LUHE 陆河

客韵新城 活力陆河

陆河县青梅产业发展总体规划

（征求意见稿）

从“中国青梅之乡”到“全球青梅价值创新中心”



二〇二五年五月

专家顾问团队名单

明　旒　香港中文大学（深圳），终身教授，农牧业数字经济研究中心执行主任（研究方向：大数据与人工智能、运营管理）

徐小林　南京大学，教授，博士生导师，案例中心主任（研究方向：经济学、供应链）

冯大春　仲恺农业工程学院，信息与科学技术学院科研副院长，教授，硕士生导师（研究方向：农业信息化、食品安全与智能控制）

黄建昌　仲恺农业工程学院园艺园林学院副院长，教授，硕士生导师（研究方向：果树育种学、园艺植物育种学）

李欣欣　福建农林大学，教授，博士生导师（研究方向：植物营养学，功能基因研究）

闫　佳　深圳信息职业技术学院财经学院副院长，副教授（研究方向：产业经济）

崔　春　华南理工大学，副教授，博士生导师（研究方向：食品生物技术、食品风味化学）

胡　飞　华南农业大学，副教授，硕士生导师（研究方向：农业管理学、气象学）

陈继光　厦门大学，副教授，博士生导师（研究方向：管理学、商务分析与运营创新）

宋子伟　广东省农业科学院植物保护研究所，生物防治研究室副主任，副研究员（研究方向：病虫害生物防治研究）

赖　多　广东省农业科学院果树研究所，副研究员（研究方向：果树

研究）

郭栋梁　广东省农业科学院果树研究所，副研究员（研究方向：果树研究）

李　璐　广东省农业科学院蚕业与农产品加工研究所，副研究员（研究方向：食品加工理论与技术）

刘　冰　深圳信息职业技术学院，副研究员（研究方向：分子生物技术）

目 录

前 言 1
第一篇 青梅调研报告篇 3
第一章 陆河县整体概况 4
一、 地理位置及区位条件 4
（一） 自然区位 4
（二） 经济区位 6
二、 自然状况及生态条件 7
（一） 地质、地形及地貌 7
（二） 气象气候 8
（三） 土壤状况 9
（四） 水文水资源 9
（五） 植被 11
（六） 山地生态 11
三、 社会经济状况及发展水平 12
（一） 人口状况 12
（二） 生产总值及人均生产总值 13
（三） 产业结构状况 14
（四） 教育科技状况 15
（五） 工业化及城市水平 16
（六） 交通状况 17
四、 农业发展现状 18
（一） 农业总产值 18
（二） 农业产业结构 19
（三） 农业主导产业 21
（四） 农业产业化 23
（五） 农业机械设备 24
（六） 农业品牌建设 25

五、 陆河县人文旅游资源 26
（一） 旅游景区 26
（二） 温泉资源 47
（三） 陆河美食 51
（四） 酒店民宿 108
六、 陆河县城市品牌建设 113
第二章 国内外农业模式概况 115
一、 中国农业模式的分析 115
（一） 中国农业模式的概述 115
（二） 中国农业模式的优势分析 115
（三） 中国农业模式的问题与挑战 116
二、 美国农业模式的分析 118
（一） 美国农业模式的概述 118
（二） 美国农业模式的优势分析 119
（三） 美国农业模式的局限性与挑战 120
三、 中美农业模式对比 121
（一） 农业生产方式对比 121
（二） 农业资源利用对比 122
（三） 农业政策支持对比 124
四、 中国农业模式对中国青梅产业发展的积极影响 125
第三章 青梅产业发展调研情况 127
一、 全球青梅产业发展概况 127
（一） 全球青梅行业发展现状 127
（二） 主要国家和地区发展状况 127
（三） 全球青梅行业发展趋势 128
（四） 案例：日本和歌山县梅子产业发展 128
二、 中国青梅产业发展概况 131
（一） 中国青梅产业概况 131
（二） 中国青梅的栽培面积与产量 131

（三） 中国青梅产业链分析 133
（四） 中国青梅发展中存在的问题 134
（五） 中国青梅产业发展优势与挑战 135
（六） 案例一：广东省普宁市青梅产业发展 136
（七） 案例二：福建省诏安县青梅产业发展 141
三、 陆河青梅产业发展现状 144
（一） 栽培历史沿革 144
（二） 第一产业现状 146
（三） 第二产业现状 151
（四） 第三产业现状 222
（五） 产业抗风险能力 231
（六） 陆河县农业产业配套项目情况 233
第四章 中国青梅产业调研报告详细分析 244
一、 行业发展环境（PEST 分析模型） 244
（一） 经济环境 244
（二） 政策环境 248
二、 市场分析 251
（一） 市场需求概述 251
（二） 市场规模 251
（三） 市场特点 254
三、 区域市场分析 258
（一） 区域市场概况及分布 258
（二） 重点区域市场分析 258
（三） 青梅区域市场发展趋势 262
四、 细分行业分析 263
（一） 主要青梅细分行业 263
（二） 加工类青梅产品 264
（三） 青梅保健类产品 265
（四） 青梅农文旅 268

五、 行业生产分析 273
（一） 工艺技术 273
（二） 产能产量 279
（三） 青梅产业区域分布 280
六、 行业供需平衡分析 281
（一） 青梅供需平衡现状 281
（二） 影响青梅供需平衡的因素 282
（三） 青梅供需平衡趋势预测 282
七、 青梅产业龙头企业研究分析 283
（一） 重庆江记酒庄有限公司（梅见青梅酒） 283
（二） 溜溜果园集团股份有限公司（A 轮） 287
（三） 福建省诏安福益食品有限公司 293
（四） 宜宾五粮液仙林生态酒业有限公司（吾调青梅酒） 298
（五） 广东佳业食品有限公司 306
（六） 诏安荣华食品有限公司 310
（七） 泉州荣祺食品有限公司 312
（八） 普宁市小梅屋食品有限公司 315
（九） 云南大理洱宝实业有限公司 317
（十） 漳州市顺兴达食品有限公司 320
八、 行业竞争格局 322
（一） 重点青梅企业市场份额 322
（二） 青梅行业市场集中度 322
（三） 行业竞争群组 323
（四） 潜在进入者 324
（五） 替代品威胁 325
（六） 互补品 325
（七） 供应商议价能力 325
（八） 用户议价能力 326
（九） 青梅行业竞争关键因素 327

九、 产品价格分析 328
（一） 青梅行业价格特征 328
（二） 中国青梅产品历史价格回顾 328
（三） 青梅产品当前市场价格评述 328
（四） 影响青梅产品价格的因素 329
（五） 主流企业青梅产品价位及价格策略 330
十、 上游供应状况 332
（一） 上游产业发展现状 332
（二） 上游产业生产情况 332
（三） 上游产业对青梅行业生产成本的影响 337
十一、 渠道研究 337
（一） 青梅行业主流渠道介绍 337
（二） 各类渠道对比 338
（三） 主要青梅企业渠道策略 340
十二、 行业盈利能力分析 341
（一） 2020-2024 年青梅行业销售毛利率 341
（二） 2020-2024 年青梅行业销售利润率 342
（三） 2020-2024 年青梅行业总资产利润率 342
（四） 2020-2024 年青梅行业净资产利润率 343
（五） 2025-2029 年青梅行业盈利能力指标预测 343
十三、 行业成长性分析 344
（一） 2020-2024 年青梅行业销售收入增长率 344
（二） 2020-2024 年青梅行业总资产增长率 344
（三） 2020-2024 年青梅行业净资产增长率 345
（四） 2020-2024 年青梅行业利润增长率 345
（五） 2025-2029 年青梅行业成长性指标预测 346
十四、 行业偿债能力分析 346
（一） 2020-2024 年青梅行业资产负债率 346
（二） 2020-2024 年青梅行业速动比率 347

（三） 2020-2024 年青梅行业流动比率 347
（四） 2020-2024 年青梅行业利息保障倍数 348
（五） 2025-2029 年青梅行业偿债能力指标预测 348
十五、 行业营运能力分析 349
（一） 2020-2024 年青梅行业总资产周转率 349
（二） 2020-2024 年青梅行业营运资本周转率 349
（三） 2020-2024 年青梅行业应收账款周转率 350
（四） 2020-2024 年青梅行业存货周转率 350
（五） 2025-2029 年青梅行业营运能力指标预测 351
十六、 经营策略分析 351
（一） 青梅行业总体发展前景预测 351
（二） 经营机会 354
（三） 企业经营策略建议 355
十七、 风险提示 357
（一） 环境风险 357
（二） 产业政策风险 369
（三） 产业链风险 369
（四） 市场风险 370

第二篇 陆河青梅分析报告篇 371
第一章 陆河青梅产业 SWOT 分析 372
一、 优势条件（Strengths） 373
（一） 国家认证优势 373
（二） 生态优势 373
（三） 品质优势 375
（四） 原产地优势 383
（五） 品种优势 384
（六） 区位优势 384
二、 存在的主要问题（Weaknesses） 385
（一） 第一产业 385
（二） 第二产业 386
（三） 第三产业 389
三、 发展机遇（Opportunities） 392
（一） 深圳对口帮扶与深圳外贸战略的双重赋能 392
（二） 市场机遇 393
（三） 农业产业政策机遇 395
（四） 新媒体及电商机遇 396
（五） 农业供给侧改革机遇 397
四、 面临的挑战（Threats） 397
（一） 来自国内市场的挑战：青梅产区同质化与水果品类挤压 397
（二） 来自进口水果的竞争：供应链与品牌溢价双重挑战 398
（三） 国内消费需求的变化：健康化与体验升级的转型压力 .. 399
第二章 陆河青梅产业市场前景分析 401
一、 陆河青梅产业的发展空间分析 401
（一） 市场需求分析 401
（二） 供应链数字化赋能陆河青梅产业发展 405
（三） 发展潜力分析 410

二、 陆河青梅产业的出路分析 416
（一） 大健康赛道分析 416
（二） 康养保健品赛道融合的探索 418
（三） “赣南脐橙”成功经验借鉴 419
（四） 开拓新出路，快速破圈 421

第三篇 陆河青梅产业规划篇 424
第一章 规划的背景和依据 425
一、 政策背景 425
二、 指导思想 427
三、 基本原则 428
（一） 坚持以市场需求为引领 428
（二） 坚持发挥区域资源优势 429
（三） 坚持尊重农民主体地位 429
（四） 坚持以科技创新为核心驱动力 429
（五） 坚持推进三产深度融合 430
四、 规划编制依据 430
五、 规划的范围及规划时限 431
第二章 品种结构规划与区域布局 432
一、 品种结构规划 432
（一） 品种选择依据 432
（二） 主导品种结构规划 432
二、 区域布局 440
第三章 陆河青梅产业发展的战略定位 442
一、 发展思路 442
二、 发展战略框架 443
（一） 战略定位升级：从“中国青梅之乡”到“全球青梅价值创新中心” 443
（二） 战略思维转变：从供给导向到面向未来的消费驱动 444
（三） 核心战略思路：全球青梅产业智慧生态系统构建 445
（四） 全域营销战略框架：打造千亿级品牌生态体系 449
三、 发展目标 450
第四章 两大核心组织机构建设 451
一、 国际青梅产业联盟 451

二、 青梅未来研究院 451
第五章 八大重点建设工程 453
一、 国家级青梅种质资源圃建设工程 453
（一） 总体目标 453
（二） 实现路径 453
（三） 青梅种质资源圃的利用方向 458
（四） 建设要求 460
二、 标准化青梅果园建设工程 461
（一） 总体目标 461
（二） 实现路径 462
（三） 建设要求 470
三、 果品采后初加工处理建设工程 471
（一） 总体目标 471
（二） 实现路径 472
（三） 建设要求 475
四、 青梅精深加工项目工程 476
（一） 总体目标 476
（二） 实现路径 477
（三） 建设要求 483
五、 中国青梅产业集散中心建设工程 484
（一） 总体目标 484
（二） 实现路径 485
（三） 建设要求 488
六、 品牌建设及营销体系建设工程 489
（一） 总体目标 489
（二） 实现路径 490
（三） 建设要求 495
七、 青梅产业农文旅养结合及产业融合建设工程 496
（一） 总体目标 496

（二） 实现路径 496
（三） 建设要求 505
八、 科技支撑与服务体系建设工程 506
（一） 总体目标 506
（二） 实现路径 506
（三） 建设要求 515
第六章 投资估算、资金筹措及效益分析 517
一、 投资估算 517
（一） 总投资估算 517
（二） 分年度投资计划 519
（三） 各重点建设项目投资计划 519
二、 资金筹措 527
三、 效益分析 532
（一） 经济效益 532
（二） 社会效益 533
（三） 生态效益 534
（四） 绩效评估 534
第七章 组织管理与运行机制 536
一、 组织管理 536
（一） 成立陆河县青梅产业发展工作专班 536
（二） 坚持规划的政府主导与组织推动 539
（三） 建立完善的陆河县青梅产业组织体系 539
二、 运行机制 541
（一） 落实扶持政策 541
（二） 落实宣传工作 542
（三） 落实经营主体 543
（四） 落实产业服务业体系 543
（五） 落实技术培训和服务 544
（六） 落实果园管理 545

（七） 落实营销体系 546
第八章 环境影响分析 547
一、 环境影响 547
（一） 果园环境影响 547
（二） 果品采后初加工处理环境影响 548
（三） 精深加工环境影响 548
（四） 品牌建设及营销环境影响 549
二、 环境保护与治理措施 549
（一） 果园环境保护与治理措施 549
（二） 果品采后初加工处理环境保护与治理措施 550
（三） 精深加工环境保护与治理措施 551
（四） 品牌建设及营销环境保护与治理措施 552
第九章 风险分析和防范预案 553
一、 自然风险及防范措施 553
（一） 自然风险分析 553
（二） 防范措施 554
二、 技术风险及防范措施 557
（一） 技术风险分析 558
（二） 防范措施 558
三、 经济风险及防范措施 559
（一） 经济风险分析 560
（二） 防范措施 560
四、 社会风险及防范措施 562
（一） 社会风险分析 562
（二） 防范措施 563
五、 环保风险及防范措施 564
（一） 环保风险分析 564
（二） 防范措施 565
第十章 规划实施的保障措施 567

一、 组织保障措施 567
（一） 切实加强组织领导，确保规划顺利实施 567
（二） 落实分工负责，优化工作机制 568
（三） 加强检查指导，及时推进工作 568
二、 资金保障措施 569
（一） 拓宽融资渠道，广泛吸收各类资金 569
（二） 强化资金监管与绩效评估，确保资金使用效益 570
三、 科技保障措施 571
（一） 强化科技创新引领，推动青梅产业技术升级 571
（二） 深化人才引进与培育，壮大青梅产业人才队伍 572
（三） 加强与高校、科研院所的合作与交流 572
四、 其他政策保障措施 573
（一） 财政扶持 573
（二） 税收优惠 574
（三） 金融支持 574
（四） 土地保障 575
（五） 其他创新支持措施 575

第四篇 陆河青梅分阶段规划篇 576
第一章 近期规划（2025-2027 年） 577
一、 2025 年规划启动 577
二、 2026 年规划启动 577
三、 2027 年规划启动 578
第二章 中期规划（2028-2030 年） 580
一、 2028 年规划启动 580
二、 2029 年规划启动 580
三、 2030 年规划启动 581
第三章 长期规划（2031-2035 年） 582
一、 2031 年规划启动 582
二、 2032 年规划启动 582
三、 2033 年规划启动 583
第四章 配套运营管理规划（2025-2035 年） 584
第五章 投资估算汇总表 585
结 语 586
附 件 587

前 言

陆河县，被誉为“中国青梅之乡”，这片土地以其得天独厚的自然环境和气候条件，孕育了青梅这一果中瑰宝，并拥有着悠久的青梅栽培历史与文化传承。自古以来，青梅在这片土地上生根发芽，见证了陆河人民与大自然的和谐共生。近年来，随着农业结构的不断优化与调整，青梅产业异军突起，迅速成长为陆河县农业高质量发展的核心驱动力。它不仅为当地农民开辟了一条增收致富的新路径，极大地提升了农民的生活水平，还以其独特的产业魅力和经济效应，有效促进了整个县域经济的多元化与全面发展，成为陆河县的一张亮丽名片。

面对新的发展机遇与挑战，特别是在国家“百千万工程”战略深入实施的背景下，以及农业产业高质量发展成为时代主旋律的今天，陆河县青梅产业迎来了前所未有的广阔舞台与无限可能。为了抓住这一历史机遇，进一步挖掘青梅产业的发展潜力，推动其向更高层次、更广领域迈进，特制定《陆河县青梅产业发展总体规划》。本规划立足于当前青梅产业的发展现状，深入分析国内外市场趋势，紧密结合陆河县的资源禀赋、产业基础及未来发展方向，旨在科学、系统地明确青梅产业在未来十年内的战略定位、发展目标、重点任务及保障措施，为青梅产业的持续健康发展提供清晰的方向指引与强有力的战略支撑。

本规划的编制，我们特向明旒、徐小林、冯大春、黄建昌、李欣欣等 14 位教授以及科研院所的专家学者咨询。咨询方向涉及果树育种学、园艺植物育种学、植物营养学、功能基因研究、果树研究、病

虫害生物防治研究、农业管理学、气象学、食品生物技术、食品加工理论与技术、食品风味化学、食品安全与智能控制、农业信息化、大数据与人工智能、大模型、物流管理、管理学、经济学、运营管理、电商营销、商务分析与运营创新、供应链等众多专业领域。

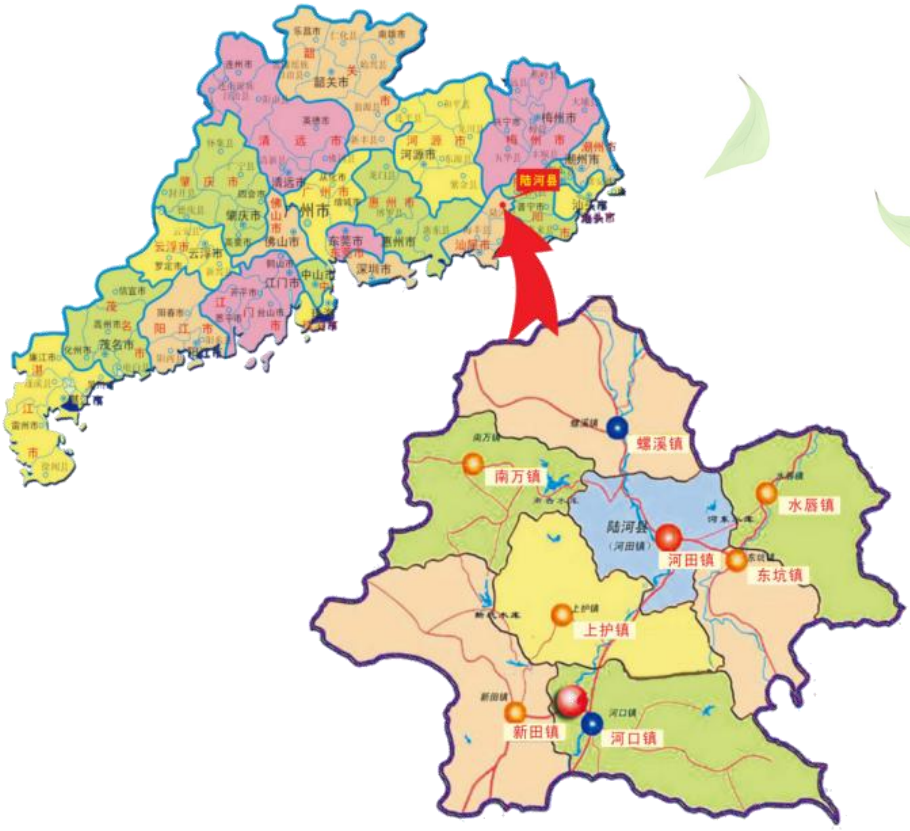
通过本规划的实施，我们期待能够引领陆河县青梅产业迈向更加辉煌的明天，为构建现代农业产业体系、推动乡村振兴与县域经济繁荣作出新的更大贡献。

第一篇　青梅调研报告篇


陆河
客韵新城 活力陆河
中国青梅之乡·陆河
陆河欢迎你
十里梅花长廊
青梅花海
青梅林语河滨园
综合智慧物流园
科技小院
青梅晒梅场
万吨级初加工厂房
陆河青梅
火山嶂
国泰
高标准青梅种植示范园
青梅未来研究院
国际青梅产业联盟
青梅产业运营中心
青梅产品研发中心
综合办公室
科研所所合作交流室
青梅产品检验中心
培训基地
直播基地
孵化基地
交易展示中心
清绿
陆河青梅产业园
梅花节

第一章 陆河县整体概况

一、地理位置及区位条件



陆河县地理位置示意图

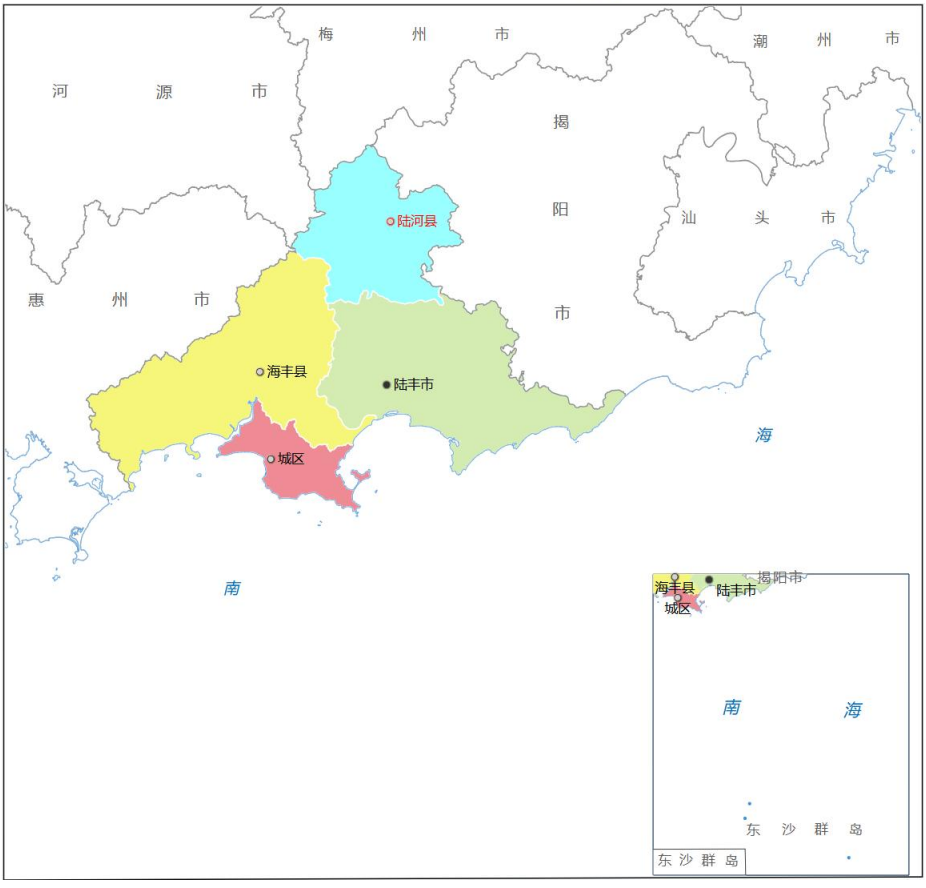
（一）自然区位

1．纬度位置

陆河县位于东经115°24′至115°49′，北纬23°08′至23°28′之间，属于南亚热带季风气候，海洋性气候明显。这一纬度位置使得陆河县拥有温和的气候条件。北回归线横贯县境，使得这里的气候四季分明，冬无严寒，夏无酷暑，光照充足，降水充沛。这样的气候条件为农业生产提供了得天独厚的优势，特别是青梅等果树的种植，使得陆河县成为全国知名的青梅之乡。

2．海陆位置

陆河县位于广东省东部沿海地带，但并不直接临海，而是处于兴梅山区与沿海地区的结合部。这样的海陆位置使得陆河县既受到海洋性气候的温和湿润影响，又保留了山区气候的凉爽宜人特点。陆河县距离海岸线有一定的距离，但通过便捷的交通网络，如公路和铁路，与沿海地区保持着紧密的联系，便捷的交通，也为经济发展提供了有利条件。



陆河县海陆位置示意图

3．地缘位置

陆河县的地缘位置十分优越，它东毗揭西县和普宁市，南邻陆丰市，西连海丰县、惠东县、紫金县，北接五华县。这样的地缘位置使

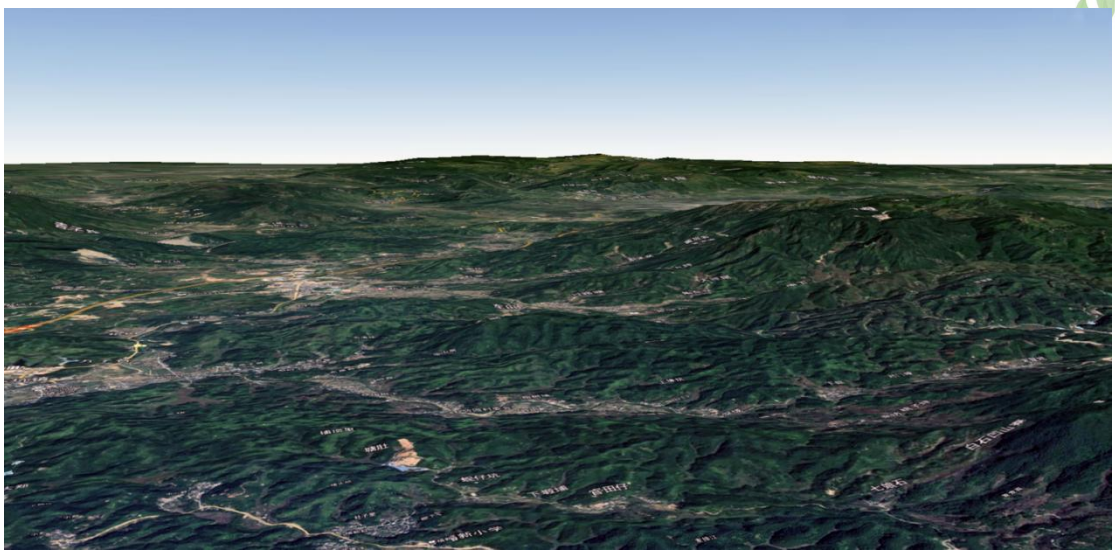
得陆河县成为一个连接多个县市的交通枢纽，也为当地的经济发展提供了广阔的市场和丰富的资源。同时，陆河县地处螺河和榕江上游，水资源丰富，为农业生产和居民生活提供了充足的水源。此外，陆河县还拥有丰富的森林资源和矿产资源，为当地的经济和社会发展提供了坚实的物质基础。

（二）经济区位

陆河县独特的地理位置为其经济发展带来了诸多优势。陆河县不仅紧邻港澳、深圳、东莞、惠州等经济发达地区，还位于河源、梅州、潮汕揭等地区的辐射范围内，形成了一个 1 至 3 小时的生活和经济圈。这样的区位条件为陆河县承接产业转移、吸引外来投资、拓展市场、发展农文旅提供了广阔的空间和便利的条件，而且陆河县客家人才众多，企业家遍布海内外，拥有良好的投融资条件。同时，陆河县内交通网络发达，公路、铁路等交通设施完善，进一步增强了其经济区位优势。

二、自然状况及生态条件

（一）地质、地形及地貌



陆河县地形地貌

陆河县，位于广东省汕尾市北部，坐拥莲花山脉南麓的壮丽风光，地势北高南低，地质结构比较复杂。从地质构造上看，陆河县位于华南褶皱系的东南沿海变质带，历经多次地壳运动和岩浆活动，形成了复杂多样的岩石结构。主要包括变质岩、花岗岩、砂页岩和红色岩系等，它们构成了陆河县坚实的地基。

复杂的地质结构构成了以山地和丘陵为主的地貌类型，辅以少量的盆地和平原。山地地貌占据了县域的主导地位，其面积占比高达近50%，山势陡峭，峰峦叠嶂。其中，以乌凸山（或称武顿山）为最高峰，海拔高达 1233 米，是陆河县乃至周边地区的标志性自然景观。

丘陵地貌则广泛分布于山地之间，面积占比约为 30%左右，地势相对平缓，是农业生产和林业发展的理想之地。此外，陆河县还散布着少量的盆地和平原地貌，面积占比约 20%，这些区域土壤肥沃，水

源充足，是粮食生产和居民聚居的主要区域。

综上所述，陆河县的地质构造复杂，岩石结构多样，地貌类型丰富，面积占比合理，这些自然条件的完美结合，为陆河县的农业、林业、旅游业等产业的繁荣发展奠定了坚实的基础。

（二）气象气候

陆河县位于广东省东部，拥有典型的亚热带季风气候，特点为气候温和、雨量充沛、日照充足。年均气温一般在 21.5℃左右，极端气温范围在 1℃至 38℃之间；年降雨量长期平均为 2187 毫米但年际变化大（如 2024 年仅 1044.8 毫米），降雨主要集中在 4 月至 9 月，尤其是 5 月和 8 月。此外，陆河县年均日照时数达 2138 小时，无霜期超过 350 天，平均风速 6.7 km/h，能见度 15.5 km，空气质量常年保持优良。

