

借力东坡名片，促惠州荔枝蝶变为文农旅融合IP产品

# 文化加持提升品牌附加值 高位谋荔铺就荔农致富路

统筹策划 羊城晚报记者 马勇 陈骁鹏 文图 羊城晚报记者 林海生

世界荔枝看中国，中国荔枝看广东。作为广东荔枝主产区的惠州，在6月11日拉开了广东荔枝“12221”市场体系建设系列活动暨惠州第二届（云上）东坡荔枝文化节帷幕，扎实推进《广东荔枝产业高质量发展三年行动计划（2021-2023年）》，重点打好产业、市场、科技、文化四张牌，为惠州荔枝IP（知识产权）赋能。

千百年前，唐代诗人杜牧《过华清宫绝句三首》中的一句“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来”成功让高州荔枝出圈，赚足了世人的目光，各地“吃货”纷至广东，一品杨玉环不远千里都要品尝的荔枝；北

宋年间，苏东坡一句“日啖荔枝三百颗，不辞长作岭南人”，不仅释怀了乌台诗案，还唱响了惠州荔枝，这一诗词成为惠州乃至整个岭南地区荔枝的人文广告词。

罗浮山下四时春，产出荔枝分外甜。据惠州市农业农村局的统计数据显示，2021年，惠州全市荔枝预计挂果面积约36万亩，预计总产8.5万吨。盛夏荔枝如约而至，惠州在打开销路的同时，借助东坡名片，为惠州荔枝引入源源不断的文化活力。

在惠州，红纱玉肤般的荔枝正往文农旅融合IP产品方向蝶变，蝶化效应引来游客，为60万荔农铺好致富路。



荔枝装满车厢，准备销往北美市场



硕果累累的荔枝园中，果农穿梭忙碌着

## 品优价好 村民住进“荔枝楼”

六月蝉鸣荔枝红，在惠阳区镇隆镇，果农们正在为荔枝上市奔走准备。景丽荔枝合作社内，负责人叶兆雄告诉羊城晚报记者，合作社内300多亩土地共种植了20多个品种，今年产量较去年小幅下降，但价格与去年基本持平。他透露，合作社荔枝销路已不再是传统的市场批发，而是转变为线上推广、游园采摘以及国外出口等多途径融合。“荔枝还未上市，就收到了几万斤订单，目前我们已与两三个出口单位达成基本合作意向。”

走进果园，荔枝树生长劲道挺拔，饱满的荔枝压弯了枝头，摘下一颗，剥开红彤彤的外衣，晶莹剔透的果肉令人垂涎欲滴，咬上一口，鲜嫩多汁，清甜爽口，使人忍不住想起东坡在《四月十一日初食荔枝》中所描绘的“海山仙人绛罗襦，红纱中单白玉肤”。

东坡与惠州的荔枝情，不单如此，顺着时代的脉络向上追溯，东坡初品荔枝就盛赞其味“似闻江瑶斫玉柱，更洗河豚腹腹腴”，后又写下“日啖荔枝三百颗，不辞长作岭南人”的古名句，成为岭南荔枝的最佳广告词。

罗浮山周边的博罗县龙华镇，因水土环境好，产出的桂味、糯米糍、妃子笑等优质荔枝香甜爽脆，驰名国内外。其中，博罗县龙华镇柳村村山前村民小组（下称“山前村”）是“广东省荔枝产业名村”“全国亚热带果园优质种植基地”，产出的荔枝更是让人津津乐道。

刘荣辉是博罗县山前荔枝专业合作社社长，也是山前村的荔枝种植大户，种植荔枝近400亩。儿子刘添贵2006年中职毕业后选择留在家中帮忙打理荔枝，闲时还参加县、镇举行的荔枝技术培训课和农村电商技能培训。近两年来，通过电商平台，他家的荔枝寻得了新出路，在绿色生产、品质等方面都走在了全村前列。

如今山前村有170多户村民经营荔枝约4000亩，随着年轻“新鲜血液”的注入，荔枝产业不断发展壮大，也带动了当地果农致富，一户村民种植荔枝年收入从几万到几十万元不等。借着荔枝这颗“甜蜜果”，村民建起了“荔枝楼”，生活越过越好。

