

文章编号:1003-8701(2012)04-0057-04

# 河北省果品业发展瓶颈问题及对策

张志鹏,马永青

(河北农业大学经济贸易学院,河北保定 071001)

**摘要:**当前河北省果品产业正处于向现代果业转变的关键时期,本文在分析河北省果品业产销现状及存在问题的基础上,提出了提高果品品质、加快产业化发展、加强信息网络建设、加强市场流通体系建设、实施名牌战略等措施。

**关键词:**河北省;果品业;流通体系;名牌

**中图分类号:**F326.13

**文献标识码:**A

## Studies on Bottleneck of Fruit Industry development of Hebei Province and Countermeasures

ZHANG Zhi-peng, MA Yong-qing

(College of Economic and Trade, Hebei Agricultural University, Baoding 071001, China)

**Abstract:** Current fruit industry of Hebei Province is in the crucial period to the transformation of modern fruit industry. On the base of analysis of current status and problems of fruit industry in Hebei Province, measures were proposed, i.e., improving fruit quality, speeding up industrial development, strengthening the construction of information network and circulation system, implementing famous brand strategy and other measures.

**Keywords:** Hebei province; Fruit industry; Circulation system; Brand

果品业是河北省农业三大主导产业之一,果品业对于提高农民收入、优化产业结构、改善生态环境、建设社会主义新农村具有十分重要的意义。为加快果品业发展,河北省人民政府发布了《关于加快建设果品产业强省的意见》提出到2015年,全省果树总面积发展到200万 $\text{hm}^2$ 、果品总产量达200亿 $\text{kg}$ 、果品产业总产值达到1000亿元的目标。

### 1 河北省果品业产销现状

1.1 果树种植面积、产量、出口不断扩大,经济效益显著增加

截至2011年底,河北省果树种植面积157.5万 $\text{hm}^2$ ,位居全国第1位,果品年产量124亿 $\text{kg}$ ,位居全国第2位,全年果品出口量在3亿 $\text{kg}$ 左右,其中

梨、板栗出口占全国首位,苹果、葡萄、梨已进入欧美等高端市场。目前全省共有1400多万农民从事果品生产经营,靠果品业人均收入3000元以上的村已达2000多个,果品收入在果品主产区占农民人均收入的1/3。

#### 1.2 果品树种、产业优化布局初步形成

河北省果树主要栽培树种有梨、苹果、桃、葡萄、枣、板栗、核桃、柿子、杏扁等。其中苹果、梨、葡萄、枣、板栗和核桃栽培规模大,产业化经营程度较高,是河北省果品产业的主要支柱。经过近10年的结构优化与布局调整,已经形成了8个果品经济带。同时按照国际标准,培育和完善了鸭梨、黄冠梨、红富士苹果、京东板栗、红枣、核桃、仁用杏等7大果品外向型商品生产基地。

#### 1.3 栽培技术不断提高

随着人们对果品质量要求的提高,河北省果品生产逐渐由规模数量型开始向质量效益型转变,采用了与新品种相配套先进树体管理技术、花

收稿日期:2012-06-01

基金项目:农业部国家桃产业技术体系研究(CARS-31-3-2)

作者简介:张志鹏(1974-),女,副教授,硕士,主要从事农产品市场研究。

果管理技术、保护地栽培技术、生产标准化、矮化高效无公害栽培技术,果树定位化、定量化、定时化节水节肥等综合栽培技术,大大提高了果品质量。

#### 1.4 果品标准化程度不断提高

全省果品大多实现标准化生产,至2011年,果品标准化生产面积达到126.7万 $\text{hm}^2$ ,占果树种植面积的86.3%。并制订了苹果、梨等果品的栽培和质量标准70多项,这些标准在指导果品生产和流通、提高果品质量、规范果品市场、维护生产销售消费利益中起到了重要作用,目前河北果品做到了果品质量安全事故100%可追溯,果品抽检合格率98.91%,在全国处于领先地位。

#### 1.5 果品产业化经营能力明显增强

在政府部门的大力支持和推动下,果品产业化经营能力明显增强。第一,龙头企业增多,目前,全省规模以上果品企业达到2000多家,如露露、长城、栗源等大、中型果品加工龙头企业,果品贮藏与加工能力有了较大的提高。第二,果农组织化水平增强,果品合作组织已达1300多个,带动农户数达到20%以上。第三,品牌产品增多,创建了天华牌黄冠梨、富岗苹果、华夏冬枣等知名品牌。在知名品牌的带动下,产业的集聚程度进一步加强,全省果品产业化经营率达到50%以上,个别地区已达到85%。

