

丹东草莓为何红遍全国

本报记者 黄宝锋 蔡晓华

引子

它是水果界中的“网红”，它是直播间里的爆款，它是馈赠亲友的佳品。如今，丹东草莓真的火了，火到了“坐”飞机飞上消费者的餐桌，火到了品牌名声家喻户晓，火到了直播间里手慢都抢不到。应季时，不吃上一颗丹东草莓，都觉得是对这个季节的亏欠。

6月的丹东，草莓之香尚未散去。在东港市十字街镇赤榆村圣野浆果专业合作社草莓大棚，工人们正在进行土壤消毒、制肥以及育苗定植等前期工作。“今年受疫情影响，草莓产值稍逊去年，不过温室草莓一亩地毛收入也在六七万元左右，也算收入不菲了。”合作社负责人马廷东说。

万物生长，周而复始，生生不息。眼下，很多莓农已经开始着手准备新一轮草莓生产。8月，今年的第一批草莓苗将定植入棚。10月下旬，新一茬丹东“九九”草莓就会出现在市场上，一颗颗令人垂涎欲滴的草莓将满足那些等待已久的消费者们的口腹之欲。

黄海北岸缘何“莓”香扑鼻？丹东草莓为何红遍全国？跟着本报记者一探究竟。



椅圈镇吴家村农民在大棚里采摘草莓鲜果。



十字街镇赤榆村农民正在对棚栽草莓苗进行修剪作业。

本版照片由本报记者蔡晓华摄



辽洽会上，草莓成为丹东市最亮眼的名片。



圣野浆果合作社社员正在对草莓进行分级称重。

智慧物流 让丹东草莓抢得“鲜”机

2022年1月1日，迎着新年的第一缕阳光，中国邮政航空B737-400飞机飞抵辽宁丹东浪头国际机场，南京——丹东——南京货运包机直航业务正式启动，以草莓为主的丹东名特优产品搭乘邮航飞机飞向消费者餐桌。

在丹东，草莓坐飞机不是新鲜事。此次中国邮政航空开通的货运新航线看重的正是丹东草莓、蓝莓等特色农产品的市场口碑。

作为一种“娇贵”水果，草莓保质期短、运损大，对物流体系的要求非常高。

早在2019年，顺丰快递就在东港市推出了草莓寄递行业解决方案，从产地采包、物流配送、产销对接等方面对东港草莓寄递进行革新升级。

同年，京东快递也发布了京东物流丹东草莓供应链解决方案，为草莓提供了“商流+物流”全方位运输方案和厂直优品计划，融合线上线下优势，彻底解决运输途中温差变化、碰撞等造成草莓破损的问题。

这些物流巨头纷至沓来，足见丹东草莓的市场影响力。而从产地采包、物流配送、产销对接等方面对草莓“出行”革新升级，让丹东草莓“飞”得更远、更好。

“大鹏一日同风起，扶摇直上九万里。”丹东草莓之所以能够被人高看一眼，从而“飞”得远、“飞”得好，绝非偶然，这其中，政府给予了大力支持。近年来，丹东先后出台《关于加快丹东市电子商务发展的实施意见》《关于鼓励大众创业支持小微企业加快发展实施意见》等相应的扶持政策，对农村电子商务基础设施建设、农村电商人才培养、涉农电子商务企业注册等多方面提供了诸多支持与便利。同时，丹东还不断加快建设农村社区综合服务中心网络体系，打造农村社区综合服务中心（村级服务站），解决了农村电商由乡镇到村“最后一公里”的瓶颈问题。

产地采包、物流配送、产销对接，借助“互联网+”，丹东草莓微商、电商如雨后春笋般迅速崛起，通过“航空+高铁+陆运”组合拳实现鲜果保时、保鲜送达。如今，全国绝大多数地区实现了72小时内送达。



主播在草莓大棚里直播卖货。

知识帖

“水果皇后”——草莓

草莓又叫红莓、洋莓等，是对蔷薇科草莓属植物的统称。草莓外观近似心形，鲜美红嫩，香气浓郁，果肉酸甜多汁，色、香、味俱佳且营养价值丰富，是名副其实的“水果皇后”。

丹东地区属辽东山地丘陵的一部分，是长白山脉向西南延伸的余脉，有丰富的水资源，气候湿润，降水充沛，光照有余，适合草莓生长。丹东草莓果实呈圆锥形或长圆锥形、椭圆形等，外形美观、色泽亮丽，芳香浓郁，酸甜适口。如今，丹东市已经成为我国草莓生产和出口的重要基地。

