



新民村葡萄：奔向绿色消费

王 换,杨丹丹

5月9日,安徽省包河区大圩镇新民村的村民们正在田里给葡萄抹副梢,“种葡萄可是我们村民致富的法宝!”如今,全村80%的村民家中都种植了葡萄,已经成为名副其实的“葡萄村”。

葡萄成品牌 品质是关键

新民村先前以种植水稻和油菜等传统农作物为主,村民收入低,致富无门。2002年,大圩镇党委、政府提出大力推进农业结构调整,加快现代都市农业发展的决定。经过考察论证,将种植葡萄作为推动农业产业结构调整、增加农民收入的重要途径,决定在新民村打造“一村一品”,大力发展葡萄标准化建设。

为了方便管理,提高组织协调能力,村里成立了“新民葡萄协会”,葡萄协会在成立之初就与市、区科技局、科协、农委等部门紧密配合,从提高农户种植技术入手,做好各项技术服务工作,长期聘请市区林业果树专家和高级农技师现场提供服务。引导群众实行精细化管理,严格按照无公害化方式进行生产,推广优化配方施肥技术,采用生物技术控制病虫害,全面推广使用“葡萄套袋”、避雨栽培等生产技术,确保生产出来的葡萄真正优质、安全、营养丰富。2003年,“大圩葡萄”商标注册成功,成为合肥市农产品的优质品牌。葡萄生产基地也顺利通过国家无公害保护总站的认证,给予无公害标志的使用权。

随着时间的推移,新民村葡萄种植面积逐步扩大,每亩毛收入也从原先的四五千元增长到一万五千元左右。但仅有“量”是不够的,如何打造品牌、保证品质,成为了新民村“一村一品”发展的首要问题。

2008年,“大圩葡萄协会”得到扩充发展,注册成立“大圩新民葡萄合作社”,目前已拥有社员326名,带动农户500多户。同时认真进行栽培品种的规划、引进和筛选,想方设法开辟优良品种的引进渠道,使栽培品种由原先单一的巨峰发展到拥有黑丰、黄提、天秀、红地球、黄金指、紫珍香、矢富萝莎、维多利亚等国内外品种二十余个,2015年引进新品种3个:阳光玫瑰、户太八号、勇优,具有产量高,售价高、口味好等特点,先期投入20亩,分散到社员葡萄园中。

随着种植面积的逐步扩大,新民村的“一村一品”建设形成规模,带动了加工业、养殖业、餐饮业、旅游业等多个产业的繁荣,走上了现代都市休闲观光农业的发展道路。2003年7月,大圩镇举办了首届“绿色大圩”葡萄文化旅游节,一时间大圩游人如织,几十家各具特色的“农家饭店”相继开张,生意火爆;大圩葡萄价格倍增,由原来的每千克2元多上升到8~12元,种植户的收入大幅度提高。在新民村“一村一品”项目的带动下,形成了一业为主、多业并举的局面。

瞄准绿色消费破解发展新难题

如今,种了近三十年葡萄的新民村农户们,又遇到了发展难题。种葡萄最耗人工,加上流转土地、投入等费用,一亩葡萄的成本不低于8000元。种出上等品质的葡萄,亩产必须控制在1000~1500千克,其糖度、风味、口感才有保障。理论上,按每亩最低1000千克计算,每千克采摘价格16元,仍有8000元纯收入。但实际操作中,利润要减半。

近几年,镇域内的其他村都开始种植葡萄,新民村本就处于大圩镇深处,偏僻的地理位置使得葡萄销售成为大难题。此外,合肥市周边一哄而起的葡萄园,争抢“观光采摘”蛋糕。新民村党支部书记潘理俊无奈地感叹:“家家都搞采摘园,游客还是那么多,如何才能赚到钱?”

面对葡萄种植过程中出现的各式问题,潘理俊称,下一步要加大新品种引进力度。市场滞销的大多是传统品种,黑巴拉多、阳光玫瑰等高档葡萄,根本不愁销路。“我们村九成都是传统品种,真正的高档品种不足10%。巨峰、红地球、夏黑等传统品种,在大圩已大面积种植许多年,卖不起价,许多地方已出现滞销。”

延长销售期,葡萄种植品种向早、中、晚全面发展。“基本上每年大圩葡萄销售期集中在8、9、10三个月,这段时间葡萄大量上市,卖不高、卖不掉也理所当然。”潘理俊分析到,“如果在四五月份,其他地区葡萄还未成熟时,就抢占市场,让市民提早享受到可口的葡萄,既可卖个好价钱,也可避免台风等自然灾害的侵袭。”

2015年,新民村依托葡萄专业合作社,利用“互联网+”技术,投入60多万元,用于葡萄电子商务建设、产品质量可追溯系统建设、葡萄避雨设施建设、肥水一体化灌溉设施建设、新品种引进、技术培训等。产品质量可追溯系统建设基站已投入工作,市民可通过追溯系统查询到所购葡萄的种植位置,农户姓名、种植品种、亩数等。“发挥‘互联网+’的作用,走实体店与电商销售两条路子,希望通过线上线下多角度出击,能够为农民探索出全新的葡萄产业之路。促进绿色消费,做大做强葡萄产业。”潘理俊期盼地说道。

(据《农民日报》)