

从“贵族果”到“亲民果”——

看青岛蓝莓如何打造国产水果竞争力

郝凌峰

四月的山东青岛西海岸新区,万亩蓝莓园迎来丰收。曾经动辄100多元一斤的“贵族水果”,如今在电商平台只需9.9元就能买到一盒。当越来越多消费者发现“实现蓝莓自由”不再是梦时,这颗紫蓝色浆果的价格变迁,正悄然折射出青岛培育国产水果竞争力的深层逻辑——从技术创新打破生产瓶颈,到全产业链重塑价值体系,青岛用25年时间,让小蓝莓成为农业高质量发展的致富果。

科技赋能
从“经验种田”到“智慧种田”

在宝山镇森茂常源生态农业的智能大棚里,颠覆传统的种植场景令人惊叹:蓝莓树不是扎根泥土,而是生长在装满基质的栽培盆中,细密的滴灌管道如网络般延伸,每株蓝莓的根系都享受着精准配比的营养液。“这套水肥一体化设施就像给蓝莓提供了‘定制餐’。”公司负责人指着智能灌溉系统介绍,根据营养液参数设定,不同生长时期智能灌溉系统会进行不同配方的水肥供给,“相比传统地栽,亩产提高20%以上,人工成本下降50%以上,上市期还能提前40天。”

这种被称为“基质栽培水肥一体化”的栽培模式,正是青岛破解蓝莓种植“土壤难题”的关键一步。作为全国最早规模化种植蓝莓的区域,西海岸新区曾因土壤酸度不够、有机质不足,面临苗木成活率低、产量不稳定等难题。青岛市农技推广中心副主任李松坚回忆,2010年前进口蓝莓占据高端市场,地头价每斤超过80元。“传统地栽首先需要土壤改良,改良技术全凭个人经验,技术不到位会影响蓝莓生长。灌溉浇水也会影响土壤pH值和透气性,需要定期对土壤调酸。什么时候调酸、如何调酸也凭个人经验,导致蓝莓生产费时费力,产量不稳定,价格自然居高不下。”

转机出现在2019年,基质栽培作为一种新型栽培模式开始在蓝莓等作物上进行示范推广。西海岸新区森茂常源蓝莓基地率先试点,通过草炭土、椰糠、珍珠岩等材料的精准配比,配合智能水肥一体化设备,不仅解决了土壤改良难题,还让蓝莓单果重从1.5克提升至2.5克,糖度稳定在12度以上。据测算,“基质栽培水肥一



培养瓶里,嫩绿色的蓝莓苗正茁壮生长。

体化”模式每亩投入约5万元,通过智能化管理,除基础设施外,2年即可收回成本,且亩产效益比传统种植高40%。更重要的是,这种“数据种田”模式实现了标准化复制——青岛市农业技术推广中心推介的蓝莓种植基地分布图显示,全市共有24家规模化基地已推广应用基质栽培水肥一体化技术,为价格亲民化奠定了基础。

品种突围
从“盲目引种”到“自主引繁”

早期青岛引进的“蓝丰”“公爵”等品种,存在树体老化、成熟期集中等现象。那时青岛蓝莓主栽品种的选择只能跟着国外蓝莓种业公司的节奏走,引进的品种到了青岛容易“水土不服”。打破僵局的关键在于构建蓝莓品种引繁体系。青岛蓝莓科技小院,联合辽宁果树研究所、大连大学等2家科研单位,建立起“引进—选育—推广”全链条选种机制。在科技小院的品种试验园,15个新引进品种正在进行区域性测试,科研人员通过连续两年观测耐寒性、丰产性等18项指标,筛选出适合青岛气候的“黄金品种”。

在张家楼街道的青岛优芮农业科技公司组培中心,无菌操作台上的培养瓶里,嫩绿色的蓝莓苗正茁壮生长。技术人员小心翼翼地向外植体接入培养基,组培育苗保证了蓝莓种苗的品质。“我们每年培育2000万株脱毒种苗,市场覆盖全国30%的蓝莓产区。”公司李经理拿着一瓶组培苗介绍,“根据客户需要,我们可以订单式开展品种繁育,保障不同品种用苗需求。”