陆河县气候状况统计表（2024 年）

时间	平均高温（℃）	极端高温（℃）	平均低温（℃）	极端低温（℃）	总降雨量（mm）	平均风速（km/h）	平均能见度（km）
1 月	21	27	10	1	4.9	6.7	14.4
2 月	24	30	13	5	0	6.6	16.1
3 月	24	35	15	6	73.4	6.8	14.6
4 月	28	33	20	18	198.4	6.9	13.6
5 月	28	34	21	16	206.3	4.9	9.9
6 月	31	34	24	18	13.8	7	21.5
7 月	33	36	24	22	139.7	7	21.1

8 月	34	38	24	22	211	4.6	7.5
9 月	33	37	24	19	189	5.1	10.7
10 月	30	36	21	17	1.6	8.5	20.6
11 月	26	33	17	7	6.7	7.8	18
12 月	22	29	10	5	0	7.7	17.1

（数据来源：天气二四网）

（三）土壤状况

陆河县的土壤主要由水稻土、旱耕土和自然土构成，其中自然土以砂页岩赤红壤和花岗岩赤红壤为主，这些土壤土层深厚，呈酸性，pH 值普遍在 4.5~6.5 之间，有机质含量相当丰富，普遍高于 2%，部分土壤甚至高达 3%~4%，远高于全国土壤有机质含量的平均水平。

据检测，陆河县土壤中的微量元素含量丰富，与国家标准相比，某些关键微量元素的含量甚至更高。其中，硼（B）、钼（Mo）、锰（Mn）等元素含量普遍高于全国土壤平均含量。具体来说，全国土壤中硼的平均含量为 1.7ppm（毫克/千克），而陆河县土壤中硼的含量可达 5~30ppm；钼的平均含量为 0.1~6.0ppm，陆河县则可达 0.3~11.86ppm；锰的平均含量为痕迹~790ppm，陆河县则高达痕迹~323~790ppm（具体数值因土壤类型和地点而异）。

（四）水文水资源

陆河县拥有丰富的水文水资源，县内河流众多，以螺河和榕江两大水系为主，它们源自山区，蜿蜒流淌，最终汇入南海。螺河作为陆河县的主要河流，发源于县境北部的南万镇三神凸山，全长约 102 公

里，其中陆河境内河长 63.336 公里，流域面积广，水资源充沛，是当地农业灌溉、居民生活用水及工业用水的重要来源。榕江水系发源于陆河县东坑镇凤凰山，虽在陆河县境内流程较短，主要由东坑水、福新水、竹园水等支流组成，但其上游水源丰富，对补充当地地下水、维持生态平衡具有不可替代的作用。此外，螺河和榕江也是陆河县重要的自然景观之一，沿岸风光秀丽，吸引了众多游客前来观光游览。

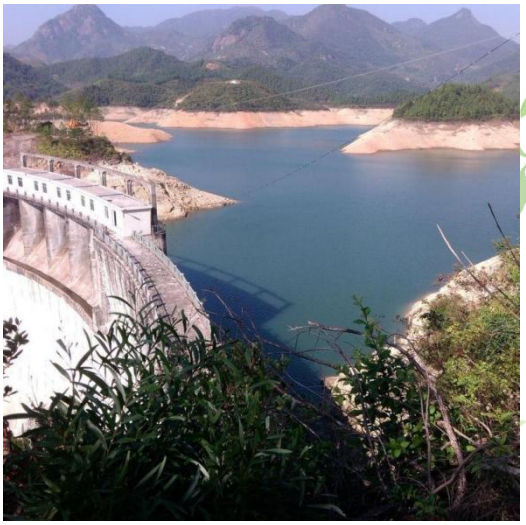


螺河

此外，陆河县还拥有多处水库和山塘，如南告水库、新坑水库、富梅水库、下磜水库、河东水库、北龙水库等，这些水库水质清澈，水量稳定，为陆河县提供了可靠的水资源保障。同时，陆河县的地质条件有利于地下水的形成和储存，尤其是山区和丘陵地带，地下水资源丰富，水质优良。



富梅水库



新坑水库

（五）植被

陆河县县域内森林覆盖率高达约 70%，植被类型以亚热带常绿阔叶林为主，广泛分布于山地、丘陵地带。樟树、楠木、红锥、荷木等珍贵的阔叶树种构成了森林的主体，林下植被同样繁茂，包括各种蕨类植物、灌木、草本植物等，形成了多层次、多结构的森林生态系统。此外，青梅、油柑、茶叶、油茶等经济作物在陆河县广泛种植。

（六）山地生态

陆河县的山地生态系统以亚热带常绿阔叶林为主导，植被茂密，种类繁多。从山脚到山顶，随着海拔的升高，植被类型逐渐发生变化，形成了垂直分布的自然植被带。在低海拔地区，樟树、楠木、红锥等阔叶树种郁郁葱葱，为山地生态系统提供了稳定的生态基础；而在高海拔区域，则生长着耐寒的灌木和草本植物，形成了独特的山地植被景观。

山地生态系统中，河流、溪流纵横交错，为动植物提供了充足的水源。这些水源不仅滋养了山地的植被，还为众多水生生物提供了栖

息地。同时，山地土壤肥沃，富含有机质，为农作物的生长提供了得天独厚的条件，使得陆河县成为青梅、茶叶等经济作物的优质产区。

此外，陆河县的山地还蕴藏着丰富的矿产资源，如花岗岩、砂页岩等，这些资源为当地的工业发展提供了有力的支撑。然而，陆河县在资源开发的同时，始终注重生态保护，通过实施严格的生态保护措施，确保了山地生态系统的稳定和可持续发展。

从总体上看，陆河县的山地生态以其丰富的自然资源、多样的生物种类和独特的自然景观，成为当地经济社会发展的重要支撑和宝贵的生态财富，目前山地生态处于良好状态。

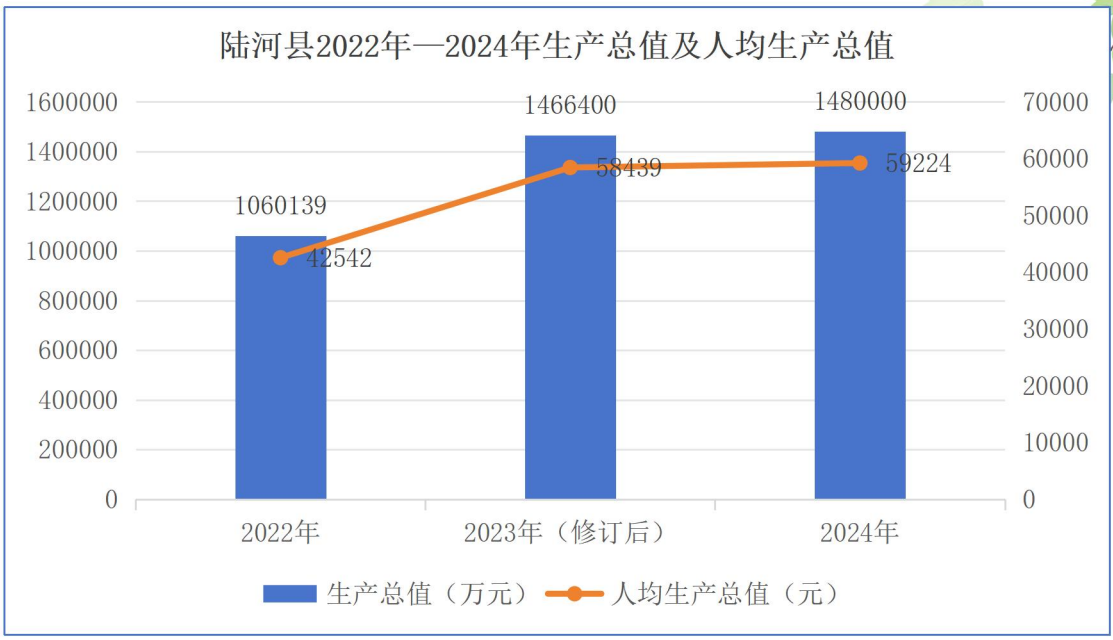
三、社会经济状况及发展水平

（一）人口状况

陆河县隶属广东省汕尾市，下设河田镇、东坑镇、螺溪镇、新田镇、上护镇、水唇镇、河口镇、南万镇共 8 个镇，并辖有国营吉溪林场。近年来，陆河县的常住人口保持在 25 万人左右。具体来说，2023 年末 2024 年初的常住人口为 24.99 万人，而 2022 年末 2023 年初的常住人口为 24.89 万人。与常住人口相比，陆河县的户籍人口数量稍多，2023 年末 2024 年初的户籍人口为 35.4048 万人。

陆河县是著名的侨乡，拥有大量的海外侨胞和港澳台同胞。据统计，全县旅居海外侨胞和港澳台同胞的数量高达 24 万余人。他们分布在世界各地，为陆河县的经济社会发展做出了重要贡献。

（二）生产总值及人均生产总值



1．生产总值增长情况

从2022年到2024年，陆河县的生产总值呈现出稳步增长的趋势。2023年的生产总值相较于2022年有了显著的增长，增长率达到了38.3%，这反映了陆河县经济的强劲发展势头。

2024年的生产总值相较于2023年（修订后）虽然增长幅度有所放缓，但仍然保持了正增长，这表明陆河县的经济在持续稳定地发展。

2．人均生产总值变化

人均生产总值是衡量一个地区经济发展水平的重要指标。从2022年到2023年，陆河县的人均生产总值有了大幅度的增长，从42542元增长到58439元，增长率达到了37.3%，这反映了陆河县居民生活水平的显著提高。而2024年的人均生产总值也继续保持增长态势。

陆河县2022年—2024年生产总值及人均生产总值统计表

年份	生产总值（万元）	人均生产总值（元）

2022	1060139	42542
2023（修订后）	1466400	58439
2024	1480000	59224

（三）产业结构状况

陆河县近年来产业结构持续优化，经济稳步增长。近几年产业产值数据显示，陆河县地区生产总值从 2022 年的约 146 亿元，增长至 2024 年的 148 亿元，显示出稳定的经济增长趋势。在产业结构方面，陆河县三次产业结构由 2020 年的 17.8:26.3:55.9 调整为 2023 年的 12.3:37.4:50.3。

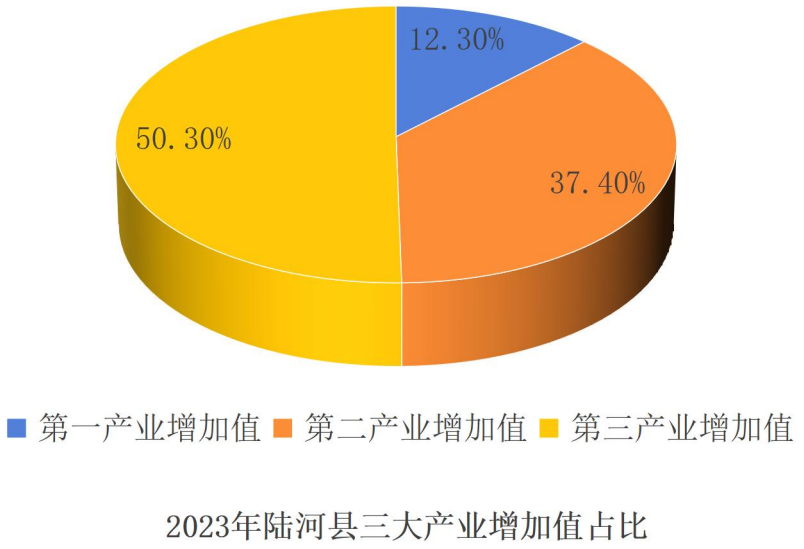
第一产业增加值虽然占比逐渐下降，但仍保持稳定增长。以 2024 年为例，第一产业增加值达到 19.5 亿元，同比增长 5.4%，显示出农业、林业、牧业和渔业等领域的持续发展。

第二产业在近年来呈现出先增后降的趋势。2023 年，第二产业增加值显著增长至 54.53 亿元，但到了 2024 年则下降至 44.25 亿元，同比下降 1.7%。这可能与产业结构调整、政策导向以及市场环境变化等因素有关。尽管如此，规模以上工业产值仍保持在较高水平，且新引进的工业项目和技改投资为第二产业的未来发展奠定了坚实基础。

第三产业作为陆河县的经济支柱，持续保持稳定增长。从 2022 年到 2024 年，第三产业增加值从约 82 亿元增长至 84.24 亿元，同比增长 1.6%。社会消费品零售总额也呈现出稳步增长态势，从 2023 年的 40.36 亿元增长至 2024 年的 41.62 亿元，反映出消费市场的活跃

和居民购买力的提升。

总的来说，陆河县产业结构正逐步向更加均衡、高效的方向发展。展现出“二产强、一产优、三产活”的融合发展态势。



2023年陆河县三大产业增加值占比

（四）教育科技状况

陆河县在农业教育与人才培养上取得了显著进展，特别是在青梅产业领域。通过与知名高校和科研机构的合作，陆河县成功引进了一批农业专家学者，为青梅产业提供了高端智力支持。同时，陆河县还注重培养农业技术推广人才、农业技术人员、经营和销售人员以及管理人员等多层次人才。这些人才在农业种植技术、市场营销、管理等方面发挥着重要作用，推动了农业产业的持续发展和农民的增收。简而言之，陆河县已经建立了一支高素质、多层次的农业人才队伍，为青梅、油柑等特色农业产业的发展提供了有力的人才保障。

值得一提的是，陆河县为解决水果产业瓶颈问题，选拔了一批农业专业技术硬、知识水平高的党员专家组成明星“三农”专业服务团

队。其中，研究员、博士 12 人，初级职称以上农技员 10 人。该团队通过科技下乡活动，深入田间地头为农业企业和农户提供技术指导和服务。

（五）工业化及城市水平

1．工业化

陆河县近年来工业化进程加速，2023 年陆河县生产总值达到约 146 亿元，同比增长 8.7%，其中第二产业（工业）增加值显著增长 20.9%，规模以上工业增加值飙升 35.6%，显示出强劲的发展势头。高技术制造业、先进制造业成为支柱，增长分别高达 138.9%和 158.3%，引领工业结构优化。进入 2024 年，尽管面临全球经济挑战，陆河县工业经济仍保持稳定，地区生产总值约 148 亿元，同比增长 1.3%，工业增加值虽有所下降，但降幅收窄，展现韧性。轻重工业均衡发展，为经济稳定贡献力量。综合以上数据可知，陆河县工业化目前正处于快速成长阶段，展现出强劲的发展潜力和良好的发展前景。

2．城市化

陆河县经历了从农业大县向工业、服务业多元化发展的转型过程。随着经济的快速发展和产业结构的优化升级，陆河县的城市化水平不断提升。根据最新数据，截至 2022 年末，陆河县户籍人口为 35.56 万人，常住人口为 24.89 万人，其中城镇常住人口 13.48 万人，城镇化率达到 54.16%。基础设施建设如交通、水利、电力及通信大幅改善，现已经形成了较为完善的交通网络，包括公路、铁路等交通方式，为居民出行和货物运输提供了便利。产业结构从农业为主转向多元化，

工业和服务业蓬勃发展，创造了大量就业机会，吸引了农村居民向城市转移。教育、医疗等公共服务和社会保障体系日益完善，提升了居民生活质量。近 20 年来，居民的生活水平和幸福感逐年提高，陆河县城市化的进程显著加速。

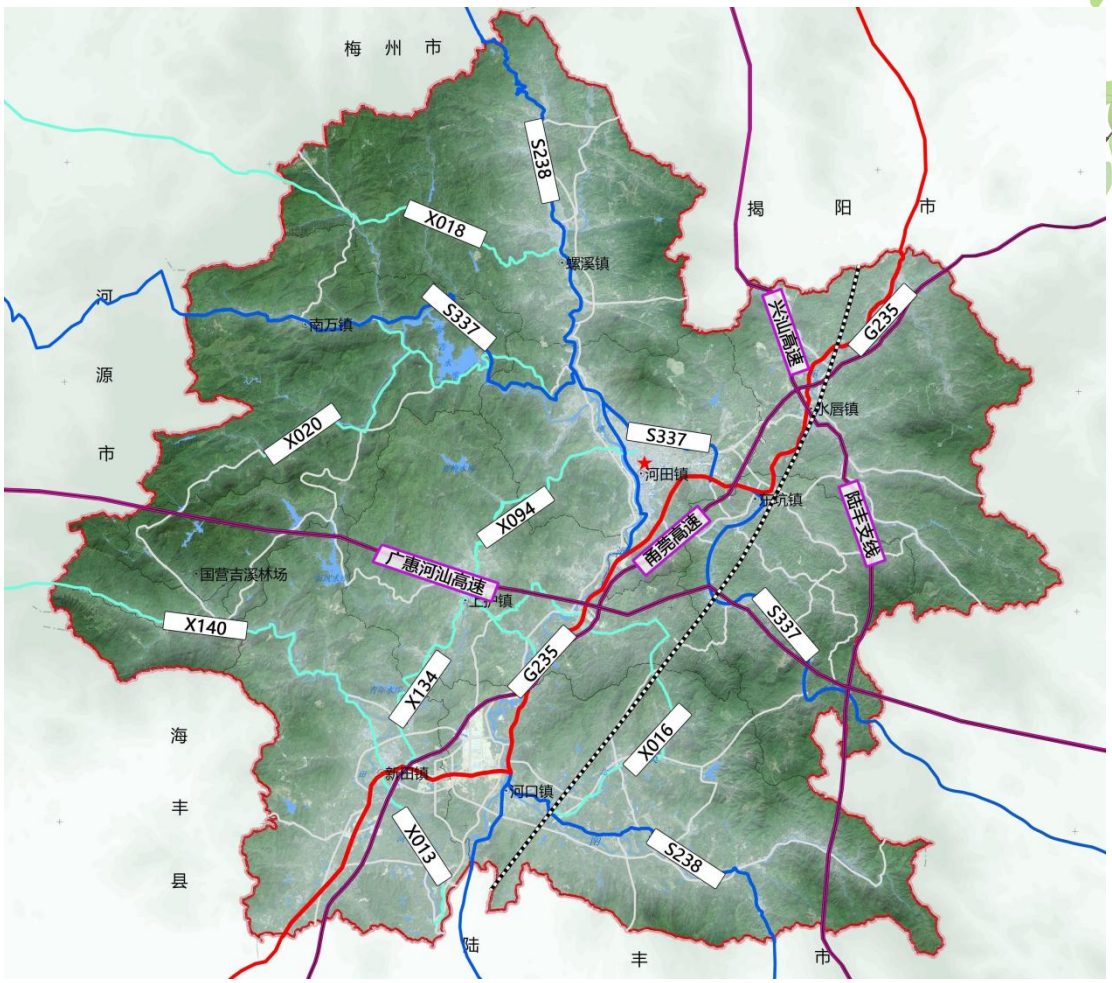


陆河县城全景图

（六）交通状况

陆河县近年来在交通基础设施建设方面取得了显著成果，交通网络日益完善，货运量也呈现出稳步增长的趋势。根据 2024 年统计年鉴的数据，截至 2024 年底，陆河县公路总里程已达到约 1604.452 公里，公路密度高达 162.7 公里/百平方公里。这一数据表明，陆河县的公路网络已经相当发达，为居民出行和货物运输提供了便捷条件。

高速公路方面，甬莞高速等高速公路的建成通车，极大地缩短了陆河县与周边城市的时空距离。这些高速公路不仅提升了县域内外的交通便捷度，还为货物运输提供了快速、高效的通道。使得陆河县处于港澳、深圳、东莞、惠州、河源、梅州、潮汕揭等地区 2 小时生活圈内，为县域经济的持续发展和繁荣提供有力支撑。



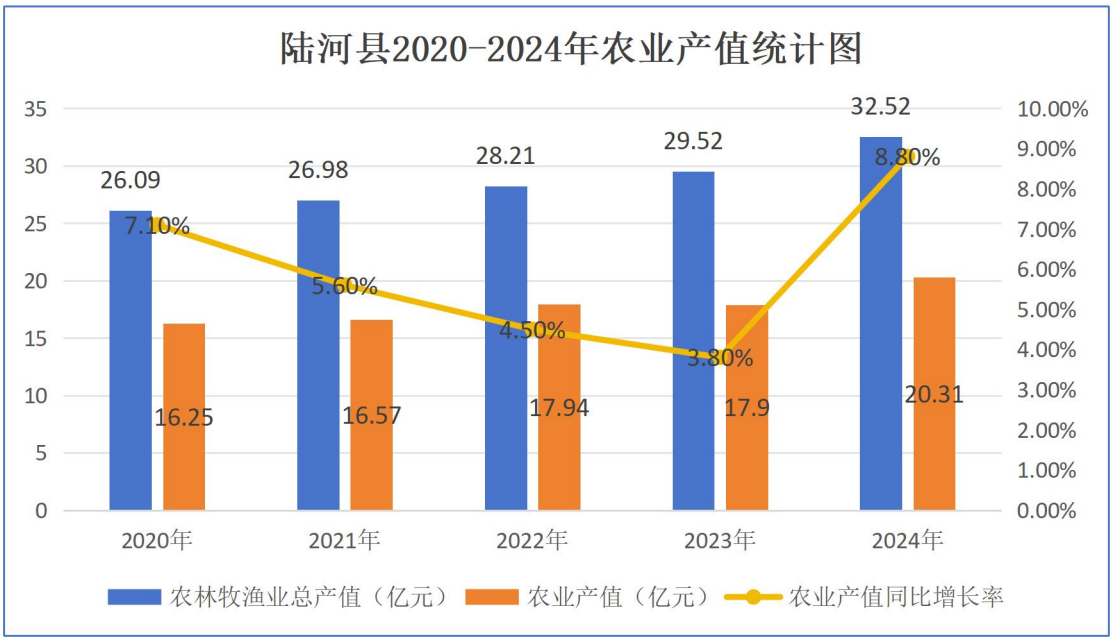
交通现状图

四、农业发展现状

（一）农业总产值

2020 年，陆河县全年农林牧渔业总产值 26.09 亿元，同比增长 4.9%。其中，农业产值 16.25 亿元，同比增长 7.1%；2021 年，陆河县全年农林牧渔业总产值 26.98 亿元，同比增长 12.3%。其中，农业产值 16.57 亿元，同比增长率 5.6%；2022 年陆河县全年农林牧渔业总产值 28.21 亿元，同比增长率 6.5%。其中，农业产值 17.94 亿元，同比增长 4.5%；2023 年，陆河县全年农林牧渔业总产值 29.52 亿元，同比增长 4.9%。其中，农业产值 17.90 亿元，同比增长 3.8%；2024

年，陆河县全年农林牧渔业总产值 32.52 亿元，同比增长 7%。其中，农业产值 20.31 亿元。同比增长 8.8%。2020 年以来，陆河县农业总产值均保持着持续增长的态势。

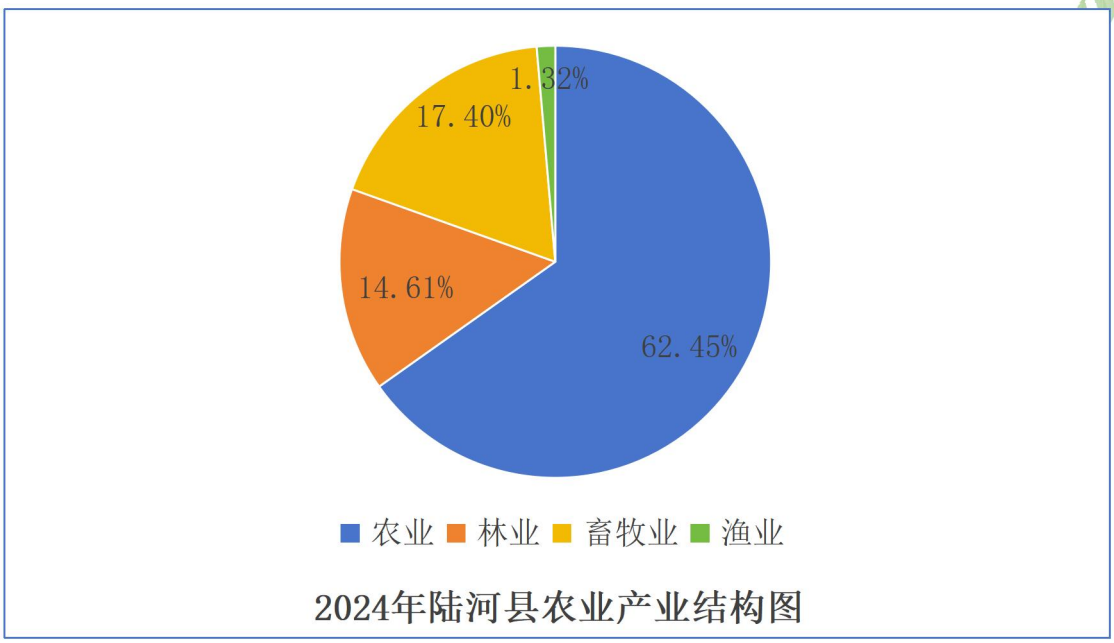


（二）农业产业结构

陆河县的农业产业结构较为均衡，涵盖了农业、林业、畜牧业和渔业等多个领域。近年来，陆河县积极调整和优化农业产业结构，注重提升农业生产效益和质量，取得了显著成效。

2024 年，陆河县农林牧渔业总产值 32.52 亿元，其中农业产值 20.31 亿元，占比为 62.45%；林业产值 4.75 亿元，占比为 14.61%；畜牧业产值 5.66 亿元，占比为 17.4%；渔业产值 0.43 亿元，占比为 1.32%。从近年来的数据来看，农业产值在农林牧渔业总产值中一直占据主导地位，且保持稳定增长。这得益于陆河县良好的自然条件和农业种植技术的不断进步。林业和渔业在陆河县的农业产业结构中仍占据重要地位，且呈现出良好的发展势头。特别是林业，在近年来实

现了快速增长。与农业和林业相比，畜牧业产值在近年来呈现出较大的波动性。

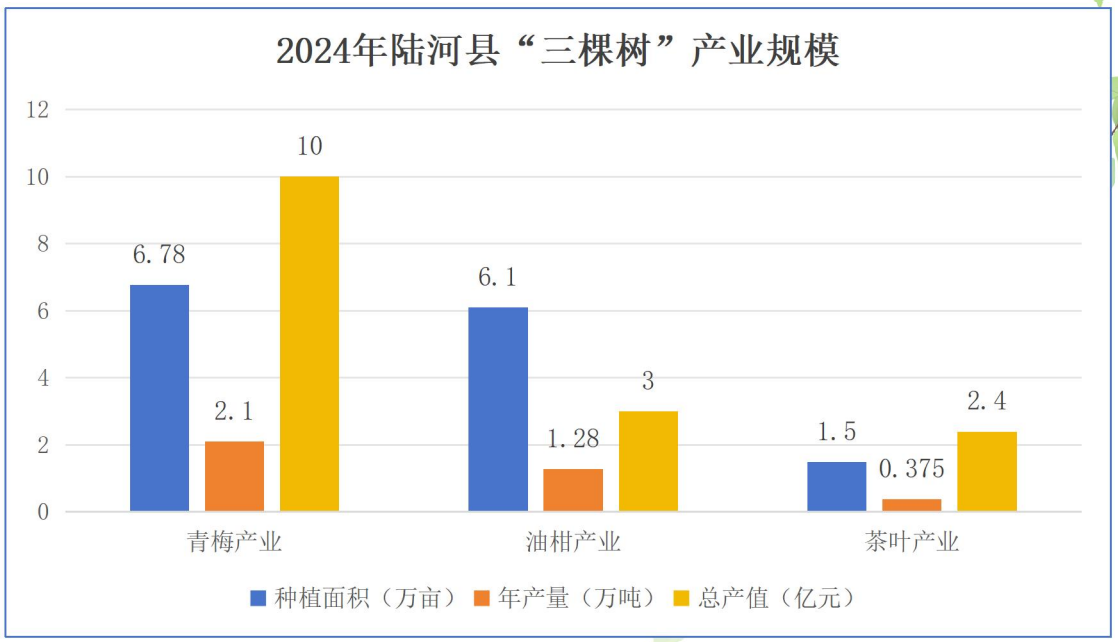


2024年陆河县农业产业结构图

近些年来，陆河县在扩大优化农业产业规模的同时，大力延伸产业链条，拓展农业功能。具体表现如下：

1．优化供应链

陆河县凭借山区县、生态县的自然禀赋，因地制宜打好特色牌，在全面推行“一村一品”基础上，重点培育陆河青梅、南万茶叶、田墩油柑等特色农产品，强化规模化种植。2024 年，陆河县青梅种植面积达 6.78 万亩，年产青梅 2.1 万吨，综合产值可达 10 亿元；油柑种植面积约 6.1 万亩，总产量 1.28 万吨，产值 3 亿元；茶叶种植面积 1.5 万亩，总产量 0.375 万吨（5 斤茶青做 1 斤茶叶，成品茶约 150 万斤），产值 2.4 亿元。



