

“养牛是我深思熟虑后的决定。一方面，它能填补农业种植收益周期长的短板，另一方面，还能种植提供有机肥，形成种养互补。”赵文荣说。如今，肉牛养殖已成为公司另一项支柱产业，每年通过幼牛繁育、肉牛销售等，能带来几百万元的收益，助力公司打造可持续的农业综合发展模式。

养牛带来充足的有机肥，不仅使红土地更肥沃，而且让红土地上长出的苹果具备了其他地方苹果没有的特性：微量元素含量高，抗氧化能力强，切开的苹果放置五六天，即便严重脱水也不会变黑，深受市场欢迎。

## 打造品牌惠农户

5月初，走进公司的有机苹果种植基地，乒乓球大小的苹果挂满枝头，地上有不少被疏下的次果。“公司对疏果有严格规定，叶子少于5片的果子都不要，叶片太少会影响果子的营养和口感……果树三分种七分管，当年收成取决于前一年的管理。果树是有生命周期的，管得好生命周期才会长，结出的果子才会好。”赵文荣说。每年，基地仅疏果一项就要投入大量人工成本。为此，基地在专业人员的指导下探索开展人工授粉，让苹果在开花环节就实现优胜劣汰，大大减少人工疏果的投入。

“很多时候，农业的付出和收

益不对等，要想产业发展得好，品牌非常重要，而打造品牌需要建立一套体系化的种植技术标准，比如统一的肥料、植保、生产标准等。”赵文荣说。为此，2019年，赵文荣便注册了“高原鸿”商标，并进行品牌打造。从2020年起，赵文荣在苹果种植基地进行小众气候下的施肥、植保等标准化种植技术体系探索，先后成功申请“红冠”品种等3个发明专利，获得“一种果园灌溉用雨水收集装置”“一种用于山地果树的智能灌溉系统”“一种苹果种植枝干支撑器”等10多项实用新型专利。如今，公司已初步建起一套苹果栽种技术体系，实现果园全智能手机操控滴灌，并与云南省农科院等机构进行品种培育方面的合作。

“我们想探索建立一套适合云南小众气候的种苗、销售和植保标准体系，并把这套体系推广给周边农户，让他们通过这套技术种出更多更好的‘高原鸿’苹果，最终把我们的品牌做大做强，让更多人吃上有机苹果。”赵文荣说。

如今，在公司的带动下，基地所在的松子园村及附近多个乡镇种植“红冠”苹果超过2000亩。每年，公司除了向周边农户提供1.2万余个务工岗位外，还带动近600多户农户发展苹果种植和肉牛养殖产业，助农增收600万余元。

本刊记者 谭宗慧  
通讯员 段伟 刘芷含 / 文图