

天水市苹果出口基地现状及发展对策

马丽荣, 李红霞, 张国和

(甘肃省农业科学院工程咨询研究中心, 甘肃 兰州 730070)

摘要: 在分析天水市苹果出口基地生产现状及存在问题基础上, 提出今后发展的对策是: 科学合理规划, 加速标准化果园建设; 切实强化苹果产后处理及冷藏; 扶持壮大龙头企业, 优化加工产品结构; 加强国内外市场营销体系建设; 加强政策保障, 开辟绿色通道; 纵深推进品牌创建与宣传。

关键词: 苹果; 出口基地; 现状; 发展对策; 天水市

中图分类号: S661.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-1463(2015)11-0070-04

doi: 10.3969/j.issn.1001-1463.2015.11.025

Present Situation and Development Strategy of Export Base of Tianshui Apple Industry

MA Lirong, LI Hongxia, ZHANG Guohe

(Engineering Consulting Research Center, Gansu Academy of Agricultural Sciences, Lanzhou Gansu 730070, China)

Abstract: Based on analyzing the present situation and existing problems of export base of Tianshui apple industry, some developing strategies have been put forward in this paper that the scientific and reasonable planning, accelerate the construction of standardized orchard; strengthen the processing and storage of apple; support the growth of leading enterprises, optimize the product structure; strengthen the construction of domestic and international marketing system; strengthen policy support; open up the green channel; promote the brand creation and promotion in depth.

Key words: Apple; Export base; Present situation; Development strategy; Tianshui

近年来, 中国苹果产业发展较快。从区域变化来看, 环渤海湾优势区面积和产量下降, 黄土高原优势区持续快速增长, 其中, 甘肃和陕西发展较快, 且向高海拔地区扩张。黄土高原地区苹果优势区已从海拔 800 ~ 1 200 m 扩展到海拔 1 300 ~ 1 500 m^[1], 甘肃已成为最具发展潜力和优势的新兴苹果产区。天水的气候条件与美国、新西兰、法国等国家的著名苹果产区相近, 具备生产优质高档苹果果品的生态条件。苹果产业是天水具有明显竞争优势的特色产业, 特别是以“花牛”为代表的元帅系列苹果, 其品质可与美国的蛇果媲美。2012 年, 天水市被国家商务部命名为国家外贸转型升级专业型示范基地, 成为甘肃省唯一的出口产业示范基地。天水市将以此为契机, 把出口基地建设作为优化天水市苹果产业出口的重要载体, 转变外贸发展方式的重要抓手, 围绕产业升级、产品换代、产业链延伸和技术进步等政策导向, 把产业、基地、企业、项目有机结合, 加快出口基地公共服务平台建设, 不断增强财政

投入的引领效应, 着力推动天水市产业优势向外贸竞争优势的转化。

1 生产现状

1.1 生产基地初步形成

2014 年天水市苹果种植面积 13.29 万 hm², 总产量 144.24 万 t, 总产值 45.8 亿元, 主要产区在秦安县、甘谷县、麦积区、秦州区, 种植面积分别为 3.95 万 hm²、2.98 万 hm²、2.69 万 hm²、2.02 万 hm², 总产量分别为 38.25 万 t、29.15 万 t、34.57 万 t、13.93 万 t, 总产值分别为 16.83 亿元、7.68 亿元、9.12 亿元、5.20 亿元。其中元帅系品种种植面积 10.17 万 hm², 产量 110.96 万 t, 产值 33.33 亿元; 富士系品种种植面积 2.33 万 hm², 产量 24.69 万 t, 产值 9.20 亿元; 金冠系品种种植面积 0.55 万 hm², 产量 5.99 万 t, 产值 2.25 亿元。全市以生产苹果为主, 年果品收入 5 万 ~ 10 万元的农户有 22 459 户, 10 万 ~ 20 万元的农户有 4 602 户, 20 万元以上的农户 703 户, 果品收入占农民人均收入的 30% 以上。重点产区果农人均苹

