

百香果像小龙虾一样走红虽然“赚眼球”，但一哄而上必然遭遇“卖难”，成为“致富果”并非易事

一杯奶茶带火百香果，“网红”离“产业红”有多远

“

因为见效快、行情好，百香果成为不少地方推动产业扶贫的新选项。但业内人士提醒，百香果貌似易种易管，仍需廓清一些认识误区，不管是种植户还是社会资本，都会因盲目跟风和短视行为付出“学费”。如今百香果正处于“爆发期”，但供不应求不是常态，必须通过发展深加工延长产业链，平衡整个产业的供需关系，有了加工保障，就能有效降低种植风险，农民种的果至少不会白烂在田里

图1：武平县返乡创业大学生王秀珍（右）与合作种植的果农一起查看百香果的生长情况。（本报记者郭妍摄）

图2：闽西武平县百香果冷链分拣中心，工人们忙着对百香果进行分拣包装。（王发祥摄）

图3：分拣好的“网红产品”百香果经由冷链分拣中心送往全国各地。（王发祥摄）



本报记者涂洪长、曹祎铭

2015年返乡创业前，47岁的丘春生是个连百草枯都没听说过的农业门外汉。如今，他却在老家闽西长汀县涂坊镇吴坑村租种了50多亩的百香果。

说起3年来在这颗“时髦”水果上的起起落落，丘春生用了一个比喻：“做农业就像开车，新手上路很兴奋，越开越快，只有吃了亏才会慢下来、冷静下来。”

在有着“槟榔芋之乡”美誉的涂坊镇，丘春生种百香果是一场新鲜的试验。2016年行情好，一斤果子的田间价最高达到15元，试种了10来亩的丘春生小赚了一笔；2017年，老丘扩大了种植面积，并带动几个贫困户从银行找来了25万元的扶贫贴息贷款，没想到10月份开始的早霜把20多万斤果子“扣”在了田里。血本无归之后，一度有人劝他“跑路”。

丘春生把自己的农场品牌命名为“客家郎”。秉持客人勤劳、吃苦、不服输的性格，老丘忍痛把在外打工10多年积攒下来的一套房子贱卖了还债，今年继续种百香果。当前正是采果的季节，但让老丘烦恼的是：连种3年之后，百香果出现“忌地现象”，不仅果子产量比往年少，个头也差了许多。

回乡种植百香果3年多，丘春生去过台湾、广西等地四处拜师，但他说自己直到现在还是处于摸索阶段的“小学生”。说到近年越来越热的百香果种植热潮，他意味深长地说：“果园再好看、参观的人再多，都是赚眼球的，赚到真金白银才是硬道理。”

百香果成了小龙虾一样的“网红”

百香果最初走红是从福建、广东等地的奶茶店开始的，年轻人对这种不常见的酸甜口味果汁接受度很高。之后关于百香果解酒、解油腻甚至能减肥等说法开始流行

百香果又名西番莲，属于西番莲科，起源于南美洲，为多年生常绿攀缘木质藤本植物。属热带、亚热带水果，喜光，适应向阳及温暖的气候环境。当年种可当年收，普遍采果期在半年以上。

在福建省水果产业技术体系首席专家施清的记忆中，百香果并不是“横空出世”的水果新品种。早在20世纪90年代，闽南漳州一带就从台湾引种了百香果并小有规模，但因为茎基腐病流行，市场发展不足等问题，这一产业逐渐沉寂。直到这两三年，百香果重新迅速升温，各个产地种植面积扶摇直上。

“百香果最初走红是从福建、广东等地的奶茶店开始的，年轻人对这种不常见的酸甜口味果汁接受度很高。之后关于百香果解酒、解油腻甚至能减肥等说法开始流行，百香果成了像小龙虾一样的网红产品。”弘道经邦策划总监韩杰说。

弘道经邦是一家专注大农业及健康食品领域的品牌策划公司，韩杰调研分析认为，百香果产业的兴旺有两个重要背景：一是以广西和福建为核心的两大省级特色产业的崛起，加之奶茶店等零售业对百香果的深层次宣传，已逐步完成国内消费者对百香果品类的认知教育。

二是消费升级的推力。百香果独特的酸甜口感和当前便利的电商渠道，曾推动天猫单月18万笔的销量；福建通过电商和微信平台交易的百香果接近全省销量的80%，这说明百香果消费需求度高，复购率高，消费基础正在形成。

台湾南投县埔里百香果生产合作社负责人吴记说，台湾百香果种植的历史超过80年，产地集中在南投县埔里镇，约占全台湾9000亩种植面积的八成，本岛鲜果销售常年很旺，迄今成为当地种