2．延伸产业链

陆河县加强产业链的延伸拓展，做好“农头工尾”文章，引进农产品精深加工企业，开发特色消费品。通过引进精深加工企业，陆河县成功开发了青梅酒、油柑饮品等特色消费品，提高了农产品的附加值。

3．提升价值链

加快冷链、电商产业园配套建设，同时践行“两山”理念，促进“农绿文旅”融合，打造生态观光、农趣体验、文化研学等多元业态。陆河县通过举办梅花节、油柑节、茶文化节等活动，成功打造了乡村“网红打卡点”，吸引了大量游客前来体验乡村旅游。据统计，螺洞村“世外梅园”景区通过梅花节吸引游客数十万人次，带动农副产品销售和民宿经济。

（三）农业主导产业

陆河县拥有独特的地理环境和气候条件，适合热带、亚热带作物

的生长。近年来，陆河县充分发挥本地农业资源禀赋，深挖“土特产”，延伸产业链，推动“土特产”长成“大产业”，多渠道增加农民收入。经过多年的发展，陆河县的农业主导产业以青梅、茶叶、油柑为主，同时不断发展壮大其他特色产业，形成了多元化、规模化、标准化的农业产业格局。

1．青梅产业

陆河县被誉为“中国青梅之乡”，青梅产业是当地的支柱产业之一。2024 年，全县青梅种植面积达 6.7842 万亩，年产量 2.0619 万吨，综合产值约 10 亿元，产品畅销国内外市场。产业链延伸至加工和乡村旅游，产值占比超农业总产值的 40%。

历届县委、县政府高度重视青梅产业的发展，先后成立陆河青梅研究所、陆河青梅协会。2006 年，“陆河青梅”获批国家地理标志保护产品。青梅种植不仅带动了当地农民的经济收入，还促进了相关产业的发展，如青梅加工、青梅酒制造等。此外，青梅省级现代农业产业园的建设进一步推动了青梅产业的规模化、标准化发展。

2．茶叶产业

陆河县的茶叶产业同样具有悠久的历史和显著的优势。茶叶种植产区主要分布在南万、新田、上护等镇，包含了白叶单丛、蜜兰香单丛茶、金萱、鸭屎香、大乌叶、黄金叶等多类品种。陆河县通过“生产+加工+科技+营销（品牌）”的模式，有效促进了茶产业的发展。目前全县茶叶种植面积已达 3 万亩，产值由 4080 万元增加到 2.4 亿元，产业覆盖 30 个行政村，从业农民超过 1000 户。此外，陆河县还

深入挖掘“茶文化”，因地制宜建成茶博园、茶文化体验中心等茶文化体验区，积极举办茶文化节等活动，为“茶游”造势引流，加快了陆河茶的推广。

3．油柑产业

陆河县的油柑种植历史悠久，长达 400 多年，是汕尾市乃至广东省油柑的发源地。目前，陆河油柑种植面积约 6.1 万亩，主要分布在河口、上护两个镇，年产量和产值均位居广东省前列。陆河县大力推进油柑产业化发展，创建省级油柑产业园，总投资达 1.93 亿元。油柑产业已成为当地村民们的“致富果”，为乡村振兴注入了源源不断的活力。如今，陆河县已将油柑从单一的生鲜水果成功转型为深加工产品，涵盖了油柑饮料、茶品、酒类等多个领域。

4．其他特色产业

除了青梅、茶叶、油柑三大主导产业外，陆河县还不断壮大和培植其他经济作物，如蜜柚、葡萄、百香果、火龙果等。这些特色产业不仅丰富了当地的农业产业结构，还为农民提供了更多的增收渠道。

（四）农业产业化

近年来，陆河县将扶持农业龙头企业视为推动农业产业化进程的核心策略，通过持续不懈的努力，陆河县的农业龙头企业已逐渐茁壮成长，产业链条日益拓展，涌现出一系列由龙头企业引领的、规模可观且具有较强辐射力与紧密农户联结机制的农业企业群体。据数据统计，截至 2024 年底，陆河县已拥有青梅类农业龙头企业 3 家，分别为陆河国泰青梅产业发展有限公司、陆河县果田生态农业科技有限公

司、陆河县清绿农业科技有限公司，这些农业龙头企业在提升农民收入方面发挥了显著的正向效应。

同时，陆河县遵循“依托资源优势、顺应市场需求、协同龙头企业”的发展理念，全县范围内初步构建了特色鲜明的区域化生产格局：以河口镇、河田镇为核心区域，重点发展青梅产业；螺溪镇与南万镇则侧重于油茶、高山茶及中药材的种植；新田镇与东坑镇则以荔枝、龙眼等水果种植为主。此外，各镇还根据自身条件，积极探索多元化种植与养殖结合的模式，促进农业生态平衡。

近年来，陆河县还加大了对农产品精深加工的探索力度，成功研发出青梅酒、青梅干、青梅酱、油茶籽油、高山茶系列饮品、龙眼蜜饯、荔枝干等多种高附加值产品，不仅丰富了市场供应，也极大提升了农产品的经济价值，为陆河县农业产业化发展注入了新的活力。

（五）农业机械设备

面对农村人口外流务工对陆河农业生产造成的劳动力短缺挑战，陆河县农业部门积极寻求创新解决之道，携手国内领先的农业机械研发机构（如省属农业装备研究院的联合团队），在陆河县的多片山地农田及果园内，开展了山地农业机械化作业系统的试验与推广项目。这些项目涵盖了在农田及果园中使用的一系列高效机械设备，包括但不限于：山地智能履带式拖拉机、开沟洒肥机、树枝粉碎机、除草机与收割机等，以及针对作物灌溉与病虫害防治的智能化装备，如太阳能动力喷雾系统、精准滴灌管理系统、智能病虫害监测与无人机施药系统等。大大降低了劳动强度，缓解了农村劳动力紧缺问题，大幅度

提高了劳动效率。

（六）农业品牌建设

近年来，陆河县依托得天独厚的自然条件和丰富的农业资源，以“土特产”为核心，深入挖掘地方特色农产品潜力，致力于打造一批具有鲜明地域标识、高品质与良好口碑的农业品牌。通过品牌化、产业化与生态价值转化相结合，构建了多元化农业品牌体系，不仅提升了农产品的市场竞争力，还有效促进了农业增效、农民增收。

在青梅产业方面，依托“中国青梅之乡”地理标志，打造了“山浦田”“一夫田”“清绿”等知名品牌，产品涵盖梅汁、梅酒等深加工领域，并入驻国家地理标志农产品展示体验馆，推动品牌走向全国市场。在油柑产业方面，通过省级产业园建设，延伸出饮料、茶品等深加工链条，并举办田墩油柑节，以“农旅融合”模式提升品牌影响力，带动户均年增收 3000 元。在茶叶产业方面，“陆河单丛茶”获全国名特优新农产品称号，南万镇通过“茶文化节”和茶博园建设，强化“南万单丛”等子品牌，实现茶园产值三年增长近 5 倍。

此外，甘薯产业以“陆河板栗薯”为代表，通过品质认证和港澳市场开拓，价格提升近 3 倍，成功进驻澳门 16 家商超，并配套建立体验中心强化品牌传播。

由此形成了一批具有一定规模和知名度的农产品品牌，取得了一定的成效。“陆河青梅”获得地理标准保护产品，陆河青梅、新田土蜂蜜、新田百香果、田墩油柑获评区域品牌，“山浦田单枞茶”“乌盾山乌龙茶”先后获评“粤字号”品牌产品，16 家企业 18 个品牌被

评为汕尾市名牌产品。陆河单丛茶已纳入全国名特优新农产品名录，新田百香果、田墩油柑、新田土蜂蜜、陆河青梅纳入广东省名特优新农产品区域品牌名录。

总的来说，从远近闻名的青梅、油茶到逐渐崭露头角的有机稻米、特色蔬菜，每一个品牌背后都凝聚着陆河人民对品质的执着追求和对传统农耕智慧的现代诠释。政府积极引导，企业主动作为，农户积极参与，共同构建了一个涵盖种植、加工、销售全链条的品牌建设体系。陆河县的农业品牌正以星火燎原之势，照亮山区农业转型升级的道路，向着绿色、生态、高效的现代农业发展目标稳步前行。

五、陆河县人文旅游资源

（一）旅游景区

1．螺洞世外梅园景区（AAAA 级）

位置：水唇镇螺洞村。

介绍：螺洞村风光绚丽、资源丰富，区内种植青梅上万亩，素有“世外梅园”之誉，是粤东地区最大的连片赏梅基地。目前是国家 4A 级旅游景区、全国乡村旅游重点村、中国美丽休闲乡村、中国蜜蜂特色村庄。

世外梅园以“梅”闻名，每年小寒至大寒前后，上万亩梅花争妍斗艳，清香飘远，风动花落时如雪纷飞，煞是壮观，仿佛置身于冰雪世界中。梅园内的山、水、石、林等自然景观独具特色，园区设有梅园栈道、溪心公园、写生基地、古树森林、十里花溪、心愿池、风响石、寿石等众多景点。


授予世外梅园
汕尾市十大休闲基地
(2015年度)
汕尾市旅游局
二〇一六年二月


广东省休闲农业与乡村旅游示范点
广东省农业厅
广东省旅游局
二〇一六年七月











2．螺溪谷景区（AAA 级）

位置：螺溪镇欧田村。

介绍：螺溪谷是国家 3A 级旅游景区，以客家民居、客家饮食、客家文化及生态、农林等乡土资源为依托，建设有火龙广场、欧田书舍、农礼铺子、青梅酒吧、客家擂茶会馆、客家民宿、梅园小筑、梦想田园、围屋会馆、度假山居十个具有特色的乡村旅游体验空间。在螺溪谷，可以享受四大服务：住宿服务、餐饮服务、购物服务、活动体验服务。在这里可以拥有农耕体验、亲子研学、党史学习教育培训、团队拓展训练、红绿融合旅游、乡土度假、童书阅读、儿童乐园、乡村故事会、农夫市集等等。













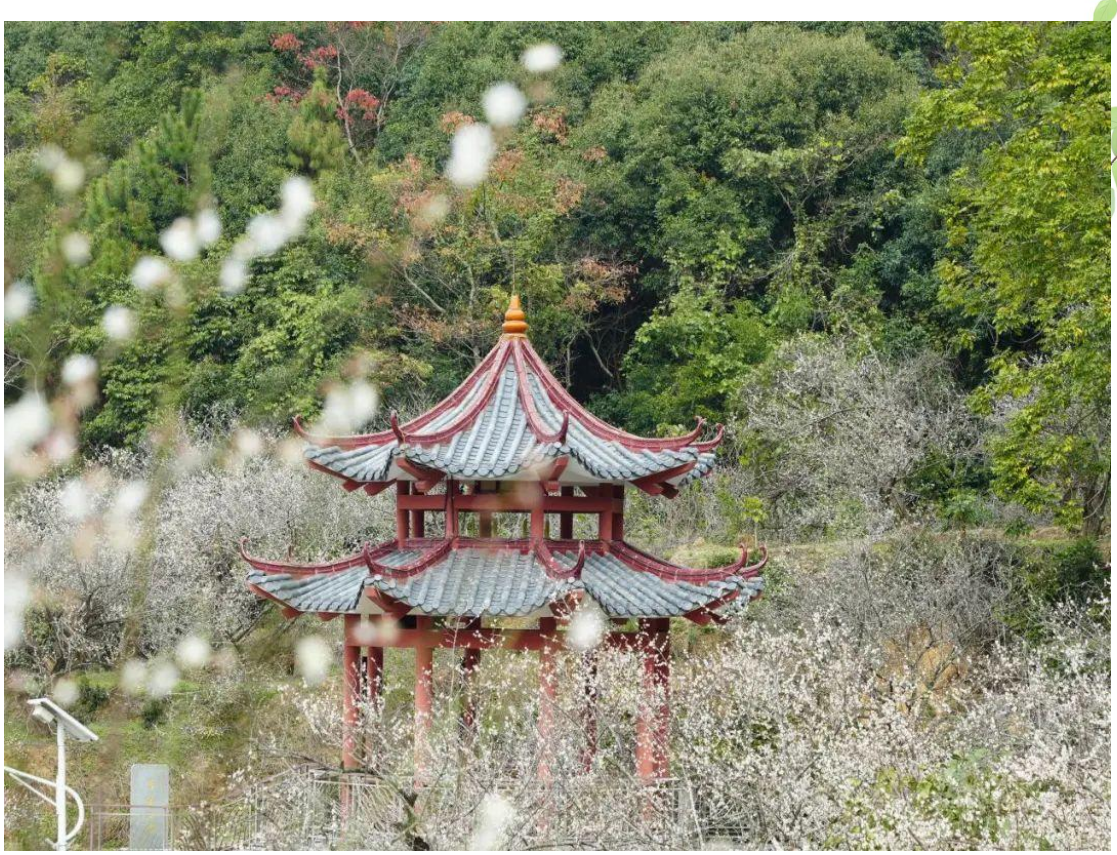
3．共光万亩梅园

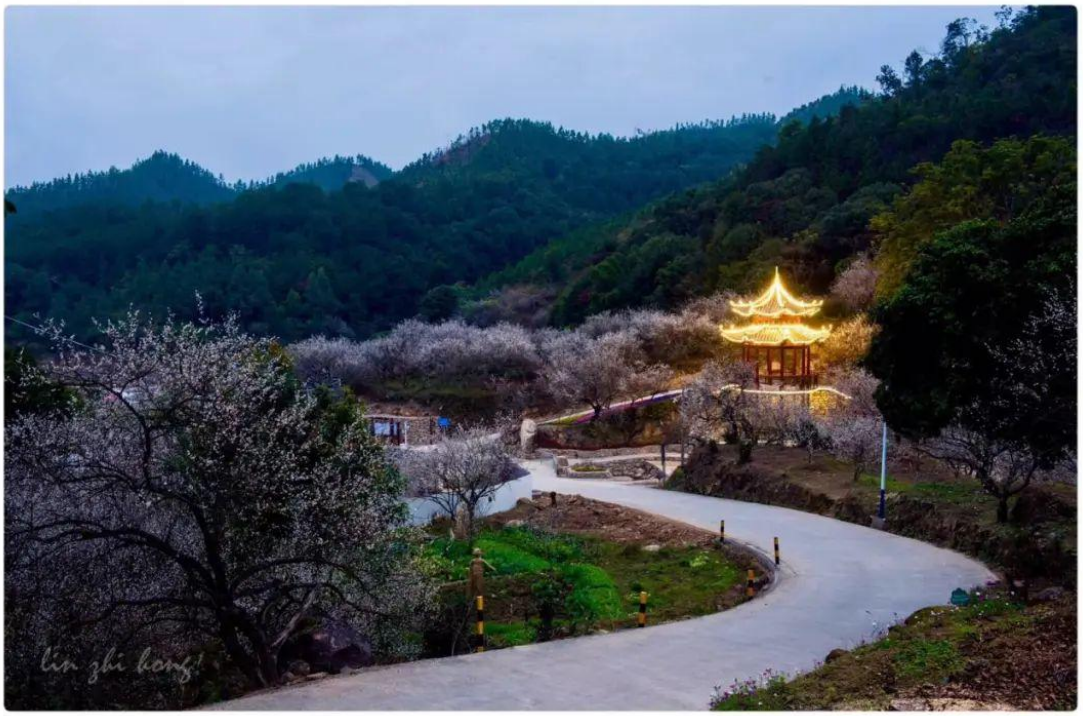
位置：东坑镇共光村。

介绍：共光万亩梅园，是传统文化传承与红色革命教育基地。园内建有沿溪栈道、花海景观，八景亭、聚云寺、写生基地、东洞农协分会红色展厅、党建广场等众多景点，每年梅花怒放时，数十万株梅树枝头绽开簇簇香雪白花，与碧绿的溪流河水和青山黛岭相辉映，美景怡人，芳香醉人，置身梅园，如在仙境。









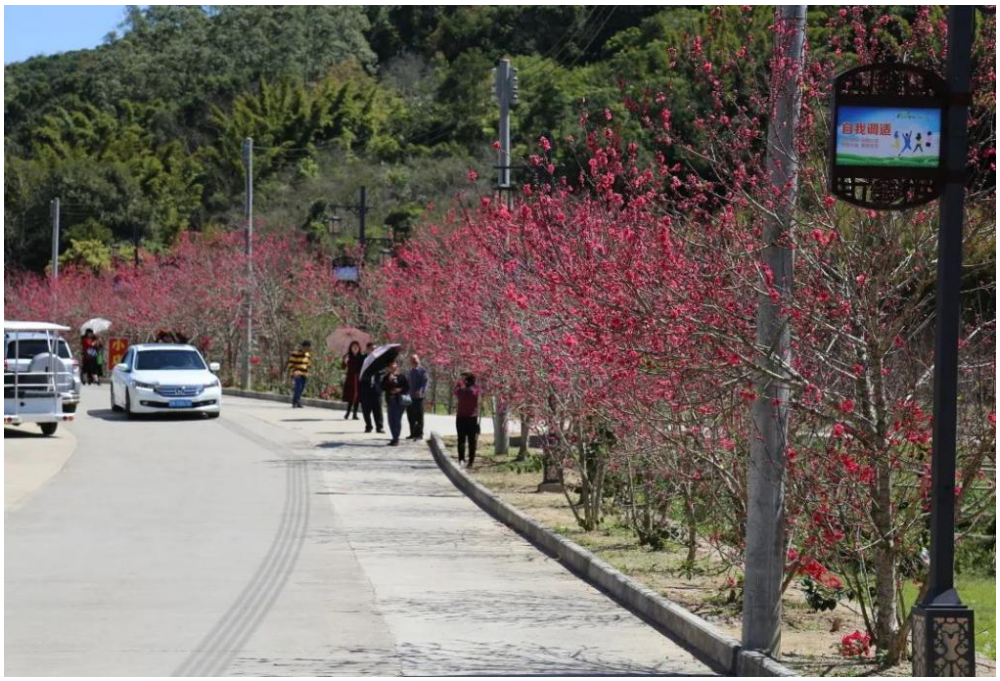
4. “诗意富溪”十里桃园

位置：上护镇富溪村。

介绍：以桃花源为主题，打造“生态富溪、诗意富溪”，占地面

积 150 亩，山泉小溪从中流淌而过，每年初春时节，漫山遍野桃花盛开，溪水潺潺山林鸟语，构筑“花-溪-山-村-水”为一体的“归园田居”特色生态，打造现实版的“桃花源”。





5．洋岭梯田

位置：上护镇洋岭村。

介绍：洋岭梯田，是集水稻种植+梯田观光+农业科普体验等功能

于一体的观光休闲区。辖区内开垦的梯田共计 1000 多亩，是汕尾最大连片梯田景观。从山脚盘绕着直至山顶，层层叠叠，高低错落，气势恢宏。参差错落的梯田上，金黄的水稻一片片随风摇曳，好似铺上了层层黄金，景色秀丽，如诗如画。









6．榕江源风景区

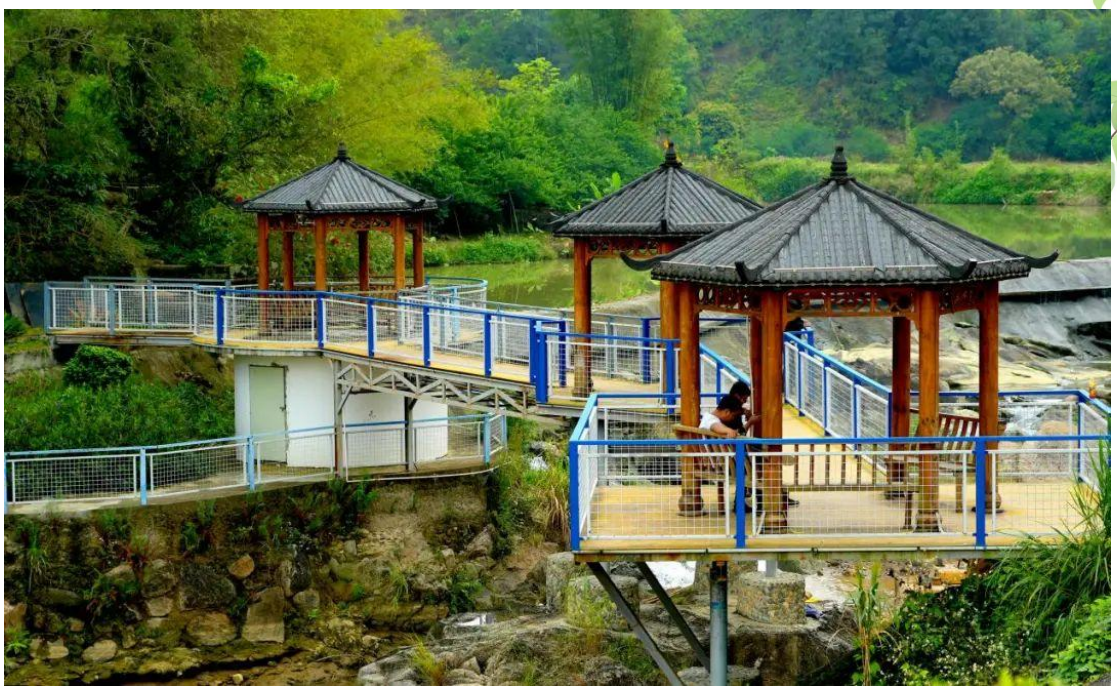
位置：东坑镇大路公陂村。

介绍：榕江源风景区位于汕尾市陆河县，风光旖旎的榕江河穿行而过，在这里游玩可以体验到亲水小河、儿童泳池、脚踏游船，漫步网红小道、河面铁索桥、休闲景观桥，还有农家乐餐厅、公共烧烤点等供大家聚会就餐，这里充满着乡村田园生活的气息，让大家远离城

市的喧嚣，感受大自然的美好。









7．南万红锥林省级自然保护区

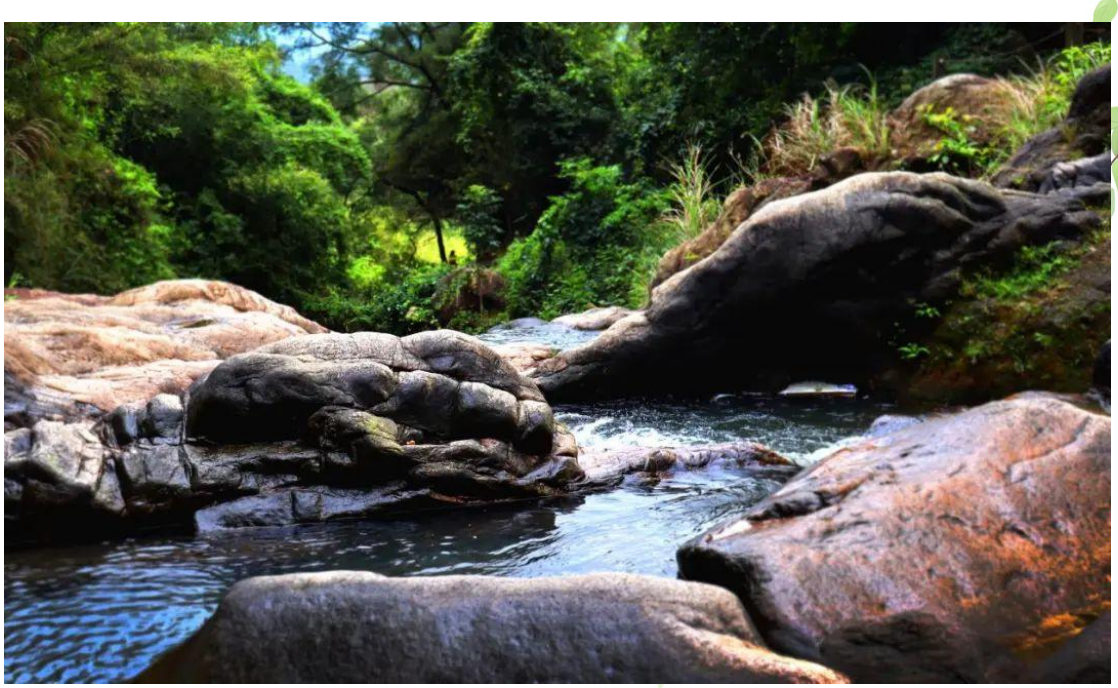
位置：南万镇

特色：广东省最大红锥林保护区（2486 公顷），拥有留传距今约 1.6 亿年被誉为“活化石”的国家一级保护植物——桫椤。有成片百年红椎树林，有 6 人难以合抱的 350 年树龄红椎树王，动植物资源丰富，包括蟒蛇、穿山甲等国家保护动物，还有野菊、石松、山茶、

幽兰等奇花异草，争奇斗艳，十里飘香，是一处含负离子极高的天然氧吧，也是生态旅游和科普教育基地。山脚下建有红椎谷民宿，沿着小溪依山傍水而建。





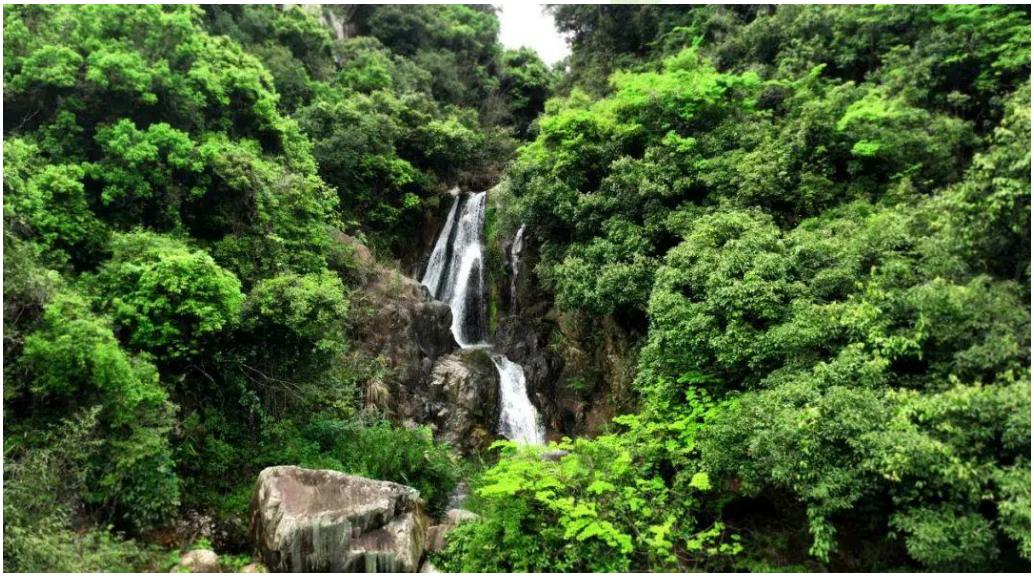


8. 白水寨瀑布

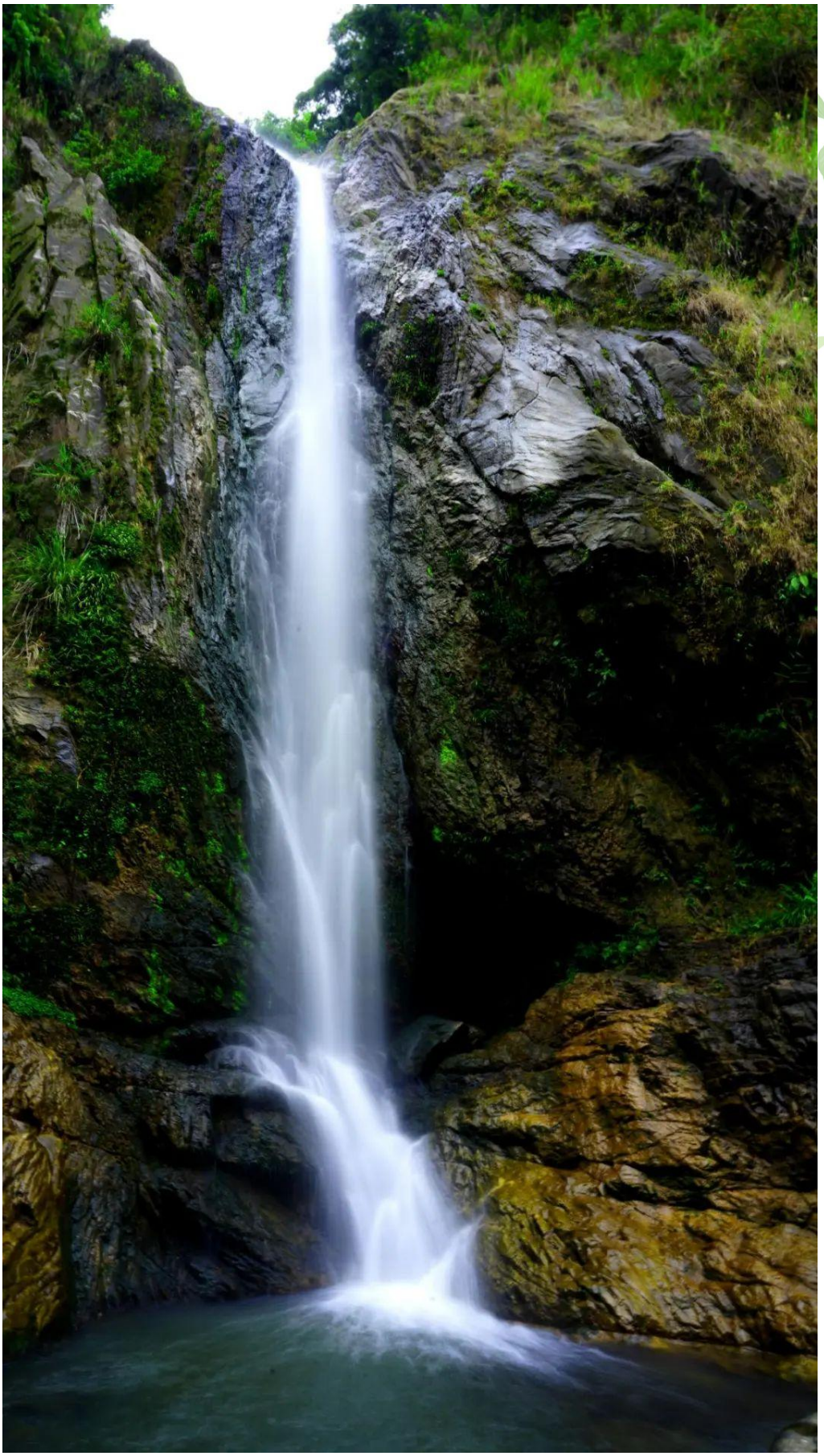
位置：螺溪镇淘金坑、南和村交界处

介绍：白水寨瀑布周边毛竹成片，幽篁独径，蔚然似海，无边无际。溪水从淘金坑流出，至此处直落 2 级石阶，飞流直下，落差近 200 米，如一道白剑斜挂山前，站在观瀑处，耳边水声隆隆，眼前水花飞溅，甚是壮观。周边森林茂密，溪流清澈，适合探险与亲水活动。春季水量充沛时尤为壮观，是避暑与自然摄影的绝佳地点。









