



一颗东魁杨梅的“百年突围”



本报记者 毛丽君

六月的黄岩，红果压枝，“梅”香正浓。6月20日，以“天下东魁出黄岩 酸酸甜甜200年”为主题的中国农业技术推广协会2025科技下乡暨黄岩东魁杨梅季系列活动盛大启幕。作为东魁杨梅的始祖地，这颗曾经深藏山香的“红宝石”，正以“长潭湖”之名，开启品种保护、品质提升、品牌打造的新探索，书写乡村振兴的共富新篇。

一场行业盛会

浙江台州黄岩栽培杨梅历史悠久，三国时期的古籍对杨梅就有记载。然而，黄岩本地的杨梅，并非生来“大个头”。在东魁杨梅母树文化园的石碑上，有这样的描述：“东魁杨梅，系百年杨梅母树实生变异选育而成。”

1959年，这棵“变异”的杨梅母树在彼时的黄岩县东岙村被发现，因其果实硕大、甘甜多汁、风味浓郁并高产等诸多优点，深受业界的关注，我国现代园艺学奠基人吴耕民先生将其命名为“东魁杨梅”。

时光荏苒，半个多世纪过去，已有4000多万株开具了检疫证的东魁杨梅苗木从黄岩调运到四川、广西、云南等省份，真正开启了“八方引种，万里移栽”的狂潮。

2021年6月，浙江省农业科学院通过基因测序证明，国内东魁杨梅均出自江口街道东魁村的母树。“始祖地”的认证既是荣光更是责任，一代代梅农如何持续擦亮这张金名片？黄岩，从未懈怠。

作为东魁杨梅的始祖地，一年一度的杨梅季自然是业内许多“大咖”的重点关注节点。一年又一年，一次又一次，业内权威专家受邀参会，为的正是博采众长，让黄岩东魁杨梅香飘更远。

活动现场，浙江省农业科学院园艺所针对东魁杨梅凋萎病全生育期防治技术、东魁肉葱病发病机制、东魁连坐障碍解决方案等业内普遍关注的难题，发布揭榜挂帅研究成果；杨梅产业发展学术报告上，来自南京农业大学、浙江大学、浙江省农科院的专家学者从杨梅种质资源、基因研究和病害防控技术三个维度展开报告，为杨梅产业的可持续发展建言献策。

在专家观点交汇碰撞的同时，一场属于黄岩东魁杨梅的盛会也已启动。黄岩东魁杨梅采摘游路线发布、“扬帆共富梅好相约”药山杨梅欢乐跑、“江来小匠”亲子研学活动……一系列特色活动，辐射带动休闲采摘、非遗美食、乡村旅游等业态联动升级，开启了黄岩的夏日“梅”好之旅。

“天下东魁出黄岩，酸酸甜甜200年；黄岩东魁闯天下，红红火火500年。”感受到东魁杨梅里承载着黄岩人民的似火热情，中国农业技术推广协会会长陈生斗为活动送上了诚挚的祝福。

无论是200年还是500年，东魁杨梅的故事都将在这片土地上不断更新。

四个创业故事

故事一般都是这样开始的。

“我是‘新农人’丁雄杰，1978年的，在‘杨梅人’里面我是个新人。”以“新梅农”自居的丁雄杰当过兵、抗过洪，如今一头扎进黄岩的大山，开启了种杨梅的日子。丁雄杰说，他种杨梅十多年，最骄傲的事是把杨梅卖进了“新荣记”，这个中餐界的米其林“天花板”，成为他种的杨梅的“品质担当”。

“我们现在种植的杨梅，基本上都是罗慢杨梅和大棚杨梅，在解决杨梅一些自然灾害的同时，增加了我们的收入。”在丁雄杰看来，杨梅的品质、品牌是最大的特色，而这也正是他后续将“加大投入好好去做的”。“有机会的话，欢迎到我农场来。”

“各位直播间的朋友们大家好，我是兴梅苗木的创始人李朱远，‘兴梅’不是我老婆的名字，也不是我爸爸的名字，是兴旺杨梅的‘兴梅’。”在极具网感的介绍里，一个电商“主播”登台。在80后“新农人”李朱远的记忆里，“东魁杨梅”四个字，是凌晨两三点骑着三轮车，跟在爸妈身后，从院桥赶到江口的叫卖。一颗一颗的零售，让他感受到传统销售模式的艰辛，“毕业后，我借助电商自己摸索学习，慢慢把我们的杨梅、苗木向全国各地推广”。

