合打开了突破口，激活了乡村的内生动力，更为全域农旅融合提供了发展样本。”该市农业农村局相关负责人说。



8月3日，亳州市谯城区双沟镇王成种植合作社的农民在晾晒辣椒。
安徽日报报业集团全媒体记者 刘勤利 摄