



海关官员到城口出口香菇原料种植场开展日常监管。
重庆海关供图



工作人员在一处分选车间分拣“巫山恋橙”鲜果。 新华社发(王忠虎 摄)

重庆农产品出口何以实现爆发式增长？

核心提示

10月28日,来自重庆海关的一组数据显示,重庆外贸降幅目前正逐步收窄,特别是出口实现了2.8%的增长,这意味着重庆的外贸正在逐步回暖。

在这其中,农产品出口数据格外亮眼:1—9月,重庆农产品出口量同比增长92.9%,增速达到42.3%,超出全国平均水平38.5个百分点。

重庆农产品出口何以呈现出迅猛势头?又该如何保持这一发展态势?近日,记者进行了采访、调查。

□ 重庆日报记者 杨骏 栗园 张燕
张春晓 谢智强

10月23日,霜降,城口县峨彬农业开发有限公司的仓库中,员工正将一个白色的箱子装进货车中。

这些箱子装的是即将出口到新加坡的香菇,当前,城口香菇每周有1吨左右运往海外,实现了常态化稳定出口。

城口是重庆最偏远的区县之一,经济发展相对落后,也是重庆对外开放的“困难户”,近些年开放型经济几乎为零,如今为何在外贸上实现了常态出口?

3年前埋下的“种子”, 现在开始“破土萌芽”

城口的外贸有多困难?重庆海关的一组数据显示,从2023年5月往前推5年,城口外贸进出口数据是一片空白。也就是说,城口在之前的5年内没有一笔外贸订单。

近年来,重庆正在加快建设内陆开放综合枢纽,全域开放是必然趋势,城口自然也不愿意一直“吊车尾”。

为了破局,2022年,城口县邀请重庆海关所属的万州海关、重庆渝通供应链管理有限责任公司(以下简称渝通公司)的相关负责人一起商量对策。

在工作推进会上,大家发现城口可供出口的产品基本上都是农产品,比如茶叶、香菇、腊肉、核桃油等。

经过分析,各方认为,国外餐饮业对香菇这一食材需求量较大,市场比较广阔。城口土壤污染小,适合种植香菇,且北屏乡已发展起菌棚300余栋,货源上也足以支撑,是“破局”的最好选择。

在实地考察后,城口县商务委选择以峨彬农业公司为依托,万州海关开始派驻专人到企业,梳理香菇出口通关流程、检验检疫要求,办理企业出口所需资质。渝通公司则负责打通海外运输通道和销售市场。

2023年5月24日,96公斤城口香菇经万州海关查验合格后直接出口到澳大利亚,这

也成为该县自2019年来的首单外贸业务。

“从准备到最后出口,耗时也就几个月。”万州海关查检科副科长李开银说,如此驾轻就熟,是因为类似的流程,他们已经在多个区县操作过。

李开银介绍,重庆不少区县的情况都与城口类似,没有太多适合出口的工业产品,想推动外贸发展,农产品几乎是唯一选择。所以,3年前,重庆海关就开始着手推动重庆农产品出口相关事宜。

农产品出口有一定的“阶段性”:第一年“门槛期”,让产品顺利进入国际市场;第二年“考验期”,国外客户会视市场反馈增加一部分订单,再观望市场效果;第三年,产品没有大问题出现,对方才会大量下单,这时的出口才算真正步入正轨,进入稳定发展期。

为此,万州海关近年来开展“农行万里 海关护航”系列行动,聚焦农业,推动出口,并取得显著成效。数据显示,前三季度,重庆农产品出口量同比增长92.9%,增速达到42.3%,超出全国平均水平38.5个百分点,位居全国前列。

在出口种类上,除了柑橘这一大类外,香菇、土豆、腊肉、柚子、萝卜等产品也都逐步走出国门,农产品出口品类从2021年的一只手数得过来,增加到现在的20多种。

“出口量和出口种类实现爆发式增长,是由于3年前埋下的‘种子’开始‘破土萌芽’!”李开银强调。

品牌多而散, 重庆柑橘艰难“出海”

3年“破土萌芽”之路当然也并非一帆风顺,重庆耕田而食电子商务有限公司总经理王晨宇有自己的感悟。

王晨宇算得上重庆农产品出口“三年计划”的直接受益者。在2022年时,他就任重庆海关、市商务委(市中新项目管理局)、巫山县商务委、渝通通等单位的助力下,让巫山脆李实现了出口。

2023年,他将经验成功复制到巫山恋橙上。如今,他在谋划将重庆小面、火锅底料等农副加工品出口到国外。

一路走来,他发现了一个现象。“一开始我向国外贸易商推荐巫山恋橙,发现他们不怎么接受我的产品。”王晨宇说,详细了解后才发现,国外市场不像国内,他们对于一个产品产地的认知还停留在省级区域,对巫山完全没有概念。

也就是说,巫山恋橙可能在国内有一定的名气,但在出口市场大家只会判断是哪个国家的橙子,进而了解它是产自该国的哪个大产区。“他们不了解产地,这导致巫山恋橙很难与江西橙、云南橙的影响力匹敌。”王晨宇说。

