

### 缺乏品牌带动 产业链不健全

据云南省绿色食品发展中心一位专业人士介绍，柑橘“卖难”的一个主要原因是种植面积和产量增加，导致市场供过于求。2014年以来，水果种植成为很多地区脱贫攻坚、产业结构调整、生态修复的首选，在短短五六年间种植面积大幅增长。2018年以来，多地柑橘集中挂果上市，省内市场迅速饱和。而云南柑橘在国内和国际市场上的销售渠道比较单一，短期内出现“卖难”不可避免。

永胜县部分农民专业合作社理事长均表示，目前市场上不管什么品牌的柑橘，产品卖相、口感大同小异，同质化严重。加之，除了个别名牌产品外，大部分柑橘产品缺乏强有力的品牌效应，客户在市场上的选择范围广泛，普通柑橘市场竞争力比较弱。

此外，目前云南柑橘产品90%以上以销售鲜果为主，除少部分作为工业原料销往四川等地外，由于精深加工发展滞后，导致每年11月到次年1月、2月柑橘鲜果大量集中上市，一旦市场饱和，大量柑橘很可能会烂在田间地头，让种植户遭受损失。

### 优化区域布局 发展精深加工

“‘卖难’问题势必会影响果农的信心和市场供给，必须及时解决。”云南省农村干部学院培训部副主任、云南农业大学教授杨文良认为，应进一步优化柑橘区域布局。从全省来看，种植总面积不宜再扩大，而应通过建设配套设施和拓展销售市场，进一步

做强柑橘种植规模大、经济效益好的地区和优势品种。同时，合理调配效益和规模一般化的地区和品种，及时淘汰效益差、品种老化地区的产品，实现整体产业“去库存”。

同时，积极创新、优化、改良种植和管护技术，通过品种更新、树种更新和新品替代等方式，逐步淘汰效益较差、种植面积较大的大众化品种。依托“一村一品”等政策，积极发展具有错季、杂交等差异化性质的品种，形成“特色品种+错季上市”的发展格局，有效破解同质化竞争问题。

在云南省农科院农产品加工研究所所长李宏看来，应积极完善产业链，特别是补齐精深加工短板。他建议，采取政府扶持、企业主导等办法，通过开展“一企一策”分类指导，围绕精深加工设备购买和升级、人才引进、产品研发、市场拓展、品牌建设等方面，大力扶持一批拥有大规模柑橘种植基地的龙头企业，积极建设一批精深加工厂，将部分鲜果加工为罐头、工业原料等产品。同时，以“企业+合作社”的模式，将企业和种植户结成利益共同体，共同抵御市场风险。

在加工方面，2020年7月，云南出台《支持特色农产品加工和冷链物流建设政策措施》，柑橘行业的中小企业、农民专业合作社、种植大户、县域柑橘主管部门应积极抓住政策机遇，因地制宜建设一大批适于柑橘特性的田间初加工、保鲜小冷库等设备设施，延长上市期，避免集中上市出现产品滞销。

本刊记者 刘宇 / 文图