智能管护 “从田间到消费终端”全程可控

“拿起手机扫描大棚里的二维码，棚内草莓从种植、施肥、用药，到采摘、出售，都有监控、记录，草莓的质量全程可控。”在圣野浆果专业合作社，理事长马廷东介绍。近几年，他带领合作社社员们先后配套建设了物联网、农业环境智能监测控制等系统以及农产品质量追溯、新品种新技术试验推广等体系，按照出口农产品和绿色农产品质量标准生产要求，对合作社社员进行“统一管理”，实现草莓“从田间到消费终端”全程可控。

种得好，管得好，才能保证品质好，这是丹东草莓的核心竞争力。

为了推动草莓走上品牌化发展之路，东港市按照企业为龙头、基地为依托、标准为核心、品牌为引领、市场为导向的“五位一体”模式，积极发展绿色草莓产业。先后制定了辽宁省地方标准《草莓脱毒种苗生产技术规程》《绿色草莓生产技术规程》等，草莓生产以合作社为单位实行统一育苗、统一技术、统一监测、统一包装、统一销售策略，形成了生产、加工、销售一条龙的紧密而完整的产业化链条。2019年，丹东又制定了全国团体标准《东港草莓质量等级标准》，进一步规范了鲜果销售市场。对凡是进入市场销售的鲜果草莓，必须按照相关标准生产和销售，否则不予纳入平台统一管理。同时，他们还整合农业、粮食、水产检测机构组建市农产品质量检测检验中心，乡镇成立农产品质量安全监管站，构建起县乡村四级联动监管格局。建设农产品质量安全监管平台，将取得“两品一标”认证的生产经营主体和农药经营单位全部纳入平台管理，实现农产品质量全程可追溯，通过在线监控、随机抽查、政府通报等形式实行草莓生产全过程质量监管、安全追溯、风险预警，确保草莓质量安全。

东港模式为丹东全市草莓产业发展树立了样板。丹东各地不断加强草莓生产质量监管，进一步规范鲜果销售市场，严格执行相关生产和销售标准；定期开展草莓行业从业者技术培训，组织行业专家对草莓生产进行技术指导，提升从业者生产技术水平；搞好文化宣传，唱好经济戏，不断深化和拓展“丹东草莓”内涵，进一步推进农业与文化、旅游的深度融合，扩大在国际国内市场上的知名度和影响力，全力打造和推介丹东草莓这块“金字招牌”……

今年1月9日，安慕希AMX丹东草莓新品发布会暨2022年东北·丹东第一届草莓酸奶节盛大启幕，安慕希AMX丹东草莓新品首发上市，伊利集团与丹东草莓展开深度合作，丹东草莓的产业链条得以再次拓展。

“作为全国草莓主产区，这些年来，丹东在产业发展上通过采用先进的种植技术，成熟的合作社模式和新电商直连消费者等一系列创新举措，不断优化草莓产业链条，实现一二三产深度融合，草莓产业一直朝着生产标准化、经营品牌化、质量可追溯、绿色全覆盖的全产业链条一体化加速发展。”辽宁草莓研究院副院长刁玉峰如是说。

产业链的延伸、价值链的提升，品牌影响力的扩大，让丹东草莓成了丹东市的一张绿色名片，一块金字招牌，越来越多的农户共享发展成果。如今，丹东草莓已成为全国农产品地理标志产品，全市草莓生产面积达到20万亩以上，年产量23.3万吨，分别占全国草莓种植面积和产量的6%、13%，总产值达46亿元。有7万农户、2000多名经纪人以及百余家企业从事草莓种植、加工和商贸流通。产品出口欧洲、亚洲等多个国家，深加工产品出口额占全国90%以上，每年加工草莓制品近4万吨，出口创汇3500万美元。在带动农民脱贫致富的同时，秸秆生物反应堆等农业新技术还促进了城市的绿色发展。仅在东港一地，秸秆综合利用利用率就达到90%以上，空气质量达标率达到99.7%。



更多精彩
扫码观看

科技为先 品牌价值突破77.5亿元

丹东市草莓栽培历史悠久，已有百余年时间。得益于地处北纬40°的国际公认优质水果区域带的先天优势，肥沃的土壤、充沛的降水，及恰到好处的昼夜温差，成就了丹东草莓色香味俱全、口感极佳的特点，这也是其能够“飞”向全国，并深受国内外消费者欢迎的根本所在。

“好水果是种出来的，它的背后离不开科技的支撑。”辽宁草莓研究院副院长刁玉峰说。

在丹东流行着这样一句话——全国草莓看丹东，丹东草莓看东港。以东港市为例，作为“中国草莓第一县”，东港在上世纪90年代初，就成立了东港市草莓研究所，专门从事草莓技术研究工作。2013年在财力紧张的情况下，东港市积极筹措资金2000万元，将研究所升级为辽宁草莓科技研究院，成为草莓科学种植、技术推广、种苗生产及草莓保鲜包装技术研发为一体的草莓专业研发机构。