#### 1.6 果品销售网络初步形成

河北省果品生产总量的80%以上是在国内市场销售,现在,河北省已建成各类批发交易市场2600多个,果品专业批发(交易)市场52个,季节性果品市场800多个,经营果品的城市综合批发市场255个,经纪人队伍10万多人。苹果、桃、板栗、红枣等大宗果品,以省外销售较多,约占其总产量的三分之二,在京津市场占有率达45%以上。

## 2 存在问题

### 2.1 优质果率低,精品果少

目前我省果树栽培面积和总产量在全国名列前茅,但优质果率相对较低,农民往往增产不增收。造成优质果率低的原因一是果农素质较低。很多果农依靠以往经验管理果园,如许多枣农仍沿用传统管理方法对果树进行修剪,造成树体高大、内膛光秃、结果部位外移,产量低、品质差。同时由于使用肥料品种、时期、方法不当,造成花少,坐果率低,果实品质差。二是一些果品品种老化,错季

水果、名优特水果种植面积少。如柿子的栽培品种仍主要是涩柿,甜柿虽有引进,但量很小,还没形成大的规模和产量;桃也以老品种居多,而鲜食黄肉桃、优质蟠桃和优质油桃居少。三是新引入的品种缺乏适合本地区的栽培技术,在许多地区,由于缺乏适合品种特点的栽培技术,造成果实品质下降的问题相当普遍。

### 2.2 龙头企业带动能力较弱,果农组织化程度依然较低

虽然河北省全省规模以上的果品企业数量不少,但总体规模小,总资产在千万元以上的果品龙头企业和组织只有80多家,果品龙头企业带动能力弱,直接影响着果品产业化的水平和成效。

目前河北省很多地区还是以户为单位种植,一些乡村无果品生产合作组织,而已建立的合作社往往实力也比较弱,规模小、组织松散,无法实现产业化运作模式。据调查我省只有4.61%的农户的苹果是通过专业协会等农民合作组织进行销售,小农户与大市场的矛盾突出,难以抵御生产风险、销售风险、竞争风险。

### 2.3 采后商品处理与深加工能力弱,果品附加价值低

果实的优良品质在很大程度上取决于采后商品化处理水平,河北省目前只有5条果品产后商品化处理生产线,产后采用商品化处理线处理的果品尚不到总产量的10%,而发达国家水果采摘后要实行预冷、贮藏、洗果、涂蜡、分级和冷藏运输等内容的规范配套的操作流程,产后商品化处理的接近100%;河北省果品加工率仅为18%,且仅9.6%为精深加工制品,特别是苹果、梨等大宗果品精深加工能力更小,与河北省苹果、梨的产量不成比例,发达国家果品加工率超过40%,且80%的为精深加工制品;河北省果品附加值仅为0.4:1,美国果品加工附加值与初级产品的价值之比是3.7:1,日本为2.4:1,附加价值低,严重制约了果品产业整体经济效益的快速提升。

### 2.4 流通环节薄弱,销售渠道少

我省果品流通环节相对薄弱,表现为一是果品流通设施陈旧,储藏条件差。目前我省果品贮藏量仅占总产量的32%,大多果品贮藏仍以地窖等简易设施为主,而气调贮藏仅占总贮藏量的1.5%,绝大部分果品是用土窖和机制冷库贮藏,造成保鲜质量差。二是产地批发市场规模较小、环境简陋、交易手段落后、功能不全,是果品流通中的薄弱环节。三是果品销售渠道少,主要靠经纪人、小

商贩的收购,多数农户没有十分稳定的销售渠道,虽然销售问题不大,但价格容易被压低导致收益降低,四是信息渠道不畅,近年来,我省虽然也建立了一些针对果品产销的信息渠道,如河北果品网、河北果业网、河北信发果品网,但存在着信息更新不及时、缺少有关市场行情预测等问题,而农民由于没有电脑或不知怎样通过电脑、手机等信息平台获得信息,同时也不能准确地对信息进行分析判断,造成了农民种植及销售的盲目性,出现上市时间一致、不知何时出售最佳等问题。