据统计，广东作为岭南佳果——荔枝的主产地之一，今年荔枝投产面积394.93万亩，占全国49.83%，产量147.31万吨，占全国50.07%。目前惠州全市荔枝种植面积约42万亩，大约占全省的1/10，主要分布在惠阳、博罗、惠东3个县区，拥有“镇隆荔枝”“罗浮山荔枝”及“山前”“山顶”“丹荔”等品牌，以“妃子笑”“桂味”“糯米糍”等优质品种为主，近年来新引进了“井岗红糯”“岭丰糯”“先进奉”等优良品种。“全市目前拥有镇隆荔枝、罗浮山荔枝两个国家地理标志保护产品，品质有口皆碑，这是全国十分罕见的。”惠州市农业农村局副局长邱兰英说。



清晨刚摘下来的荔枝，果农们正在分拣

## 政府搭台 唱响品牌强荔

自2019年广东启动荔枝“12221”市场营销行动以来，惠州就开始采取有力措施推进有关工作，主打产业、市场、科技、文化“四张牌”，以高位谋荔、市场聚荔、品质兴荔、品牌强荔、队伍助荔，努力实现品牌提升、市场引导、果农增收等一揽子目标。

去年，惠州在镇隆荔枝文化节的基础上，打造东坡荔枝文化节，首次统筹全市荔枝品牌，借助传统媒体、新媒体矩阵合力，开发“直播带货”等热门营销模式，打响东坡荔枝文化情，旨在重新擦亮招牌，在全省众多知名荔枝品牌中突围。“火车跑得快，全靠车头带”，惠州在突围过程中，希望借助镇隆荔枝这一区域公共品牌，带动全市荔枝向前发展，对标东莞莞荔、增城挂绿，将惠州荔枝打造成为惠州市一张特色鲜明的农产品品牌名片。

据惠州市农业农村局相关负责人介绍，近年来，惠州坚持“政府搭台、企业唱戏、百姓受益”，全力抓好荔枝市场体系建设，形成了可复制可推广的惠州荔枝营销经验模式，为惠州荔枝产品高端化、品牌国际化、营销数字化打下坚实基础。

在6月11日广东荔枝“12221”市场体系建设系列活动暨惠州第二届（云上）东坡荔枝文化节现场，惠州推出惠州市2021荔枝经营主体名录，涵盖惠阳区、惠东县、博罗县、龙门县及仲恺高新区等地区荔枝经营主体名单、联系方式、采收面积、种植品种及是否电商经营主体等信息，供采购商详细了解惠州荔枝供应渠道，寻找荔枝货源及直接对接。

在文化品牌塑造上，惠州于去年5月启动“岭东雄郡 惠州有礼”惠州手信产业提升及品牌打造工程，打造品牌、产品、营销三大工程体系，其中，品牌工程体系中有东字号、荔字号、葛字号等六大惠州手信IP。惠州市文广旅体局在推进手信产业提升和品牌打造

上，也有意将“东”字号与“荔”字号融合打造发展，融合讲好东坡与荔枝的文化故事，给惠州荔枝注入文化内涵，实现“东”字号和“荔”字号两大手信IP的有机融合。

比如，去年惠州在推出新鲜荔枝——东坡荔、山顶村荔枝干、荔枝酒等产品的同时，还向旅行社推广系列荔枝主题精品线路，带领游客深入果林，享受现场现吃的美味与乐趣，瞻仰惠州红色文化。惠阳区文广旅体局副局长魏玮表示：“今年我们将深度挖掘东坡荔枝文化内涵，以点带面，进一步加强宣传推广。”

镇隆镇镇长陈吉也表示，该镇将全力打造东坡荔枝品牌，将镇隆荔枝与东坡文化相结合，以讲好东坡故事赋予镇隆荔枝更高的文化内涵，打响品牌强荔，丰富镇隆荔枝文化底蕴，不断擦亮镇隆荔枝的区域品牌、文化品牌、生态品牌，推动镇隆荔枝全球行，让镇隆荔枝全球共享，全力促进乡村产业兴旺，农民持续增收。

“我们前年注册了东坡荔高端品牌，今年正式面世，但推广过程中仍存在诸多顾虑，”吴添乐表示，镇隆荔枝、东坡荔可作为惠州荔枝发展火车头，希望政府相关部门能够尽快出台相关政策，支持东坡荔向更大市场进发。

