

# 我区荔枝采摘降下帷幕

今年共销售荔枝 5.4 万吨，销售额约 3.24 亿元

8 月伊始，我区荔枝采摘降下帷幕了。记者从区农业局了解到，今年我区共销售荔枝 5.4 万吨，销售额约 3.24 亿元。其中，传统销售渠道约占 55%，合计 2.97 万吨；电商销售渠道约占 20%，合计 1.08 万吨；收购加工渠道约占 25%，合计 1.35 万吨。系列推介会也带动了直接销售，让国内多个城市的消费者品尝到优质的从化荔枝，合计总量达 4000 多吨。

## “尾水”荔枝引来吃客最后尝鲜

记者走访发现，目前荔枝园一片火红的景象已经难以寻找，市面上也很少见到荔枝的身影。然而，在我区温泉镇南平村和大岭山的果园中，由于特殊的地理环境影响，还能寻找到鲜甜的荔枝，引来了不少吃客最后尝鲜。

“这已经是今年最后一批荔枝，错过了就要等明年才有得吃了。”7 月 30 日，记者来到了大岭山的塘仔果园，园主陆超洪一边带记者参观荔枝园，一边向记者介绍道。

塘仔果园位于石门国家森林公园，上山路上，依然能见到两旁的荔枝树挂满果实，十分诱人。“由于大岭山海拔高，山上气温低，温差大，所以这里的荔枝成熟时间比较迟。”陆超洪说。然而，今年由于雾气少，大岭山的荔枝上市时间较去年提早了不少。“去年，7 月底我们才开园，时间能持续至 8 月中旬。但今年果园的荔枝比较早熟，现在这里的荔枝已经接近收尾了。”陆超洪说。

穿梭在大岭山的果园中，不时有细风裹挟着林间的荔枝香气在身体四周流转，丝毫不觉得闷热，只感到十分清爽。枝头饱满的果实似乎在发出“愿君多采撷”的邀请，邀人了解它的鲜美多汁，所以引来不少游客前来尝鲜。记者在果园遇上了一批从白云区慕名而来的游客。

“现在市面上很难找得到荔枝了，即使找得到，口感也不好，真想想不到大岭山这里还有这么好吃的荔枝。我们跟朋友说要来这里摘荔枝时，朋友们都觉得很惊讶！”游客陈小姐说。话毕，陈小姐剥开手中槐枝鲜红的外壳，露出细腻幼白的果肉。“果然名不虚传，味道清甜可口。”陈小姐笑着说。当被问到是如何发现大岭山的荔枝园时，陈小姐表示，她的朋友之前来摘过，知道这里的荔枝迟熟且品质绝佳，便向她推介。

陆超洪骄傲地告诉记者，近年来摘荔枝的游客主要来自珠三角地区，还有不少外省游客也慕名而来。大家试过荔枝后，无一不是赞不绝口。

## 大力推广从化荔枝

### 扩大社会影响力

在 2018 年中国国际荔枝产业大会暨广东荔枝产业高质量发展会议中，农业农村部总农艺师马爱国在发表重要讲话中对从化的生态、从化荔枝赞不绝口：“想不到从化的生态那么美，从化荔枝的品质那么好。”“世界荔枝看中国，中国荔枝看广东，广东荔枝看从化。”从化荔枝成了高端荔枝的代名词。对此，陆超洪有自己的一番看法。他说：“虽然我只是一名普通的农民，但我对荔枝是充满感情的，我也想尽自己的力量将从化荔枝推广出去，通过荔枝销售，让大家知道我们从化这个好地方。”在陆超洪看来，只有让从化荔枝品牌化发展，让荔枝产业绿色发展、提质增效，才能促进果农持续增收。

果农的心愿也是很多从化人的共同心愿。因此，在全国荔枝丰收的背景下，我区积极打响从化荔枝品牌，扩大其社会影响力。通过举办 2018 年中国国际荔枝产业大会暨广东荔枝

产业高质量发展会议，以及在哈尔滨、上海、香港、青岛等地举办从化荔枝系列推介会，在中央电视台形象广告宣传、参会媒体传播、会场广告展示等多途径宣传推介“北回归线上的明珠——从化”，打造中国荔枝地方名片，进一步提高了从化在全国的知名度、美誉度、好感度、品牌形象，使“从化荔枝”的品牌魅力彰显无遗。

此外，我区还积极打造从化现代农业发展的新形象和新品牌，通过“私人订制”销售新模式、建立线上定制销售平台、搭建跨域营销平台等方式推进荔枝销售工作。区农业部门先后组织各加工企业和大户与金融部门对接，解决荔枝收购资金。建立从化农产品销售平台，统筹全区农产品线上销售。依托区农村电商协会服务团队、技术搭建线上从化农产品销售平台，推广特色农产品，统一冷链储运、统一包装设计、统一品牌推广、统一销售平台、统一售后服务“抱团”，搭建起现代农业发展的信息交流平台。