### 2.5 知名品牌少

我省各地企业或合作组织虽为果品注册了不少品牌,但大部分品牌缺乏市场知名度和影响力,造成果品附加值并不高。当前问题主要表现在:一是只注重地域品牌,而企业品牌宣传不够。例如很多人都知黄骅冬枣,但当地的古园品牌人们并不知晓,这样就容易造成以假乱真的现象,不论哪里的冬枣,一律宣传为黄骅冬枣,结果一旦个别水果商出现问题,整个区域的冬枣都会受到牵连。二是获得绿色认证、地理标志的产品少,名牌产品是以高质量为基石的,而有绿色食品标志、地理标志是高品质的证明。三是包装没有细分,造成一等产品,三等包装。而河北很多果品都是只用塑料袋或者瓦楞纸箱简单包装,上面标明产地和品牌名称就什么都没有了,而这样的包装往往让人感觉档次低,和品牌形象不符。

## 3 我省果品发展对策

### 3.1 加大科技服务,提高果品品质

①完善科技服务体系,组建县、乡、村三级科技服务网络,通过提供技术培训、技术指导、技术咨询等服务,提高果农管理水平。②加强良种繁育体系建设,调整果品结构,种植适宜当地特色的名优品种。③要以绿色果品为目标,推广果品无公害生产技术,提高果品质量。④加大科研投入,支持各大院校和农业院所研究解决果树配套栽培技术及与产业发展紧密相关的一些关键技术中存在的问题。

### 3.2 完善扶持政策,加快投资,促进果品产业化发展

为促进果品业的发展,应成立省级果品产业领导小组,制定财政扶持政策,加强果品产业的组织和协调,建立起果农专业合作社、加工企业、运销组织、批发零售市场有机融合的产业链。政府应在龙头企业的金融贷款、项目引进、征用土地、市

场流通等方面给予扶持,鼓励龙头企业更新改造、开发新品种、延长产业链条,尤其是出口型龙头企业要给予优先支持,争取通过果品的外销来拉动我省果品价格的提高。

要引导和加强果农的组织建设,倡导合作社及时注册,使农民从自发型组织向法制型的组织上发展,充分发挥合作组织和果品经纪人在新树种引进、病虫害综合防治、物资供应、储藏加工、销售渠道、权益维护等多方面的作用。

### 3.3 加强信息网络建设,建立价格预警体系

只有果农及时接收信息,才能通过市场引导生产、销售,因此要搭建国家、省、县三级联动的果品种植及销售信息平台,解决信息不对称问题。各地政府应配备专业人员到超市、产地批发市场、销地批发市场、生产基地收集信息,及时向果农提供有关天气、栽培技术、流通、库存、价格及有关的政策信息,建立价格预警体系,引导果农科学种植、适时销售,信息传播渠道可以通过专门网站、广播、手机报、或农村技术员来传递,必要时可以对果农进行信息收集方法的培训。

### 3.4 加强市场流通体系建设,拓宽销售渠道

果品市场的开拓是我省建设果品强省的必经之路,因此要实施市场带动战略,增加我省果品在全国乃至全世界的市场占有率,为果品业的发展提供广阔的市场空间。

#### 3.4.1 多渠道融资,改造果品储藏企业设施,完善产地批发市场建设

多渠道融资,改造果品储藏企业,建设一批气调果品贮藏库,以增加果品的保鲜水平;为果农和外地客商提供良好的交易环境,要通过多元投资的模式,在果品产地建设规范化的现代果品批发市场,提高果品的保险、分级、包装、贮运水平,在市场内要建立果品农药残留检验中心。同时也要逐步改进交易手段,引进拍卖交易、样品交易、期货交易等。

#### 3.4.2 减少流通环节,加大农超对接力度

果品从采摘到销售给消费者,往往需要5到7个环节,每个环节都要有一定的利润,这样就造成消费者的购买价格偏高而果农收入没有增加。而农超对接这种现代流通方式,可以减少中间环节,显著降低成本,建立稳定的产销关系,使消费者、果农、超市三方受益。如高阳天丰农业合作社与家乐福旗下的蔬果茂农超对接中心合作,将果品销往欧洲等国,使农民收入明显提高。因此政府要做好扶持工作,搭建信息、服务平台,保证果品

流通发展的良好外部环境,通过“超市+基地”、“超市+农村合作经济组织”、“超市+龙头企业”等模式来实现农超对接。

### 3.4.3 开拓国内和出口市场

积极参与国家和各省市举办的各种果品鉴评会、展销会,扩大我省果品的知名度。在巩固华北市场的基础上,逐步扩大国内市场,同时也要主动联系国外市场,要支持和鼓励龙头企业、合作社、经纪人在全国各主要果品批发市场设立稳固的直销网点。

