



脆李装箱。(资料图) 记者 王忠虎 摄

乡村振兴二十字方针中，“产业兴旺”是重点。2020年，巫山脆李品牌价值达19.18亿元，位居全国李品类之首。中华名果不少，像巫山脆李一样仅用几年时间，品牌价值就跃居同品类之首并“脆”响全国的却不多，这样的硕果是从什么样的“土壤”中长出的？“山”中自有答案。

巫峡山水育金果 香甜爽口“脆”全国

品质“土壤” 十年育树获丰收

巫山，长江横贯东西，大宁河穿越南北，其景也奇，造就了壮丽的山水风貌；其山也高，是典型的农业大县。穷则思变，按照规划，巫山决定打造全国重要生态产品供给地。

事实上，这里的自然地理也十分适合培育脆李。

“巫山农耕地土质肥沃，土层深厚，水脉密布。”巫山县果业发展中心技术专家向可术介绍，这里还拥有重庆最充沛的阳光资源——年均总日照1540.1小时。

种种因素，酿造了巫山脆李的独特口感。然而，因为管理粗放，品质不稳定，一度只是村民卖不起价钱的“要耍果”。要种出高品质脆李，品种改良和技术推广必须走在前头。

2011年起，巫山脆李品种改良开展了第一次田间试验。经过多年优化选育，当地以本砧嫁接、高压繁育，大面积推广高改换种。

本砧嫁接，即以李树嫁接李树，这虽然比嫁接桃树生长周期更长，却能保持最纯正的脆甜口感。

做出“不要数量要质量”的取舍后，巫山还在生产环节制定了严格的地方标准，对用药用肥进行规范；组织科技服务专业队伍，开展集中培训和田间指导；引入数字果园，和重庆市农科院共建脆李研究院，以科技赋能传统农业。

在包装运输环节，巫山统一选用专业泡沫箱、泡胶、内置冰袋，开发气条包装和机器分拣。进一步完善冷链建设，48小时



果农采摘巫山脆李。(资料图) 记者 卢先庆 摄

内全国送达，最大程度保证脆爽口感。可以说，品种更新换代和种植技术的

推广，加上行业协会、市场主体的合力，为巫山脆李产业“丰收”深植了沃土。

品宣“土壤” 好李也要好吆喝

品控之后是品宣。为了让巫山脆李打响名气，当地政府“走出巫山看巫山”，发力全方位营销。

时间回到2014年，从某种意义上来说，这也可以理解为巫山脆李的营销元年。此时脆李虽然在市内已经打响名气，但在全国市场上还鲜有耳闻。

这一年巫山获得中华脆李之乡称号，市委决定牵头举行一个授牌仪式。

“听说很多媒体都要参加，我们就想，为什么不趁着这个机会把脆李推销一下呢？”巫山县果业发展中心副主任黄明犹记得，几位同事提前一天摘了两箱脆李，像运鸡蛋一样悉心呵护带到重庆。

没想到活动当天，脆李鲜果品尝环节，成功“征服”了参会者的味蕾，将气氛推向高潮。报道一出，不少经销商主动联系到巫山农业农村委洽谈合作，以至于当年的脆李均价提高了一至两元。

第一次“进城”吆喝，就尝到了甜头。

这段价格波动，挑动了果农的神经，也让巫山县委县政府看到了契机。当地立即拉开了密集的宣传营销活动——

2015年，巫山脆李首场专场推介会在重庆市金源大饭店举行。回乡创业的经销商王阔，通过这一场活动，第一次接到了500份的大订单。

此后，巫山十多位县领导带队，一路南下北上，巫山脆李真正开始了天下行。

2019年，“巫山脆李 李行天下”全新品牌形象在北京人民大会堂亮相，几天后，又奔赴广州等地。

2020年7月，巫山脆李在长三角首秀，长三角地区交易规模最大的果品集散市场——浙江省嘉兴水果市场，盛夏李果飘香。

于此同时，巫山积极策划，做好“三品一标”申报工作；统一全县脆李的包装、LOGO、防伪标识，做好二维码溯源系统建设及脆李打假、品牌保护等工作；出台



网络直播助力巫山脆李销售。(资料图) 记者 卢先庆 摄

营销奖励政策……

打造品牌更深的考量，是挖掘文化，讲好故事。依托脆李产业，巫山还开展“春季赏花、夏季摘果”等系列活动，江南百里李花长廊、江北千顷李庄等农文旅融合景

点如春笋拔起，《巫山有李》主题宣传曲人人传唱，脆李形象宣传片多次亮相央视，让巫山脆李品牌底蕴更加丰盈。

品牌“土壤” 一季果变四季甜

脆李再甜，货架期也不过60来天。热度之下，巫山同样有着冷思考。

“人祸还可以克服，天灾真的莫法！”2020年脆李挂果期，长达50余天的持续阴雨影响，让双龙镇种植大户陈勇欲哭无泪，还好来了三峡院子旅游开发有限公司，将雨水过多而裂口的脆李和小果收购装车，加工制成脆李酒，大大减轻了老陈的损失。做大深加工，是解决脆李鲜果难保存、残次果难销售的重要渠道。如何让一季果四季甜？

“持之以恒发展壮大‘1+3+2’现代山地特色高效农业，加快‘接二连三’步伐，不断向产业链、价值链的广度和深度进军，既做强产业，也推出产品，更创造产值。”2021年全国两会期间，巫山县委主要负责人这样作答。

近年来，巫山财政每年投入专项财政资金支持脆李产业发展，不断延伸脆李产业链，加大招商引资力度，真金白银兑现奖补政策。

如今，中国三峡集团帮扶巫山研发了近380余件文创产品，其中文创食品脆李有礼系列，脆李酥、脆李酱、脆李月饼已投入市场量产。巫山还与中国农业大学烟台分校、江苏大学等高校合作，开发深加工产品。

品质提上去、品牌打出去之后，巫山还全面打通销售渠道，把货卖出去。

线下，由经销商集中收购，销往全国人民的“果盘子”。“我们正与重庆华夏粮谷洽谈巫山果品重庆主城前置仓建设项目，培育巫山果品销售龙头企业。”巫山县农业农村委主任王从平透露。

线上，除了“直播带货”外，还与淘宝、京东、拼多多、微信等电商平台合作，进行网络销售。

值得一提的是，认购李树、云上种果，入住宿、李花树下品咖啡等“新零售+新农业”的全新业态也在兴起，激发出更为有趣和炫酷的商业或农业模式。

从选育一个品种，到振兴一项产业，过去巫山，用十年绿水青山种出十亿金山银山——一枚小果子，使昔日国家级贫困村，摇身变成富饶醇美的中华脆李之乡。

从擦亮一张招牌，到致富一方百姓，未来巫山，将继续集群补链，有信心擘画一幅生态美百姓富的宏图——一枚好李子，不止带来机遇打开视野，正在刷新更多人的想象……

(转自《华龙网-新重庆客户端》)



脆李助农增收。(资料图) 记者 卢先庆 摄



品牌营销唱戏、节庆活动搭台，让脆李香飘全国。(资料图)

记者 卢先庆 摄