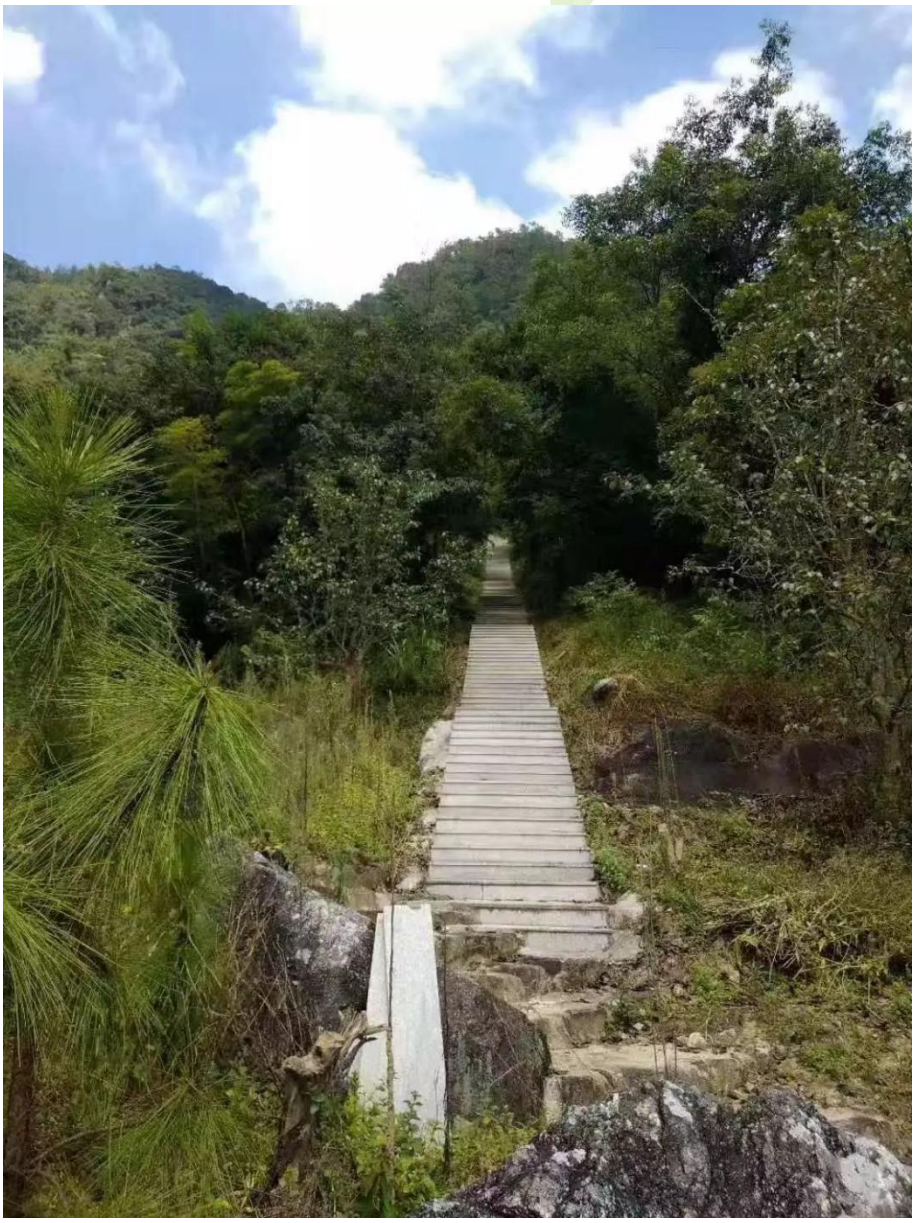
9．观天嶂

位置：陆河县水唇镇。

介绍：观天嶂海拔约 860 米，是陆河县水唇镇最高的山峰，有“离天三尺，离地万丈”之称。向东望海峰其东邻普宁，远眺粗壮山脉叠叠紧靠面前。北连揭西县，远眺山峦、叠叠秀峰向南笑迎朝拜。南看叠叠山峦雄浑壮观，远眺陆丰县镇海天相连，西望水唇、河田，远眺叠叠山脉连又连。周边有“望海峰”“蛤蟆石”等奇石景观，传说明代因状纸中提及“观天嶂”得名，花岗岩山体与云雾景观相映，是摄影与自然探索的热门地。







10．北中红色欢乐谷旅游区

位置：河口镇北中村。

介绍：北中红色欢乐谷旅游区，是海陆丰革命战争时期较早较活跃的农民运动村庄之一。北中村拥有宜笏村游击队训练场、宜笏村农会、北溪地下交通站（白马）旧址、北溪赤卫队活动遗址、下肖村农会、北溪农会旧址、后径村农会 7 处红色旧址遗址。这里有广东省最长的网红滑梯、三溪古驿道、网红摇摆桥等游玩设施、“不忘初心”主题公园、党建文化长廊、长征体验路等景点，不同于传统红色景区单一无趣的走马观花式游览，红色欢乐谷打造的是集游乐、研学、体验于一体的沉浸式景区，意在为游客带来全新的红色旅游体验。






红色北中





（二）温泉资源

1．核心温泉区：上护镇

作为“温泉之乡”，上护镇集中了陆河县 90%的温泉资源，以碳酸钠型温泉为主，富含 20 多种矿物质，水质居广东省前列，兼具疗养与休闲功能。

（1）华发清泉谷温泉度假酒店

位置：上护镇同兴路 64 号（潮惠高速陆河南出口附近）。

介绍：汕尾温泉标杆项目，集温泉康养、生态文旅、山谷度假于一体，首期占地 130 亩，远期规划超 4000 亩。客房均设独立观景阳

台及私密泡池，公共温泉区包含牛奶池、玫瑰池等特色汤池，夜间灯光营造浪漫氛围。






（2）下陇公共温泉（龙之泉温泉山庄）

位置：上护镇下陇村。

介绍：天然泉眼水温 44-56℃，分“男汤”“女汤”两池，全天开放，流量大、价格亲民。适合大众体验，对皮肤病、心血管疾病有辅助疗效。







（3）其他特色温泉酒店

龙湖温泉度假山庄：四面环山，风景优美、交通便利，距甬莞高速陆河南出口 6 公里仅几分钟车程，距揭阳潮汕机场、高铁陆丰站均为 1 小时车程。设有 16 间双床房、9 间豪华大床房和 9 套别院大床房，房间温馨典雅，室内均设风格独特的温泉泡池。





金叶温泉：室内汤池 45 间，每间配置消毒水与超大天窗，适合注重卫生的游客。



2. 自然野趣区：新田镇

（1）新田镇树洞温泉营地

位置：新田镇田心村。

介绍：隐匿于生态竹林中的天然野趣温泉，泉眼水温 60-70℃，分绿野仙踪区、潮玩空间区等主题区域。适合亲子家庭及年轻游客体验自然生态。





（三）陆河美食

3．十大传统名菜




猪脚咸菜煲

猪脚咸菜煲，是广东省陆河县南万地区的一道传统名菜，深受当地居民和游客的喜爱。相传南宋末年，宋端宗赵昰与卫王赵昺在战乱中逃至陆河县南万镇，被元兵追至神象山下。神象山巍峨雄伟，山中清泉潺潺，端宗一行人饥渴交加，疲惫不堪。正当此时，一只巨大的白象从山中走出，用长鼻吸起山中的清泉，喷洒在他们周围，解了他们的燃眉之急。端宗感激不已，遂下令休整，准备继续前行。就在此时，当地百姓见状，纷纷送来自家腌制的咸菜和猪脚，希望能为皇上和王爷略尽绵薄之力。端宗见百姓心诚，便命人将猪脚、咸菜与山中的清泉一同放入大锅中炖煮。不一会儿，汤香四溢，美味扑鼻。端宗品尝后，赞不绝口，称此汤为“神象赐福，美味无双”。自此，猪脚咸菜煲便在南万镇流传开来，成为一道家喻户晓的名菜。时至今日，南万镇的猪脚咸菜煲依然保持着传统的做法，用神象山的山泉水和当地特有的咸菜，配以精选的猪脚，慢火炖煮，汤汁浓郁，鲜甜可口。





葱炒蜂蛹

葱炒蜂蛹是陆河人的传统菜肴。蜂蛹又名蜂胎、蜂子，是蜜蜂的幼虫。蜂蛹是含有高蛋白、低脂肪、多种维生素和微量元素的营养食物。早在《礼记·内则》中就已有蜂蛹作为王亲贵胄食用珍品的记录。据唐末广州司马刘恂的《岭南录异》记载：“状如蚕蛹而莹白；入盐酪炒之，曝干，以小纸囊贮之，寄入京洛以为方物。”

陆河多山，森林密布，为蜜蜂提供了优良的栖息与繁殖环境，使得蜂蛹成为常见食材，相传，有位厨师觉得平日里烹饪的蜂蛹做法较为单一，决定创新，见葱苗长得格外茂盛，厨师灵机一动，想着将葱与蜂蛹搭配起来，她先把蜂蛹洗净，控干水分，在热锅中倒入自家压榨的山茶油，待油热后放入蜂蛹，炸至金黄，然后迅速加入葱段，瞬间，浓郁的香气弥漫整个院子。葱的香味能掩盖蜂蛹的腥味，还提升了鲜美度，这种做法便流传开来，成为陆河特色美食。葱炒蜂蛹色泽金黄油润,外酥内嫩,鲜香可口，其做法简单。





咸鸡

咸鸡，作为客家美食的杰出代表，其根源可以追溯到古代客家人南迁时期，彼时，为在漫长迁徙途中保障食物供给，客家人无奈将难以随身驱赶的活禽宰杀，顺手用盐包裹以期延长保存时限。出人意料的是，这一简单举动，竟意外解锁了鸡肉别具一格的风味。经盐腌制后的鸡肉，鸡皮爽脆弹牙，肉质酥软丰腴，咸香之味沁入每一丝纤维，浓郁鸡味满溢舌尖，叫人尝过便难以忘怀。这种独特腌制法迅速在客家社群中口口相传、代代延续，最终演变成如今备受赞誉的咸鸡。

在陆河客家人的日常生活里，咸鸡扮演着无可替代的重要角色。无论是阖家欢聚的温馨时刻，还是宴请宾客的隆重场合，咸鸡都是餐桌上必不可少的主角。它凭借令人赞不绝口的美味，征服了无数食客的味蕾。





清蒸坚鱼

蒸这种烹饪技巧的历史源远流长，可追溯至遥远的古代。在久远的岁月里，聪慧的先民们便已熟练掌握利用蒸汽烹饪食物的独特技术。在《礼记》等古籍中，就有关于“蒸”这种烹饪方法的记载。而《诗经》中“岂其食鱼，必河之鲂”的记载，有力地表明鱼在古时便是极为重要的食材，早已融入人们的饮食生活之中。在中国传统文化的深远寓意里，鱼一直象征着“年年有余”，饱含着人们对生活富足、吉祥如意的美好祈愿，承载着深厚的文化内涵。坚鱼，又名黄娟鱼、军鱼，形似草鱼，但相较于草鱼，坚鱼个头偏小，鱼鳞更为粗大，且对水质的要求很高，只在水流清澈且没有污染的活水中生长。

陆河地处粤东沿海与兴梅山区的巧妙结合部，拥有得天独厚的生态环境。境内河流如脉络般纵横交错，水质清澈纯净，为各类水生生物提供了绝佳的栖息之所，尤其适宜坚鱼的生长繁衍。陆河的坚鱼肉质异常鲜美，珍贵少见，人们通常只会在节日庆典这种欢乐隆重的时刻，亦或是家中招待贵客时，才会精心烹制。清蒸的烹饪方式，堪称展现坚鱼魅力的绝佳之法，它不仅完好无损地保留了坚鱼完整的形态，烹制后的鱼肉鲜嫩多汁，入口爽滑，肉质的鲜美得以淋漓尽致地呈现。





荷叶蒸甲鱼

早在 2300 多年前，《楚辞·招魂》中就有“胹鳖炮羔，有柘浆些”的记载，提到了清炖甲鱼，这表明当时楚地已有食用甲鱼的饮食习惯和成熟烹饪技艺，为荷叶蒸甲鱼的出现奠定了基础。甲鱼，陆河人又叫“团鱼”“水鱼”，陆河水源丰富且水质清澈，为甲鱼提供了良好的生存环境，陆河养殖的甲鱼肉质鲜嫩，味道鲜美，富含大量胶原蛋白、不饱和脂肪酸等营养成分，营养价值颇高，有补虚养身、滋阴调理、清热去火之效，清蒸的烹饪方式能最大限度地减少养分流失。

相传在很久以前，有个农妇非常擅长烹饪，她的丈夫是位渔夫，常常外出捕鱼，有一次，丈夫外出归来，带回了几只肥美的甲鱼，农妇满心欢喜，思索着如何将这些甲鱼做出别样的美味，当时正值盛夏，村子里的荷塘里荷叶田田，荷花绽放。农妇心想，荷叶清香宜人，若用荷叶来蒸甲鱼，会不会别有一番风味呢？于是她摘下几片新鲜的荷叶，洗净后铺盘，把处理好的甲鱼放在荷叶上，放入蒸煮，农妇还精心调制了浓郁的酱汁，待甲鱼蒸熟后，将酱汁均匀地浇在上面。只见甲鱼肉鲜嫩多汁，甲鱼皮爽滑弹牙，每一口都充满了荷叶的清香和酱汁的浓郁味道。于是这首菜便逐渐流传开来，成为陆河特色美食。





红烧乳鸽

“红烧乳鸽”起源于明代洪武年间，是广东省传统名菜之一。陆河红烧乳鸽是具有代表性传统菜式，具有客家的传统技艺民间一直有“一鸽胜九鸡”的说法，陆河红烧乳鸽外酥里嫩，特点是皮脆、肉滑、骨嫩、多汁。

相传，古时有一书生赴京赶考，行前，家中老母忧心忡忡。她捉来家中饲养的白鸽，精心料理，盼能为儿子祈得鸿运。老母将鸽肉佐以山间采得的香料，用新榨的菜籽油慢火炸制。那鸽羽在热油轻抚下，逐渐变得金黄透亮，宛如披裹金缕，香气漫溢全屋。书生食后，顿觉神清气爽，仿若被注入无尽力量。赶考途中，书生一路顺遂，竟高中榜首。待他荣归故里，这道红烧乳鸽便在民间传开，成为客家乡邻们节庆、喜宴必备佳肴，承载着对美好生活的祈愿，代代相传，延续至今。岁月流转，这道菜成了陆河代表性的美味之一，承载着先辈的善良与对未来的祈愿成为宴请宾客、节庆场合的重要菜肴，更寓意着生活红红火火、吉祥如意，为庆典增添了浓厚的喜庆氛围。




酒糟焗鱼鳔

人类文明的历史长河中，酒文化在各种文明体系中都有着鲜明而独特的存在。而客家酒文化在其发展过程中更是不可忽视。由于环境影响，家家户户都会酿酒，陆河人民在传承的基础上不断创新，最终酿制出适合当地饮用的陆河客家酒。酿酒后剩余的残渣，就叫酒糟，当酒发酵完成后，酒糟便成了如何处理的重要问题。陆河人民习惯物尽其用，发现酒糟味甘辛，性温，具有益气、生津、活血的功效；同时酒糟的包容性很强，作为调料时可以增加菜肴的风味，因此成为客家人饮食文化中不可或缺的重要组成部分，且任何烹饪方式都可以用到酒糟。在客家人的餐桌上，必然会几道与“酒糟”有关的菜品。

广东省陆河县，客家人聚居的山区，这里的人迁徙过来后，就一直沿着他们的母亲河“螺河”生活。它的源头山区植被丰富，涵养了大量水源，为螺河提供了稳定的水流补给，也为陆河提供了食物的来源。螺河清澈见底，孕育出肥美鲜嫩的鱼儿，从中取出的鱼鳔，富含胶原蛋白，口感软糯有弹性，是大自然给予餐桌的珍贵礼物。陆河人民把酿酒后的酒糟用作菜肴的原材料，当和螺河鱼鳔相遇，便成就了酒糟焗鱼鳔这道美味。鱼鳔本身富含胶原蛋白等营养成分，具有一定的滋补作用，与酒糟搭配后，不仅味道独特，还能在一定程度上起

到去腥、增香、助消化等功效，形成一道陆河特色美食。





牛肠菜

在陆河，人们习惯将牛杂称为“牛肠”。据传，上古时期，一位大王在先农坛亲耕祭祀农神时，因天降大雨，看到百姓饥饿，便下令屠宰亲耕的牛，将牛肉、牛肚、牛心、牛肝、牛百叶、牛肠等放入锅中，百姓食后觉得味道醇正鲜美，从此流传下来。

广东人吃牛杂始于清光绪年间，在那个时代，由于牛肉并非易得之物，只有老弱病残的水牛才会被杀来食用，因此牛杂碎被挖掘出来，成为一道平民美食。牛肠菜在客家文化中具有重要的地位，是陆河客家人特有的美食之一。

随着时间的推移，在陆河，牛肠菜成为了一道充满地方特色的美食佳肴，是陆河客家饮食文化的重要体现。牛肠菜精选桂培精选黄牛牛杂作为主料，经过清洗、爆炒、熬制等工序，再加入牛骨熬制的高汤和新鲜捶打的牛肉丸进行烹煮，汤汁奶白鲜美，牛杂入口软嫩，深受群众喜爱。




豆腐角

河口镇营下豆腐角，乃是以盐水豆腐为根基的特色小吃，因其独特的制作技艺，于 2022 年被列入汕尾市第三批市级非物质文化遗产代表性项目名录，彰显出营下人民独具匠心的智慧与匠心独运的技艺。陆河是个客家县，客家人对酿豆腐情有独钟。营下村，自古便是商贸繁盛之地，而豆腐制作更是其中一道亮丽的风景线。豆腐角的诞生，源于一次偶然的尝试。传说，营下村的先民在制作帕子豆腐时，多做了些豆腐水，为免浪费，他们便利用这多余的豆腐水制作薄豆腐，而后，他们巧妙地将对角切下的薄豆腐炸制，意外地发现了那独特的鲜香口感令人回味无穷。因豆腐角制作方式独特，又美味可口，因此在河口地区备受欢迎。尤其是社戏活动盛行之时，营下人家炸制豆腐角售卖，其美味迅速传遍了四面八方，“营下豆腐角”的名声也由此远扬，也带动了豆腐角的传播。自清朝末年以来，豆腐角的制作技艺代代相传，历久弥新，豆腐角成为陆河县人民一道日常的美食，也成为外出游子挂念的味道。




酿三宝

客家人的餐桌上，无酿不成席，其中“酿”这一独特烹饪手法占据着举足轻重的地位。所谓“酿”，即将天然食材巧妙地挖空成“盅”，随后在这个“盅”中填入精心剁制的肉、鱼、虾等馅料，以此创造出层次丰富、味道美妙的美食。

这一烹饪手法的起源，相传与客家人的迁徙历史紧密相连。当从中原迁徙到南方的客家人思念起家乡的饺子时，面对新环境中缺乏包饺子所需面粉的困境，他们发挥智慧，就地取材，巧妙地利用不同的原料和蔬菜代替饺子皮来包裹馅料，从而衍生出了“酿”这一独特的烹饪技艺。

在陆河客家的特色菜系中，酿三宝无疑是一道极具代表性的佳肴。所谓酿三宝，即酿豆腐、酿苦瓜和酿茄子。作为最传统的客家酿豆腐，相传很久以前，一个五华人和一个兴宁人是结拜的好兄弟，因为在点菜的时候出现了矛盾，一个要吃猪肉，一个要吃豆腐，聪明的饭店老板想出了一个两全其美的办法，在豆腐挖出一个洞，塞入猪肉，制作出了酿豆腐。后来人们依照这种做法，利用茄子跟苦瓜制成酿茄子和酿苦瓜，形成酿三宝。“酿三宝”精选本土石膏白豆腐、农家苦瓜、农家紫茄子为酿材，山城生态土猪肉、野香菇等为馅料，高温煨炖下，

豆腐、茄子吸足高汤汁，里面的馅香与酿材素香相融互合，香喷喷的馅料中和着素菜的清甜，出锅后香淳清润，馥郁扑鼻，令人欲食之而后快。青白紫三色交辉，鲜香甜众味相和，外润里醇，“酿三宝”吃出了浓浓的客家情。

4．十大创新名菜



窑鸡

窑鸡是一道广东客家名菜，它是客家人智慧与创意的结晶，与客家人的迁徙历史和农耕生活紧密相连。在古代，窑不仅是用来烧制陶瓷的，还是一种独特的烹饪工具。客家人利用当地的泥土和燃料资源，创造出了窑鸡这种独特的烹饪方式。相传有个书生，上京赴考名落孙山，心灰意冷。在回乡路上，身上盘缠又遭歹匪洗劫，碍于读书人面子薄，不敢向人家求乞。饥饿难忍时，恰恰拾到一只被猎人打伤的山鸡，便用小石头垒起窑，拾柴生火烧热，把山鸡用湿泥裹住放入窑里烧烤，鸡熟剥开泥后，异香扑鼻。突发奇想，仕途无望，何不经商，于是回乡后经营起独家“烧窑鸡”。因烧窑鸡的滋味别致，肉质鲜嫩，

香气异常，生意红火。后因客家人的迁徙逐渐传入岭南地区，成为广东客家名菜，陆河窑鸡便是其中的典型代表。陆河地区自然资源丰富，为窑鸡的制作提供了丰富的食材来源，如肉质鲜美、营养丰富的精选陆河梅园走地鸡等。同时，陆河客家人善于利用周边的泥土等自然材料来制作窑体，这样烹制出来的鸡，不但肉嫩鲜香多汁，色泽金黄，滋味别致。　随着时间的推移，陆河窑鸡的制作方法逐渐从简单的陶器烧制演变为利用泥土搭建的土窑进行焖制，在演变过程中，人们不断尝试和改进调料配方和焖制技巧，现代陆河窑鸡在制作方法上保留了传统的土窑焖制工艺，同时融入了现代化的调料配方和烹饪技巧，使得窑鸡的口感和风味更加丰富和独特，成为一道广受欢迎的陆河特色美食。



酸梅排骨

我国栽培果梅的历史源远流长，长达 3000 多年。相传，魏武帝曹操在行军途中，军队遭遇水源匮乏，士兵们口渴难耐。曹操心生一

计，传令道：“前方有一片梅子林，果实累累，酸甜可口，可用来解渴。”士兵们听闻，口中生津，凭借这股盼头，军队坚持前行，最终找到了水源。另据《三国志》记载，建安五年，刘备为求自保，“学圃于许田，以为韬晦之计”。曹操以青梅煮酒相邀刘备，共论天下英雄，“青梅煮酒论英雄”的典故就此流传千古。在漫长的历史进程中，青梅逐渐融入各地文化。其中，陆河地区被誉为“中国青梅之乡”，其青梅栽培历史长达数百年。陆河青梅独具特色，外皮光滑，果大肉脆，肉多核小，含酸度高，并且富含多种有机酸、维生素和微量元素，在陆河客家人的日常生活中占据着重要地位。客家人在迁徙和定居陆河的过程中，就地取材，充分利用自然资源进行烹饪是客家人饮食文化的重要特色。看到漫山的青梅，为充分发挥青梅的饮食价值，人们开始大胆尝试用排骨与酸梅相结合，通过把捏碎的酸梅倒入腌制好的排骨焖煮，形成一道创新菜式——酸梅排骨。酸梅排骨以青梅为主要调料，淋漓尽致地展现出青梅的独特风味，随着时代的发展，陆河人在传承酸梅排骨传统工艺的基础上，不断进行创新与发展。他们大胆尝试将不同食材和调料与酸梅排骨相结合，创造出一系列口味独特、风味各异的新菜品，以满足不同消费者的多样化需求。



焗乳鸽

鸽子又称白凤，在古代与乌鸡对等，都是王公贵族才能吃得起的奢侈品。不过现在的鸽子培育、饲养技术比较普及，古代的“昔日王谢堂前燕”也“飞入寻常百姓家”了。陆河人大多是客家人的后裔，在历史上，客家人从中原地区多次南迁，在迁徙过程中，人们为了获取稳定的蛋白质来源，开始驯养鸽子。乳鸽因其肉质鲜嫩，成为了餐桌上的美味佳肴。这种饮食传统也随着客家人的迁徙在陆河地区落地生根。陆河县地处山区，有着丰富的自然生态资源，当地的气候和地理条件适宜鸽子的生长，鸽群养殖逐渐成为当地的特色产业之一。优质的乳鸽食材为陆河焗乳鸽这道菜的诞生提供了良好的物质基础。常言“一鸽胜九鸡”，陆河地区还流行着“天上二两，胜过地上半斤”的说法，可见乳鸽在陆河地区是多么深受喜爱。乳鸽不仅营养丰富，还有一定的保健作用，具有益气补血、清热解毒、健脑补肾、提高记忆力、降低血压、调整血糖及美容养颜等功效。陆河客家饮食文化注

重食材的原汁原味和滋补养生，焗这种烹饪方法在粤菜中较为常见，其特点是最大程度地保留食材的原汁原味。陆河人借鉴了这种传统粤菜烹饪技法，并巧妙地运用到乳鸽的制作中。通过焗的方式，乳鸽的外皮变得金黄酥脆，而内部的肉质依然鲜嫩多汁，口感层次分明，创新出焗乳鸽的新菜品。



胡椒羊肚煲

陆河地区，作为客家文化重要发源地之一，其饮食文化深受客家先民深远影响。在漫长岁月里，客家先民历经多次迁徙，在不同地域生活的过程中，积累了极为丰富的饮食经验，秉持着对食材原汁原味的追求，同时十分注重滋补养生。在这样的文化传承下，陆河地区居民逐渐形成独树一帜的烹饪方式与口味偏好，为陆河胡椒羊肚煲这道美食的诞生，提供了肥沃的文化土壤。羊肚，有着补虚健脾胃的作用，常用于调理虚劳羸瘦、消渴、尿频等多种身体状况。而胡椒，原产于印度，带着独特的辛辣味，在古代通过丝绸之路传入中国后成为烹饪

中常用的香料之一。不仅能有效去除食材的腥味，极大地提升香味，还因其性热，具备驱寒暖身的功效。胡椒的辛辣与羊肚的鲜美完美交融，形成别具一格的风味，体现出陆河饮食文化的精髓。当人们品尝这道美食时，舌尖触碰的不仅是美味，更能感受到古代丝绸之路那跨越千山万水、绵延悠长的历史韵味。陆河胡椒羊肚煲的诞生，源自陆河地区居民在长期生活实践中的探索。他们依据自身口味偏好与丰富烹饪经验，不断尝试将羊肚和胡椒等食材搭配。经过反复试验与改进，最终成功创造出这道美味佳肴。



