

采摘与亲子游结合 市场前景广阔

深财坊

辽沈财经工作室

丹东草莓价格从春节前的每斤六七十元调整至目前的二三十元,有水果超市的零售价格甚至降到了20元以下。

每斤仅二三十元,很容易被市民接受的价格,喜欢外出采摘郊游的朋友们可以活动起来了。周末到郊外看河开雁来,到草莓大棚里体验春暖果香,亲手摘下硕大的草莓,感受幸福和甜美。

草莓采摘与家庭亲子游相结合,具有较大的市场前景,有多位采摘园负责人表示,采摘销售额占到总收入的两成左右。



消费者在大棚里采摘草莓。



受访者供图

丹东草莓相关企业位居全国城市排行榜第一

企查查数据显示,我国现存草莓相关企业达2.8万家。近年来,随着草莓品种的不断优化,种植面积有了较大提升,产量也大幅提高,草莓相关企业注册量整体呈上涨趋势。2019年开始,全国每年新增草莓相关企业都超过2500家,其中2020、2022、2023年,新增企业均超过3000家,2023年新增达到了3871家。辽宁2023年新增1024家。

从地域上看,安徽省拥有草莓相关企业最多,达4360家,排在第二位的便是辽宁省,达3800家,山东省以3105家位列第三,云南省以2978家位列第四。

安徽是草莓大省,拥有的草莓相关企业最多,但主要集中在阜阳与合肥两座城市,阜阳有1226家,合肥有1193家,仅两个城市的草莓相关企业数量就占到了全省的一半。

山东省草莓相关企业主要集中在青岛、临沂和济南,数量分别为817家、497家、387家。云南省的草莓相关企业更为集中,曲靖一家独大,拥有1792家。江苏省的草莓近些年发展也不错,连云港和徐州的草莓相关企业分别达到了680家、464家。

企查查数据显示,辽宁省拥有草莓相关企业的数量虽然在全国排第二,但丹东却以2390家草莓相关企业在城市排行榜中位列第一。其下辖的东港市就有1557家,凤城也有667家。

辽宁省内本溪和大连拥有草莓相关企业也较多,分别达到了542家和335家,沈阳有118家。



辽沈晚报记者金国建
资深报道专家,绝对值得信赖

草莓价格回落 采摘正当时

刚刚过去的这个周末,沈阳的张先生一家三口开车到新民一家草莓采摘园进行采摘,这已经是他连续三年到乡下采摘了,他认为,主要是体验采摘时的那种感觉,果形优越、香气浓郁的草莓稳稳地放在篮子,那时幸福感比直接网购好太多了。

张先生发现,春节过后水果超市的草莓价格快速调整,由节前的六七十元每斤降到不到二十元,“有的甚至降到了15元,我觉得是时候到外边采摘了,一来可以活动一下身体,晒晒太阳,还可以把自己采的草莓带回来,给双方老人品尝,这是最新鲜的!”

惊蛰时节,气温会明显回升,这时日光温暖,户外空气弥漫着春天的气息,赶上阳光充足的周末,出来到郊外晒太阳,近郊的草莓大棚采摘是最适合不过了。采摘园内看农民自由的田园生活,走进温室大棚,亲手摘下大如鸡蛋的草莓,尝上一口,果肉清新,顿感甜蜜可口,惬意又新鲜,早把都市的烦恼丢到了九霄云外,开心极了。

其实玩得最开心的还是孩子,束缚了一冬天,到户外撒欢别提有多兴奋了,品尝美味的同时又开阔了视野,丰富了知识,体验到了田间的辛苦和幸福。

大棚里面温度高,真的如春天一样。采摘园前停满了车,种植户忙得不可开交,种植户与客人打招呼的空闲都没有。张先生称,参与采摘的基本都是孩子与家长,“给孩子一个快乐的童年,用手机记录下他成长的每一个阶段,童年就像草莓一样,新鲜却短暂”。

张先生采摘的草莓装满了四个箱子,赶回市内就立即给亲人送过去,“已经养成习惯了,虽然跑了几十公里,但挺放松,明年还会去采摘”。

采摘销售额占到总收入的两成左右

刘日月开了一个名为“村里的大刘”抖音账号,不定期地上传关于种植草莓的视频。他种植草莓已经三年了,现在正是忙碌的时节,没有时间对视频进行精细剪辑和策划,纯原生态,“每一颗草莓吃到嘴里,甜到心里,但种植户的苦不是普通人所能承受的”。

