

“土特产富”，象山红美人何以破局？

12月11日至14日，在北京举行的第十五届全国优质农产品展销周上，象山红美人展位前试吃的队伍排成长龙，橙红润泽的象山红美人柑橘，皮薄如纸，汁水丰盈，轻轻一捏便爆出清甜的果汁，让现场客人惊艳不已。在浙江专场的推介会上，象山县农业农村局局长史欣荣的热情推介吸引了全国客商的关注。

随后的12月15日至16日，象山红美人走进北京大学校园，两天内被师生们热情订购了2500公斤……

这股北上进京引发的热潮，并非偶然。它是一颗柑橘历时20余年精心培育、一个产业系统谋划破局发展的集中体现，更是浙江“土特产富”模式在县域层面的生动实践。其背后，是象山围绕“土特产”在品种、品质、产业与共富四个维度上走出的一条特色突围之路。



准备出口的象山红美人。通讯员 钱铸锴 供图



象山红美人香薰产品。



果农采摘象山红美人。
记者 张晓曦 摄

1 育“芯”：筑牢品种根基，掌控产业源头

面对全国柑橘面积超4500万亩、产量超6500万吨的激烈竞争，规模不占优势的象山，选择了一条“专精特新”的路径。他们将破局的第一步，牢牢锁定在农业的“芯片”——种子上。

象山是全国柑橘品种资源保存最全、最新的县域，一个活的“柑橘基因库”。通过与华中农业大学、浙江大学等科研机构长达19年的合作攻坚，象山突破了12项关键育种技术，保存了国内外优良品种500余个，拥有自主知识产权的杂交挂果单株达1000

余株。

持续的科研投入结出了硬核果实。目前，“华象1号”“华象2号”已通过农业农村部植物新品种初审，其后还有华象3号至20号等一系列优新品种储备梯队。这种“研发一代、储备一代、推广一代”的滚动式创新，确保了产业发展的源头活水。

如今，象山年繁育柑橘种苗能力达1000万株，其优选品种已带动全国15个主产省份种植象山特有柑橘超过300万亩，牢牢占据着产业价值链的顶端。

2 提“质”：极致标准与风土馈赠的融合

有了优良的品种，如何将其潜力发挥到极致？

“橘生山海间，味道自然甜”，这句宣传语道出了象山红美人风味的奥秘。三面环海的独特地理环境，造就了“三个太阳”的传奇——天光、海面反射光与地面反光膜汇聚的充足光照；由海涂地演化而来、富含微量元素的土壤；秋季干燥少雨、昼夜温差显著的半岛气候……这些天赋的自然条件，共同孕育了红美人黄金糖酸比、汁水丰沛、果肉细腻的独特口感。

然而，象山并未止步于“靠天吃饭”。

他们用智慧农业将自然优势转化为稳定可期的品质优势。在全国率先制定并推广红美人设施

栽培省级标准，覆盖超90%的投产果园。智能温控、水肥一体、自动防病等技术的应用，不仅让红美人实现了从每年7月到次年3月长达9个月的超长鲜果供应，更打破了季节限制。

14条无损检测智能分选线分别分布在规模大的果园里，它可以根据糖度、酸度、果径、瑕疵等指标对每一颗果子进行毫米级分选，确保上市产品品质如一。全国首创的“一果一码”溯源系统，则通过“象山柑橘产业大脑”，让每一颗红美人都拥有从种苗到终端的“数字身份证”。正是这种对品质近乎偏执的追求，支撑起了红美人“橘中爱马仕”的市场地位与高端售价。

3 延“链”：从一颗鲜果到一个生态

在象山人看来，土特产的价值远不止于初级农产品。他们全力拓展产业链条，推动红美人从田间地头的“产品”，升级为融合文化、旅游、消费潮流的“产业生态”。

品牌化是价值链提升的关键一跃。象山构建了“区域公用品牌+企业产品品牌”的母子品牌矩阵。“象山柑橘”“象山红美人”双地标作为闪亮的区域名片，品牌价值高达38.4亿元；旗下培育的“俏倾橙”“静橘”“明州山海”等58个企业品牌，则在细分市场和渠道中百花齐放。

营销网络线上线下齐发力：线下走进全国二十多个城市举办推介，与百果园等巨头合作；线上深耕电商与直播，2024年线上销售额突破5亿元，占总销售额六成以上。

更值得关注的是，这颗柑橘正在跳出“水果”的范畴，成为一个文化符号和时尚IP。

在今年的北京农展会、浙江省农博会上，印有“象山OK”的趣味文创、萃取柑橘精粹的香薰产品与鲜果同台亮相，展示了“能吃、能闻、能玩”的多元可能，包装迭代紧跟年轻消费者的审美潮流。这种从“卖产品”到“卖品牌”“卖文化”的转变，大幅提升了产业附加值。

2025年，全国首个红美人出境“大果园”在象山揭牌，创新性地分散的优质果园整合，以集约化模式应对出口检验检疫要求，拿到了通往国际市场的“金名片”。与此同时，“柑橘+旅游”蓬勃发展，25个休闲观光基地每年吸引超百万游客，实现了“卖橘子”与“卖风景”的统一。

4 共“富”：利益联结下的千户万家

红美人“亩均产值超万美元”的高效益，如同一块强大的磁石，将资金、技术、人才吸附回乡野，并转化为实实在在的共富成果。象山全县5000余户橘农因种植红美人而增收致富，许多人的命运轨迹被彻底改写。

晓塘乡的黄旭承便是典型代表。早年家境贫寒，父亲靠打零工维持生计。2014年，他抓住机遇改种红美人，凭借勤劳与好学，不仅自家农场规模扩大到数十亩，还成功转型为经销商，帮助更多乡亲销售。如今，他在城里买了房，孩子接受了良好教育，自己更是通过成人自考圆了大学梦，攻读农业本科。黄旭承的故事，是千百个“新农人”依靠特色产业逆袭的缩影。

共富的支撑体系在于人才与组织的培育。象山创办了全国首家“柑橘学院”，实施赴日研修制度，累计培养出300多名技术海

归、28名乡土专家和241名经纪人。由716家单位组成的柑橘产业联盟，涵盖了种植、加工、流通、服务全环节，将分散的农户凝聚成有力的产业共同体。

从一棵默默无闻的杂交苗，到产值数十亿元的黄金产业；从偏居一隅的地方特产，到风行南北、飘香海外的知名品牌——象山红美人的破局之路，清晰地勾勒出一个县域特色农业高质量发展的逻辑：以科技创新深挖“土”的资源，以标准匠心放大“特”的优势，以融合思维延伸“产”的链条，以利益共享提升“富”的成色。

它不再是一个简单的农业种植故事，而是一个关于如何在现代市场体系中，将自然资源、人力智慧、科技手段与品牌文化进行系统集成，最终实现产业升级与共同富裕的深度实践。

记者 张晓曦 通讯员 赵鑫