收稿日期: 2015-03-20; 修订日期: 2015-10-16

作者简介: 马丽荣 (1974—), 女 (回族), 甘肃平凉人, 副研究员, 硕士, 主要从事农业工程咨询及农业生态学方面的研究工作。联系电话: (0)13919151137。E-mail: 417210075@qq.com

果收入 930 元, 苹果种植户人均收入达到 3 800 元。有 94 个达标果园成功进行了出口水果果园注册, 注册面积 0.96 万 hm^2 。

1.2 贮藏营销体系基本完善

多年来, 在各级政府、相关部门的大力支持下, 长城果汁有限公司、天水德盛果蔬进出口公司、天水市果品气调库、天水花牛果品公司、成纪果品股份公司、秦州四十铺果品交易市场等一大批果品贮藏加工、营销企业得到了迅速发展。全市已建成果品种营销贮藏加工企业 227 家, 其中鲜果营销企业 97 家, 种植加工企业 16 家。全市共有果品种营销加工龙头企业 33 家, 其中国家级 1 家、省级 11 家、市级 21 家。共注册果品专业合作社 510 个, 注册人数 17 000 人, 成立果业协会 60 个。到 2014 年底, 全市共建成果品气调库 38 座、恒温库 472 座、大型简易库 160 座, 年果品贮藏能力达 77 万 t。目前全市有产地果品交易市场 39 处, 占地总规模 87.31 hm^2 ; 年批发交易各类果品 57.28 万 t, 占全部果品产量的 45%。其中苹果批发交易量 46 万 t, 占总批发交易量的 60%。果品主要销往广州、北京、上海、深圳、哈尔滨、长春、武汉、重庆、成都等大中城市和俄罗斯、东南亚、南亚、中东各国等国外市场。

1.3 加工产品日益丰富

经过十余年的发展, 天水苹果生产逐步形成了完整的产业链条, 产品种类日益多元化。2013 年天水长城果汁饮料有限公司、秦安长城果汁饮料有限公司生产的浓缩果汁出口总值 2 126.4 万美元, 占全省 7 家果汁出口总值的 44.3%, 同时还生产苹果脆片、苹果干装罐头、苹果醋、苹果酒、花牛苹果汁等产品。浓缩果汁及其延伸产品苹果香精、果渣饲料、终端花牛饮料年产值达到 5 亿元, 出口创汇达到 1 亿美元。果汁主要出口美国、加拿大、欧盟、澳大利亚、日本、俄罗斯、非洲和东南亚等国家和地区。目前, 基地苹果汁生产规模位居国内同行业第 5, 拥有甘肃省规模最大的苹果汁加工企业。

1.4 标准体系逐步完善

近几年来, 天水市按照国家和省上要求, 大力推广苹果无公害生产技术, 贯彻落实市政府下发的《天水市苹果无公害生产技术规程》等 7 个生产标准与规程; 花牛苹果生产示范基地被国家标准化委员会确定为国家标准化示范区, 且已建成 A 级绿色食品生产基地 3.33 万 hm^2 。目前天水市有苹果产地认证 1 个、苹果绿色食品产品认

证 9 个、有机食品认证 1 个, 申报完成了花牛苹果地理标志产品保护。长城果汁通过了美国第三方 NFPA 认证、美国 HACCP 质量体系认证、欧盟果蔬汁协会 SGF 认证和犹太 KOSHER 洁食认证。

2 存在的问题

2.1 品种结构不尽合理, 单产水平较低

天水苹果生产中普遍存在“早熟极缺、中熟单一、晚熟过多”的畸形结构, 这样的品种构成, 在生产中表现为晚熟品种供给集中, 市场压力大, 导致果品滞销^[2]。另外, 天水苹果主栽品种基本上都是鲜食品种, 口感以甜为主, 缺乏用于加工浓缩苹果汁的高酸度专用品种, 很难适应国际市场对苹果汁酸度的质量需求, 在一定程度上影响了天水浓缩苹果汁的盈利能力。天水苹果总体产量水平偏低, 2013 年苹果平均产量 8 714.6 kg/hm^2 , 比全国苹果平均产量 17 464.4 kg/hm^2 低 50.1%, 比山东苹果平均产量 30 668.2 kg/hm^2 低 71.6%^[3]。