### 3.4.4 开通网上销售渠道

果品业可以通过网络实现直销,弥补现实市场在时间和地域上的界限,通过在网上建立自己的网页,展现产品的外观、生产过程,树立企业形象,或在各果品专业网站发布产销信息,改变过去盲目跑市场的情况,以降低成本,提高效益。

## 3.5 实施名牌战略

随着人们生活水平的提高,购买水果的品牌意识也在不断加强,而名牌果品代表着高知名度,容易进入消费者选购范围,因此应实施名牌战略,

在实施名牌战略时要注意:一、在借助地域品牌的基础上,要加强企业品牌的宣传力度,通过参加在京津等地举办的河北果蔬节、各产地举办的赏花花节、采摘节、果品销售大会以及报纸、电视、广播、网络等渠道进行宣传,提高知名度,同时还要对已知名的品牌有保护意识,主动配合工商部门打假,防止假冒产品对知名品牌的损害。二、政府要加大引导和扶持力度,鼓励果农进行“三品一标”的认证。三、果品实行分级包装,对于家庭用可以用简易包装,体现经济实惠,而对于高档礼品水果,要豪华大方,采用透明的礼盒装,在产品外包装上要图片配文字,突出产品品质。

参考文献:

- [1] 贺铁柱,邱军平,田俊兰.河北水果生产发展战略浅析[J].河北果树,2001(1):6-7.
- [2] 周建军.果品营销策略探讨[J].柑橘与亚热带果树信息,2004(10):17-18.
- [3] 河北省农业厅经作处[J].中国果业信息,2009(4):13-14.
- [4] 秦州区果品产业化发展情况调研报告[EB/OL].http://www.qinzhouqu.gov.cn,2007-3-8.
- [5] 河北果品须向“高端”要效益[EB/OL].http://paper.hbjrb.com/,2011-3-23.

(上接第53页)才能生长旺盛,才能为以后的出耳奠定良好的基础。本试验证明,葡萄枝屑含量以40%~60%较为适宜,若超过60%,由于料内通气性下降,对菌丝生长和生殖生长均不利,培养料中养分难以被充分利用。在实际生产中,可根据培养料其它成分的不同作适当调整。

3.4 不同的培养料栽培黑木耳,由于生长过程中其长势及代谢能力的差异,产出的黑木耳营养成分及品质也不同。不同样品,在脂肪、粗纤维及总糖含量方面并没有明显区别;但蛋白含量差异较大,其中N3蛋白质含量达12.37%。比N1高出21.0%,比对照高7.3%。可见,培养料配方各营养成分合理搭配有利于蛋白质的生物合成。

样品N3鲜耳的含水量稍高于其他,推测N3中蛋白质的含量较高,子实体更易与水的结合。

3.5 黑木耳是一种珍稀、味美、保健的食用菌,近年来在本地区发展速度较快,但黑木耳产量高低不等,这与培养料配方等栽培技术有关。本试验研究表明,配方F3为较好的黑木耳培养料配方,可用于生产中栽培。

参考文献:

- [1] 周国华,于国萍.黑木耳多糖降血脂作用的研究[J].现代食品科技,2005,21(1):46-48.
- [2] 夏尔宁,陈琼华.黑木耳多糖的生物活性[J].中国医药大学学报,1989,20(4):227-230.
- [3] 陈士瑜.菇菌生产技术全书[M].北京:中国农业出版社,1999:63-65.
- [4] 孔祥辉,张欣,张介驰.代料栽黑木耳配方筛选试验[J].食用菌,2001(6):19-20.
- [5] 贾蕊,周进才.玉米芯栽培香菇高产配方筛选试验[J].食用菌,2006(4):23-24.
- [6] 陈翠玲.食用菌栽培废料养分含量分析[J].河南农业科学,2002(4):28-29.
- [7] 盖钧镒.试验统计方法[M].北京:中国农业出版社,2000:99-125.
- [8] 冯景刚,张晓燕,王丹.不同培养料配方对白灵菇生长的影响[J].辽宁林业科技,2006(4):16-17.
- [9] 康源春,袁瑞奇,孔维丽,等.五种不同出菇方式对白灵菇产量和品质的影响试验初报[J].中国食用菌,2003,22(1):17-18.
- [10] 李锡香.新鲜果蔬的品质及其分析法[M].北京:中国农业出版社,1994:180-259.
- [11] 邓百万,杨海涛,李志洲,等.红汁乳菇子实体营养成分的测定与分析[J].食用菌学报,2004,11(1):49-51.
- [12] 惠丰立,魏明卉,刘征.黄伞菌子实体营养成分分析[J].食用菌学报,2003,10(4):20-23.