苗木销售金额达四五千万元、各平台矩阵粉丝总量达50万，李朱远一步一步走出了一条带着村民致富的路。“衷心感谢我们的母树，给我们如此美好口感的杨梅。我想说，买苗木选兴梅，吃杨梅选东魁，吃东魁，不要忘记黄岩的‘祖梅’。”猝不及防的一句“广告”，说到了黄岩人的心坎上。

黄岩是“中国模具之都”，一直从事模具行业的章慧玲人到中年改了赛道，仅仅是因为四年前的某一天在西湖游玩，突然得到了启发：“黄岩是一座甜了千年的城，值得拥有本土文化文创产品。”一念起，便一发不可收拾。红糖、姜糖、姜炒米、姜片……多种系列的伴手礼，将章慧玲的初心和情怀都融在了里面。

至于杨梅，源头直采的新鲜东魁杨梅，变成了更易储存和运输的杨梅酒、杨梅汁、杨梅干、杨梅茶，成为黄岩“微微醺”“微微甜”“微微酸”“微微炫”的代言，延续着东魁杨梅始祖地的优势，传承着酸酸甜甜200年的故事。

江口街道东魁村党总支书记解从波，也是黄岩东波果业合作社负责人，江口街道正是东魁杨梅母树所在地，一辈子都和杨梅结下不解之缘的他，用非常简朴的话，分享了他的故事和想法。“品牌要走出去宣传，品质要请进来指导，销售要努力抱团。”他说，“我们不仅要种好，更要宣传好、传递好东魁文化。”

在“红果子”变成“金果子”的路上，解从波给出了自己的关键词：抱团、宣传，只有这样，东魁杨梅才能成为改变黄岩人生活的“甜果子”。

全域“抱团”发力

作为黄岩的地标，生态环境优异的长潭水库，是台州半数人的水缸。“好水养好味”，长潭水库周边的乡镇丰产优质的农产品，但库区上游占全区面积近一半的西部六乡一镇农产品，因品牌缺失、渠道不畅等问题，长期面临“优质难优价”的发展困境。绿水青山如何转变成金山银山，对于黄岩西部来说，就是摆在面前最现实的话题。

众人拾柴火焰高，“抱团”才有出路，这一点和解从波的观点不谋而合。经前期筹备，今年5月1日，一个以“长潭湖”命名的共富“菜篮子”区域公共品牌在活动现场发布。

长潭湖共富“菜篮子”项目以股权为纽带，以共富为目标。通过黄岩城发集团这个国企平台，与西部六乡一镇82个村合资成立共富公司，实现长潭湖畔生态资源与农业禀赋的整合和市场化运作，构建起集生态种养、精深加工、仓储物流、农旅融合于一体的全链条共富生态体系，让村集体和低收入农户在“租金+股金+薪金”的利益联结机制里，共享产业链增值收益。

项目聚焦品质、品控、品牌三大核心，采用“线下门店+线上商城”形式，重点推广黄岩当地的优质农特产品。宁溪豆腐、上郑土鸡蛋、茅富黄瓜、屿头馒头……120余种黄岩西部特色农产品，依托全周期品控溯源系统，实现全流程数字化管控，保障品质；同时，“统一供种、全程溯源、保底收购”机制，将在西部山区打造“林禽共生”生态链与助农惠农“共富链”。

“‘长潭湖’东魁杨梅作为当季重点产品获市场初步认可，成为本地黑珍珠餐厅独家直供合作商，杨梅首场专售创下7天10万元的佳绩。”城发集团董事长陈智迪心里有一本账，每个数字都清清楚楚，长潭湖共富“菜篮子”项目实施以来，50天累计实现营收达160万元，日均3.3万元；首批精准帮扶的15户低收入农户，户均增收约500元。“今年，预计帮扶范围将扩大至126户，户均增收可达约1300元，全年预计可实现营收500万元。”

与此同时，黄岩另一国有企业永宁产投集团通过“新民亲选”线上平台销售的杨梅订单，这两天正大批量发往上海、长三角地区乃至全国各地。

在位于澄江街道的标准化分选中心，精准到0.1克的分级系统，确保每颗杨梅个头匀称；果实挨个嵌入防震盒，外层再裹上食品级透气膜；完成包装的杨梅箱暂时被整齐码放在恒温区，通过航空冷链运输，让黄岩东魁杨梅能在48小时内“鲜”抵舌尖。

如今，为了写好这篇“大文章”，两大国企携手开启了新的战略合作。主题宣传、线下活动、直播带货……形式不拘一格，品质和品牌两手抓，合力让黄岩更多名特优农产品，打破地域限制，从深山“突围”，走向更广阔的市场。

制图 邵晓艳

直播推介杨梅 王敏智 摄

东魁杨梅 解宏正 摄

罗慢杨梅 本报记者 刘歆 摄

东魁杨梅母树 解宏正 摄

