徐欣 张昊桦 摄

6月宁波，杨梅成熟季，满山遍野红彤彤的杨梅诱惑着宁波人的味蕾。“端午杨梅挂篮头，夏至杨梅满山红”。上周末恰逢端午节小长假，宁波杨梅主产区余姚丈亭、三七市，慈溪横河等地车水马龙，采摘游热闹非凡，各地游客尤其是喜爱杨梅的市民谁都不想错过一年中难得的杨梅盛宴。

杨梅一直是宁波人的水果“宠儿”。然而，近年来宁波杨梅受到外地杨梅的挑战，原产地优势似乎正在丧失。面对激烈的市场竞争，宁波业内人士指出，宁波杨梅要思考区域合作、技术创新等课题，加快拓展地产杨梅销售半径的步伐。

地产杨梅还能走多远

本报记者 徐 欣 通讯员 李飞峰 汪佳丽

杨梅是宁波的城市名片

苏东坡曾赞“闽广荔枝、西凉葡萄，未若吴越杨梅”。余姚、慈溪是我市杨梅主产地，也是荸荠种杨梅的发源地，栽培历史悠久。据余姚境内新石器时代河姆渡遗址中考古发现，早在七千前就有杨梅原种存在。

余姚市1995年被中国特产之乡命名组委会命名为“中国杨梅之乡”，2004年又被评为“杨梅原产地”。慈溪杨梅则相继荣获过“地理标志证明商标”“中国果品著名品牌”“中国驰名商标”等称号。2017年慈溪杨梅品牌价值11亿元。

经过七千年的自然演变和梅农的精心筛选，宁波杨梅已有乌种、红种、粉红种、白种品种群系。主栽品种为“荸荠种”，因其颜色似荸荠得名。据我市林业部门统计，截至2017年，全市杨梅栽培面积32.6万亩，栽培面积占全市果树栽培面积的1/3，是我市栽培面积最大的果树种类。其中，余姚杨梅栽种面积9万亩，常年产量2.8万吨左右。慈溪杨梅栽种面积8.2万亩，常年产量3万余吨。

杨梅不仅是宁波的传统名果，更承载着一代代宁波人的乡愁与乡情。不少在外工作创业的宁波人，在这个季节常常返乡采摘杨梅，顺带省亲访友，总说忘不了打小记忆中的杨梅味。上周末，专程从上海驱车来到余姚采摘杨梅的吴先生告诉记者，他曾经在宁波工作数载，虽然不是宁波人，但每年夏天，为了吃上这口宁波杨梅，总是挤出时间，来宁波过个周末。

杨梅已是宁波的一张城市名片。宁波人跟外地人打交道，一说起本地特产，外地人总会说“宁波杨梅不错”。这些年，每到杨梅季，外商也总是惦记着宁波杨梅。

地产杨梅遭受外来杨梅挑战

虽说宁波杨梅名气大、甘甜可口、回味无穷，然而，近年来宁波杨梅正在遭受外地杨梅的挑战。

由于气候原因，云南、福建等地杨梅成熟较早，加上外地栽培的杨梅以东魁品种为主，果实大卖相好，品种改良后糖度提高，种植成本下降，这些年总是提前一两个月抢占宁波水果市场。记者昨天从位于联丰的水果超市获悉，今年外地东魁杨梅上市初期，价格一度达到每公斤120元。而现在宁波地产杨梅大量上市后，价格仅为每公斤30元左右。

市水果批发市场相关负责人介绍，宁波市场上的杨梅销售期是每年4月下旬至7月下旬，其中宁波本地杨梅的上市时间一般在6月中旬至6月底，今年风调雨顺6月初提前上市。因为余姚、慈溪杨梅竞争力太强，所以4月下旬至6月初，云南、福建等外省杨梅开始全力进攻宁波市场，日上市量30吨左右。7月上旬至下旬，省内的一些成熟较晚的杨梅品种开始进入宁波，抢占“晚市”。

台州、温州等地近年来加强杨梅品种的研究攻关，开发出可与宁波杨梅相媲美的品种，目前已经取得了初步成果，批发价每公斤只有14元至36元。有迹象表明，越来越多的宁波人正在接受仙居杨梅。