蜂蛹蒸蛋

蜂蛹被誉为“天上人参”，富含蛋白质、氨基酸、多种维生素、微量元素以及含数十种对人体有益的酶，是纯天然的高级营养品。在我国食用蜂蛹滋补强身的历史已有几千年。在《尔雅》和《礼记》中就有关于食用蜂子的记载，如“土蜂，啖其子，木蜂，亦啖其子”，

当时还有帝王贵族以蜂宴客“嚼鹦蜩蜂”的史例。《神农本草经》中称蜂蜜为药中之上品，又称岩蜜，石蜜，石饴，蜂糖，记有：“蜂子主养命，以症火，无毒，微寒凉、除蛊毒补虚，治疼症面目黄利大小便、治关节。”《本草纲目》载“入药之功有五，清热也，补中也，解毒也，润燥也，止痛也。生则性凉，故能清热。熟则性温，故能补中。甘而平和，故能解毒。柔而濡泽，故能润燥。缓可去急，故能止心腹肌肉疮疡之痛，和可致中，故能调和百药，而与甘草同功。”《本草纲目》中，对其功用有较详细的记载：“主治头风，除蛊毒，补虚羸伤中。入服令人光泽，好颜色，不老。”陆河地理独特，山峦环绕，森林资源丰富，作为“中国青梅之乡”，不但拥有大片梅林，而且有鸭掌木、荔枝等多种蜜源植物以及各类花卉，具备发展蜂蜜产业得天独厚的条件，发展出蜜蜂文化主题公园、蜂蜜加工厂以及蜂产品体验中心等。每当花季到来，众花盛开，便是蜜蜂活跃的时候，蜂蜜、蜂蛹等产品产量更是可观。蜂蛹作为是陆河人常食用的食材，其吃法多样。陆河人巧妙地将蜂蛹与鸡蛋搭配烹饪，既保留了鸡蛋的软绵可口又结合了蜂蛹的鲜嫩爽滑，清淡适口，广受大众喜爱。



荞头煮黄骨鱼

黄骨鱼，也称为黄颡鱼，是一种古老的中国传统食材。这种鱼最早可以追溯到 2500 万年前，在中国广泛的江河流域中都能找到其踪迹，如长江、黄河、珠江等。黄颡鱼在古代就被视为珍贵的食材，在《诗经》中就有关于黄颡鱼的记载，这表明它在古代饮食文化中已占有一席之地。黄骨鱼不仅是一种美味的食材，还在中医中被认为具有益脾胃、利尿消肿的功效。黄骨鱼是生活在河流中的淡水鱼，喜欢水流清澈、氧气充足的环境，在陆河地区的河流、池塘等水域广泛分布，容易获取，肉质鲜嫩，营养丰富。荞头被誉为“菜中灵芝”，含有丰富的蛋白质、碳水化合物、维生素和矿物质。在陆河气候和土壤条件下适宜荞头生长，产量稳定，具有开胃消食、理气宽胸等功效。陆河客家饮食文化注重食材的养生功效，巧妙地将黄骨鱼与荞头搭配，味道鲜美，口感独特，最终成为了陆河地区的一道特色美食，深受客家人的喜爱。



客家咸鸭

客家咸鸭多选用当地山泉水散养的土鸭或水鸭，这类鸭子肉质紧实、味道鲜美，皮下脂肪含量适中，能为客家咸鸭带来独特的口感和风味。陆河山峰众多，从山峰中缓缓流淌下的清澈泉水，人们发现喝山泉水、在山谷间散养的鸭子肉质鲜嫩，因此陆河的居民们世代以养鸭为生，鸭肉也成为了日常饮食中的重要部分。然而，由于当时储存条件有限，人们为了保存鸭肉，便尝试用盐水腌制的方法。他们发现，经过盐水腌制的鸭肉不仅风味独特，而且能够保存更长的时间。于是，这种用盐水腌制的鸭肉做法便逐渐在当地流传开来，客家咸鸭是陆河人家家会做的一道菜，也是逢年过节请客必不可少的一道菜，做法简单，没有多余的佐料，吃起来反而更美味，也算是客家人的一个特色美食。



鸭肉丸

客家人钟爱吃肉丸。除了味道好、制作简单以外，还在于它的好意头。在客家话中，“丸”的发音和“圆”“缘”相同，因而圆形、饱满的肉丸往往被视为“圆满”“良缘”的象征，是客家人逢年过节和传统婚宴上不可或缺的一道美食。鸭肉丸就是陆河人创制的一道肉丸美食。据说，在古代，陆河住着一位屠夫，他不仅擅长宰杀牲畜，对烹饪也颇有研究。屠夫家中贫寒，为了生计，他常常尝试用各种食材制作新的菜肴来吸引顾客。一日，他偶然得到了一只肥美的鸭子，由于鸭肉较为常见，难以卖出高价，屠夫便琢磨着如何将其制作成独特的美食。经过反复试验，屠夫决定将鸭肉剁碎，加入特制的调料，再揉捏成丸子状进行烹煮。起初，鸭肉丸的口感并不理想，肉质松散，味道也略显单调。但屠夫并未放弃，他不断调整配方，终于在一次偶然的机会中，他发现了加入适量的胡椒粉能够大大提升鸭肉丸的口感和香气。经过改良后的鸭肉丸，外皮Q弹，内里鲜嫩多汁，香气扑鼻，

很快便在小镇上引起了轰动。食客们纷纷前来品尝这道新颖的美食，屠夫也因此声名大噪。随着时间的流逝，鸭肉丸的制作技艺在陆河代代相传。每一代制作鸭肉丸的师傅都会继承前人的经验，并在此基础上不断创新和发展，使得鸭肉丸的口感和风味愈发丰富多样。如今，鸭肉丸已成为陆河的一道标志性美食，吸引着无数游客前来品尝。



椒盐猪蹄

猪蹄也叫猪手，富含胶原蛋白，肉质紧实且富有弹性。吃猪蹄的习俗由来已久，据传从唐朝始，殿试及第的进士们相约，如果他们中有人将来做了将相，就要请同科的书法家用朱书（红笔）题名与雁塔。从此以后，每逢有人赶考，亲友就赠送猪蹄给他。“猪”和朱同音，“蹄”和题同音，送猪蹄的用意是：希望考生金榜题名，成为将相。椒盐猪蹄，是先与香叶、小茴香、八角等香料入锅一起卤制，随后沥干用大火炸，保证猪手不吸油不会太腻，至外脆内嫩时捞起，然后爆香葱末和蒜末，混合均匀的胡椒粉和盐，撒在猪手上即可食用。经过

精心处理和烹饪后的猪蹄，外皮金黄酥脆，内里鲜嫩多汁。色泽红艳，软糯可口，吃起来咸中略带卤料的香味，还有淡淡的花椒的清香，很受客家人的喜爱。



酒糟炒斑鱼

在人类文明的历史长河中，酒文化在各种文明体系中都有着鲜明而独特的存在。而客家酒文化在其发展过程中更是不可忽视。由于环境影响，家家户户都会酿酒，陆河人民在传承的基础上不断创新，最终酿制出适合当地饮用的陆河客家酒。酿酒后剩余的残渣，就叫酒糟，当酒发酵完成后，酒糟便成了如何处理的重要问题。陆河人民习惯物尽其用，发现酒糟味甘辛，性温，具有益气、生津、活血的功效；同时酒糟的包容性很强，作为调料时可以增加菜肴的风味，因此成为客家人饮食文化中不可或缺的重要组成部分，且任何烹饪方式都可以用到酒糟。在客家人的餐桌上，必然会几道与“酒糟”有关的菜品。广东省陆河县，客家人聚居的山区，这里的人迁徙过来后，就一直沿着他们的母亲河“螺河”生活。它的源头山区植被丰富，涵养了大量水

源，为螺河提供了稳定的水流补给，也为陆河提供了食物的来源。螺河清澈见底，孕育出肥美鲜嫩的斑鱼。斑鱼（也称为黑鱼、生鱼等）是一种常见的淡水鱼，因其肉质细嫩、营养丰富而备受喜爱。在陆河等地，人们可能很早就开始尝试用各种烹饪方法来制作斑鱼菜肴，以满足对美食的追求。陆河人民把酿酒后的酒糟用作菜肴的原材料，当和螺河鲜腴斑鱼相遇，便成就了酒糟炒斑鱼片这道美味，不仅味道独特，还能在一定程度上起到去腥、增香、助消化等功效，形成一道陆河特色美食。

5．十大名汤



金线莲鸽子汤

《药用植物学》记载金线莲“清凉退火、凉血固肺、祛伤解毒、开中气、滋养强壮，主治肺病、高血压、蛇伤、肾亏、小儿发育不良”。最新研究表明，金线莲还具有抗肿瘤等药理活性，与排骨、鸽子肉等搭配可平调阴阳。随着人们对健康饮食和传统中医药的关注度不断提高，客家人在长期的生活实践中逐渐认识到金线莲的药用价值，金线

莲鸽子汤作为一种营养丰富、功效显著的食疗汤品，逐渐受到更多人的喜爱和推崇。



红菇汤

红菇又称红椎菌，天然野生高等真菌。素有“中国纯天然高等野生山珍”之美称，常生长在特殊地方的原始硬木阔叶森林中。纯野生采集，产量极低，营养价值和食疗价值特别高。据《本草纲目》所载：“红菇味清、性温、开胃、止泻、解毒、滋补、常服之益寿也”，在陆河，野生红菇是陆河县南万镇深渡和万全等村的特有资源。2022年11月，南万镇深渡村野生红菇项目公开招标，将镇、村对集体山林内的野生红菇资源进行统一管理，对红菇进行深加工并打造品牌。陆河客家饮食文化注重食材的原汁原味和滋补养生，红菇本身具有独特的香气和丰富的营养价值，与其他食材一起炖煮成汤，味道鲜美，营养丰富。



猪杂汤

猪杂汤又名八刀汤、三及第汤，是一道以猪内脏为主要原料制作的羹汤，因其丰富的食材和鲜美的口感而广受欢迎。在不同地区，猪杂汤有着不同的名称和特色，如在河源市紫金县叫作八刀汤，旧时农家人宰猪招待客人时，把一些部位混在一起煮，称为“猪杂汤”。20世纪80年代中期，一些商家把猪杂汤搬上街头开始市场化经营，精心挑选本地土猪的心、肝、肺、肾、舌、小肠、膈山衣（猪膈膜）、前朝肉（猪耳至猪前脚之间的肉），在这8个部位各切一刀煮成汤，取名“八刀汤”，又叫“八宝汤”。在梅州市蕉岭县等地叫作及第汤，相传，清朝时，广东林绍棠中状元回乡拜祖，他每天都喜欢用猪肝、猪肉和猪粉肠熬汤而食。有一天，一位退居广州的御史前来探访，刚巧林状元正在喝汤，御史便问他喝的是什么汤。林绍棠知道老御史盼望儿子能科场高中，因此指着那汤恭敬地回答：“及第汤。”后人就把用猪肉、猪肝、猪粉肠三种猪内脏比作三及第，三及第汤也由此得

名。在迁徙与人口流动的过程中，也将这一客家特色美食融入到了陆河的饮食文化中。



五指毛桃汤

岭南地区湿热多瘴，客家先民常通过煲汤将药材与食材慢火熬制，以食疗方式滋补强身，五指毛桃汤便是其中一道。五指毛桃，因其叶子形似五个手指，果实成熟时像毛桃而得名，是一种药食同源的植物，主要产于广东、广西、海南等地。在中药里，五指毛桃又叫作南芪，有“广东人参”之称，具有健脾补肺、行气利湿、舒筋活络等功效。当地人们利用其药用价值，结合食材的滋补作用，将其与猪肉、排骨等食材搭配煲汤，逐渐形成了独具地方特色的饮食传统。



生莲子鸡丝汤

客家人在长期的迁徙和生活中，积累了丰富的饮食经验。在物资相对匮乏的时期，人们充分利用当地的自然资源，将自家养殖的鸡与采摘的莲子一起煮成汤，这道汤以其独特的食材组合和滋补功效受到人们的喜爱。生莲子具有清心安神、健脾止泻的功效；而鸡肉则被认为有补气养血、滋阴壮阳的作用。将这两种食材结合煲汤，不仅味道鲜美，还具有很好的食疗效果，适合在日常饮食中享用，能够起到健脾养心、益气安神的作用。



油柑石斛麦冬汤

中医食疗有着悠久的历史，早在《黄帝内经》中就有“药以祛之，食以随之”的记载，强调了饮食与治疗疾病的关系。陆河地区炎热潮湿，客家人自古就有喝汤养生的习惯。油柑石斛麦冬汤是一种传统的中式滋补汤品，油柑可清热凉血、消食开胃，石斛能益胃生津、滋阴清热，麦冬可润肺清心、益胃生津，食材都具有一定的药用价值和养生功效，这道汤品体现了客家饮食文化中对健康饮食的追求，是客家养生理念在饮食中的具体体现。



石橄榄老鸽子汤

据《本草纲目》记载，石橄榄甘凉质润，入肝、脾、肾三经，既能敛阴养胃以生津，又能清肺润燥，素有“仙桃”之称。鸽子在中医中也被认为具有滋补肝肾、益气补血等作用。将石橄榄与老鸽子相结合，形成独具地方特色的汤品，充分体现了陆河地方物产的特色和优势。



白面枫艾根汤

白面枫艾根汤是一道源自客家的传统汤品，融合了白面枫和艾根两种植物的营养与功效。白面枫在客家人的煲汤文化中占有重要地位，其香气浓郁，汤品色泽金褐色，能提升汤的风味。而艾根则具有独特的药用价值，常用于煲汤以增进健康。将白面枫和艾根结合搭配梅园走地鸡煲汤，是客家人在长期生活实践中形成的智慧结晶，旨在通过食材的自然功效来调理身体。在陆河，常提供给妇女产后月子期间食用。



牛大力土茯苓汤

牛大力，性温味甘，归肺、肾经，具有补虚润肺、强筋活络之效，一直是民间用于调理身体、滋补劳损的良方。相传，过去山民们常年穿梭于山林之间，从事繁重的体力劳动，身体极易疲惫乏力，筋骨酸痛。偶然间，有人发现采食山中一种藤蔓根部，炖煮后食用，能够帮助舒经活络、活血止痛，缓解疲劳，这便是牛大力。土茯苓，陆河民间的“硬板头”，味甘淡，性平，归肝、胃经，有着解毒除湿、通利

关节的卓越功效。牛大力和土茯苓，搭配老鸡、猪龙骨、瘦肉，具有强筋通络、利水渗湿、补益肺肾的功效，是客家先民补脾润肺祛湿佳品。



水鱼山鸡丸汤

陆河地处广东东部，境内高山环抱，森林覆盖率极高，溪流交错纵横，水源丰沛且水质澄澈，这样得天独厚的自然环境，为甲鱼的生长提供了上佳栖息之所。在陆河，甲鱼又被当地人亲切地称作 “水鱼”“团鱼” 。陆河所养殖的水鱼，肉质极为鲜嫩，味道堪称鲜美，富含大量胶原蛋白与不饱和脂肪酸等营养成分，营养价值极高，具备补虚养身、滋阴调理以及清热去火等功效。同时，陆河多山地和丘陵，广袤的森林资源为人工养殖山鸡提供基础。这些山鸡富含蛋白质、氨基酸等营养成分，有着补中益气、滋养肝肾的作用，成为当地美食的优质食材。陆河客家人充分利用本地丰富的水鱼和山鸡资源，把山鸡的肉制成丸子，再加入配菜与水鱼煮成汤。经过不断改良优化，最终

成就了独具特色的水鱼山鸡丸汤。

6．十大名粉面



面线

面线来源于客家人历史上多次南迁的过程。为了适应新环境的需要，尤其是南方高温酷热的气候，客家人创造出了这种易于携带和保存的面食。他们在面食中加入了盐以便保存，经过蒸熟晒干后，面线变得柔韧有弹性，因其纤细若线似纱的外形而得名。

在客家文化中，它是节日和喜庆仪式上的重要菜品，也常用于送礼，特别是祝寿时，寓意长命百岁、吉祥安康。



美人芋丝

蕃芋（美人芋），学名蕉芋，原产西印度群岛及南美洲，明清时传入中国。蕴含丰富的淀粉、还原糖和色氨酸等营养成分，是无污染、纯天然的绿色健康食品。其制作工艺历史久远，最早可追溯至清末时期。

清末年间，南万镇村民为应对饥荒，发明了将蕃芋捣碎、滤淀粉、蒸成粄块食用的技艺，后发展为制作蕃芋丝并晒干备用。这一技艺不仅解决了消化问题，还提升了营养价值，成为当地特色产业。

蕃芋不仅具有实用价值，还因外观美丽、营养丰富又恰属美人蕉科，人们便赋予它这一美名，并将其制品称为“美人芋丝”。



帕子粄

据考究，河口帕子粄与广州河粉应为同源，但传入河口镇后，人们巧妙地运用当地的竹匾和棉质土布（客家人称之为“帕子”）进行制作，意外地发现这样的帕子粄更加爽口美味，从而形成了独具特色的“河口式”技艺。为了延长其保质期，河口人还创新地将成品晾晒于竹竿之上，因成品形状酷似晾晒的帕子，故得名“帕子粄”。这一称呼与制作方式，一直沿用至今，成为河口独特的美食文化标识。

帕子粄的制作对原料选择、工具制作和技艺要求极高。其口感与品相，皆取决于米浆的细腻度、稠度适中，以及制作者在蒸制过程中的技巧掌握，如浇米浆的厚薄均匀、气泡处理等。

与其他地方的河粉相比，河口帕子粄的独特之处在于其韧劲与浓郁的米香。这种口感在炒粄、蘸酱等吃法中表现得尤为突出。河口手工帕子粄制作技艺于 2022 年被列入汕尾市第三批市级非物质文化遗产代表性项目名录。



粄子圆

陆河的粄子圆与中国传统汤圆一样，都蕴含着团圆和美满的美好寓意，尽管在做法上存在一些差异。汤圆在中国文化中，常在元宵节等传统节日食用，象征着家庭的团聚和幸福。而陆河的粄子圆，则以其独特的方式，传递着同样的情感。无论是庆祝喜事还是招待贵宾，陆河人总爱煮上一锅粄子圆，以此表达对客人的热情与敬意，彰显了对传统团圆文化的深刻理解和传承。

粄子圆在外形上与汤圆相似，但最大的区别在于：传统汤圆通常包裹着馅料，而陆河的粄子圆则不包馅料，以加料煮食的方式呈现其独特风味。



刀切粄

刀切粄，是陆河客家人用粘米制作特色美食。相传，明末清初，南边一带匪患猖獗，时常骚扰着迁居于此的客家人，惠州知府得知实情后，便委派了一位将军前来清剿山贼。得知奉命前来的将军素喜面食，而南方以种植水稻为主。当地一名巧妇感念将军剿匪的功德，便以米粉和面，压成薄片，刀切成条，然后放入由小虾干、青菜等油盐混拌的汤锅之中，用南方的饮食方式煮了一锅类似于北方的面食。将军吃过后大加赞赏，遂在剿匪官兵和村中百姓面前大加称赞和推介，并称之为“客家刀切粄”。久而久之，客家人便记住了这一味美食，甚至代代传延。



猫耳面

陆河县，位于广东省汕尾市东北部，地处粤东沿海与兴梅山区的结合部，是一个文化底蕴深厚的地方。这里不仅保留和传承了完整的传统客家文化习俗，还因地理位置特殊，身处潮汕、福佬与客家文化的交融地带，从而吸收并融合了这些地区的一些优秀文化习俗，形成了独具特色的地方文化。陆河的猫耳面就是在这种吸收与融合中形成的。

猫耳面，在潮汕与福佬地区被亲切地称为“面猴”。这种面食因其形状似猫耳或猴子脸而得名，寓意着活泼与可爱。



溜锅壁

溜锅壁是客家传统美食，以其独特的口感著称：清爽嫩滑，韧中带脆，软而不黏，多食不腻。



刀切面

中国南北饮食文化各具特色，南方盛产水稻，以大米为主食，南迁而来的客家人用米粉创造出“客家粄”文化。而北方盛产小麦，面食文化丰富。尽管如此，南迁的客家人仍保留对面食的喜爱，陆河刀

切面便是典型代表。



银针粉

银针粉，是汉族客家小吃之一，源自广东梅州地区。其两端尖细，形似老鼠，且客家人习惯将米粉类食物称为“粄”，又称为老鼠粄。

与梅州毗邻且同根同源的陆河客家人，在迁徙与人口流动的过程中，也将这一客家特色美食融入到了陆河的饮食文化中。根据陆河当地的食材与口味习惯，对银针粉的制作进行微调，使其更加符合本地人的喜好。但无论如何变化，银针粉作为客家小吃的独特魅力与风味始终得以保留与传承。



咸菜粄汤

客家人历史上经历了多次迁徙，形成了独特的饮食文化。在迁徙过程中，为了应对食物长期保存的需求，盐成为了他们不可或缺的保鲜佐料。咸菜等腌制食品因此应运而生，既方便携带又能长期保存，成为客家人的重要选择。南迁的客家人多居住在山区，食物来源相对粗糙，盐分不仅能够提升食物的口感，还能帮助调味。咸菜，源于深厚的乡村传统，选用大菜为主料精心腌制。生大菜晾晒后，直接封存于瓷瓮中，经过一个月的耐心等待，即可品尝到色泽黄绿的咸菜，味道咸鲜中带着微微的酸意，令人回味无穷。咸菜因其多样化的用途和独特的口感，被誉为“万能调料”。

7．十大名粄



假起粄

假起粄又名“假起子”，是指发酵了一次却未完全发酵起来的粄。陆河人称“发酵”为“起”，故此，叫它“假起粄”。



回子粄

回子粄是陆河县的地方特色传统糕点之一。其主料是粘米粉或木薯淀粉，以爽滑可口、口味丰富著称。



喜粄

喜粄，又称：碗粄，笑粄，也有人称为发粄。为何称喜粄，在陆河客家，它的制作总与喜事息息相关。尤其是春节与新屋落成，都会制作喜粄。



苎叶粄

苎叶粄一年四季均可制作，尤以春夏两季为佳。可蒸，也可以油

炸，油炸后金黄酥脆，清香甘润，别有风味。

苎叶粄香气可口，软而不腻，常吃苎叶粄，还能耐饥渴、长力气，去除皮肤的疾患，强身健骨，大人小孩都爱吃的。

常吃苎叶粄，能耐饥渴、长力气，除皮肤疾患，强身健骨，是老少咸宜的天然食品。



甜粄

陆河人过年，有“不蒸甜粄不过年”之说。甜粄在陆河以外被称为年糕。虽然煤气、天然气早已普及，但许多陆河民居的厨房中仍有一口烧柴火的大铁锅，为的就是在春节之前，蒸上那一大锅的甜粄。而在外的游子最挂念的，也就是那一口柔韧有嚼劲的甜粄。

一般来说，蒸甜粄的蒸笼都又大又深，所以，传统的客家甜粄有如一大块厚厚的板砖。

蒸好的甜粄还可以切成小块，裹上蛋液，煎至金黄，更是香气扑鼻。同时，在低温的冬天，甜粄被晾凉后能保存很长时间，可以随时切成条形冷吃，也别有一番滋味。



糍粑

糍粑是陆河的经典小食之一，每逢传统节日、家庭喜庆或粮食丰收，陆河人都有做糍粑的习俗，象征着喜庆、团圆、丰收。





帕子粄

客家帕子粄是我们客家人日常生活中一道必不可少的小食，在200多年的历史中不断酝酿美味与营养。2020年1月，河口枫树帕子

粄制作技艺列入陆河县非物质文化遗产。



菜包粄

菜包粄是一种常见的客家粄，在陆河也是最受欢迎的一种客家粄之一。做菜包粄，主要用的是粘米，亦有地方喜欢加上点糯米粉，增加粄的软糯口感。



层子粄

层子粄，是陆河传统小吃，制作精细，糕体松软，层次丰富清晰，颜色洁白，味道香软糯可口，宜热食。



艾茸粄

艾茸粄最主要的原料是艾茸，学名“茵陈”，可入药治肠胃积滞不适。石下坝人又称其“田艾”，俗称“黄花梦”。艾茸粄的粄胚是由艾茸和糯米制成，馅料是花生、芝麻、糖等。其中选取的艾茸至关重要，艾茸喜欢生长在田间，其叶青底白花黄，全身软脆，采摘时有一股浓浓的芳香，每年小雪后为采摘艾茸的最佳时节，可以晒干贮存。

8．十大名小吃



米程

陆河米程是陆河民间节日必不可少的风味小食之一。食来香脆爽口、清甜无比，是吃陆河擂茶时的最佳搭配小食之一。陆河米程可追溯至客家人从中原迁徙至南方的时期，已有数百年的历史。在迁徙过程中，客家人面临着复杂的自然环境和生活条件，为了便于保存和携带食物，他们将大米加工成各种耐储存的食品，米程便是其中之一。在以前，每年农历 11 至 12 月，特别是 12 月，陆河人家家户户都要“打米程”，即把“米子”（爆米花）和糖制成“爆米花糕”。这一传统习俗不仅丰富了新年期间的食品种类，也体现了陆河人热情好客的文化特色。近年来，随着人们生活水平的提高和食品产业的多样化，陆河打米程已逐渐产业化。陆河县城有多家打米程的作坊，生产各式各样的米程，供人们选购食用或送礼之用。



胖饼

陆河胖饼是陆河地区极具特色的传统美食，承载着深厚的历史与文化底蕴。据说，陆河胖饼的起源可以追溯到很久以前。在过去，陆河地区的人们以农业生产为主，辛勤劳作之余，便创造出了这种美味的胖饼，作为补充能量和庆祝丰收的美食。在漫长的岁月里，陆河胖饼逐渐成为了当地各种节日和重要场合中不可或缺的一部分。每逢传统佳节、婚丧嫁娶等重要时刻，人们都用胖饼来招待亲朋好友，或作为礼品相互赠送，传递着浓浓的情谊。在陆河，小孩出生满四个月时，胖饼也有特殊的寓意，用于小孩“收口水”，吃了胖饼日后希望不会流口水，有祝愿小孩快高长大，健康成长的含义。陆河胖饼的制作工艺传承至今，始终保持着传统的特色。其制作过程讲究选料精良、工艺精细，从面粉的筛选到馅料的调制，每一个环节都饱含着制作者的用心和经验。随着时代的发展，陆河胖饼不仅在当地广受欢迎，还逐渐被更多的人所知晓和喜爱，成为了陆河饮食文化的一张亮丽名片，见证着陆河地区的历史变迁和文化传承。



芝麻条

芝麻条，作为陆河地区极具代表性的特色美食，其背后蕴含着深厚的历史渊源，与芝麻在中国的传播轨迹、陆河独特的客家文化以及当地的自然社会环境紧密相连。芝麻条已然成为陆河地区最具特色的传统小吃之一，它寓意着吉祥喜庆，承载着客家人深厚的情感与美好期许。在陆河，每逢年节或是家中有喜事之时，芝麻条总是作为招待亲朋好友的佳品，或是被当作馈赠亲友的心仪之选。其香甜酥脆的口感，令人回味无穷，也因此成为了客家人生活中不可或缺的一部分。一块小小的 “芝麻条”，看似普通，实则意义非凡。它不仅是一种美味的享受，更是当地饮食文化的鲜明符号。在年节的氛围中，芝麻条蕴含着陆河人浓浓的年节情怀，承载着一代又一代的美好记忆。同时，它也凝聚着手艺人深厚的技艺，每一根芝麻条的制作，都饱含着他们的心血与专注，从选材到制作，每一个环节都彰显着传统工艺的魅力。



笑口枣

陆河地处广东省东部，特殊的地理位置使其饮食文化丰富多元，深受广府、客家等多种文化的影响。笑口枣作为一款油炸类糕点，与广府地区盛行的油器文化有着紧密的关联，同时又融入了客家人对米、面制品的喜爱与传承，是地域文化融合下诞生的美食结晶。在陆河的民间节日里，笑口枣是一款必不可少的风味小食，承载着深厚的文化内涵与美好寓意。它因面团在油炸过程中表面自然爆裂，形似人开怀大笑，故而得名 “笑口枣”，象征着 “笑口常开”，寓意着全家人和和美美、开开心心。每到春节，笑口枣更是成为家家户户必备的年货，饱含着人们对新一年美好生活的殷切祝愿。其香脆可口的口感令人赞不绝口，外层糯软，内部松脆，那特殊的香甜味道和独特的口感，深受陆河人的喜爱。



油枝麻条

在陆河，把小面条拧成麻花状油炸后得到的食品叫油枝麻条，源于中国特色油炸面食小吃“麻花”，麻花的制作技艺随着客家人的南迁而传入陆河地区，并根据本地特色进行相应调整。相对于北方麻花的豪迈大气，陆河麻花在制作上更为精细，外形更为小巧。在陆河的祭祀仪式中，油枝麻条常被作为供品摆放在神桌上，以祭祀祖先和神灵。同时油枝麻条因其口感酥脆、香甜可口、易于保存和携带，成为了人们走亲访友时喜爱的馈赠礼物。



