

关于高质量推进宁波杨梅特色 产业发展的建议

领衔代表：黄军军

杨梅，浙江竞争最激烈的水果之一，已有 2000 多年栽培历史，全省产杨梅的县（市、区）达 70 多个。苏东坡曾赞“闽广荔枝、西凉葡萄，未若吴越杨梅”。宁波是中国杨梅的核心产区之一，浙江最古老的杨梅产区，是荸荠种杨梅的发源地，7000 多年前就有杨梅原种，杨梅产业以历史悠久、品质优良著称，尤以余姚、慈溪等地的杨梅闻名，在鲜果口感、品牌影响力和产业链延伸方面具有显著优势。每年 6 月梅雨季，宁波各地的低山丘陵中的杨梅林上大乌红的杨梅挂满枝头，果香四溢，令人垂涎欲滴。宁波全市杨梅种植面积约 33 万亩，占浙江省杨梅总面积的近 20%；正常年份鲜果产量约 15 万吨，占全国杨梅产量的约 10%，产值超 30 亿元，鲜果品质和品牌价值位居前列。宁波杨梅主产区集中于余姚、慈溪，两地产量占宁波全市的 60%以上，其中余姚种植面积约 10 万亩，慈溪约 8.5 万亩，其他奉化、宁海、象山等地以特色种植为主，杨梅是宁波农业经济的重要组成部分。目前宁波 100 亩以上规模的杨梅种植主体约 50 家，市级以上杨梅精品基地约 20 家，其中省级基地 5 家。

然而，随着市场竞争加剧和消费需求升级，产业面临诸多挑战。宁波杨梅“老大哥”从最初“一枝独秀”，到如今

前有云南等外省与兰溪等省内杨梅“抢跑”打上门，后有仙居“乒乓球”杨梅进军全国。宁波杨梅产业也面临一系列问题，具体如下：

一、种植环节的瓶颈。一是品种单一与老化。过度依赖“荸荠种”，新品种推广缓慢，难以满足消费者对多样化、高甜度、大果型的需求；二是技术标准化不足。部分果农依赖传统经验，缺乏科学施肥、病虫害防治技术，导致品质波动；三是设施农业覆盖率低（仅 20%）。抗灾能力弱，梅雨季裂果率高达 15%-20%；四是劳动力短缺。种植户老龄化严重（平均年龄 55 岁以上），年轻劳动力外流，机械化应用受限。

二、产业链短板突出。一是深加工滞后。加工企业规模小，技术落后，产品以初级加工为主（如蜜饯、果酒），缺乏高附加值产品（如杨梅多酚提取物、功能性食品）；二是加工原料利用率低，鲜果损耗率超 10%；三是冷链物流覆盖率低。预冷、冷藏运输设备不足，仅 50%鲜果通过冷链配送，导致损耗率高（约 15%），制约全国市场拓展；四是品牌整合不足。区域品牌分散（余姚、慈溪各自为战），缺乏统一的“宁波杨梅”公用品牌，市场辨识度低。

三、市场竞争压力加剧。一是同质化竞争。台州仙居、温州茶山等产区通过电商营销和早熟品种抢占市场，宁波杨梅价格优势减弱；二是消费需求变化。年轻消费者偏好便捷化、零食化产品（如冻干杨梅、即食果脯），传统鲜果销售

模式吸引力下降；三是高端市场被进口水果（如车厘子、蓝莓）挤压。杨梅礼品属性未充分挖掘。

四、政策与科技支撑不足。一是科研投入有限。品种改良、保鲜技术、智能装备研发滞后，产学研合作松散。缺乏国家级杨梅产业技术平台，科技成果转化率低；二是土地流转困难。农村土地分散，规模化种植推进缓慢，制约机械化、设施农业推广；三是金融支持缺位。中小种植户贷款难，冷链设备、大棚建设等投入依赖自有资金，抗风险能力弱。

综上宁波杨梅产业在规模、品牌和文化底蕴上虽具有显著优势，但面临品种单一、产业链短、竞争加剧等核心问题。为抢抓消费升级与乡村振兴机遇，实现宁波杨梅产业高质量发展，亟需通过品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产（农业“四化”），推动从“传统鲜果经济”向“全产业链现代化”转型，巩固“中国杨梅之乡”的领军地位。为此，建议系统实施科技强梅、加工延梅、品牌兴梅、融合促梅四大工程，强化政策保障，将宁波杨梅打造成为全国特色农业高质量发展和共同富裕的标杆产业。具体建议如下：

一、实施品种优化工程，夯实产业发展根基。突破单一化，构建多元化品种矩阵研发与引进结合，优化品种结构。一是抗逆性品种培育。联合浙江大学、浙江省农科院等机构，研发抗裂果、抗病虫害的新品种（如耐涝型“甬梅1号”），减少梅雨季损失；二是差异化品种布局。推广“早佳”“黑