品种引繁体系的成熟带来的是产业结构的重塑。如今青岛蓝莓形成早中晚熟品种搭配的格局:1月下旬,设施栽培的“优瑞

卡”率先上市,填补北方市场空白;5月露地栽培的“公爵”接棒,凭借超高性价比抢占中高端市场;6月晚熟品种“莱格西”压轴,以高硬度、长货架期满足深加工需求。在电商平台,9.9元一盒的亲民装多为露地中熟果,而精品礼盒装则选用设施栽培的早熟品种,价格体系层次分明,产业抗风险能力显著增强。

链条延伸
从“季抛果”到“全年销”

走进紫斐农业科技的生产车间,全自动无菌灌装线正以每分钟200瓶的速度运转,深紫色的蓝莓果汁在灯光下晶莹剔透。“我们的‘莓日饮’NFC果汁去年在天猫创下单品月销10万单的纪录,复购率超过40%。”公司负责人辛经理指着生产线介绍,除了果汁,他们还开发出蓝莓果酒、白兰地、花青素提取物等20余种深加工产品,其中高端蓝莓白兰地售价超过500元一瓶,附加值较鲜果提升10倍以上。

这种从“卖鲜果”到“造产业”的转变,正是青岛破解“增产不增收”难题的关键一招。早年蓝莓价格高企时,农户习惯“一采了之”,80%的鲜果以初级产品形式出售,商品价值较低。2018年市场波动中,曾出现地头价暴跌30%的情况,延伸链条的重要性愈发凸显。西海岸新区农业农村局局长王卫青介绍,全区如今已培育16家规模加工企业,年加工能力达5万吨,“鲜果、冻果、果汁、果干、保健品等多元产品矩阵,让蓝莓从‘季抛果’变成‘全年销’,有效平抑了市场价格波动。”

在宝山镇的“金苑果仓”电商直播基地,每天都有主播对着镜头推介蓝莓衍生产品:冻干蓝莓脆片、蓝莓蜂蜜、蓝莓面膜……屏幕下方的购物车不断弹出订单。这种“电

商+文旅+研学”的融合模式,正是青岛打造的“蓝链三棱镜”共富样板。通过组建蓝莓协会,50余家企业实现品牌共建,统一使用“黄岛蓝莓”地理标志,线上开设官方旗舰店,线下开发蓝莓主题采摘游、科普研学线路,年接待游客超50万人次,拉动消费3亿元。“以前游客来了只能摘果子,现在可以参观智能大棚、体验果酒酿造,人均消费从100元提升到300元。”宝山镇相关负责人在签约仪式上介绍,这种三产融合模式让村集体年均增收30万元,户均年增收1.2万元。

产业升级的背后,是组织化程度的提升。青岛西海岸新区成立蓝莓协会,制定涵盖种植、加工、销售的12项团体标准,建立质量追溯体系,确保每盒蓝莓都有“身份证”。在优芮农业的种苗基地,每株种苗都带有二维码,扫码即可查看品种特性、培育过程和种植建议,从源头把控品质。这种标准化建设让青岛蓝莓在降价的同时保持口碑,近三年“黄岛蓝莓”品牌价值增长20%,入选“好品山东”品牌体系,实现“低价不低质”的良性循环。

从田头到餐桌,从鲜果到全产业链,青岛蓝莓的价格“亲民化”之路,本质上是产业竞争力的全面进阶。当科技让种植更智慧,品种让产品更多元,链条让价值更丰厚,这颗曾经的“贵族果”终于褪去光环,以更接地气的姿态走进千家万户。正如李松坚所言:“让老百姓吃得起、吃得好,才是国产水果竞争力的终极目标。”在青岛的探索中,我们看到的不仅是一颗蓝莓的价格变迁,更是中国农业从“跟跑”到“领跑”的生动实践——用科技筑牢根基,用创新激活潜力,用融合拓展空间,这或许就是国产水果走向世界的“青岛密码”。

据《农民日报》