冷水糕

客家人素有制作甜糕点的传统，因“糕”与“高”是谐音，民间有百事皆高之说，每逢时令节气都有打糕吃糕的习俗，寓意步步登高，冷水糕便是陆河当地的特色小吃之一。冷水糕便是陆河当地的特色小吃之一，在梅州又称猪肠糕，其起源和发展历史悠久。相传，一客家先民因酷爱吃糕点，经常在丰收的秋季后，便用糯米粉、米粉等制作糕点，一次偶然的机会，他先把糯米粉炒熟，加以白糖、芝麻揉合成面团蒸熟后取出冷却，发现其口感独特，其他乡亲在此基础上进行改良，切成长条状，这种客家小吃用糯米粉和糖制成，外形酷似猪肠，因其口感冰凉，似从井水中摇过的感觉，故得此名。小圆柱圆形糕条，香甜柔韧，不粘不腻，口感Q弹细腻，香糯柔滑。在中秋佳节时，冷水糕便是客家人必备的敬月光供品。



纸排糕

陆河纸排糕是陆河县客家人世代传承的特色米制糕点，其历史可追溯至明清时期，客家先民自中原南迁至此，将北方面食技艺与南方稻作文化结合，创造出以米为原料的糕点体系。纸排糕以糯米与粘米混合磨浆蒸制而成，既延续了中原蒸饼的工艺精髓，又适应了岭南“以米代麦”的饮食传统。明清时期，陆河客家村落已普遍将纸排糕用于节庆祭祀，其柔韧耐储的特性，使之成为农耕社会中重要的便携食物。纸排糕因“糕”与“高”谐音，象征“步步高升”，婚嫁时，红纸包裹的纸排糕作为“甜蜜信物”随嫁妆送至夫家；新生儿满月分赠邻里，传递“添丁添福”的祝福。在制作上很为讲究，如炒糯米粉，一般要贮藏半年左右，炒时一要熟透二要保白；磨粉得连续过筛，要求绵细如面；白糖要取粒小，质松，速溶的“砂糖”。各种原料分别加工停妥，再掺和拌匀，压缩成形。最后由切片师傅执锋利的大方刀，切成片片，薄如书页。



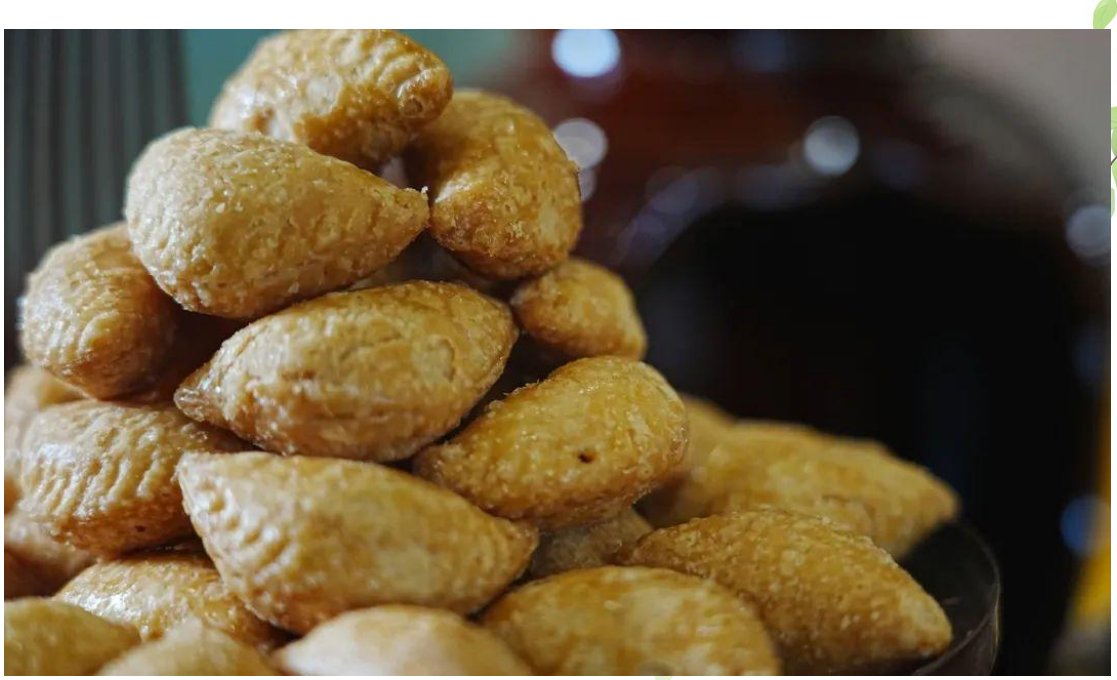
瓜碧

相传在古代，一位擅长制作小吃的厨师将冬瓜条作为地方特色贡品进献宫廷，其制作的冬瓜条色泽洁白如玉，口感清甜脆嫩。皇帝品尝后龙颜大悦，赞不绝口，受到宫廷贵族的喜爱。后又从宫廷流传至民间，经过民间厨师的改良和传承，逐渐成为大众喜爱的传统小吃。瓜碧又名冬瓜条，是我国的传统蜜饯，其文化源远流长。冬瓜在《本草纲目》就有“冬瓜可蜜为果”的记载，历史悠久。在广东，冬瓜糖不仅仅是味蕾上的享受，它更是一种文化的传承，是春节不可或缺的一部分。每当岁末年初，家家户户都会准备各式各样的传统糖果，而冬瓜糖总是那个不可或缺的角色。陆河冬瓜条一般呈四方长条状，色泽洁白，呈半透明状，表面干燥，糖霜面均匀且无连接块。其口感清甜，肉质柔嫩带脆，食时无明显粗纤维，糖液饱满均匀。旧时冬瓜条是陆河客家人春节必备的年货之一，因其清甜而有着生活甜蜜的寓意，现在也常作为传统糕点或传统美食（五仁月饼、八宝饭）的馅料。



扇糕

在陆河地区，扇糕是一种传统的糕点，通常用于祭拜神明。在当地的民俗文化中占据了重要的地位，人们用它表达对祖先的缅怀和对神灵的敬畏，承载着祈求平安、丰收等美好愿望。扇糕因其外形美观、制作精细，且寓意吉祥，扇糕的“扇”与“善”谐音，有“善良”“善行”之意，“糕”与“高”谐音，有步步高升等含义，人们在食用或赠送扇糕时，也传递着这些美好的祝福。陆河地区处于潮汕文化与客家文化的交汇地带，扇糕融合了潮汕美食注重工艺、口感细腻和客家饮食对传统食材运用及古朴制作方法的特点，是多元文化融合的产物。扇糕口感软糯，馅料香甜，带有花生油的香气，是一道色香味俱佳的传统民俗食品。



油角

在传统习俗的寓意里，油角有着“有角”的谐音，饱含着人们期盼来年能够才华出众、喜事连连的美好心愿，承载着浓浓的节日氛围与文化底蕴。油角作为广东春节的传统节令食品，是粤菜系里一道独具特色的小吃，而客家先祖在迁徙的过程中，也将油角这一特色小吃带到了陆河。油角外形恰似鼓鼓的钱包，外皮由澄面糯米皮制成，经油炸后，呈现出诱人的金黄色泽，口感酥脆得恰到好处。咬开后，满满的馅料呼之欲出，白糖、花生碎、芝麻混合而成的馅料，甜蜜滋味瞬间在舌尖绽放。正因如此，油角被赋予了家肥屋润、荷包满满、生活富足美满的吉祥寓意。陆河人民对油角满怀深情，通常只在春节这一欢乐而隆重的传统节日，精心制作，与家人共享这份甜蜜与喜悦，期盼新的一年福气满满。

9．广东非遗—陆河擂茶






陆河擂茶，作为广东非遗的瑰宝，深植于客家文化的沃土之中，是陆河客家人社交活动中不可或缺的珍品。它不仅承载着厚重的历史情感，更是款待宾客的礼仪，彰显着当地流传千古的风俗习惯。

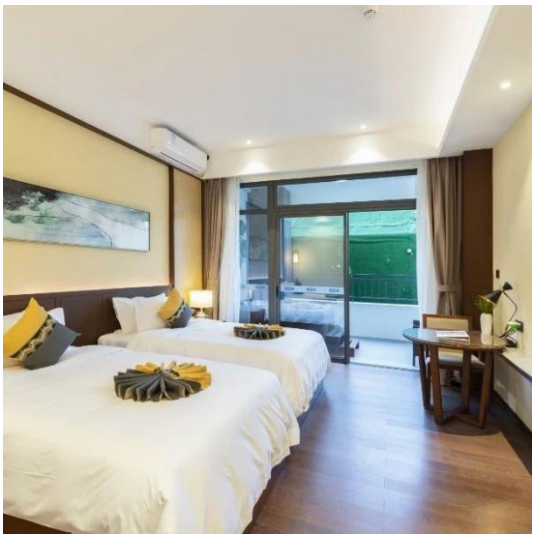
陆河擂茶的两种主要类型：净茶与油茶。净茶保留了茶叶最纯粹的韵味；而油茶，则是将鲜嫩的艾叶、枫叶等多种植物叶片与花生、芝麻等食材巧妙融合，通过擂茶钵与擂茶棍细细研磨，最终汇聚成一碗香气扑鼻、令人陶醉，滋味独特的擂茶。

（四）酒店民宿



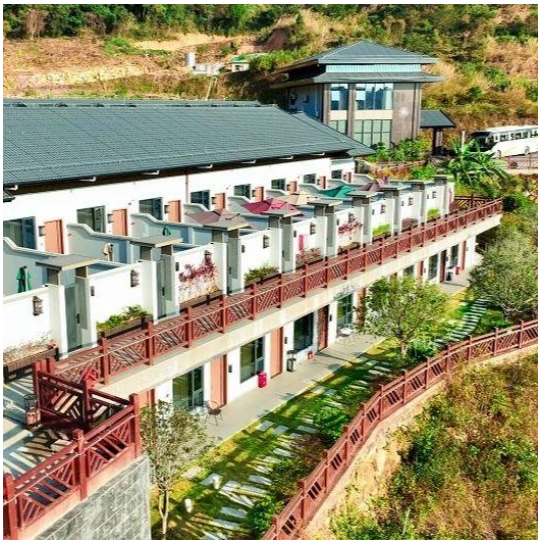

华发螺洞精品度假酒店

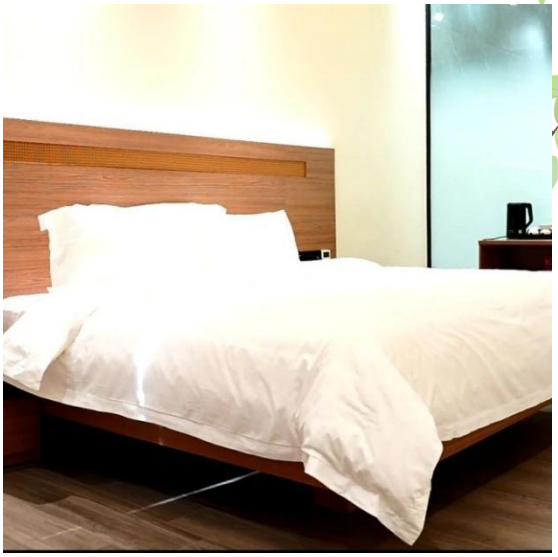
华发螺洞精品度假酒店隐于陆河“世外梅园”核心区，打造隐逸山野的诗意栖居。客房推窗即揽千亩梅海，春闻青果幽香，冬赏香雪漫山。晨起云雾绕黛瓦，夜伴溪涧入眠。

华发清泉谷温泉度假酒店

华发清泉谷温泉度假酒店坐落于陆河群山环抱的峡谷秘境，天然温泉自地下涌出，氤氲水雾间可眺望层峦叠翠，晨沐云海、夜枕松涛。





龙湖温泉度假山庄

龙湖温泉度假山庄里的房内私汤氤氲，晨浸泉烟润肤，夜幕下温泉雾霭与星轨交织成科幻奇境。





两山民宿

两山民宿是依托特有的红锥树资源禀赋，依山势建设的树上木屋民宿，坐落于红锥树林间，绿树环抱，草药环绕。微风簌簌，山风轻拂，民宿的白昼生机盎然，民宿的夜晚静谧而又清凉，屋下中草药淡淡的香气随风而来沁人心脾，枕着清风入睡，好不惬意。




螺溪谷

螺溪谷以客家民居、客家饮食、客家文化及生态、农林等乡土资源为依托，建设有欧田书舍、农礼铺子、青梅酒吧、客家擂茶会馆、客家民宿等具有特色的乡村旅游体验空间。




畔山民宿

畔山民宿位于汕尾市陆河县上护镇苏坑禾坪村鸡公髻嶂生态观光园，园内还有农家特色美食餐厅、多功能厅、亲子采摘体验园及名贵药材石斛种植。




陶岭山庄

住进科技感太空舱民宿，夜晚仰望星空；KTV 包房随享欢唱，游乐场释放活力。庄园自养山泉鱼、山林土鸡，菜园直采天然生菜，现点现做舌尖鲜味。周末携家人亲子撒欢，或约好友团建聚会，远离喧嚣，承包自然与烟火气兼具的美好时光！

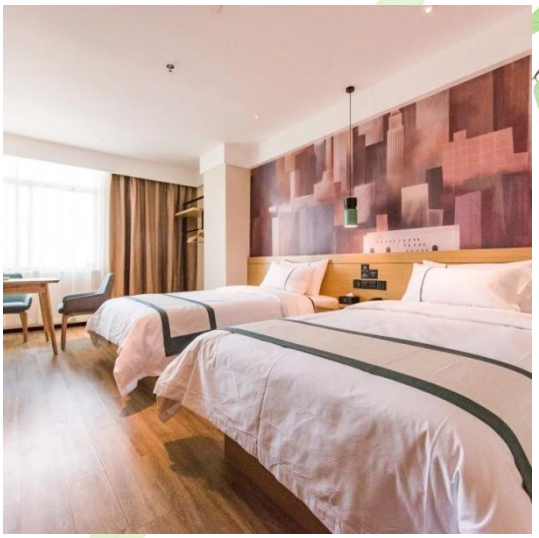



云雾居

“云雾漫山、流觞曲水”住在隐世的庭院之中抬头的漫山云雾，内心澄净。驻足在此，身心自然得到静养，深呼吸一口山野的清新空气，心灵与大自然的融合，这时的“养”正是我们肉眼看不见的修身

养性。





城市便捷酒店（陆河店）

酒店拥有 62 间客房，设施齐全，提供公共停车场、行李寄存、24 小时前台、餐厅、会议厅、洗衣房等设施。是舒适度和便利性于一体的住宿选择，适合商务旅行和休闲游客。





迎宾馆

迎宾馆位于陆河县的交通商贸的中心，拥有 90 间客房。客房整洁、宽敞明亮，环境卫生，设施齐全，提供公共停车场、行李寄存、24 小时前台、餐厅、会议厅、洗衣房等设施。





维也纳酒店（陆河店）

维也纳酒店(陆河店)拥有 125 间客房，酒店装修风格温馨舒适，高贵典雅，提供健康、舒适的良好睡眠体验，诠释艺术典雅的智享旅居生活。

六、陆河县城市品牌建设

一个标识，一座城。为更好地向世界展示创新、开放、活力的城市形象，为城市发展注入新的动能，陆河县对“客韵新城 活力陆河”进行了全新定位，发布了陆河城市形象 LOGO，为陆河的未来发展锚定了新的方向。

陆河城市形象标志释义——无限陆河：城市形象标志以“客韵新城 活力陆河”为创意灵感，“陆河”二字取自建县碑记赖少其的手书，将榕江与螺河的自然元素巧妙结合，形成动感十足的无限符号“∞”，融合了历史底蕴与时代精神，彰显了深厚的客家历史文化根基，体现了陆河蓬勃向上、追求卓越的城市精神，展现了陆河面向世界的开放态度，诠释了陆河作为“客韵新城，活力陆河”的城市定位

与发展愿景，象征着陆河发展的无限潜力与美好未来。



第二章 国内外农业模式概况

一、中国农业模式的分析

（一）中国农业模式的概述

中国农业模式历经数千年的发展，从传统农业逐渐转向现代农业，这一转变过程中融合了诸多时代元素与科技进步的成果。目前，中国农业的基石是家庭联产承包责任制，这一制度赋予了农民土地的使用权和经营权，极大地激发了农民的积极性和创造力，并逐步发展出了以精耕细作、自给自足为特征的小农经济。在此背景下，农民可以根据市场需求和自身条件，自主决定种植何种作物、采用何种生产方式以及选择何种销售渠道。

随着时代的进步，中国农业模式也在不断地演变和升级。农业科技的创新与推广应用，为农业生产带来了翻天覆地的变化。新品种的培育、新技术的研发以及新装备的应用，都极大地提高了农业生产的效率和质量。同时，市场化改革的深入推进，使得农业生产更加紧密地与市场需求相衔接，推动了农业的规模化、集约化和产业化发展。

中国农业模式在发展过程中也面临着诸多挑战。例如，土地资源的有限性、环境污染问题以及农产品质量安全问题等，都是当前农业发展中亟待解决的问题。为了应对这些挑战，中国农业模式需要不断地进行创新和调整，以适应新时代的发展需求。

（二）中国农业模式的优势分析

中国农业模式在多个方面展现出其显著优势。首先，从土地资源来看，中国幅员辽阔，拥有丰富的土地资源，特别是耕地资源，这为

农业生产提供了稳固的基础。广阔的耕地不仅确保了粮食生产的稳定性，同时也为多种经济作物的种植提供了可能，从而丰富了农产品的多样性。目前中国拥有农产品数量约 640 大类，超 11.5 万个品种。

在劳动力资源上，中国农业模式的优势也显而易见。由于中国农村人口众多，因此劳动力资源十分丰富，这为农业生产提供了充足的人力资源。尽管近年来城市化进程加速，部分农村劳动力流向城市，但农村依然保持着相当数量的劳动力，能够满足农业生产的需求。

中国农业模式在耕作技术和管理方面也颇具特色。中国农业历史悠久，积累了丰富的农耕经验和技术。精耕细作是中国农业的一大特点，通过精细化的土地管理和作物照料，能够最大限度地提高土地生产率和资源利用率。这种传统的农耕智慧在现代农业中依然发挥着重要作用，有助于提升农产品的产量和质量。

除了上述优势外，中国农业模式还在循环利用方面具有独到之处。传统的农耕文化中强调资源的循环利用，如农家肥的使用、秸秆还田等做法，这不仅有助于节约资源，还能减少环境污染，实现农业的可持续发展。

中国农业模式在土地利用、劳动力资源、耕作技术以及循环利用等方面均表现出显著的优势。这些优势为中国农业的稳定发展和持续增产提供了有力保障，同时也为农业产业结构的优化和农产品质量的提升奠定了坚实基础。

（三）中国农业模式的问题与挑战

中国农业模式在持续发展的同时，也面临着一些显著的问题与挑

战。这些问题不仅关乎农业生产效率，还对环境可持续性和农民的生活水平产生深远影响。

农业科技水平相对较低是当前面临的一个重要问题。与一些发达国家相比，中国在农业科技研发和应用方面仍有差距。这种差距直接制约了农业生产效率和产品质量的进一步提升。例如，在作物育种、土壤改良、精准农业等方面，中国仍需要加大科研投入，以提高农业生产的科技含量。

农业资源利用的不合理性也是一大挑战。由于历史原因和地区发展不平衡，部分地区存在过度开垦、过度放牧等现象。这些行为不仅导致土壤退化、水资源短缺，还可能引发更广泛的环境问题，如沙尘暴、水土流失等。这种资源利用方式显然不可持续，亟待改进。

农业生产组织化程度较低也是一个不容忽视的问题。目前，中国仍有大量的小农户在进行分散经营，这种模式难以形成规模效应，且标准化不强，不利于标准化生产和品牌推广。与此同时，小农户在市场竞争中往往处于劣势，难以抵御市场风险和自然灾害的冲击。

在全球化背景下，中国农业还面临着国际市场的冲击和挑战。随着中国加入世界贸易组织（WTO）和签订《中美农业合作协议》，国内农产品市场逐渐开放，国外优质、低价的农产品涌入，对国内农业生产造成了不小的压力。这就要求中国农业必须加快转型升级，提高自身竞争力，以应对日益激烈的国际竞争。

二、美国农业模式的分析

（一）美国农业模式的概述

美国农业模式的特点显著，其核心是大规模、高效、科技驱动的生产方式。这种生产模式在美国的广袤土地上得到了充分体现，大量的土地被整合成大型农场，由专业的农场主进行管理和经营。这些农场通常拥有数千甚至数万亩的土地，使得农业生产可以形成规模效应，降低成本，提高效率。

在美国农业模式中，商业化的运作方式也是其重要特点之一。农场主们通常会与各大农业企业建立紧密的合作关系，从种子、化肥、农药的采购，到农产品的销售和加工，都形成了完善的产业链。这种商业化的运作方式不仅保证了农产品的销路，也降低了农业生产的风险。

机械化是美国农业模式的另一大特色。在广阔的农田里，大型农业机械如收割机、播种机、喷药机等被广泛应用，大大提高了农业生产的自动化程度和生产效率。这些先进的农业机械不仅减轻了农民的劳动强度，也使得农业生产更加精准、高效。

美国农业模式还非常注重科技创新和知识产权保护。美国政府投入大量资金用于农业科技研发，推动农业生产技术的不断创新。同时，美国也建立了完善的知识产权保护制度，保护农业科技的创新成果，激发农业科技人员的创新热情。

总的来说，美国农业模式以大规模、商业化、机械化和科技创新为主要特点，这些特点共同构成了美国高度发达的农业生产体系。这

种生产体系不仅保证了美国农业的高效、稳定发展，也为全球农业生产提供了有益的借鉴和启示。

（二）美国农业模式的优势分析

美国农业模式的优势，无疑体现在其卓越的科技水平和高度的机械化程度上。美国的农业科技实力堪称全球翘楚，这得益于其世界级的农业科研机构和技术体系。这些机构不断推动农业科技创新，研发出一系列高效、环保的农业技术和产品，为农业生产提供了强大的科技后盾。例如，通过基因工程技术改良作物品种，提高作物的抗逆性和产量；利用智能农业系统，实现精准施肥和灌溉，降低生产成本并提高资源利用效率。

在机械化方面，美国农业同样走在世界前列。美国农场普遍采用先进的农业机械和设备，从播种、施肥、除草到收割等各个环节，都实现了高度机械化作业。这不仅大大提高了农业生产效率，还降低了农民的劳动强度。更重要的是，机械化作业有助于实现农业生产的标准化和规范化，从而确保农产品的品质和安全性。

除了科技和机械化优势外，美国农业还非常注重市场导向和品牌建设。美国农场主和农业企业紧密关注市场需求，根据消费者偏好调整生产结构和品种。同时，他们重视农产品的品牌建设和营销推广，通过打造特色品牌、开展促销活动等方式，提升农产品的知名度和美誉度。这种市场化和品牌化的经营模式，使美国农业在全球市场上具有强大的竞争力。

总的来说，美国农业模式的优势在于其强大的科技支撑、高度的

机械化作业以及敏锐的市场洞察力。这些优势共同推动了美国农业的持续发展，也为其他国家提供了宝贵的经验借鉴。然而，每种农业模式都有其独特的适用条件和局限性，因此在借鉴美国农业模式时，需要充分考虑本国的实际情况和资源禀赋，以实现最佳的农业发展效果。

（三）美国农业模式的局限性与挑战

尽管美国农业模式在科技水平和机械化程度方面展现出明显的优势，但也面临着一系列的局限性和挑战。

美国农业对资源的消耗尤为突出。大规模、高强度的农业生产导致对水资源、化肥和农药等农资的巨量需求。特别是在一些干旱地区，灌溉农业的发展使得地下水资源过度开采，严重影响了生态平衡。同时，化肥和农药的过量使用不仅污染了土壤和水源，还对生物多样性造成了威胁，这些环境问题日益引发社会关注。

美国农业生产高度依赖化石能源，如石油和天然气等。农业机械的大规模使用、农产品的加工与运输等环节都消耗了大量的能源。这种能源依赖不仅加剧了全球能源危机，还使得农业生产成本受国际能源价格波动的影响增大。同时，化石能源的使用也带来了严重的环境污染问题，如温室气体排放导致的全球气候变暖等。

在市场竞争方面，美国农业模式也面临着挑战。由于农场规模大、机械化程度高，大型农场在市场竞争中占据明显优势。这使得小农户在市场竞争中处于不利地位，难以获得足够的资源和市场份额来维持生产。因此，许多小农户被迫退出农业生产，进一步加剧了农业生产集中度的提高。这种高度集中的农业生产模式虽然有利于提高生产效

率，但也可能导致农业生态的单一化和脆弱性增加，不利于农业生态系统的稳定和可持续发展。

美国农业模式在带来高效、精准的农业生产的同时，也伴随着资源消耗大、环境污染严重以及市场竞争激烈等问题。未来，美国农业需要在保持生产效率的同时，更加注重资源节约、环境保护和生态平衡等方面的问题，以实现农业的可持续发展。

三、中美农业模式对比

（一）农业生产方式对比

中美两国在农业生产方式上的对比，彰显了两种截然不同的农业哲学和实践路径。中国农业深受传统农耕文化影响，家庭联产承包责任制不仅赋予了农民对土地的使用权和经营权，更在深层次上体现了对土地的敬畏和对自然的尊重。在这种模式下，农民更倾向于采用精耕细作的方式，充分挖掘土地的潜力，同时注重农业废弃物的循环利用，以实现农业生态系统的平衡与和谐。

相较之下，美国农业模式则展现了另一种风貌。以大规模农场为主体，美国农业充分利用了现代科技的力量，通过机械化和信息化手段，实现了农业生产的高效与精准。大农场经营不仅便于统一管理和规模化生产，还能有效降低生产成本，提高市场竞争力。同时，美国农业对科技创新的重视也为其带来了源源不断的动力，使得农业生产始终保持在行业前沿。

这两种农业生产方式并非尽善尽美。中国农业模式在土地利用和生态保护方面有着显著优势，但也面临着农业科技水平相对较低、生

产效率不高的问题。而美国农业模式虽然在生产效率和科技应用上领先，但其对资源的过度消耗和环境的压力也不容忽视。

具体来看，中国农业模式中的精耕细作虽然提高了土地利用率，但在一定程度上也限制了农业生产的规模化发展。此外，由于缺乏先进的农业科技支持，中国农业生产在应对病虫害、提高产量等方面仍面临诸多挑战。相对而言，美国农业模式的机械化生产大大提高了农业生产效率，但其对化肥、农药等化学品的过度依赖也引发了土壤退化、水源污染等环境问题。

在信息化方面，美国农业已经实现了从播种到收获的全程数据化管理，这不仅有助于精准施肥、灌溉等农业生产环节的优化，还为农产品质量追溯和市场营销提供了有力支持。而中国农业在信息化建设方面仍有待加强，尤其是在农产品质量安全和市场营销方面，亟须引入更多现代化管理手段和技术。

中美两国农业生产方式的差异不仅体现在规模和效率上，更在于其背后的农业哲学和发展理念。在未来发展中，两国可以相互借鉴、取长补短，共同推动全球农业的可持续发展。对于中国而言，在保持精耕细作传统优势的同时，应加大对农业科技的投入和创新力度，逐步实现农业生产的现代化转型；而对于美国而言，在追求农业生产效率的同时，也应更加注重节约资源和保护环境，以实现农业的绿色发展。

（二）农业资源利用对比

在农业资源利用方面，中美两国的差异不仅体现在土地资源上，

还涉及水资源、化肥农药使用等多个维度。

中国作为一个土地资源相对丰富的国家，其农业模式在土地资源利用上有着深厚的历史传统。然而，在长期的发展过程中，也暴露出过度开垦和过度放牧等问题。这些问题在一定程度上导致了土地退化、生态环境恶化等后果。为了应对这些挑战，中国政府近年来大力推广可持续农业发展理念，通过实施退耕还林、退牧还草等政策，努力改善土地资源利用状况。

美国农业模式在土地资源保护和合理利用方面表现得更为成熟。美国农场主普遍重视土地资源的长期效益，因此广泛采用轮作休耕、有机耕作等方式来提高土地生产力和生态效益。这些做法不仅有助于保持土地的肥力，还能有效减少化肥农药的使用量，从而降低农业生产对环境的负面影响。

在水资源利用方面，中美两国同样存在显著的差异。美国农业面临着水资源短缺和过度消耗的问题，尤其是在西部干旱地区，这一问题尤为突出。为了缓解水资源紧张状况，美国农业部门积极推广节水灌溉技术，并通过政策引导农场主合理利用水资源。

而中国在水资源利用上则具有相对优势，尤其是在南方水乡地区。然而，随着农业现代化的推进，中国也面临着水资源污染和浪费等问题。为了提高水资源利用率，中国政府近年来加大了对节水灌溉技术的研发和推广力度，旨在通过技术手段实现水资源的高效利用。