晶”等早熟品种，抢占5月底至6月初市场空档。试种“晚稻杨梅”晚熟品种，延长供应期至7月中旬。扩大水晶杨梅、白杨梅等特色品种、大果型“东魁”种植，满足高端礼品市场需求；三是建立种质资源库。在余姚、慈溪建设杨梅种质资源圃，保存和筛选优质基因，为品种改良提供基础；四是强化推广激励。建设试验基地，在翠屏山、余姚等地设立新品种试验田，通过对比种植验证适应性。对农户补贴激励，对改种新品种的农户提供苗木补贴（如每株补贴30%-50%），降低改种风险。

二、科技赋能提质增效，破解产业关键痛点。一是升级种植端技术。应用物联网技术，在核心产区部署土壤湿度、光照强度传感器，结合AI算法生成精准灌溉、施肥方案，降低人工依赖。应用无人机植保，推广无人机喷洒生物农药，覆盖效率提升3倍，减少化学药剂使用。应用智能机器人采摘，结合山地地形特点，开发适用于杨梅采摘的小型智能机，提高生产效率。设施农业升级，在余姚、慈溪建设避雨大棚（覆盖率提升至40%），搭配温控系统，实现错峰上市；二是完善冷链物流与供应链体系。实现产地预冷体系，在杨梅主产区建设10-15个预冷中心，鲜果采摘后1小时内降温至4℃，保鲜期延长至7天。开通“航空+冷链”专线，与顺丰、京东合作开通“杨梅专机”，48小时内覆盖全国主要城市，损耗率降至5%以下。数字化供应链平台应用，开发“宁波杨梅

产业大脑”，整合种植、加工、物流数据，实时预警市场波动，指导农户动态调整采收节奏；**三是突破深加工瓶颈**。加工技术升级，引入超高压灭菌、真空冷冻干燥技术，保留鲜果风味，延长保质期。开发杨梅高附加值产品与便捷化产品，提取杨梅多酚、花青素，开发抗氧化保健品、美容护肤品，推出冻干杨梅、非浓缩还原果汁，进驻便利店、自动售货机。

三、整合品牌文旅资源，提升产业市场价值。打造“宁波杨梅”超级 IP 区域公用品牌统一化。**一是品牌整合行动**。将“余姚杨梅”、“慈溪杨梅”整合为“宁波杨梅”地理标志品牌，统一 LOGO、包装设计与溯源标识；**二是品质分级标准**。制定“特级、一级、二级”鲜果标准，按糖度、果径、色泽分级定价，提升市场信任度；**三是构建全渠道营销矩阵**。高端市场突破，推出“河姆渡·杨梅酒”联名款，搭配越窑青瓷包装，进驻高端商超。开展“企业果园认养”、“杨梅树冠名”定制服务，对接 B 端礼品采购需求。电商全域覆盖，开拓直播带货，与头部主播合作“开梅节”专场直播，同步在抖音、淘宝开设“宁波杨梅官方旗舰店”。通过美团优选、叮咚买菜直达长三角及全国家庭用户，实现“今日采、次日达”；**四是文化 IP 与农旅深度融合**。杨梅文化符号塑造，开发杨梅主题盲盒、果酒 DIY 套装，结合河姆渡文化设计 IP 形象（如“杨梅仙子”）等文创衍生品。规划打造 1-2 条省级或国家级杨梅主题乡村旅游精品线路。在翠屏山公园建设

“杨梅博物馆”，展示种植历史、非遗技艺，开设果酒酿造工坊沉浸式体验。节庆经济升级，举办宁波国际杨梅节与产业发展论坛，引入全球水果展销、杨梅学术论坛，提升产业国际影响力。打造“杨梅夜市”夜经济场景，结合灯光秀、音乐节，延长游客停留时间。

四、强化政策协同支撑，优化产业发展生态。一是加大政策资金扶持。建议市财政设立“杨梅产业高质量发展专项扶持基金”，重点用于支持新品种研发、冷链设施建设和电商营销。对连片流转50亩以上的种植主体进行流转激励，给予每亩专项激励补贴，推动规模化经营；二是深化产学研合作。联合中国农科院、浙江大学、宁波大学成立“杨梅产业技术研究院”，攻关保鲜技术、智能采摘与分拣设备等“卡脖子”难题。设立“杨梅专家工作站”，引进农业技术团队，同时培训本地“新农人”掌握电商运营、智慧农业技能；三是推动跨区域协同。牵头台州、温州等杨梅产区组建浙江杨梅产业联盟，制定行业标准。与长三角城市共建冷链物流枢纽，共享仓储配送网络，降低物流成本，避免恶性竞争。

宁波杨梅产业的高质量发展需以“品种创新锚定市场、科技赋能提质增效、品牌整合扩大影响”为三大支柱，通过政策引导与全链协同，推动产业从“传统果业”向“科技型、文化型、国际型”现代农业跨越。实现“农民增收、生态增值、产业增效”的多元目标，成为乡村振兴与共同富裕的标

志性产业，让“宁波杨梅”成为代表中国水果的金字招牌。