这些年来，研究院建立的草莓种质脱毒组培中心，年生产优质脱毒原种苗10万株，经扩繁可满足上万亩设施生产用苗。建立占地近10亩的草莓种质资源圃，收集国内外近170个

草莓品种资源，成功培育出“丹莓1号”“丹莓2号”草莓新品种，引进、试验并大面积推广了20余个国内外新优品种及推广30余项先进生产技术，资源圃按照国际标准化建设，全程智能化管理，为品种选育、技术研发等提供了技术支撑。

2013年，东港市又成立了草莓专家工作站。依托工作站，7位专家定期前来开展草莓科研与技术指导工作，来自日本、美国、意大利、加拿大等国的草莓专家也常受邀前来讲学交流。

引进来的同时，还坚持走出去。2017年，东港市政府组织科技人员、草莓种植大户以及育苗企业代表赴日本考察学习，并成功引入日本先进的草莓立体栽培槽装置及根茎加热技术，现已在草莓研究院科研基地成功转化。2018年7月，东港市牵头联合了国内18家大专院校、科研院所及骨干企业，共同成立了辽宁草莓产业技术创新战略联盟，加强技术合作、加快科技成果转化推广。东港草莓连续多年被评为全国最具影响力和最受消费者欢迎的农产品区域公用品牌，品牌价值突破77.5亿元。

技术上的走出去和引进来，为丹东草莓的高效发展提供了强大支撑，产品精品化水平进一步提升。与此同时，丹东坚持走产业化发展之路，出台优惠政策，对从事草莓精深加工的“龙头”企业，不仅在土地出让、行政收费、税收扶持等方面予以大力支持，而且还优先考虑申报上级“龙头”企业，积极争取上级资金支持，并协调金融部门，为企业解决资金难题，不断壮大企业规模和提升市场影响力。他们先后重点扶持起广天食品、永明食品、东大食品等一批草莓深加工企业，形成了以广天食品、苑丰食品为主的加工产业集群，精深加工产品达16个系列30多个品种，包括草莓罐头、草莓酒、草莓酱、草莓雪糕、草莓铜锣烧、草莓饮料及冻品颗粒等。

经过多年经营，丹东草莓设施建设规模逐步由零星分散向集中连片发展，种植结构由过去一家一户为主向专业化、特色化、集约化转变。以新型经营主体为单位，草莓生产实行统一育苗、统一技术、统一监测、统一包装、统一销售策略，构建起了“公司+基地+农户”“企业+农户+基地”“专业合作组织+农户+基地”的生产模式。

观与思

久久为功 方能成功

蔡晓华

“接棒百年产业，跨入百亿产值”，这是丹东市提出的草莓产业发展新目标。对产业的执着，对发展的理性，对求成的稳健，可视为丹东草莓香飘全国的秘诀。

草莓从产地到餐桌所要走的路远比想象中复杂。在相当长的时间里，丹东草莓种植仅限于露地生产，直到上个世纪90年代，当地农民才开始尝试日光温室和早春大棚。彼时，草莓鲜果于每年春节前后上市。近年来，通过采用预冷促花等办法，使草莓提前开花结果。技术上的不断突破，大幅度提升了草莓的销售时长。目前，最早的鲜果

在10月下旬就可以上市了。

丹东对草莓产业的执着不仅限于技术上的创新。产品结构上，过去丹东农民栽植的草莓品种很多，有“章姬”“红颜”“甜查理”等。在生产实践中，通过品种对比试验和区域生产示范以及市场反馈，草莓品种逐渐由百花齐放到一枝独秀，种植户大部分种植“红颜”（即“九九”）；经营模式由过去的一家一户到现在大家抱团联手合作经营；销售上也从坐在家等小贩上门收购，最远只能卖到沈阳、大连等省内城市，到如今利用互联网，搭上电商快车，可以直接端上各地消

费者的餐桌，红遍全国。

久久为功，才能成功。看丹东草莓的历史沿革及今昔之变，的确让人感叹。雄厚的产业基础，形成的强健供应链，立足市场的商品口碑……所有这些都得益于丹东立足资源优势打造特色农业全产业链的尝试，又得益于他们目光长远、不求毕其功于一役的坚持，还得益于他们以科技为本追求创新的勇气，看似动作不大，却胜在步步稳健。想打造长期而有效的富民产业，唯有久久为功的定力，持之以恒的决心，勇于探索的精神和勇毅笃行的行动，才能收获满意的成果。