植业中收益最为稳定的水果种类。

看好大陆的土地空间和市场潜力，吴记目前在福建的厦门、南平两地都辟有百香果种植基地。他告诉新华每日电讯记者，自己5年前来到大陆时，很多人对百香果一无所知，而现在自己的种苗常常供不应求。

因为见效快、行情好，百香果成为不少地方推动产业扶贫的新选项。广西壮族自治区水果生产技术推广总站办公室主任陆小平介绍，广西在20世纪90年代开始种植百香果，规模非常小，近年来，随着广西各地精准扶贫工作的展开，百香果成了不少地区引进的脱贫产业。截至2017年底，广西百香果种植面积为29.99万亩，产量达24.63万吨，产值约为12亿元。

在“百香果之乡”广西玉林北流市，2017年种植百香果的贫困户人均增收2100元至3360元，全市有19%的贫困户通过种植百香果或入股百香果产业实现了脱贫目标。

福建近年也把百香果列为重点培育的特色农业新产业。2017年，福建百香果种植面积超过15万亩，产量18万吨，产值突破30亿元，同比2016年增长2倍以上。今年各地的种植面积仍有增无减。施清说，福建水热条件好、昼夜温差大，丘陵地貌多，非常适合出产优质的百香果。和其他地方相比，福建百香果的特点可以归纳为“四高一特”，即香气高、颜值高、营养价值高、可食率高、风味独特。2017年9月，福建百香果获得国家农产品地理标志认证，保护范围覆盖福建省。

为扩大福建百香果知名度，福建连续两年举办专场推介活动。省委省政府主要领导现场为福建百香果“代言”，“福山福水出福果”成为流行语。福建同时通过微信公众号、今日头条等网络新媒体开展宣传，提升百香果的网络话题热度。2017年金砖国家领导人厦门会晤期间，福建百香果还摆上了各国领导人的餐桌。

走在闽西龙岩市武平县的乡间道路上，不时可以看到“少养猪多种果，要种就种百香果”的标语。这个曾经为污染所苦的生猪养殖重镇，把百香果作为养殖户转业转产的新出路。伴随生猪养殖的大量减产，当地百香果种植面积从2016年的600多亩发展到2017年的3000多亩，今年突破了1万亩。

亩产1500斤以上的得满分，1001斤至1500斤的扣5分，501斤至1000斤的扣10分，500斤以下的不得分……在武平县民主乡的一片规划为脱贫项目的百香果种植基地里，新华每日电讯记者看到了一块标注详细的种植户考核表。

民主乡副乡长赖宇坦说，百香果种植打理劳动强度不大，收益稳定，很适合一些病残贫困户。当地引入竞争机制，贫困户认领种植片区，由当地农业公司提供技能培训、技术指导、产品回收等帮扶，并对贫困户的日常生产进行量化考核。目前全乡有13户贫困户参与了种植，人均1.3亩，按照1500斤的亩产算，每户每年有6000元至9000元的收益，脱贫并不困难。

政策利好加上市场走俏，百香果激起了社会资本和种植大户的热情。

说起自己投身百香果产业的开始，福建百香果产销联盟理事长梁晓毅用了“误打误撞”四个字来形容。2016年种下第一片百香果时，他只是出于为自身经营的驾校增加绿植考虑，没想到结果后，2元一个的价格，10万斤果很快被驾校学员一抢而空。

梁晓毅由此与百香果结缘，在福州市郊的闽侯租种了130多亩的百香果，如今已发展成为集研发、种植、采摘、销售于一体的生态体验基地。由他任董事长的福建康达森绿农业开发有限公司，2017年被列为“福建百香果产业龙头企业”，迄今该公司在百香果产业上的投入已超过2000万元。

钱。有感于县里的号召，他去年种了23亩百香果，今年扩种到54亩。因为种苗和种植技术过硬，亩产达到5000斤，中大果比例达80%，上市期也比别人提前了10多天，收购价达到每斤8元以上，把之前10多年亏进去的钱都赚回来了。

“百搭果”成“致富果”并非易事

如果只看到眼前的鲜果火爆行情而忽略产业链延伸，市场饱和又要面临“卖难”问题；而目前百香果加工主要以小果、次果原料为主，以果汁、果脯的粗加工为主，以小工厂、小企业为主，不利于整个行业长远健康发展

记者在采访中了解到，百香果市场走俏、产量高涨的背后，形势也并非一片大好。

品种多杂、种苗混乱成为当前百香果种植的一大弊端。吴记介绍，世界上百香果的品种有400多种，但大部分主要作为观赏用，可做商业化种植适应性较好的并不多。台湾在上世纪70年代培育出百香果品种“台农一号”，该品种个头大、甜度高、产量高，到今天，台湾几乎全面种植这一品种。