刘日月通过电商平台对外销售草莓是每斤20元,每天都要忙着打包寄快递。较往年来说,价格下降的速度有些超出预期,往年春节前都是50元以上,春节过后,30元-40元区域要维持一段时间,“但今年,受多种因素影响,30多元的价格仅维持了几天,就直接掉到了20元”。现场采摘会存在一些人为损耗,价格比网购要略微贵一些,每斤25元,“每一颗都是自己亲手摘的,喜欢这个活动的,觉得还是挺值的”。

草莓采摘主要集中于周末或假日

别看草莓以前卖到五六十元一斤,但价格回落较快,可能有许多草莓种植户会出现亏损,尤其是新手亏损的可能性会更大一些。

三年前,一直做旅游的刘日月回到老家丹东宽甸石湖沟乡上长阴子村,承包大棚种植草莓,由于缺乏经验,冬季夜里气温骤降,棚顶的棉被卷封盖不严,造成草莓严重减产,损失了三四十万元。有了这一个教训,刘日月缩小规模,只留下一个不足两亩的大棚,独自经营。在提升种植技术的同时,不断地拓展宣传渠道,通过直播等方式让更多的人了解他种植的九九草莓,近一年多来,他通过电商平台等外售的草莓能占到总量的七成,也有一部分是通过县里的集市零售的,“近几年丹东的草莓种植面积快速

从去年12月份就陆续开始草莓采摘了,从效益上看,春节之前是人气最旺、销量最大的。春节前,正是外出打工返乡流的高峰期,在外奔波一年的乡邻们总会三五成群地寻找游玩地点,而草莓大棚更迎合他们的消费需求,采几斤草莓与亲人们分享,草莓也是过节期间走亲访友的绝好水果。草莓价格高,出货量,刘日月每天的销售额都能达到七八千元,“年前虽然时间短,但基本上能把当年种植的成本和费用收回来,采摘销售额占到总收入的两成左右”。

近郊采摘园由于地理优势,现场采摘在草莓销售总额中占据着重要位置,有的达到了30%-40%,团体采摘更不容忽视,从而带动市场向更广阔的空间发展。远郊的采摘园现场采摘的销售额有的仅能达到10%左右。

增加,竞争也愈发激烈了,加上有大量外省的草莓运到了丹东,挤占了本地的销售市场”。

刘日月经常在直播间里宣传自己种植的草莓,邀请粉丝们到他的大棚里去采摘,“线上转到线下更容易成为真正的朋友,吃到刚摘的精品果,乡村旅游搞活了,我们种植户日子才能越过越好”。

苏家屯维尼草莓农场有8座草莓大棚,目前正是九九草莓上市旺季,采摘的游客主要集中在周末或假日,每天要接待一二十家,工作日时段相比较要少许多。目前采摘的价格为每斤35元,按斤称重,“主要是亲近大自然,让消费者体验采摘的过程,大棚内不能随便吃,那种需要购买门票,门票价格为每人100元,基本没有人选择门票这种方式”。

采摘园渴望扩大知名度

草莓采摘市场具有广阔的发展前景和巨大的市场潜力,现场采摘不仅给采摘园增加了销售额,还提高了知名度和影响力,近几年,有远郊的采摘园结合农家乐等项目,游乐和餐饮融合在一起,提升对游客的吸引力,效果非常不错。

如何提升采摘园的知名度,在激烈的竞争中赢得一席之地呢?几位接受采访的种植户几乎一致认为,提升采摘园草莓产品本质是第一位的。

草莓的品质和口感是吸引消费者的关键,草莓的品种选择、种植技术、病虫害防治是重中之重,以确保草莓的口感鲜美、营养丰富,并且通过引进新品种、新技术,不断提升草莓的品质和产量,以满足消费者的需求并赢得市场竞争。

新市民草莓种植户王先生称,采摘园的服务、品牌建设和宣传都是重要因素,采摘园应该注重游客采摘过程中的体验和乐趣,提供舒适、便捷、多样的采摘环境和服务,以满足不同消费者的需求。如果有条件可以提供详细的采摘指导、设置休息区、提供餐饮服务等,让游客在采摘过程中感受到温馨和舒适。

对于面积较大、产量高的采摘园来说,应对消费者的多样化需求,可以做更多的内容拓展,设计出具有创新性的活动,有的采摘园建设了草莓博物馆,开发草莓深加工产品、举办草莓主题节,以吸引更多消费者前来体验。

辽沈晚报记者 金国建