与此同时，博罗县辉煌水果专业生产合作社陈凤媚也向记者表示，合作社内800多亩荔枝预计有60多万斤的荔枝产量，主要以优质品种桂味、糯米糍为主，肉厚汁多核小味清甜，但由于先前品牌意识淡薄，市场布局晚，主要靠市场批发为主，去年开始尝试电商销售，虽有订单，但却卖不出好价格，“这让我们很困惑，我们也在思考如何提升本地荔枝在市场上的辨识度，实现荔枝最大的价值，希望相关部门能够在政策上给出相应的方向指导。”

据了解，从化正以荔枝省级现代农业产业园建设为抓手，推动成立荔枝产业联合联合体，由农业企业、专业合作社以及荔枝种植大户等20个主体组成，搭建“龙头企业+专业合作社+种植加工大户+果农”的运行体系，建立“生产+加工+科技+营销（品牌）”的荔枝全产业链运营模式。

此外，从化还大力发展以荔枝为核心的第三产业，重点整合从化的特色小镇、农业公园、古村落古驿道、家庭农场、专业合作社等资源，开辟“流溪桂味”线、“温泉双壳槐枝”线等多条旅游线路，串联沿线吃、住、游、乐、购等旅游网红“打卡点”，引入各大旅行社、汽车团等资源带动消费。（林海生）

## 标准不一 果农盼政府发力

要想销售好，荔枝保鲜少不了。唐玄宗时期，为博“妃子笑”，人们用快马千里传送荔枝，以求至京口味未变。近年来，镇隆一直在探索如何实现“味未变至客手”。吴添乐介绍，目前镇隆已启动了冷链库，多个合作社现已拥有田间地头冻库，有效解决了田间最后一公里保鲜问题，“在新的供应冷链和配送体系下，荔枝将在24—48小时内快速配送至全国。”

近年来，镇隆通过抱团销售的模式，调动田间地头作用，与物流企业达成了优惠合作协议，目前全镇设有16个物流快递仓储点，实现全镇物流全覆盖。2020年，电商销售占镇隆荔枝总销售额五成，这意味着每两颗镇隆荔枝就有一颗是通过电商渠道销售出去的。

羊城晚报记者了解到，惠州荔枝不仅畅销珠三角、长三角等地区，去年还首次实现自主出口，漂洋过海，敲开了加拿大、美国、日本等国的大门。去年，惠州荔枝出口2200吨，深受消费者喜爱。

今年惠州目标出口荔枝3000吨，为帮助惠州农产品顺畅走出国门，惠州海关和农业部门签订了《提升惠州农产品出口服务水平助力粤港澳大湾区绿色农场品基地建设战略合作协议》，联合举办荔枝产业高质量发展培训班，在政策扶持和业务指导、出口农产品信息等方面加强互通共享。

“惠州荔枝发展态势良好，但存在一些问题。”业内相关专家告诉羊城晚报记者：一是品质参差不齐；二是受品牌、销路等影响，品质虽好但却卖不出高价。

近日，羊城晚报记者随机走访了几个农贸市场发现，随着荔枝大面积上市，镇隆荔枝价格稍有回落，但稳定在10元/斤以上，同时也发现一些标价3.98元/斤的镇隆荔枝。吴添乐告诉记者，这是假冒镇隆荔枝品牌，“这是对镇隆荔枝品牌的消耗，扰乱了荔枝的市场秩序。”

“我们前年注册了东坡荔高端品牌，今年正式面世，但推广过程中仍存在诸多顾虑，”吴添乐表示，镇隆荔枝、东坡荔可作为惠州荔枝发展火车头，希望政府相关部门能够尽快出台相关政策，支持东坡荔向更大市场进发。

文脉链接

## 延长荔枝产业链 提升品牌附加值

六月一场急雨过后，清新的空气弥漫在博罗县泰美镇百年荔枝园内，树干上挂着露水的铁皮石斛花芬芳弥漫，清雅动人。据了解，荔枝园内60多亩荔枝树上的铁皮石斛是陈龙兴2018年种植的，再过两年即可迎来收获季节。

陈龙兴是该镇荔枝生产大户，种有荔枝共有200多亩，荔枝树5000多棵，虽然荔枝带来的效益可观，但他仍然觉得在保护好百年古树的前提下，还可以开拓第二经济，经过一番摸索，他发现荔枝园里的气候、湿度非常适合种植铁皮石斛。铁皮石斛是我国传统的珍贵中药材之一，被列为中华九大仙草之首。“接下来我计划利用罗浮山、象头山等天然旅游资源，打造乡村振兴打卡点，发展农家乐和餐饮业，通过合作社带动周边的发展，提高村民的整体收入。”陈龙兴说。