福建省农业管理部门也把“良种先行”作为基础性工作，筛选认定了适宜福建种植、品质优良、产量稳定、抗性较强的“福建百香果1号”“福建百香果2号”两个品种，作为主推品种在全省推广，种植面积超过10万亩，约占三分之二。

种苗的问题更为突出。据广西贵港市平南县农业管理部门介绍，当地百香果种植面积接近2万亩，但全县只有一家企业拥有种苗生产经营许可证，种苗生产经营不够规范；同时，有些种苗生产基地只是单纯卖苗无技术跟进，农户种植失败的案例较多。

短短几年间，广西北流市百香果种植已发展到4万多亩，但目前种苗80%以上为插枝苗，并多是直接从生产果园剪枝插枝来育苗，不经过杀毒脱毒灭菌程序，因而苗木质量参差不齐。

福建省农业厅种植业管理处处长姚文辉说：“如果种苗质量不解决，病毒苗满天飞，种得越多，病害风险就越大，进而会伤害到整个百香果种植行业。”

福建百香果产销联盟秘书长郭德祥认为，百香果貌似易种易管，目前行情也不错，但从产业良性发展角度来说，一些认识误区亟待廓清，不管是种植户还是社会资本，盲目跟风和短视行为都会付出“学费”和代价。

不顾气候和海拔条件跟风种植导致“只开花不结果”、为了节省成本不愿“一年一种”导致病毒流行、为了丰产搞密植和滥用化肥农药导致果品下降、超常规扩大种植面积导致资金实力跟不上……康达森绿龙岩分公司副总经理曹必勇向记者细数自己见到过的百香果产业“坑”。

曹必勇说，百香果俗称“鸡蛋果”，鸡蛋一样的果形和特性，说明保护它的“金贵”，百香果要成为“摇钱树”和“致富果”并不是轻松的事，涉及种苗、种植、品控、采摘、分拣、物流、销售等多个环节，任何一个环节出问题都可能影响收益。

“不愁没卖，就怕没好货！”曹必勇向记者举了两个例证，一是现在福建百香果平均亩产在2000斤左右，但真正种得好的，亩产可以超过6000斤，种植水平不同，大中果率可能相差一倍；二是从销售来看，如果是好果，一斤10元收15元卖，不愁卖也不愁赚不到钱；如果是次果，一斤3元收4元卖，卖得越多亏得越惨。

福建龙岩莲蜜生态农业发展有限公司是一家专事冷冻百香果汁生产的加工企业，年产果汁300万吨，消耗百香果原材料1000吨，公司负责人郑振江说，目前百香果处于“爆发期”，但从长远来看，供不应求不是常态，必须通过发展深加工延

长产业链，平衡整个产业的供需关系，有了加工保障，就能有效降低种植风险，农民种的果至少不会白烂在田里。

据了解，目前福建龙岩市百香果种植面积接近7万亩，但加工企业只有5家，且规模都偏小；广西平南县百香果年产量约6000吨，但基本上没有深加工。

一些业内人士表示，如果只看到眼前的鲜果火爆行情而忽略产业链延伸，市场饱和又要面临“卖难”问题；而目前百香果加工主要以小果、次果原料为主，以果汁、果脯的粗加工为主，以小工厂、小企业为主，不利于整个行业长远健康发展。

梁晓毅认为，百香果是名副其实的“百搭果”，除了果汁和果脯加工，还能做成果醋、果酒、果酱，还可以和牛奶、饮料、蛋糕、面包、巧克力等搭配，目前已经有相关产品上市，下一步要做的是完善加工工艺，做大规模和品牌。如果发展得好，百香果深加工将是一片“蓝海”，完全可以在市场上打造出百香果类的“爆款”产品。

梁晓毅说，现在百香果产业属于“脸很大、腿不快”的阶段，名声在外，市场受宠，需求量大，但优质产能供应不足，各地果品质量良莠不齐，价格相差很大，种植规范和品质标准有待加强。

北流市一位多年从事百香果销售的电商负责人吴萍告诉记者，她们网店通过自有种植基地和与周边村民进行合作，全年都可以销售百香果，但是目前电商竞争非常激烈，互打价格战的情况时有发生，这就造成电商收益下降，进而影响到农民的利益。

吴萍表示，由于电商销售的百香果品质不一，当地行业内缺乏统一的质量评级标准，造成百香果销售市场鱼龙混杂，长此以往必然影响外地消费者的消费体验，进而也会影响到广西百香果的整体声誉。

韩杰认为，在当前“南果北输”的趋势和年轻群体消费升级的背景下，百香果的市场空间还有很大潜力。比如，目前在上海、杭州等水果消费主力市场上，百香果的知名度和销售占比并不高。同时随着产量上升，百香果在产地、品牌和营销渠道上的竞争会越来越激烈，3到5年会出现较为明显的口碑和市场分化。

