



出入果园传经 引领果农致富

——37位乡土专家满腔热情服务沪郊广大果农



本报记者 沈敏岚 实习生 吴晓雯
本版摄影 周 馨

没有硕士、博士等高学历头衔,没有现代化气派的实验室,衣着朴素,一身泥土,风风火火,活跃在沪郊各大果园……他们人人有一身真本事、一套果树种植的独家“秘籍”和满腔服务果农的真情。在沪郊大地,由市林业部门大红聘书任命的37位林果乡土专家,是沪郊广大果农的技术传经人、致富贴心人。

今天起,市林业总站为37位乡土专家的果园挂上“乡土专家示范果园”金字招牌,37座示范果园成为上海郊区面向广大果农全天候开放、全免费服务的“林果社会大学”,以及上海市民采摘特色果品、享受舌尖甜蜜、体验农家生活的好去处。

37位乡土专家摸爬滚打数十年,擅长涵盖桃、梨、葡萄和柑桔沪上四大主栽果树的栽培,病虫害防治、果品销售和农村合作经营等技能。市林业总站将乡土专家队伍的功能归纳为“三个一”:搭建一个平台,方便技术交流,使林果技术服务体系更完善;构筑一座桥梁,上通下达,更好地为广大果农服务;营建一个窗口,起到科技示范作用,37位乡土专家就是37个展示沪上果品安全、先进生产的窗口。



马金林 为果农出诊的“小赤脚”

1954年出生的马金林(上图人物)当年在村里外号“小赤脚”,16岁当“赤脚医生”,现在是皇母蟠桃种植专业合作社的负责人。对于过去,马金林有很多话想说。16岁他做“赤脚医生”,19岁当兵,24岁回来后他被安排到了乡镇企业。1980年马金林考了乡村医生,到卫生院当外科医生,做的却是全科医生都要做的事。那时候积累的生理学、病理学、诊断学、药理学知识令他后来或多或少派上了用场。年轻时期的马金林有一点叛逆,当初被推举大队支部书记时不愿做,到企业被任命做领导也不愿做,后来他辞职回家开始创业,做起了“植物医生”。

从治人到治植物,马金林有一句话,“动物有感情,植物也有感情,植物的回报就是它付出感情的程度。”

马金林刚回家承包桃园时,对种桃知识几乎空白,为了尽快掌握种桃技能,他坚持以蟠桃为依托,以科普为引领,一方面购买了20多种桃栽培书籍自学,一方面拜市果树专家为师,并自费赴山东等地进行考察,逐步掌握了种桃理论知识。经过了二十多年实际栽培蟠桃,马金林用自己累积的经验和技能每年义务为桃农技术培训六次,频频为种桃户“出诊”,为桃农解决各种桃树的疑难杂症。

吕巷镇颜圩村桃农高炳兴就曾受到马金林的指导和帮助。当初他在山阳镇的一座高速公路天桥旁种植了30亩蟠桃,经过一年管理树势很差,却找不出原因。马金林知道后,直奔现场查看,发现种植密度高、土壤干旱结构差影响了树势,马上为高炳兴开出“药方”——稀植桃树60%,建立抗旱设施,重施有机肥料改善土壤等。果然,高炳兴的果园连续两年产量在原有基础上提高30%,亩产值接近万元。

卢玉金 感动金山的“葡萄大王”

从早上6点44分起,金山区“葡萄大王”、市林业站特聘的“乡土专家”卢玉金(下图中间人物)的手机就不停响起,仅一个上午就接了15通电话、出了一次诊,都是村里的果农们向他咨询果园种植的问题。现在是葡萄开花期,也是决定葡萄收成的最关键时间节点,卢玉金说,“现在要进行的

就是主梢摘心、副梢处理的工作。”卢玉金的手机就这样每天被前来咨询、讨教的果农长时间“占线”,“有时手机一天要充几回电”。果农的收成,也系在这条“葡萄热线”上,一通电话、几番耐心指点,很快就能变成葡萄架上累累果实和果农脸上开心的笑。

曾被评为感动金山十佳好人的卢玉金秉承着“能帮助就帮助”的原则,无论是本地的果园种植户还是从奉贤、嘉定甚至是外地过来的果农,都手把手地指导和帮助。1992年从浙江农业大学毕业后,卢玉金开始从事葡萄种植,他所创建的施泉葡萄园每年为他带来几十万的收入。几年来,他用自己种植葡萄累积的丰富经验和知识,无偿为葡萄种植户们提供技术支持。他最近建议果农们搭建简易的避雨大棚,可防止雨水,并减少农药的喷洒,有利于葡萄品质提高,成熟期可提早两到三天。

“施泉”的品质与名气为卢玉金带来了利润,也让他动起了把“施泉”品牌拿出来共同使用的脑筋。“原本十元的葡萄,如果用了‘施泉’就可以卖到二十元。”卢玉金专门组建了一支“农民经纪人”队伍,以创建名牌为重点,实行统一技术管理,统一品牌,每年不断引进国外新品种,筛选出适合种植的品种,在合作社及周边农户中广泛推广,让他们从中获益。目前,“施泉”品牌旗下有11家果园,拥有一套严格的品牌管理机制和品质标准,每个月开一次会进行技术统一。



何明芳 搭上电商快车的女能人

今年5月10日,独家使用原产地保护商标的南汇8424品牌西瓜装箱上市,并且首次在1号店与淘宝开通网上联销平台。从当年踩着自行车进城卖水果,到去年销售达3000万元,再到今年与电商合作,何明芳(上图中间人物),这位从田头走来的挑担卖瓜农妇,不仅搭上了电子商务快车,自家果园的收成节节攀升,还成了浦东优质水果网络营销带头人,何明芳借助互联网,既用心帮衬村里镇里辛勤种瓜却不知去哪卖的果农,又贴心服务想吃好瓜却不知到何处买的市民。

1997、1998年,因乡里工厂效益不好,下岗后的何明芳踩着自行车将自家3亩承包地中种植的水果拿到城里去卖,市区亲戚们也帮着买,通过口耳相传打开了南汇桃子的市场,1997年何明芳开始尝试团购推销。慕名而来的人多了,何明芳开始筹划水果的包装,1998年推出彩色品牌装,1999年注册了“桃咏牌”商标,2006年建起了500亩设施果园。何明芳的桃子开始供不应求,她便开始帮着邻居和村里的果农一起卖,原本每斤两元都不一定能够卖得出去的水果到了何明芳手里变成每斤6元都在疯抢。

今年在市林业站和浦东新区农协的大力支持下,“桃咏”终于登陆1号店和淘宝网。何明芳说,目前每天销售400到500箱,网上销售在100箱。有了网上销售的渠道后,省力了很多,无需实体店的租金和人力成本,只要配备仓储就可以了。有了网络销售的支撑,“桃咏”的实体店现在逐渐扮演起提货点的角色。