2.2 产品质量不够高

天水市苹果生产以分散的小农户栽培为主, 分户管理, 真正大片统一管理的现代化果园极少。由于生产规模小以及农民素质低等原因, 致使苹果的生产管理停留在传统经验上, 现代果园管理难以实施, 乱用化肥、农药现象普遍, 新品种、新技术难以推广。从而致使天水苹果果实大小不均、果形不正、果面粗糙、色泽欠佳、挤压碰伤及腐损率高, 同时苹果农药残留超标, 不符合发达国家的食品安全标准, 很难进入发达国家市场。

2.3 产业化程度有待提高

苹果产后环节比较薄弱, 气调贮藏苹果不到总产量的 10%, 冷链运输基本处于空白。除浓缩苹果汁加工具有一定规模外, 鲜果出口尚未形成规模, 果汁加工产品结构单一, 市场风险大, 并且没有配套的果汁加工专用品种生产基地, 均以等外果为原料, 产品在国际市场上竞争力不强。苹果产业的其他产品亟待探索开发。

2.4 出口企业数量少、规模小

天水市苹果虽然已打开东南亚国家和地区的市场, 但鲜果出口比例小, 鲜果远程冷链运输能力差, 品牌包装不统一, 真正从事鲜果国际贸易的上规模龙头企业几乎没有。果品企业对市场信息缺乏准确、全面的了解。与我国农产品出口大省相比, 天水市缺乏国际市场开拓经验和营销经验, 对国际农产品贸易市场的了解和知识还相当缺乏, 更缺乏精通国际市场的营销人才。

3 发展对策

3.1 科学合理规划, 加速标准化果园建设

增加早熟、中熟品种栽培, 优化品种结构, 延长市场供应时间, 提高出口效益。东南亚地区以红富士为主, 美、法等国以金帅等系列为主。目前, 苹果种植基地 13.07 万 hm^2 , 到 2020 年新建果园 1.26 万 hm^2 , 使苹果基地面积达 14.33 万 hm^2 , 其中以元帅系 4-5 代的品种阿斯、矮鲜、天汪 1 号、首红、瓦里短枝、俄矮等为主的花牛苹果基地 10.33 万 hm^2 , 以长富 6 号、长富 2 号、宫崎短枝、天富 1 号等为主的优质富士及其他品种 3.0 万 hm^2 , 欧洲绿宝、澳洲青苹(粉红女士、瑞星、瑞林)等鲜食加工兼用果 1.0 万 hm^2 。在巩固完善已注册出口基地的基础上, 新建 0.38 万 hm^2 苹果出口创汇基地, 使出口基地达到 1.33 万 hm^2 。新建 1 333.33 hm^2 良好农业规范(GAP)认证基地。麦积区南山 2 000 hm^2 “花牛”苹果基地, 已获得日本 JAS、美国 NOP、欧盟 EEC 三项有机农产品标准认证, 以此为基础新建有机果园 666.67 hm^2 。在 2 万 hm^2 绿色食品(苹果)标准化生产基地的基础上, 新建绿色基地 10.6 万 hm^2 , 使绿色基地面积达到 12.6 万 hm^2 。

3.2 切实强化苹果产后处理及冷藏

强化苹果采后处理。引导长城果汁集团有限公司、天水德盛果蔬进出口有限公司、天水联益农业发展有限公司、天水仲林果品有限公司、秦安盈动果业公司、秦安冠源果业等公司加大分级流水线投资力度, 增加分级流水线处理苹果的比例。大幅提高气调贮藏和恒温贮藏比例, 各地应根据生产发展和市场需求鼓励冷藏库的建设, 除具有一定规模的企业建设大型冷库外, 其余以中小型冷库为主, 冷藏气调和冷链运销配套。通过新建万吨级果品贮藏保鲜果库库群, 积极引进采后预冷成套设备, 配合保温运输等冷链措施, 提高水果从产地到终端消费市场的冷链物流体系。今后 5 a 在天水市新建 5 个 10 万 t 保鲜库群、35 个 1 万 t 保鲜库和其它贮藏库 10 万 t, 新增果品贮藏能力 95 万 t, 使果品总贮藏能力达到 172 万 t。