余姚市林业特产技术推广总站高级工程师汪国云告诉记者，宁波杨梅主栽品种荸荠种，果实圆润、肉质细嫩、汁多味浓、甜中沁酸，色紫黑、富光泽、具香气、核极小，有“果中玛瑙”之美誉。从最近余姚举行的“杨梅王”评选来看，虽然今年地产杨梅果型较往年更大，糖度提高近两成，但是较外地杨梅，外形上地产荸荠种杨梅要小很多。由于宁波是荸荠种杨梅原产地，市民认可度高，喜爱细软多汁的荸荠种而排斥粗硬的外地东魁杨梅，使东魁杨梅种植技术在宁波一时无法全面推广，坐果率不高，所以很多宁波梅农在尝试种植东魁杨梅后，常常把东魁杨梅树整棵砍去，仍然以荸荠种杨梅种植为主。

另外，我市种植的荸荠种杨梅保鲜期短，应市时间也短，电商成本较其他品种高，成熟期集中上市，常常出现果贱伤农现象。

宁波杨梅产业发展困难尚存

除了遭受外地杨梅挑战外，宁波杨梅产业自身发展也存在不少问题和困难。

尽管我市接受杨梅关键技术和生态栽培技术培训的人数已超过梅农总数的20%，但尚有较大部分的梅农由于对新技术的应用缺乏认识和接受程度的差异，在杨梅品质、产量、收益等方面差距甚大。特别体现在适度修剪、适时疏花疏果、配方施肥等关键技术上，没有掌握这些关键技术的梅农，效益普遍低下。

此外，随着电商的发展，物流行业对杨梅等时鲜水果的运力不足，承运单位缺乏竞争优势，使之出现运输成本大大提高，送达时间不及时等问题，造成客户投诉、索赔的情况时有发生。

“杨梅气象指数保险尚处在起步阶段，虽然农户的参与积极性逐渐提高。但由于时间仓促开展不及时，宣传力度还不到位，理赔的限制条件过高，理赔比例显得偏低。即便政府给予了一定的保费补贴，有的年份理赔程度仍不足弥补梅农的损失和保费投入。”慈溪市杨梅产销协会会长柴春燕介绍。

地产杨梅正在努力走得更远

宁波市林特科技推广中心专家郑金土表示，面对外地杨梅的挑战，宁波杨梅正通过技术创新，开拓更广阔的市场空间。

首先，开发杨梅新品种。目前市场上主要是余姚的乌种“荸荠”，同质化竞争较明显。为了错位发展，余姚目前正在开发“白杨梅”，它个头较大，白里透黄，同时还鲜嫩多汁，甜中带酸，市场反响很好。“白杨梅价格是‘荸荠’的两倍，开发成功对宁波杨梅产业将是一个极大促进。”汪国云说。据悉，近几年我市林特科技人员从传统栽培品种中相继选育出“慈荠”“乌紫杨梅”“夏至红”等杨梅新品种。特别是江北区选育出的大果型良种“慈荠”，果型大，单果重和果径分别达14.25克和3厘米，且肉柱多圆钝少刺。

其次，基本解决了杨梅“大小年”的问题。过去杨梅连续丰产很少超过两年，“大小年”现象曾困扰梅农多年。汪国云说，这是果树生长失衡的表现，不仅会造成树体抗病能力下降，缩短寿命，还会大幅降低杨梅品质，给果农带来损失。如今，经过我市林业部门与省农科院合作开展杨梅优质丰产栽培关键技术研究，杨梅“大小年”的问题基本得到了解决。

再次，延长杨梅保鲜期。杨梅“一日味变，二日色变，三日色味俱变”，远在外地想要尝鲜，只能“望梅兴叹”。宁波市农科院历时5年研发了箱式气调保鲜技术与装备。通过杨梅气调贮运保鲜箱的主被动调气功能，使得箱内气体比例维持在较适宜的范围，结合“风味管理”等保鲜技术，达到抑制呼吸损耗，保持特有风味，延长保鲜期的目的。“这种杨梅气调贮运保鲜箱可使杨梅保鲜期达到21天，好果率高达86.5%。”浙江大学茅林春教授介绍。

最后，依托电商拓展杨梅销售半径。今年我市杨梅互联网电商物流销售如火如荼，势头强健。据不完全统计，仅慈溪市就有近500家农户通过互联网销售杨梅产品。2017年杨梅节期间，慈溪杨梅仅网上销售就占据9.03%的份额。现在，宁波新鲜杨梅24小时内可以送达国内大中城市。随着销售半径的拓展，宁波杨梅已打入阿联酋等中东地区，以及俄罗斯、法国、西班牙、意大利等国家。今年6月7日，余姚杨梅还首次批量进入加拿大市场，甚至吸引了美国客户下单采购。

