

需求量或逾百万吨。目前，全球澳洲坚果产量仅休闲食品的需求都无法满足，市场缺口巨大。未来5~10年，云南澳洲坚果将逐渐进入盛果期，产量还会大幅增加，在云南省委、省政府的引领下，云南澳洲坚果产品必将走向更加广阔的市场。

品牌滞后成产业短板

2018年，经农业农村部考察评估，云南澳洲坚果品牌“临沧坚果”，获得国家农产品地理标志登记认证。除“临沧坚果”品牌外，云南还有“云达”“犀美仁”“中澳夏果”等品牌。其中，“中澳夏果”获得2019年云南省绿色食品“十大名果”荣誉称号。

“不难看出，云南澳洲坚果品牌不多，知名品牌更是凤毛麟角，产业品牌体系、品牌效益同种植规模不匹配，品牌市场竞争力不强。”云南省林业调查规划院一位专家认为，一方面，产业各生产环节整体技术不强，而产业规模大、种植基地分散、经营主体多元化，缺乏统一种植标准和规程，规范化经营管理难度大，这导致澳洲坚果产、供、销及市场之间缺乏互利共赢的机制。另一方面，产品长期停留在壳果和果仁粗加工上，出口和国内销售均以粗加工产品为主，导致企业等生产主体打造品牌的意识不强。

受一系列因素的制约，产业品牌建设滞后。从全省层面来看，由于品牌效应不明显，产业乱象频出，出现采季“抢青”、哄抬价格、恶性竞争等不良行为扰乱市场，网络批发、电商零售、本地供应等销售渠道的产品

来源不明，质量参差不齐。

多措并举破解发展难题

云南省绿色食品发展中心有关负责人表示，积极实施品牌重点工程，引导企业强化商标品牌意识，加强对现有品牌的传承和保护，培育区域公用品牌、企业品牌、产品品牌，是推进云南澳洲坚果品牌建设的必由之路。

同时，要积极引导种植企业、合作社、种植户申报绿色、有机基地认证，帮助地方开展地理标志和区域公用品牌的申请、注册登记。到2022年，力争澳洲坚果有机产品认证达到20项，绿色产品认证达40~50项；澳洲坚果有机产品产量达2万吨，绿色产品产量达8万吨；澳洲坚果有机认证主体6~8个，绿色认证主体40~45个。同步强化知识产权保护、品牌发展、质量监督和产品追溯等工作，构建并完善市场品牌竞争机制和体系。

陆斌认为，要打造品牌，应夯实产业发展基础：一是培育扶持生产经营主体，围绕发展需求，探索一批全产业链、集约化的绿色有机重点招商项目；通过兼并、联合、重组、上市等市场手段，组建产业联合体或产业集团，推出一批名优企业。二是通过收集、保存和研究利用，培育一批具有自主知识产权的优良品种，积极推进国家级澳洲坚果优良种质资源库建设。三是推进加工关键技术研究与应用，重点开展澳洲坚果系列产品研发，形成一批拥有自主知识产权的技术成果。

本刊记者 余平/文
通讯员 刘景名/图