走进惠东县某荔枝果园内，盆摘荔枝上的果实格外吸引眼球，负责人卢永泉介绍，这是他们去年试种的盆摘荔枝，“这是岭丰糯，它可以从6月中旬一直采摘到7月上旬，既可以做青果也可以做红果，这个果刚着色时，已经是非常好吃，最大的特点是焦核率（肉厚核小）高、口感清甜、肉质好。”

卢永泉表示，相较于田间园林来讲，盆摘荔枝的管理方式相对独特，可实现观赏种植两不误，“我们现在也在逐步提高技术规程，销售出去后，让消费者也知道怎么操作养护、管理。”

“盆摘荔枝可以在庭院、阳台进行种植，对于一些喜食荔枝但又没有大面积种植条件的市民来说，无疑是好的选择。”惠东县农业技术推广中心农艺师谢天明介绍，目前该果园种植的盆摘荔枝有100多棵，品种有桂花香、岭丰糯，接下来将继续研发，扩大种植的规模与产量，也将与旅行社合作，吸引游客到果园采摘赏景。

在镇隆镇大光村的荔枝基地，惠州市红美荔生态农业发展有限公司总经理宏美春介绍，去年公司销售额达到320万元，今年目标突破500万元。信心源自于其独特的荔枝精深加工路子。2017年成立之初，她们就将镇隆荔枝与茶叶结合，推出了荔枝红茶，取得荔枝干国家生产许可证后，公司更是加大在荔枝衍生产品上发力，打造出荔枝干、荔枝蜜、荔枝月饼的深加工产品，成为惠州礼品市场的新宠，还获评惠州手信50强、惠阳十大手信。（林海生）

他山之石

## 定制化成为推手 助跑从化美荔

广州从化区自2018年开启荔枝定制以来，吃荔枝、逛景点，逐渐成为从化“美荔”定制经济的两条主线。

经过近年来的探索，从化区不断丰富“荔枝+”内涵，推出“荔枝+酒店”“荔枝+旅游”“荔枝+慈善”“荔枝+浪漫小镇”等系列活动，整合农业、企业、文旅资源，不断满足市民消费需求升级新要求。

目前，从化区的荔枝定制模式已逐渐成熟，成为从化销售荔枝乃至水果的新渠道，实现荔枝销售“从最迟熟到最早定”“从论斤卖到论棵、论片定制”。2019年，从化荔枝定制定制8741棵，累计销售70余万斤，销售额超1600万元。2020年从化全年定制荔枝树11037棵，订单金额达771万元。

今年从化区围绕打好荔枝“产业、市场、科技、文化、红色、绿色”六张牌，从化升级已经运行三年的“生态从化 美荔定制”模式，在17个（条）特色小镇、专业村首批推出5000棵荔枝定制树，定制树从从化的农旅结合，让更多市民到从化赏花摘果叹美景美食。同时，实施“荔枝+粤菜师傅”“荔枝+公益”行动，推出“荔枝汤圆”“荔枝蘸肉”等荔枝菜品，联合多家公益组织开展“众筹美荔”赠困难群众、赠抗疫战士等活动，以荔枝传播岭南美食文化、慈善文化。

“美荔定制套餐1980元/套，现在定制就有机会立减300元，活动价1680元/套，仅限200套……”从化区岭南水果产业协会会长欧阳建忠介绍，今年荔枝定制不仅可以按定制人的需求，对荔枝树进行私人化、个性化的包装，而且赠送价值1068元的旅游礼包一份，包含酒店住宿、景点观光、手信礼盒等诸多优惠。

据了解，从化正以荔枝省级现代农业产业园建设为抓手，推动成立荔枝产业联合联合体，由农业企业、专业合作社以及荔枝种植大户等20个主体组成，搭建“龙头企业+专业合作社+种植加工大户+果农”的运行体系，建立“生产+加工+科技+营销（品牌）”的荔枝全产业链运营模式。

此外，从化还大力发展以荔枝为核心的第三产业，重点整合从化的特色小镇、农业公园、古村落古驿道、家庭农场、专业合作社等资源，开辟“流溪桂味”线、“温泉双壳槐枝”线等多条旅游线路，串联沿线吃、住、游、乐、购等旅游网红“打卡点”，引入各大旅行社、汽车团等资源带动消费。（林海生）

丰收时节，镇隆荔枝批发市场挤满了果商