因此,近年来,王晨宇在出口巫山恋橙时都改换了“重庆橙”的大标识,然后将巫山的标识放在相对次要的位置,以大产地的知名度增强国外市场对其产品的认知度。效果立竿见影,巫山恋橙的出口量近年来已得到明显提升。

渝通通相关业务负责人林杰接受采访时同样提到品牌问题。

他说,东南亚不产柑橘,但又是柑橘消费大区,因此成为全球诸多柑橘产区角逐的重要柑橘出口市场。

自在东南亚开展相关业务以来,林杰发现埃及橙、美国“新奇士”橙、中国橙都获得了当地认可。但具体到中国橙大产区品牌,重庆明显落了后。

“重庆多个区县都有柑橘品牌,比如忠橙、云阳红橙、长寿血橙、奉节脐橙等,但由于过于强调自身地域特征,限制了其向国外市场的开拓。”他说,重庆柑橘品牌多且“各自为战”,相比之下,江西的“赣南脐橙”就是集全省之力共同打出一个品牌,“一个拳头打出去的力量肯定比一根手指强。”

因此,在农产品出口方面,他建议,重庆应该由政府层面牵头,对出口农产品品牌进行统一。

在这个问题上,火锅和小面就是重庆农产品出口的正面案例。重庆火锅和小面虽然“千家千味”,但对外都统称为“重庆火锅”“重庆小面”,其知名度和认可度如今辐射全球。

因此,品牌上的整合“出海”,成为未来重庆农产品出口需要解决的一大问题。

拓展新“赛道”, 向农产品加工出口转型

通过3年摸索,重庆农产品出口已然“破土萌芽”,但想长成“参天大树”,仍需不断“浇水施肥”。

重庆地处内陆,地形以丘陵山地为主,“浇水施肥”自然也要区别于平原地区与沿海地区。开州重庆天邦食品有限公司(以下简称天邦食品)的探索,或能为重庆农产品未来发展路径提供启示。

天邦食品是一家从事农产品加工的企业,此前主要负责国内市场,去年却吃到了一波出口红利。

原来,因为病害等原因,巴西、俄罗斯等地的橙汁减产。庞大的市场需求,让不少国外的客户开始把目光瞄准了中国,重庆作为柑橘主产区之一,自然也引来不少客户找上门。

“国内做浓缩橙汁的企业并不多。”天邦食品副总经理陈和英介绍,因为具备柑橘加工的技术优势,所以公司在去年顺利拿到了很多出口订单,浓缩橙汁的出口量猛增到上千吨。尝到了出口的甜头后,加上国外市场需



2024年10月14日,潼南罐坝村柠檬果园,农户正在采收成熟的柠檬。
重庆日报记者 张春晓 摄

从“山”这边到“海”那边

□ 重庆日报评论员 张燕

对游子而言,土特产藏在“深山”,每一口都是乡愁。对乡村来说,土特产破壁“出海”,每一步都是突破。

越是土味十足,越是独一无二。这就是农产品出口的辨识度——城口的香菇、忠县的忠橙、潼南的柠檬,都是独具魅力的中国味道。

但辨识度不等于知名度。“从2014年到2019年,5年内没有一笔外贸订单”——城口的经历证明,土味十足,不代表香味远播。囿于原地,还是大胆突破?一个果农干不成的事业,一家企业完不成的“出海”,政府来出面,海关来协调,商务委来助阵。

专人派驻、流程优化、品质把控……城口香菇的“出海”之路,背后是海关、商务等部门以及企业、果农通力合作的结果。乘着打造内陆开放综合枢纽的东风,搭上西部陆海新通道建设的快车,农产品出口的“种子”正沐浴政策的阳光、通道的雨露,破土发芽、茁壮成长。

1—9月,重庆农产品出口量同比增长92.9%,增速达到42.3%,超出全国平均水平38.5个百分点。从“山”的这边到“海”的那边,农产品成为重庆出口界冉冉升起的新星,乡村振兴迎来可贵的机遇。

机遇,都是留给有准备的土特产。从“有是勇气,从有到优是智慧——潼南把柠檬“吃干榨净”,用一个小果子串联起一二三产业。柠檬皮变精油、柠檬肉可榨汁、果核提取柠檬苦素……从鲜果出口转向农产品加工,潼南尝试延伸产业链、提升价值链,把出口的确切性牢牢握在自己手里。

城口的突破、潼南的选择,都是重庆探索农产品出口的生动缩影。从“困难户”到“突破者”,从“一片空白”到“破土萌芽”,巴渝山村选择深挖“土”的资源,放大“特”的优势,以品牌整合作为出口“敲门砖”,把通道优势转化为发展优势,下活土特产“出海”这盘棋。

跨山越海,是土特产走出深山的决心,是农产品走向世界,是巴渝乡村产业振兴的一步大棋。目光更长远一些,视野再开阔一些,把柠檬变成柠檬干,把柑橘变成橙汁,做强加工业才是农产品“出海”的最强后招。



9月20日,在重庆市城口县北屏乡香菇出口示范基地,工人给即将投产的菌棒撕去保护膜。
新华社记者 黄伟 摄