“随着国家、省无公害基地建设的推进，杨梅保鲜技术的提升，物流成本的下降，相信宁波杨梅会走得更远。”我市林业部门相关负责人信心满满地对记者说。

图①：夏至红杨梅。
图②：水晶杨梅。
图③：新型保鲜盒包装的荸荠种杨梅。

本组图片摄影
徐欣 周超超

图示

宁波早在七千前就有杨梅原种存在。

目前宁波杨梅已有乌种、红种、粉红种、白种品种群系，主栽品种为“荸荠种”。

截至2017年，全市杨梅栽培面积**32.6万亩**，栽培面积占全市果树栽培面积的**1/3**，是我市栽培面积最大的果树种类。

余姚杨梅栽种面积**9万亩**，常年产量**2.8万吨**。

慈溪杨梅栽种面积**8.2万亩**，常年产量**3万余吨**。

余姚市

1995年**余姚市**被中国特产之乡命名组委会命名为**“中国杨梅之乡”**，2004年又被评为**“杨梅原产地”**。

慈溪市

慈溪杨梅则相继荣获过**“地理标志证明商标”“中国果品著名品牌”“中国驰名商标”**等称号。2017年慈溪杨梅品牌价值**11亿元**。

宁波杨梅依托电商拓展杨梅销售半径，新鲜杨梅24小时内可以送达国内大中城市，还成功打入阿联酋等中东地区，以及法国、西班牙、意大利、加拿大等国家。

金雅男 制图

新闻1+1

今年杨梅20日左右陆续下市

本报讯（记者**徐欣**）由于今年杨梅上市时间比往年提早了八九天，因此下市的时间相应也会提前不少，记者从一些梅农处了解到，今年的地产杨梅明起逐渐落市。

“今年我园子里的杨梅成熟时间比往年早了10天左右，因此下市也会早，大概20日左右就要结束了。”慈溪横河一杨梅园负责人告诉记者，下周就只能吃到一些零星的杨梅，质量也没有现在好了。

“由于上个月16日、17日高温影响，杨梅果蒂被灼伤容易落果，加上电商物流订单不断，我的杨梅今年来不及向国外出口了。”慈溪市横河镇杨梅种植大户茅春苗说，随着这几年冷链技术的发展，物流速度的加快，杨梅对外销售情况越来越好。

茅春苗告诉记者，今年他们在温度控制上下了一番工夫，特地使用了分阶梯式的温度控制系统，让温度逐渐降低，减少杨梅的出水，保障了杨梅的品质。今年杨梅寄运速度特别快，他通过顺丰寄到外省只需要2天，苏浙沪地区当天就能寄到。

评说

加快宁波杨梅“走出去”步伐

宁波杨梅具有深厚的历史文化底蕴，其果实圆润、肉质细嫩、汁多味浓、甜中沁酸，一直是宁波人的最爱。每年一到6月份，宁波人就开始翘首以盼杨梅季的到来。而一旦杨梅集中上市，总能见到满大街的人提着杨梅篮回家，一家人围着杨梅大啖。在宁波，杨梅的这种“待遇”，是任何一种水果都无法相比的。

然而，宁波人引以为豪的杨梅，正在遭受外来杨梅的挑战。近几年，因气候原因成熟早的云南、福建等地杨梅，总是抢先一步进入“原产地”的宁波市场，尽管价格高，也并非宁波人喜欢的品种，但对于钟爱杨梅的宁波人还是极具吸引力的，不少人就先一饱口福。等到宁波地产杨梅上市时，部分市民已有了“酸齿”感，市场的“头口水”已被外来杨梅抢去。同时，随着宁波地产杨梅种植面积扩大，产量不断提高，本地市场已难以全部消纳，如果宁波杨梅不加快“走出去”，将会造成梅农丰产不丰收，影响杨梅产业的发展。

地产杨梅要“走出去”，关键是要改善杨梅的品质。这几年，仙居东魁杨梅很受市场欢迎，它除了个头大外，其水分糖度也比同个头的云南、福建等地杨梅要足。宁波杨梅品质基础较好，但要想广为人接受和喜爱，还要不断提升杨梅品质。此外，要寻求保鲜技术上的突破，降低物流成本。前几天，我的一位同事寄了小小一筐杨梅给在上海的原同事，运费就要50元。所以，杨梅再好吃，物流成本下不来，仍会在“深闺”出不去。

杨梅是宁波城市名片，只有“走出去”，这张名片才会更响更亮。（李国民）

中基宁波集团
中国企业500强 | 海关高级认证AA