除了土地和水资源外，中美两国在化肥农药使用方面也存在差异。美国农业科技发达，化肥农药的研发和使用水平较高，但同时也带来

了环境污染和食品安全等问题。而中国则在近年来开始大力推广绿色农业发展理念，倡导减少化肥农药的使用量，通过生物防治等环保手段来提高农产品质量和安全水平。

中美两国在农业资源利用方面各有特点和挑战。通过对比分析两国的农业模式及其实践经验，可以为其他国家提供有益的借鉴和启示。同时，对于青梅产业等具体农业领域而言，深入了解并借鉴中美两国在农业资源利用方面的成功经验，有助于推动产业的持续健康发展。

（三）农业政策支持对比

在农业政策支持方面，中美两国的策略有着显著的差异，这些差异对各自国家的农业发展路径和成果产生了深远影响。

中国政府对于农业的支持是全方位且深层次的。其中，农业科技投入的增加是一个显著的特点。为了提高农业生产效率和产品品质，中国政府积极推动农业科技创新，大力支持农业科研机构和企业进行研发。这不仅包括种子改良、新型农机装备的研发，还涉及到智能化农业、精准农业等前沿领域。此外，农村基础设施建设也是中国政府农业支持政策的重要组成部分。通过改善农村道路、水利、电力等基础设施，政府旨在为农业生产提供更好的条件，进一步释放农业生产力。

中国政府在促进农产品流通方面也做出了积极努力。通过建立完善的农产品市场体系，推动农产品电子商务的发展，政府助力农产品走出田间地头，走向更广阔的市场。这不仅提高了农民的收入，也丰富了消费者的选择，实现了农业与市场的有效对接。

相较于中国，美国政府在农业政策支持上则更加注重市场的开放和自由贸易。美国政府倾向于减少对市场的直接干预，通过降低关税壁垒、推动国际贸易协议等方式，为农产品出口创造更有利的环境。这种政策导向使得美国农业能够更加深入地参与到全球市场竞争中，促进了农业产业的国际化发展。

这种政策差异也带来了一系列影响。在中国，政府的全方位支持推动了农业现代化的快速发展，但也面临着资源环境压力增大、农业生产成本上升等问题。而在美国，虽然自由贸易政策为其农产品打开了国际市场，但同时也使得国内农业面临着更加激烈的国际竞争。

四、中国农业模式对中国青梅产业发展的积极影响

青梅产业作为中国传统特色产业之一，其发展模式和发展水平不可避免地受到国家农业模式的影响。在全球化背景下，青梅产业不仅面临着国内外市场的激烈竞争，也需要应对消费者需求多样化、环境保护等多重挑战。

中国农业模式以家庭联产承包责任制为基础，注重土地利用和劳动力资源的充分利用，以及精耕细作和循环利用的传统优势，这些特点为青梅产业提供了坚实的生产基础和丰富的资源条件。也使得农民对土地有更强的归属感和管理意愿。在青梅种植过程中，农民会精心照料青梅树，从土壤管理、水源灌溉到病虫害防治，都力求做到最好。这种对土地的深厚情感和精细管理，无疑对青梅的生长和产量有着积极的影响。

中国农业模式的劳动力资源丰富，为青梅产业的采摘、加工和销

售提供了有力支持。青梅的采摘期短，需要大量的人力进行快速采摘，以保证果实的品质。同时，青梅的加工也需要熟练的技术和充足的人力。中国农业模式下的丰富劳动力资源，使得青梅产业在这些环节上能够得到有效地保障。

除了资源和人力优势外，中国农业模式还在精耕细作和循环利用方面具有独特优势。青梅种植需要精细的管理和技术，从选种、育苗到定植、修剪等各个环节，都需要农民精心地照料和管理。中国农业模式下的农民拥有丰富的种植经验和技术，能够确保青梅的健康生长和高产。同时，中国农业模式还注重资源的循环利用，如利用青梅废弃物进行堆肥或发酵产生生物肥料，这不仅降低了生产成本，还提高了资源的利用效率。

中国农业模式对青梅产业的积极影响体现在多个方面，包括土地利用、劳动力资源、精耕细作和循环利用以及政策支持等。这些因素共同促进了青梅产业的持续健康发展。

第三章 青梅产业发展调研情况

一、全球青梅产业发展概况

（一）全球青梅行业发展现状

青梅原产于中国，已有超过3000年的栽培历史。最初，它主要作为食品和药材使用。青梅的果实含有丰富的营养成分，包括维生素C、有机酸等，早期被用于制作梅酒、梅酱以及用作传统药材。

青梅在中国、日本、韩国等地广泛种植，成为地方特产。例如，日本的梅子文化非常丰富，梅子被用来制作梅干、梅酒等食品。随着技术的发展，青梅的种植逐渐发展为一个重要的产业，农民和企业开始注重青梅的品种选择、种植技术和产品的多样化。

近年来，青梅的产业逐步向全球扩展。除了传统的亚洲市场，青梅的产品也开始进入欧美市场。随着人们健康意识的提高，青梅作为一种天然、健康的食材受到了越来越多消费者的青睐。青梅产业的出口也呈现增长趋势，尤其是青梅酒、梅干等食品的海外市场逐步扩大。

（二）主要国家和地区发展状况

中国是青梅的原产地，也是世界上最大的青梅生产国。青梅在中国的主要消费形式包括梅酒、梅干、梅膏、梅酱、梅粉等。青梅及其加工产品已开始出口到欧美等市场，尤其是梅干和梅酒等，受到了外国消费者的喜爱。

日本的青梅文化非常深厚，青梅在日本的产业发展也相对成熟。青梅在日本主要用于制作梅干、梅酒、梅酱等食品，并且具有很高的文化象征意义。梅是日本传统饮食中不可或缺的一部分。梅干在日本

被视为健康食品，梅酒则是受欢迎的酒类。近年来，随着健康意识的提升，梅制品的需求逐渐增大，梅酒的生产也逐步现代化。

其他地区青梅的栽培和消费较为有限。

（三）全球青梅行业发展趋势

青梅产业的未来将更加注重产品创新与功能开发。随着消费者对健康生活方式的追求，富含天然抗氧化剂、有助于消化和减肥的青梅制品将更受欢迎。通过现代生物技术和深加工技术，开发出更多功能性食品和保健品，如青梅提取物胶囊、美容饮品等，将拓宽市场空间。同时，借助电子商务和跨境电商平台，加强品牌建设和国际市场的开拓，提升青梅产品的全球竞争力。此外，生态旅游和农旅结合模式的兴起，也为青梅园观光采摘、体验式消费提供了新的增长点。

（四）案例：日本和歌山县梅子产业发展

日本和歌山县的梅子产业通过“六次产业化”模式，成功将传统农业延伸至加工、销售、文化体验等多领域，形成了完整的产业链与区域经济循环。以下是其核心模式及实践特点：

1．品种改良与生产体系优化

（1）特色品种“南高梅”

和歌山县通过长期品种改良培育出“南高梅”，其果粒大、核小肉厚，是制作梅干的优质原料，占日本梅子总产量的 65%。

（2）山地种植与生态保护

当地梅林多建于山坡地带，利用铺网收集自然掉落的成熟梅子，减少果实损伤，同时通过梅树根系固土，防止山体滑坡，形成“梅林

-薪炭林”共生的生态系统，被列为全球重要农业文化遗产（GIAHS）。

（3）授粉与生物多样性

通过引入日本蜜蜂授粉，解决自花授粉率低的问题，并保护周边森林生态，形成梅树、蜜蜂、鸟类等多物种共存的可持续农业系统。

2．加工与产业链延伸

（1）传统工艺与现代技术结合

梅干制作遵循古法腌制（盐渍与梅醋发酵），同时引入活性水清洗、微酸性电解水杀菌等现代技术，确保品质安全。加工企业（如胜僖梅）通过减盐与调味同步工艺，开发低盐高酸风味梅干，延长保质期。

（2）深加工产品多样化

除传统梅干外，开发梅酒、梅子果汁、调味梅制品等，形成 12 种以上深加工品类，提升附加值。例如，梅干营业额占加工品总收入的 80%。

（3）生产者与加工企业协作

农户负责种植与初级加工（盐渍梅干），企业承接脱盐、调味及包装，形成“农户-企业”联动的垂直产业链，强化品牌竞争力。

3．品牌建设与市场拓展

（1）地理标志与品牌溢价

“纪州南高梅”成为日本梅干代名词，结合“纪州备长炭”等区域品牌联动，形成高端市场定位。

（2）文化赋能与体验经济

通过梅林观光、梅祭典（如奉纳祭）、传统饮食文化推广，吸引游客参与采摘、手作体验，促进农旅融合。

4．政策支持与区域经济整合

（1）产业集聚与循环经济

和歌山县第二产业发达（人均附加价值全国第 1），食品加工、塑料制品等制造业为梅子深加工提供配套支持。2013 年地域经济循环率达 96.4%，实现高度自给自足。

（2）政府引导与制度保障

地方政府推出招商优惠制度，吸引企业投资梅子加工与物流，并通过政策破除跨产业协作障碍，推动“农业+工业+服务业”融合。

5．对我国乡村振兴的启示

（1）以农业为核心延伸产业链

借鉴和歌山经验，需强化农产品深加工与品牌化，避免仅追求“三产融合”形式而忽视农业根基。

（2）生态与经济效益并重

梅林系统兼顾水土保持与生产，启示我国农村需探索生态友好型农业模式。

（3）政策需保障本土主体权益

日本经验显示，农户与中小企业的权益保障是产业融合成功的关键，我国需深化农村土地与金融制度改革。

日本和歌山县梅子产业的六次产业化模式，不仅提升了农业附加值，还通过生态保护与文化传承实现了可持续发展，为全球农业转型

提供了重要范本。

二、中国青梅产业发展概况

（一）中国青梅产业概况

中国作为青梅的原产地，拥有广阔的适宜种植区域，其栽培历史可追溯至 3000 多年前。凭借着丰富的种植经验和得天独厚的自然条件，中国已成为全球青梅种植面积和产量领先的国家。青梅产业在国内的分布广泛，但主要集中在广东、福建、浙江、安徽和四川等省区。这些地区的气候和土壤条件都非常适合青梅的生长，因此形成了集中的青梅产区。

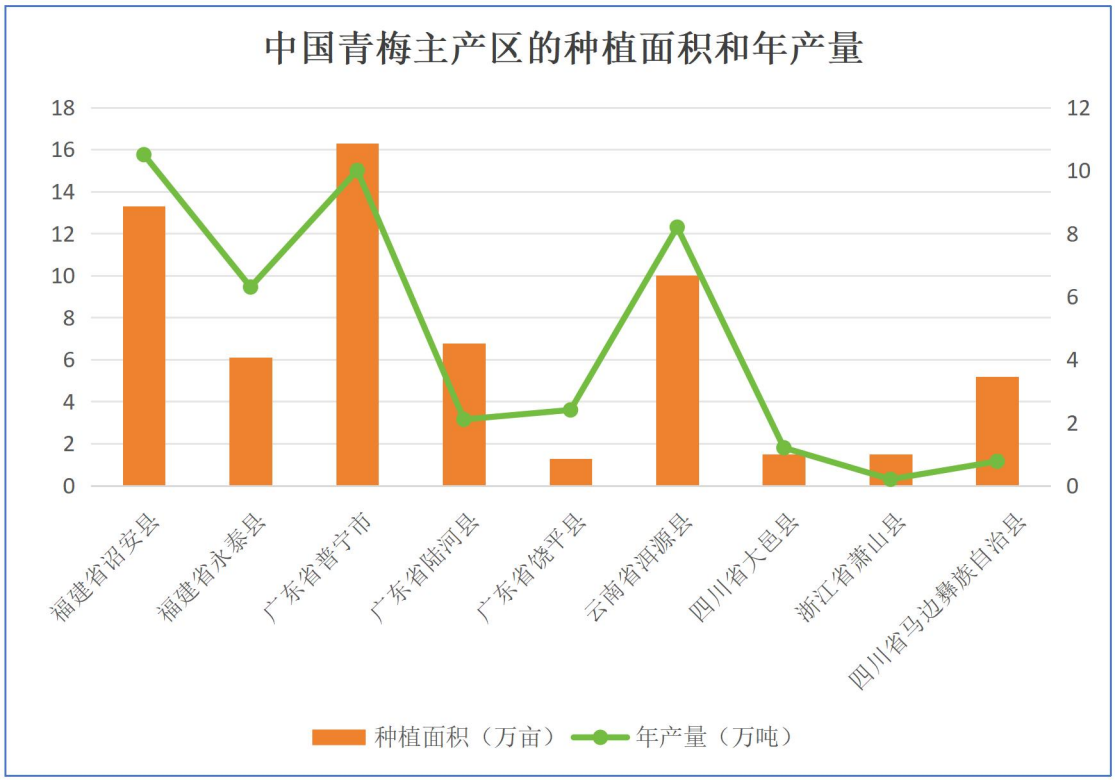
特别是在广东省和福建省，青梅的栽培面积广泛，年产量可达到惊人的 20 万吨。如此庞大的产量不仅满足了国内外市场的需求，同时也进一步巩固了中国在青梅产业中的领先地位。青梅产业的繁荣不仅推动了农业种植结构的优化，更为农产品加工业、物流业以及旅游业等相关产业注入了新的活力，形成了多元化的产业链条。

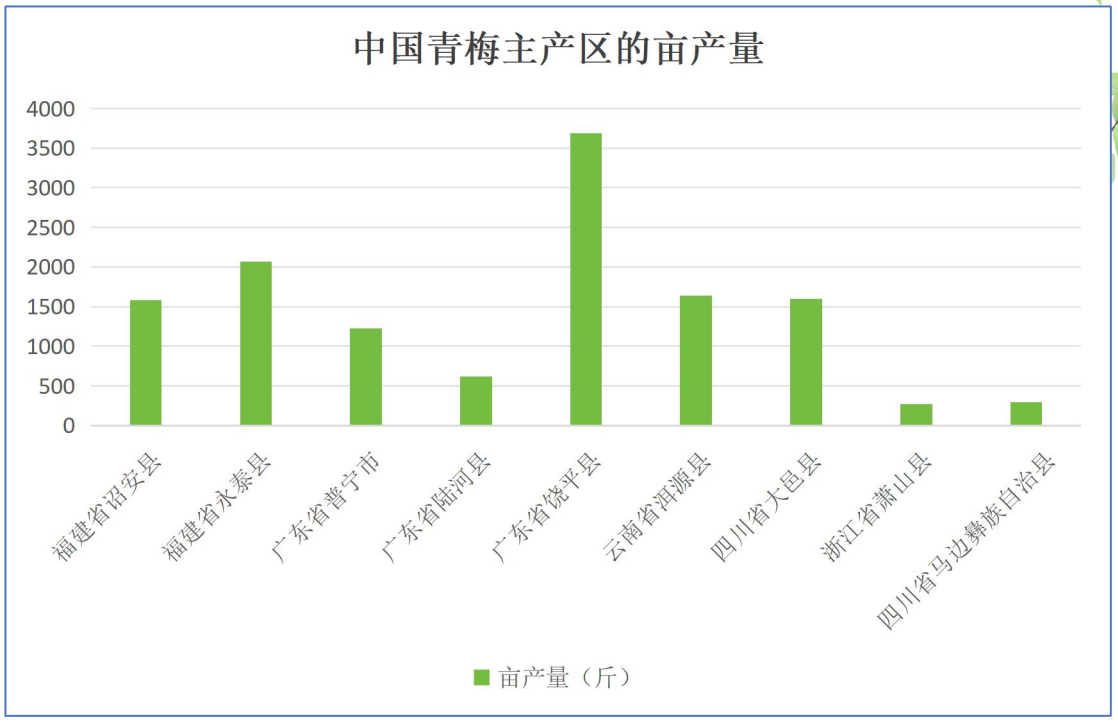
青梅的果实营养丰富，具有较高的药用价值和广泛的应用场景，是食品加工的重要原料。青梅加工品种类繁多，包括梅酒、梅酱、梅脯等，深受消费者喜爱，市场需求持续增长。这一趋势不仅促进了青梅产业的发展，也为农民提供了更多的增收渠道，推动了农村经济的繁荣。

（二）中国青梅的栽培面积与产量

通过对各省区市 2017—2023 年的年鉴、政府新闻报道以及农业农村厅等权威机构发布的信息进行统计，对我国青梅种植面积和产量

作出了梳理总结。其中福建省诏安县种植面积达 13.3 万亩，年产量约 10.5 万吨；福建省永泰县种植面积达 6.1 万亩，年产量约 6.3 万吨；广东省普宁市种植面积达 16.28 万亩，年产量约 10 万吨；广东省陆河县种植面积达 6.78 万亩，年产量约 2.1 万吨；广东省饶平县种植面积达 1.3 万亩，年产量约 2.4 万吨；云南省洱源县种植面积达 10 万亩，年产量约 8.2 万吨；四川省大邑县种植面积达 1.5 万亩，年产量约 1.2 万吨；浙江省萧山县种植面积达 1.5 万亩，年产量约 0.2 万吨；四川省马边彝族自治县种植面积达 5.2 万亩，年产量约 0.77 万吨。





（三）中国青梅产业链分析

青梅产业链由上游的种植环节、中游的加工环节以及下游的销售环节构成，这三个环节紧密相连，共同支撑着青梅产业的稳健发展。

上游环节：青梅种植作为产业链的起点，在中国有着悠久的历史和成熟的种植技术。中国的青梅种植区主要集中在亚热带和温带地区，得益于适宜的气候和肥沃的土壤条件，为青梅的生长提供了得天独厚的环境。目前青梅种植户多为小规模农户，种植技术和管理水平的差异导致青梅的产量和品质存在不稳定性。但近年来，随着农业现代化步伐的加快，青梅种植正逐步向规模化、标准化发展，以提高产量和品质的一致性。

中游环节：在青梅产业链的中游，加工环节占据核心地位。青梅加工企业通过采购原料，经过清洗、分级、深加工、储存和包装等工序，生产出多样化的青梅制品，如梅酒、梅饮、梅脯等。加工企业的

技术水平和设备状况直接影响到产品的品质和市场竞争力。当前，中国青梅加工企业虽数量众多，但普遍规模较小，技术和设备水平有待提升。

青梅加工不仅丰富了产品种类，还通过深加工提升了青梅的附加值，为产业链下游的销售环节创造了更多可能性。例如，通过精细加工制作的青梅酒，不仅口感独特，还具有一定的保健功能，深受消费者喜爱。

下游环节：下游环节是青梅产业链的终端，涉及到青梅产品的销售、品牌建设和市场拓展。随着消费者健康意识的提高，青梅制品的市场需求持续增长，为青梅产业的发展注入了新的活力。青梅制品通过超市、商场、电商平台等多种销售渠道进入市场，面临着日益激烈的市场竞争。因此，品牌建设和市场拓展成为青梅企业提升市场份额的关键。

在销售环节，青梅企业需要注重品牌形象的塑造和宣传，通过市场推广活动提高产品知名度。同时，也要关注消费者需求的变化，及时调整产品策略，以满足市场的多样化需求。例如，针对不同消费群体推出不同口味和包装的青梅制品，以满足消费者的个性化需求。

青梅产业链的各个环节相互依存、相互促进，共同推动着青梅产业的发展。在未来发展中，应进一步加强产业链的整合与优化，提升各环节的技术水平和效率，以适应市场变化和消费者需求的变化。

（四）中国青梅发展中存在的问题

青梅传统种植主要集中在广东、云南、福建、四川、浙江、江苏

等南方地区，北方环境较为寒冷，适宜栽种的抗寒品种稀少，致使种植面积较小。大部分地区果农较为分散，种植区域不集中，致使采摘后无法及时出售加工，经济损失严重。青梅市场供大于求，价格较低，但优质青梅却供不应求，青梅品种优化问题亟待解决。

目前对于青梅理化性质和营养成分仍没有具体的参考标准。青梅蜜饯类产品质量参差不齐，青梅酒产品在工艺和质量上没有统一的评价标准。

消费者对青梅文化和产品营养保健价值认识不够全面，大部分消费者对青梅产品的印象仍停留在传统青梅产品高盐高糖，不符合绿色健康的理念，以致产品受欢迎度低，购买欲望差。青梅品牌效应弱，仅有“溜溜果园”企业路人皆知，其他青梅产品加工企业鲜为人知。

（五）中国青梅产业发展优势与挑战

青梅产业在中国的发展拥有显著的优势，同时也面临着一些挑战。以下将详细分析这些优势与挑战。

1．发展优势

（1）资源优势：中国作为青梅的原产地之一，拥有悠久的青梅种植历史。这使得中国在青梅种植技术、品种改良以及资源积累方面具有丰富的经验。目前，中国的青梅种植面积和产量均位居世界第一，为青梅产业的发展提供了坚实的物质基础。

（2）市场优势：随着消费者对健康饮食的日益关注，青梅制品以其独特的营养价值和保健功能受到了广泛欢迎。青梅酒、梅饮、梅脯等青梅加工产品市场需求持续增长，为青梅产业的发展提供了广阔

的市场空间。

（3）**政策优势：**中国政府高度重视农业产业的发展，并出台了一系列扶持政策以推动农业现代化进程。这些政策不仅为青梅产业的种植、加工、销售等环节提供了支持，还为青梅产业的技术创新、品牌建设以及市场拓展等方面创造了有利条件。

2．面临的挑战

（1）**种植技术与管理水平待提升：**尽管中国青梅种植历史悠久，但当前仍存在种植技术落后、管理水平参差不齐的问题。许多青梅种植户为小规模农户，缺乏科学的种植技术和管理经验，导致青梅产量和品质受到影响。因此，提升青梅种植技术与管理水平成为产业发展的迫切需求。

（2）**加工技术与设备水平不均：**青梅加工环节是提升青梅附加值的关键环节。目前中国青梅加工企业数量众多，但规模普遍较小，加工技术和设备水平参差不齐。这制约了青梅制品的品质提升和市场竞争力。因此，加强青梅加工技术与设备的研发和推广至关重要。

（3）**品牌建设与市场拓展不足：**在激烈的市场竞争中，品牌建设和市场拓展是提升青梅产业市场占有率的关键。目前青梅制品品牌建设滞后，缺乏知名品牌，影响了青梅制品的市场影响力和消费者认可度。因此，加大品牌建设力度、拓展市场渠道成为青梅产业发展的当务之急。

（六）案例一：广东省普宁市青梅产业发展

广东普宁作为“中国青梅之乡”，其青梅产业建设经验以三产融

合、科技赋能、品牌打造为核心，形成了可复制的现代农业发展模式。以下是其建设经验的主要要点：

1．全产业链融合发展，提升附加值

（1）三产深度融合

农业与加工业结合：通过“科研院所+公司+基地+农户”模式，开发盐渍、凉果、果酒、饮料、保健品等 5 大类 200 多个产品，延伸产业链，年加工能力超 10 万吨。

农业与互联网+结合：推动电商平台发展，入驻京东、天猫等，实现线上线下一体化销售。例如“小梅屋”通过直播带货实现销量倍增。

农业与乡村旅游结合：建设青梅生态旅游区，举办梅花文化旅游节，年接待游客人次达百万级，带动餐饮、民宿等三产增收。

（2）国家现代农业产业园建设

2022 年 1 月，广东省普宁市国家现代农业产业园通过农业农村部、财政部认定。以国家级青梅现代农业产业园为载体，构建“生产+加工+科技+品牌”一体化体系。目前，广东省普宁市国家现代农业产业园已建设完成，且取得了显著的成效。

①经营主体优化提升。园内农业企业数量达 200 家，其中省级农业龙头企业 2 家，地市级农业龙头企业 1 家。

②加工业发展水平高。新增大型成套青梅加工生产线 5 套，园区内大型成套青梅加工生产线达 16 套，新增青梅产业装备 12 套，园区内青梅产业装备达 35 套，新建加工厂、仓库 20000 平方米，园区内

青梅加工厂房、仓库达 16 万平方米，青梅产业加工业产值达 25.2 亿元，农业总产值达 8.32 亿元，二产与一产比值达到 3.03:1，青梅产品加工率 98%以上。

③联农带农成效显著。建立 5 个科技服务团队，产业园吸引 2780 人返乡从事青梅产业，吸纳农民就业 55687 人，年培训新型职业农民或农村实用人才 400 人次。产业园创新建立联农带农激励机制，形成多种利益联结模式。二次分红带动农户 815 人，购销订单带动农户 40339 户。园内农民人均可支配收入 2.41 万元，高于全市平均水平 31%，园内农民人均可支配收入显著提高。

④绿色发展成效突出。投入品减量化与有机肥替代化肥成效明显、农药化肥施用强度降至 8.99 公斤/亩，秸秆综合利用率达 91.5%，农业废弃物资源化利用率达 90.9%。产业园种养基地基本实现生产标准化、经营品牌化、质量可追溯，质量安全水平较高。农产品抽检合格率 100%。

2．科技赋能与数字化转型

（1）智慧农业体系

引入物联网、5G、大数据等技术，建立青梅智慧农业数据资源中心，实现种植、加工、流通全流程可视化监控。例如通过传感器监测土壤和气象数据，优化种植管理。

（2）AI 技术应用

2024 年 4 月 16 日，由广东省农业农村厅、揭阳市人民政府指导，揭阳市农业农村局、普宁市人民政府主办，普宁市农业农村局、中国

太保产险广东分公司承办的普宁青梅高质量发展暨全国首个青梅 AI 发布会在普宁市青梅国家现代农业产业园农产品交易中心举行。活动以“奋进‘百千万工程’，开拓新质生产力”为主题，发布了“普宁美梅”AI 系统，旨在通过 AI 赋能农业新质生产力，推动普宁青梅产业智能化、高效化、品牌化发展，推动产业智能化升级，提升品牌营销效率，进一步打响普宁青梅的“金字招牌”。

（3）科研合作与人才培育

与科研院所合作建立专家工作站，推广新品种如“青竹梅”“软枝大粒梅”，良种覆盖率达 100%。每年培训农户超 5000 人次，提升种植与加工技术。

3．品牌建设与市场拓展

（1）地理标志与品牌矩阵

“普宁青梅”获国家地理标志认证，品牌价值达 20.72 亿元。培育“小梅屋”“椿山晓”等 10 多个著名商标，形成差异化产品矩阵。

（2）创新产品与营销模式

开发潮汕文化融合产品，如单丛茶梅酒、竹节杯包装等，打造特色伴手礼。通过 AI 设计大赛、数字化营销活动拓宽市场，半年销售额破千万。

（3）出口创汇与国际市场

产品出口日本、东南亚等地，年创汇超 5000 万美元，半成品出口占重要份额，如日本市场对青梅干需求旺盛。

4．政策支持与利益联结机制

（1）政府规划与资金扶持

制定《普宁市青梅产业发展总体规划》，设立“金梅贷”等专项贷款，撬动社会资本投入超 4.5 亿元。

（2）企业与农户利益共享

推行“订单农业”，企业与农户签订保底收购协议，成立梅干协会、合作社，形成“企业+基地+农户”模式，保障农民收益。

（3）村集体联合开发

如善德村通过“村集体+企业”模式开发梅海旅游项目，村民分红增收，吸引 2780 人返乡就业，实现村企共赢。

5．生态与文化的可持续性

（1）绿色种植与循环农业

推广水肥一体化、生态循环技术，降低种植成本，提升果品优质率 10%以上。

（2）文化赋能与节庆活动

连续举办多届梅花旅游文化节，结合潮汕非遗文化展示，强化“梅文化”IP，提升产业软实力。

普宁青梅产业以“三产融合、科技驱动、品牌引领、政策保障”为核心，通过全链条升级、数字化转型和文化赋能，实现了从传统种植到现代化产业集群的跨越，为乡村振兴提供了可借鉴的“普宁模式”。普宁青梅产业建设的经验表明，农业产业的升级需政府引导、企业创新与农民参与的有机结合，同时需注重科技赋能与文化价值的

挖掘。

（七）案例二：福建省诏安县青梅产业发展

福建省诏安县青梅产业从传统种植到全产业链升级的转型，体现了“政策引导、技术创新、产业融合与市场拓展”的协同发展逻辑，其经验对农业现代化和乡村振兴具有重要启示意义。诏安经验证明，县域特色农业的崛起不仅需要资源禀赋，更依赖于系统性制度创新与产业链韧性构建，其“标准立基、技术破壁、融合增值”的路径，为乡村振兴提供了可复制的范式。以下从战略逻辑与实践路径两个维度进行深度剖析：

1．战略逻辑：政府主导下的产业链重构

（1）政策设计的系统性与前瞻性

诏安将青梅产业定位为县域经济支柱，通过“全周期政策工具箱”形成闭环支持体系。例如，2017 年起每年投入 1500 万元专项资金，覆盖种植、加工、品牌各环节，2022 年推出的“四项奖励”政策（企业收购奖、大户奖等）精准解决产业链痛点。这种政策设计不仅注重短期纾困（如稳定收购价），更着眼长期竞争力，如《诏安红星青梅》省级标准的制定，直接突破日本“绿色壁垒”，为出口奠定基础。政策目标从“保量”向“提质”升级，体现了“以标准化驱动品质革命”的现代农业思维。