3.3 扶持壮大龙头企业, 优化加工产品结构

扶持壮大长城果汁集团有限公司、天水德盛果蔬进出口有限公司等龙头企业, 以果汁加工为主, 鼓励发展多元化的加工产品。逐步改变天水市以加工浓缩苹果汁为主的格局, 开发拥有核心技术的高附加值新产品, 加快干装罐头、苹果脆片、特色果汁饮料生产加工, 研究开发苹果白兰

地酒、高档果醋、苹果速冻产品、鲜榨果汁、果渣生物饲料等新产品。

3.4 加强国内外市场营销体系建设

在巩固东南亚、中东等现有出口市场的基地上, 积极开拓美国、欧盟市场, 同时发展俄罗斯、东欧、印度、非洲、拉美、中东等潜在市场和新兴市场, 加强与东南亚国家的经贸合作, 努力扩大出口。推广“出口企业+农民专业合作社+出口基地+标准”的外向型产业化经营模式。围绕市场拓展、方式转变, 鼓励企业进一步深化与国际市场实力强、信誉好大经销商的合作, 支持企业参与具有国际影响力的贸易展览会、展销会、促销会、博览会, 以“花牛苹果”品牌开拓新市场, 通过网络营销、直销、代理经销、合作经销等多种手段, 逐步构建扁平化的国际营销网络体系, 提升天水苹果产业的国际营销能力。

由龙头企业牵头, 在全国大中城市建设销售分公司, 在中小城市建立直销店和代销店, 积极与家乐福、沃尔玛、华润万家等大型连锁超市合作, 设立专柜, 进行展示和销售, 打造高效安全的产营销网络。

3.5 加强政策保障, 开辟绿色通道

天水市要把苹果产业作为主导产业来抓, 建立一套政策保障机制。在争取国家和省上扶持政策的同时, 市上和各县区也应制定一系列扶持政策, 支持天水市苹果外贸出口基地的建设, 从土地、税收、信贷, 到标准化规模种植、物流加工、废弃物的综合开发利用, 以及品牌建设、产品(无公害产品、绿色产品、有机产品)认证、合作社和协会补贴、科技培训以及提高科技人员的待遇等方面制定一套符合实际并且操作性比较强的政策, 建立产业经营激励机制, 形成全社会齐抓共管、人人争先的良好局面, 实现产业富民。

设立专项资金对全市苹果出口企业出国参展、国际认证、国外商标注册以及公共服务平台建设等给予一定的支持。继续完善出口信用保费补贴办法, 扩大出口信用保险的承保范围, 增强出口企业的风险防范能力, 促进鲜果及加工产品的出口。改进产品出口检验检疫和通关服务, 对“产品出口质量安全示范区”和“出口示范基地”企业予以减少检验检疫批次、降低检测收费标准, 实行优先报检、通关, 简化手续, 进一步改善产品出口流通环境, 加强产品出口“绿色通道”建设。

3.6 纵深推进品牌创建与宣传

由政府或者花牛苹果集团牵头建设“花牛苹果

苹果蠹蛾在我国的传播及其防控对策

赵琴娃¹, 陈 臻², 蒲崇建², 姜红霞²

(1. 甘肃省陇南市武都区农业技术推广中心, 甘肃 武都 746000; 2. 甘肃省植保植检站, 甘肃 兰州 730020)

摘要: 根据多年以来我国苹果蠹蛾发生传播情况, 分析了近年来苹果蠹蛾在国内的扩散动态与分布范围, 并以该虫在我国的适生区域为基础, 分析了当前我国苹果主产区的传入风险和发展趋势, 并提出了控制苹果蠹蛾发生与蔓延的对策是: 加强组织领导; 做好联防联控; 加大防治力度; 加强疫情阻截; 加强疫情监测。

关键词: 苹果蠹蛾; 发生现状; 发展趋势; 防控对策

中图分类号: S436.611.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-1463(2015)11-0073-04