如何避免“一路货”“一阵风”覆辙

过去发展农业有个误区，就是不顾客观条件一味强调“做大做强”。特色农业要在“特”字上下功夫，不要盲目扩张面积和产量，而要“少而精”“精而强”，靠品质和特色取胜

交了3年的“学费”，丘春生通过百香果对现代农业有了全新的认识：“以前觉得年轻人搞农业很酷，现在觉得真是苦；以前觉得种植技术可以学，现在发现土地才是最好的老师。”

“推进乡村产业振兴，政府要引导、扶持，但不能包打天下、包治百病。”福建省农业厅副厅长陈明旺说，福建农业管理部门对百香果种植不做计划、不下指标，每年1000万元的专项扶持资金，都用于当前最急需的标准化种植示范和种苗基地建设上，起到“酵母”而不是“胡椒粉”的作用。各地种多少、怎么卖、如何扩大收益，政府不过多干预，让企业去市场上冲锋陷阵，带动整个产业火起来、活起来。

“特色农业是天时地利人和在农业生产上的综合反映。不可替代和复制是其重要特征之一。”中国农业大学教授朱启臻说，过去发展农业有个误区，就是不顾客观条件一味强调“做大做强”，盲目复制，结果产量上去了，品质下来了，导致产品过剩、环境超载、谷贱伤农等惨痛教训。

朱启臻认为，特色农业要在“特”字上下功夫，不是要盲目扩张面积和产量，而是要“少而精”“精而强”，靠品质和特色取胜。具体到百香果产业，各产地要突出自己的环境特色、物种资源特色和气候特色，不要重蹈“一路货”“一阵风”的覆辙。

福建百香果产业发展在2017年出现了两个标志性事件：一是把全省范围纳入国家农产品地理标志保护；二是成立了由龙头企业引领的福建百香果产销联盟。

郭德祥说，这两个事件体现了福建百香果产业转型升级的迫切和努力，即改善小农经济模式下的技术与信息封闭，捏合种苗、种植、销售、加工、推介等各方力量，促进一二三产业融合发展，把产地优势变成市场优势、品牌优势。

据介绍，福建百香果产销联盟把全省主要的百香果企业、种植大户都联结在了一起，形成了“产销联盟+公司+协会+农户”的发展格局，共享产品品质管理、专家服务体系、品牌文化建设、互联网电商数据舆情等，实现“抱团发展”。

“抱团”大了福建百香果产地的话语权，也赢得了电商巨头的关注。今年6月，福建百香果产销联盟与阿里巴巴达成战略合作，着重打造“长汀县百香果精准扶贫项目”和“武平百香果出海项目”，其中阿里巴巴支持革命老区县长汀百香果产业10亿元的“现金+流量”；武平百香果出海项目计划投资2150万元，新增产量5000吨，拓展福建百香果的海外市场。

“不管是贫困户、种植大户还是农业公司，最终都要实现有钱赚。”曹必勇说，从福建百香果目前发展阶段看，得益于政策、行业、金融等方面的扶持以及上升行情，小户种植的收益比较平稳；有技术的种植大户收益可观；而龙头企业则在收储、设备、管理、运营等各方面需要大资金投入，还需要“苦撑”一段时间。

受访的一些专家和业内人士认为，类似百香果这样的新兴农业产业要实现长期健康发展，一个关键因素是要理顺小户、大户、小企业、大企业之间的利益分配机制，各方占有的资源和优势不同，获益预期也不同，比如说掌握产量和渠道优势的企业对果农实行“保护价”、适当让利，有助于保护果农积极性和整个产业做优做强，长远来看是互利共赢的关系。

“一个产业要做起来，关键还是要靠人、靠人才。”郭德祥说，可喜的是目前越来越多年轻人投身百香果产业，比如武平黄金百香果协会会员的平均年龄只有35岁，很多是有大学学历的新型职业农民，对现代农业生产技术和“互联网+农业”趋势适应性较强，有利于产业带动和提升。

“85后”的武平姑娘王秀珍是当地百香果协会的负责人，大学毕业后在北京、福州等地闯荡多年，2013年返乡创业。她说自己对百香果是“全情投入”：每年有一半的时间往乡下和田间地头跑；每天都要在20多个百香果微信群里浏览信息并忙着网上接单。

“我们武平森林覆盖率接近80%，百香果是泡着氧吧长大的，品质非常好，价格、销路都不成问题。”王秀珍说，她现在的公司百香果的年销售额已突破百万元，同时结对帮扶了10多名贫困种植户。



扫描二维码 关注新华每日电讯