[doi:10.3969/j.issn.1001-1463.2015.11.026](https://doi.org/10.3969/j.issn.1001-1463.2015.11.026)

苹果蠹蛾 [*Cydia pomonella*(L.)] 是一类对世界水果生产都具有重大影响的重要害虫^[1-3], 其具有很强的适应性、抗逆性和繁殖能力, 严重危害苹果、梨、沙果、杏、桃等, 蛀果率普遍在 50% 以上, 严重的达到 100%, 影响果品的品质和产量, 常常造成毁灭性危害^[4], 我国将其列入全国农业、林业检疫性有害生物及进境植物检疫性有害生物名录。该虫原产于欧洲中南部, 现在已经入侵世界 5 大洲 71 个国家^[5-6]。中国于 1953 年首次报道在新疆发现^[7], 20 世纪 80 年代末传入甘肃, 2006 年以来, 陆续传入内蒙古、黑龙江、宁夏、吉林等省区^[8], 直接威胁我国最大的黄土高原苹果产区和渤海湾苹果产区, 对全国苹果产业的安全生产构成严重威胁。

近年来, 我国果产业发展迅速, 陕西、甘肃、新疆等省的果业面积急剧增加^[9], 果业已成为农民收入的主要来源, 尤其是苹果产业的发展势头强劲, 中国已成为世界最大的苹果及苹果汁生产国和出口国, 对国内外的果品市场产生了较大的影响^[10]。但与此同时, 世界各国都在逐渐提高对农产品的检验检疫的标准从而提高对农产品进口的门槛, 世界上许多国家和地区, 特别是美国、日本和澳洲, 都对苹果蠹蛾疫区的苹果和相关产品进口实施严格控制。这也成为中国苹果出口所面临的重大考验^[11]。

随着我国果品产业的迅猛发展, 交通物流往来日益频繁, 苹果蠹蛾的防控任务将越来越重, 难度越来越大, 迫切需要我们做好新时期苹果蠹

收稿日期: 2015-08-12

作者简介: 赵琴娃(1973—), 女, 甘肃陇南人, 农艺师, 主要从事植物病虫害方面的研究。联系电话: (0)13893615991。E-mail: 13893615991@163.com

网”, 并建立相应的官方的微博平台, 定期对花牛苹果的生产、种植、栽培、政策支持、线下推广、销售渠道、品牌建立、销售等各个方面软文宣传^[4]。利用现代电子信息网络, 广泛向外发布供求信息, 搜集、整理国际国内标准和相关法律法规以及国外的技术壁垒信息, 帮助企业积极开拓国际市场。支持产品出口企业及行业协会开展广告促销、产品推介等国际市场营销活动。在车站、码头、机场、广场、主要路口, 国内大型农贸市场以及主流媒体广泛开展“花牛苹果”广告宣传, 招标策划宣传方案, 在水果类各类文化宣传中植入“花牛苹果”品牌^[5-6]。加大果品推介力度, 充分发挥“花牛苹果”产销联谊会作用, 加强与全国果品生产销售企业交流与合作。积极支持“农超对接”

营销模式, 增加“花牛苹果”市场份额。

参考文献:

- [1] 韩明玉. 近年我国苹果生产呈现的几大变化值得关注[J]. 西北园艺, 2010(6): 4-6.
- [2] 安春梅. 天水地区苹果生产中的问题及可持续发展战略[J]. 果树花卉, 2012(11): 35-36.
- [3] 中华人民共和国国家统计局. 中国农业统计年鉴[M]. 北京: 中国统计出版社, 2014: 158-160.
- [4] 李少华, 任继永. “花牛苹果”品牌策划运营策略建议[J]. 商场现代化, 2014(2): 80-81.
- [5] 贾世隆. 陇东苹果生产中存在的问题及可持续发展对策[J]. 甘肃农业科技, 2002(2): 23-25.
- [6] 徐浩翔, 孟全省. 静宁苹果产业发展现状及对策[J]. 甘肃农业科技, 2015(1): 64-66.

(本文责编: 杨 杰)