（2）产业协同机制的创新性

政府通过“三链融合”（产业链、创新链、价值链）构建利益共同体。例如，在种植端推行“战略联盟模式”，协调企业、农户、科

研机构形成标准化生产协议，既保障原料品质，又通过保护价机制稳定农户收益。在加工端，鼓励企业与高校联合研发，开发出 7 大类 300 余种产品，推动产业链从低附加值的腌制品向高端的梅酒、保健食品延伸。这种“利益共享、风险共担”的机制，破解了传统农业分散经营与市场波动之间的矛盾。

2．实践路径：技术赋能与生态重构

（1）技术驱动的品质跃升

诏安将技术创新贯穿产业链各环节：

①生产端：推广土壤改良、矮化修剪等技术，优果率提升至 80%，延长采摘周期 20%，实现“一树多收”。手工采摘替代竹竿敲打，减少果损的同时，使优果收购价提高至 2.7 元/斤，技术革新直接转化为农民增收。

②加工端：引入纯发酵工艺、低温萃取等新技术，如紫梅山果酒获国际奖项，打破日本在青梅酒市场的垄断。废水处理设施补助政策（单企最高 30 万元）推动绿色生产，破解环保瓶颈。

（2）三产融合的生态构建

诏安跳出单一农业思维，构建“农业+工业+文旅”的复合生态：

①工业集群化：吸引溜溜果园、盐津铺子等龙头企业，形成年加工 20 万吨的产能，带动本地 80%就业，实现“一产接二连三”。

②文旅场景化：建设梅旅融合示范基地（连片 300 亩以上），配套游客中心、网红打卡点等设施，将果园转化为体验经济载体，提升品牌溢价。例如，官陂镇光坪村通过梅园观光带动乡村旅游，实现产

业增值。

3．市场突破：品牌战略与双循环布局

（1）地理标志的品牌势能释放

“诏安红星青梅”通过国家地理标志认证，构建起“公共品牌+企业品牌”的双轮驱动模式。一方面，公共品牌背书打破国际市场信任壁垒，产品出口至 35 个国家；另一方面，扶持“星福益”“梅满天下”等企业品牌，与良品铺子、三只松鼠合作，抢占国内高端零食市场。品牌建设与“三品一标”认证奖励政策（如有机认证奖 2 万元/产品）形成正向循环。

（2）内外双循环的渠道创新

国际市场以品质突破壁垒，国内市场以场景创造需求。例如，通过成都糖酒会等平台拓展 B 端渠道，同时开发梅精软糖、梅酒等即食产品切入 C 端消费。2024 年产值百亿元目标中，60%来自深加工产品，显示“从原料输出向终端品牌”的转型决心。

4．启示与反思

诏安模式的核心在于“政府有形之手与市场无形之手的动态平衡”：

①政策需穿透产业周期：从初期补贴种植到后期扶持研发，政策工具随产业升级迭代。例如，2022 年“四项奖励”直接对冲疫情下的市场风险，体现灵活施策能力。

②技术需与本土资源耦合：产学研合作聚焦“硒资源”“长寿之乡”等地域优势，开发富硒梅制品，避免同质化竞争。

③可持续性挑战：当前政策依赖财政投入，未来需探索社会资本参与机制（如青梅产业基金），同时警惕过度加工导致的生态负荷。

三、陆河青梅产业发展现状

（一）栽培历史沿革

青梅在人类历史上被栽培和利用的历史长达 3200 年，而陆河的青梅种植历史就已达 2900 多年。得益于陆河县位于亚热带季风气候区的优越自然条件，陆河青梅核小肉厚、口感脆嫩、品质上乘。

随着时间的推移，陆河青梅逐渐在当地形成了规模化的种植。得益于悠久的种植历史以及先天优越的自然环境，陆河县在青梅产业的发展上取得了显著的成就。2004 年，陆河县被“中国特产之乡推荐暨宣传活动组委会”评定为“中国青梅之乡”，这一荣誉标志着陆河青梅产业在全国范围内的认可和地位的确立。



紧接着，在 2005 年，国家质检总局批准对“陆河青梅”实施地理标志产品保护，这进一步提升了陆河青梅的品牌价值和市场竞争力。到了 2006 年，“陆河青梅”以优良的品质特征和人文地理优势被列入国家地理标志保护产品，这一系列的荣誉和认证为陆河青梅产业的

发展奠定了坚实的基础。



入驻国家地理标志农产品展示体验馆

在此之后，陆河县充分利用青梅资源禀赋，不断推动青梅产业的发展。2019 年，陆河县成功创建了青梅省级现代农业产业园，实现了青梅在县内的深加工，开发研制出了梅酒、梅醋、梅酱等 34 项青梅产品专利。同时，陆河县还高度重视农业产业发展，立足“绿水青山就是金山银山”的发展理念，通过提高生态产品品质、提高产业竞

争能力、精准打造生态景区等方式，充分挖掘陆河青梅产业发展、生态旅游内在潜力，实施“青梅+旅游”特色发展模式，因地制宜助力陆河实现高质量发展。

目前，陆河青梅产业已经形成了完整的产业链，包括青梅种植、加工收储、科技创新、物流集散、电商销售以及休闲旅游等多个环节。陆河县拥有多家省级农业龙头企业及国家级示范合作社，注册了多个青梅品牌，青梅产品种类繁多，品质上乘，深受市场欢迎。

（二）第一产业现状

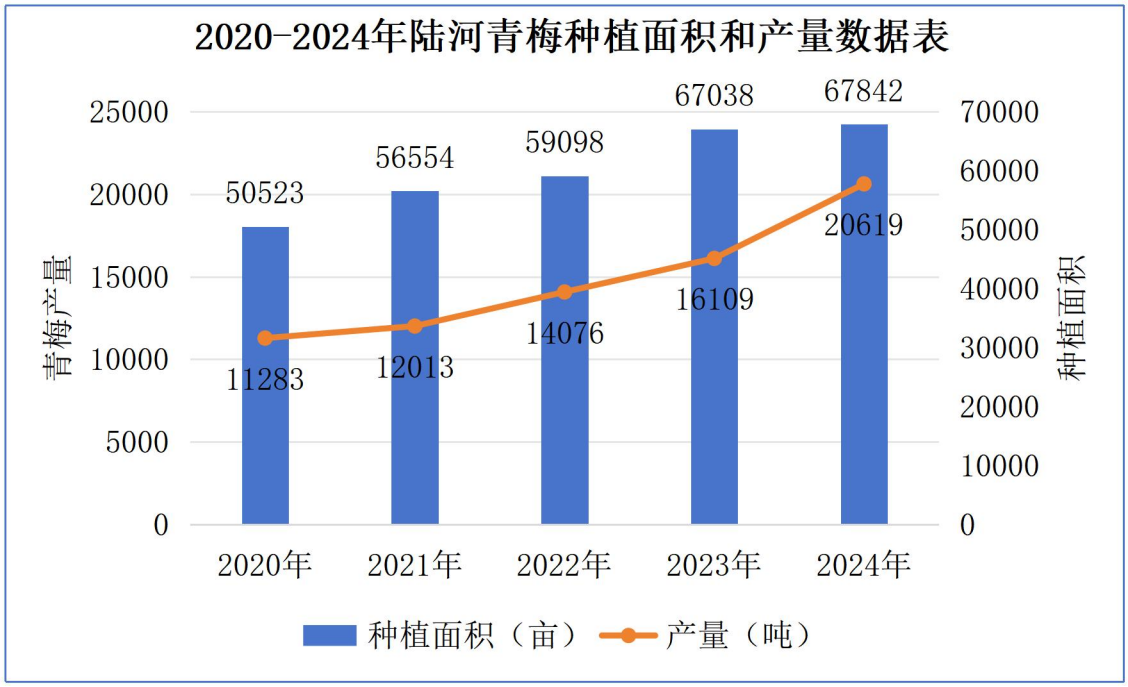
1．面积与产量

陆河县青梅种植面积广泛，是陆河县的重要经济作物之一。自2020年开始，陆河青梅的种植面积和年产量均逐年递增，到2024年，陆河县青梅的种植面积已达67842亩，年产量为20619吨，综合产值约10亿元，产品畅销国内外市场。





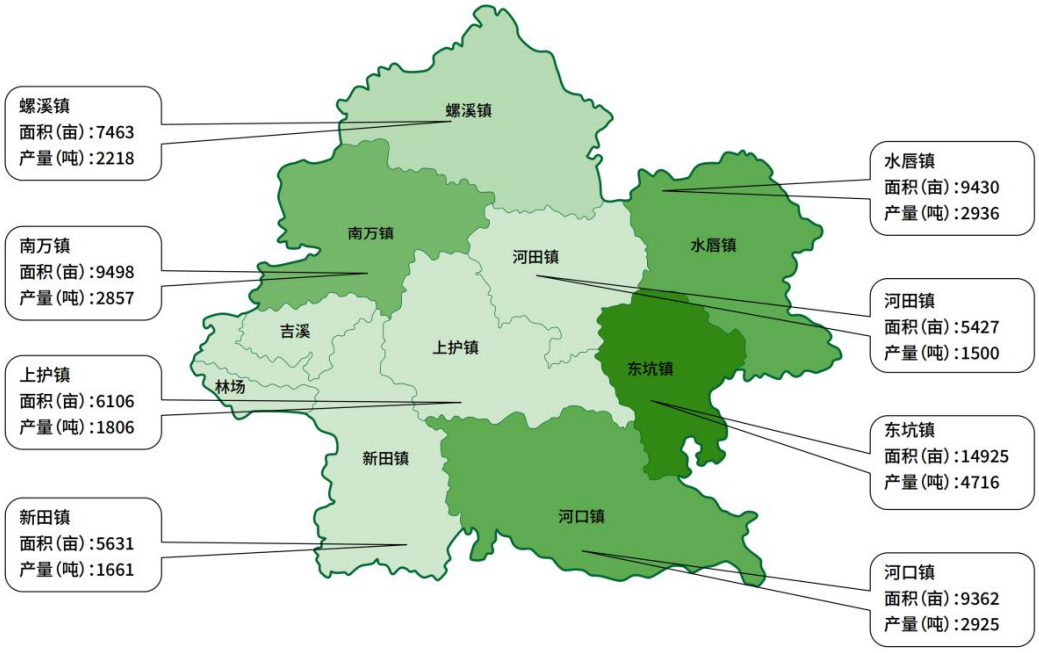
青梅种植基地



（数据来源：陆河县统计局）

根据2024年统计数据，全县青梅种植面积达67842亩，产量20619吨，其中，东坑镇种植面积14925亩，产量4716吨；南万镇9498亩，产量2857吨；水唇9430亩，产量2936吨；河口镇种植面积9362亩，产量2925吨；螺溪镇7463亩，产量2218吨；上护镇6106亩，产量

1806 吨；新田镇 5631 亩，产量 1661 吨；河田镇 5427 亩，产量 1500 吨，以下为陆河县各镇的青梅种植分布。



2024 年陆河青梅种植面积及产量分布图

（数据来源：陆河县统计局）

2．品种结构

陆河县的青梅品种比较单一且稳定，青竹梅和白粉梅占据重要地位，青竹梅种植占比约为 85%，白粉梅种植占比约为 10%，这两个品种凭借其优良特性，深受梅农喜爱，青竹梅果实较大、肉质脆嫩，白粉梅则以皮薄、酸度高著称。此外，黄梅等品种也有一定规模的种植，但占比较小，占比约为 5%。这些品种共同构成了陆河县青梅种植的稳定格局，为产业发展奠定了坚实基础。







（1）青竹梅

青竹梅是陆河青梅的重要品种之一，以其独特的口感和品质而受到市场的青睐。其果实通常较大，果肉细脆，酸中带甜，香气醇厚。



（2）白粉梅

白粉梅的果实呈圆形或椭圆形，皮薄光滑，果肉厚实，酸度高。这种梅子的品质上乘，富含多种有机酸、维生素和微量元素，营养价值高。



（3）黄梅

黄梅是陆河青梅中的又一优质品种。其果实呈淡黄色，果肉饱满多汁，口感酸甜适中，深受消费者喜爱。黄梅同样具有丰富的营养成分，对人体健康有益。



（三）第二产业现状

陆河县目前拥有种植户约 1.6 万户，专业合作社 61 家，而且拥有一定数量的青梅加工企业，登记在营的有 13 家。其中，规模较大的企业有陆河国泰青梅产业发展有限公司、陆河县果田生态农业科技有限公司、陆河县清绿农业科技有限公司、陆河县一夫田农业发展有限公司、陆河县南万镇南河果子厂等。这些企业加工产品类型多样，涵盖盐渍青梅、青梅酒、梅饼、青梅果脯等多个品类。

1．加工企业

陆河县已形成以龙头企业为核心的青梅加工体系，覆盖初加工到

深加工全链条，推动产业附加值提升。

（1）陆河国泰青梅产业发展有限公司

简介：陆河国泰青梅产业发展有限公司成立于 2019 年，是陆河县青梅省级现代农业产业园牵头实施主体，集生产种植、加工收储、科技研发、物流集散、电商销售、休闲旅游于一体，主营青梅果酒、蒸馏果酒、荔枝果饮、果汁等产品，其中青梅油柑饮料、青梅果醋饮料先后通过“圳品”认证。2021 年被评为科技型中小企业，2022 年被评为国家高新技术企业，“老德头”青梅酒被广东省食品行业协会评为广东省食品行业优秀新产品一等奖。企业目前拥有发明专利 8 项，获 SC 认证 10 个，商标数 28 个。青梅生产加工方面目前拥有 48 个梅池，约 2400 吨初级处理能力，年加工青梅能力 8000 吨，2024 年产值约 6659 万元。



①荣誉和资质证书：



农业产业化国家重点龙头企业



高新技术企业证书



汕尾市企业研究开发中心



海外智力为国服务行动计划工作站



广东省守合同重信用企业



2009—2011 年度广东省出口名牌





广东省诚信企业



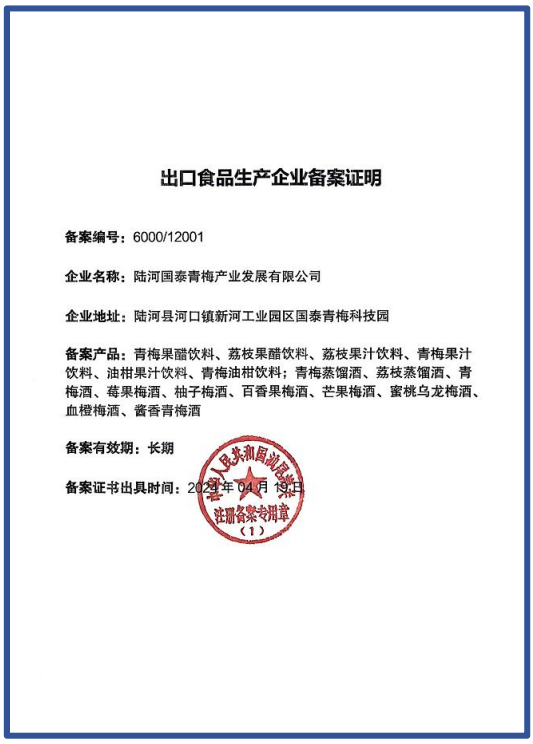
食品生产许可证



ISO-22000



HACCP 体系认证证书



出口食品生产企业备案证明



1688 超级工厂

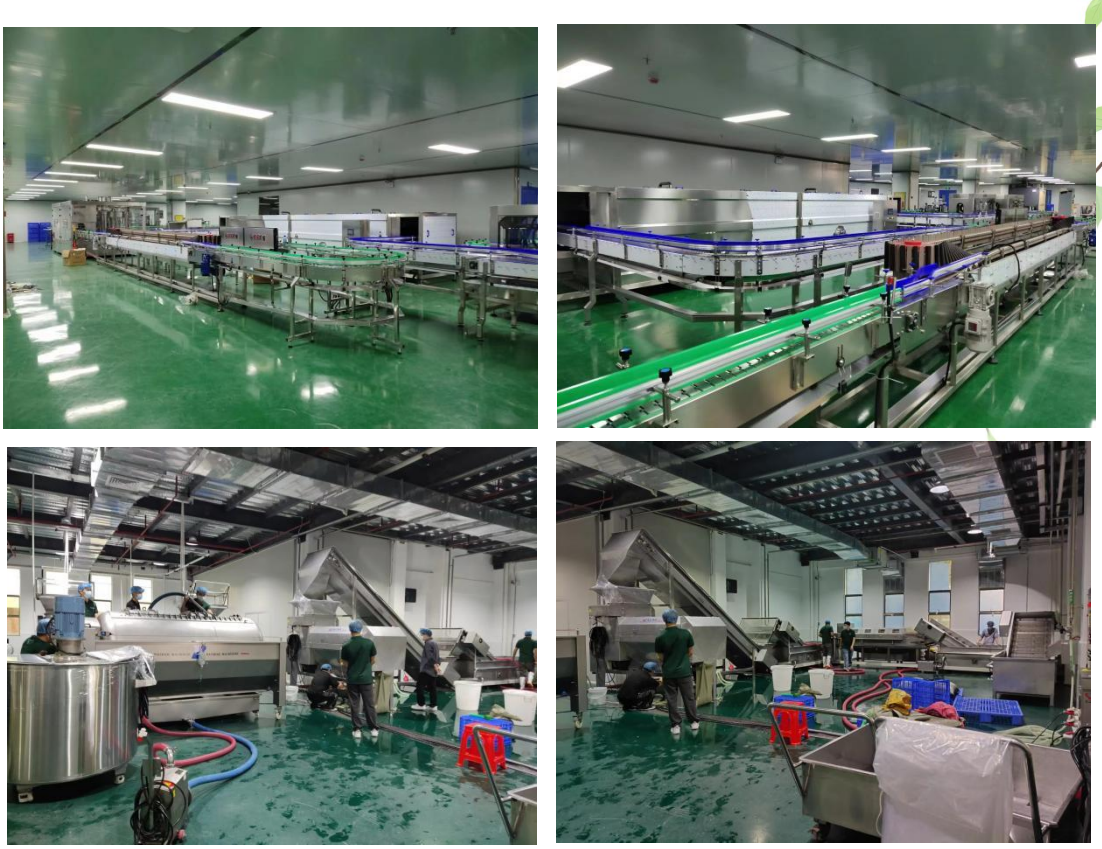


1688 食品酒水行业黑马奖

②生产车间及设备：



生产车间



青梅生产线

③生产产品：













青梅果酒系列



青梅白兰地



青梅油柑饮料



青梅果醋



青梅绿茶

④产品证书：



“青梅酒”——广东省食品行业优秀新产品一等奖



“青梅酒”入选 2024 年“汕农优品”名单

证书编号：SZS2024F0236R0

圳品评价证书

兹证明

青梅油柑饮料

产品及其种养殖/生产加工过程符合以下要求

T/SZS 1880《供深食品 果蔬汁类及其饮料质量安全基础要求》

《“圳品”评价技术规范 饮料》，

允许使用“深圳标准·圳品”标识。

申请主体：陆河国泰青梅产业发展有限公司

统一社会信用代码：91441523MA52YRMQXD

注 册 地 址：广东省汕尾市陆河县河口镇新河工业园区国泰青梅科技园

加 工 地 址：广东省汕尾市陆河县河口镇新河工业园区陆河国泰青梅产业发展有限公司

评价机构：深圳万泰认证有限公司

首次颁证日期：2024年9月26日 本次颁证日期：2024年9月26日 证书有效期至：2027年9月25日

说明：1、凡生产涉及行政许可或审批的，本证书应随相关许可证件或批准文件有效而有效。

2、获证产品在有效期内须接受监督检查并经审核合格，证书方为有效。

签发人：

深圳市深圳标准促进会

地址：深圳市福田区彩田路海天综合大厦13楼 邮编：518033

电话：0755-23902384 传真：0755-23900661

可通过www.szstandards.com“证书查询”功能查询

圳品—“青梅油柑饮料”

⑤产品检测报告：

➢ “青梅蒸馏酒”检测报告

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

第 1 页，总 3 页

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2404490

本实验室通过 CNAS 认可和 CMA 认证：

中国认可
国际互认
检测
TESTING
CNAS L11712

201819003152

检 验 检 测 报 告
TEST & INSPECTION REPORT

样 品 名 称：	青梅蒸馏酒
委 托 单 位：	陆河国泰青梅产业发展有限公司
检 验 类 别：	委托检验

电子报告查询

广东省检迅检测科技有限公司

检验检测专用章

联系地址：东莞市长安镇振安东路恒邦智创云谷 17 层　　邮编：523841
检验地址：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室
联系电话：0769-85330800　　电子邮箱：quick_test@126.com

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2404490

样品信息	样品名称	青梅蒸馏酒		
	商　　标	/	样品编号	2404490
	规格型号	360ml/瓶	质量等级	/
	样品数量	2 瓶	样品状态	液体
	保质期/限用日期	3 年	保存条件	常温
生产信息	生产日期	2023/12/25	批　　号	/
	生产单位	陆河国泰青梅产业发展有限公司		
	生产单位地址	广东省汕尾市陆河县河口镇新河工业园区陆河国泰青梅产业发展有限公司		
委托信息	委托单位	陆河国泰青梅产业发展有限公司		
	委托单位地址	广东省汕尾市陆河县河口镇新河工业园区陆河国泰青梅产业发展有限公司		
	委托单位联系人	/	联系电话	/
	受理日期	2024-01-26		
检验信息	判定依据	GB 2757-2012《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒》、GB 2760-2014《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》、GB 2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》		
	检验环境	温度：20-25℃，相对湿度：40-70%RH，其他条件均按标准要求		
	检验结果	见结果页	检验日期	2024-01-26～2024-02-06
检验结论	经检验，无指标要求的项目仅提供检测数据，所检其余项目符合判定依据的要求。 此处及骑缝处未盖“检验检测专用章”本报告无效			
备注	产品类型：其他			

编制：　　审核：

批准：　　报告签发日期：2024 年 02 月 06 日

（授权签字人）

联系地址：东莞市长安镇振安东路恒邦智创云谷 17 层　　邮编：523841
检验地址：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室
联系电话：0769-85330800　　电子邮箱：quick_test@126.com

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2404490

序号	检测项目	检测方法	检测结果	单位	检出限	指标要求	单项结论
1	酒精度	GB 5009.225-2016 第二法	51.8	%vol	/	/	/
2*	甜蜜素(以环己基氨基磺酸计)	SN/T 3538-2013	未检出	g/kg	0.0010	不得添加	合格
3	氰化物（以 HCN 计）	GB 5009.36-2016 第一法	未检出	mg/L	0.004	≤8.0	合格
4	甲醇	GB 5009.266-2016	1.94	g/L	0.0075	≤2.0	合格
5	铅(以 Pb 计)	GB 5009.268-2016 第一法	未检出	mg/kg	0.02	≤0.2	合格
6	糖精钠 (以糖精计)	GB 5009.28-2016 第一法	未检出	g/kg	0.005	不得添加	合格

注：甲醇、氰化物指标均按 100%酒精度折算。

———报告结束———

【 声 明 】

1、 本报告封面、检验结论位置或骑缝位置未盖本公司“检验检测专用章”的，报告无效；
2、 报告无编制、审核、批准签字无效，报告涂改增删无效；
3、 未经本公司书面同意，不得部分复制报告（全文复制除外）；
4、 委托检验检测报告，结果仅证明送检样品所检项目的符合性情况，报告中的样品信息和委托信息由委托方提供或声称，本公司不对其真实性和完整性负责；
5、 未经本公司书面同意，不得将报告用于广告、标签、评比及商品宣传等用途；
6、 加盖 CMA 标识报告中带#号检测项目不在本公司 CMA 资质认定范围内，未加盖 CMA 标识的报告，仅供委托方内部使用，不具有社会证明作用；加盖 CNAS 标识报告中带*号的检测项目不在本公司 CNAS 认可范围内。
7、 对报告的异议，委托方应于报告发出之日起十五日内向本公司书面提出；
8、 本公司保证检验的科学性、公正性和准确性，对检验的数据负责，并对委托单位所提供的样品和技术资料保密；
9、 报告更改后，发出的电子版报告将不被追回，委托方有义务将更改后的报告提供给使用原报告的相关方。

联系地址：东莞市长安镇振安东路恒邦智创云谷 17 层　　邮编：523841
检验地址：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室
联系电话： 0769-85330800　　电子邮箱： quick_test@126.com

➢ “彩泽·酱香青梅酒”检测报告

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

第 1 页，总 4 页

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2412061

本实验室通过 CNAS 认可和 CMA 认证：

中国认可
国际互认
检测
TESTING
CNAS L11712

201819003152

检 验 检 测 报 告
TEST & INSPECTION REPORT

样 品 名 称：	彩泽·酱香青梅酒
委 托 单 位：	彩泽（深圳）食品科技有限公司
检 验 类 别：	委托检验

电子报告查询

广东省检迅检测科技有限公司
检验检测专用章

联系地址：东莞市长安镇振安东路恒邦智创云谷 17 层　　邮编：523841
检验地址 1：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室（除微生物外其余检测项目）
检验地址 2：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 906-912 室（微生物检测项目）
联系电话：0769-85330800　　电子邮箱：quick_test@126.com

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2412061

样品信息	样品名称	彩泽·酱香青梅酒		
	商　　标	彩泽	样品编号	2412061
	规格型号	200ml/瓶	质量等级	/
	样品数量	5 瓶	样品状态	液体
	保质期/限用日期	/	保存条件	常温
生产信息	生产日期	2024/03/06	批　　号	/
	生产单位	陆河国泰青梅产业发展有限公司		
	生产单位地址	广东省汕尾市陆河县河口镇新河工业园区		
委托信息	委托单位	彩泽（深圳）食品科技有限公司		
	委托单位地址	深圳市龙岗区布吉街道龙珠社区龙岗大道 2230 号南门墩鸿冠创新人才产业园 2 栋（写字楼）401		
	委托单位联系人	/	联系电话	/
	受理日期	2024-03-14		
检验信息	判定依据	GB 2757-2012《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒》、GB 2762-2022《食品安全国家标准 食品中污染物限量》		
	检验环境	温度：20-25℃，相对湿度：40-70%RH，其他条件均按标准要求		
	检验结果	见结果页	检验日期	2024-03-14～2024-03-22
检验结论	经检验，无指标要求的项目仅提供检测数据，所检其余项目符合判定依据的要求 此处及骑缝处未盖“检验检测专用章”本报告无效			
备注	产品类型：其他			

编制：梁配瑜　　审核：林燕翠

批准：谢涛　　报告签发日期：2024 年 03 月 22 日

（授权签字人）

联系地址：东莞市长安镇振安东路恒邦智创云谷 17 层　　邮编：523841
检验地址 1：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室（除微生物外其余检测项目）
检验地址 2：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 906-912 室（微生物检测项目）
联系电话：0769-85330800　　电子邮箱：quick_test@126.com

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2412061

序号	检测项目	检测方法	检测结果	单位	检出限	指标要求	单项结论
1	菌落总数	GB 4789.2-2022	<1，<1，<1，<1，<1	CFU/mL	/	/	/
2	大肠菌群	GB 4789.3-2016 第二法	<1，<1，<1，<1，<1	CFU/mL	/	/	/
3	沙门氏菌	GB 4789.4-2016	未检出，未检出，未检出，未检出，未检出	/25mL	/	/	/
4	金黄色葡萄球菌	GB 4789.10-2016 第一法	未检出，未检出，未检出，未检出，未检出	/25mL	/	/	/
5	霉菌和酵母菌	GB 4789.15-2016 第一法	<1	CFU/mL	/	/	/
6*	酒精度	GB 5009.225-2023	15.8	%vol	/	/	/
7	甲醇	GB 5009.266-2016	0.233	g/L	0.0075	≤2.0	合格
8*	氰化物 (以 HCN 计)	GB 5009.36-2023	3.02	mg/L	0.03	≤8.0	合格
9	铅(以 Pb 计)	GB 5009.268-2016 第一法	<0.05	mg/kg	0.02	≤0.2	合格
10	糖精钠 (以糖精计)	GB 5009.28-2016 第一法	未检出	g/kg	0.005	≤0.15	合格

注：甲醇、氰化物指标均按 100%酒精度折算。

————报告结束————

联系地址：东莞市长安镇振安东路恒邦智创云谷 17 层　　邮编：523841
检验地址 1：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室（除微生物外其余检测项目）
检验地址 2：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 906-912 室（微生物检测项目）
联系电话：0769-85330800　　电子邮箱：quick_test@126.com

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2412061

【声 明】

1、 本报告封面、检验结论位置或骑缝位置未盖本公司“检验检测专用章”的，报告无效；

2、 报告无编制、审核、批准签字无效，报告涂改增删无效；

3、 未经本公司书面同意，不得部分复制报告（全文复制除外）；

4、 委托检验检测报告，结果仅证明送检样品所检项目的符合性情况，报告中的样品信息和委托信息由委托方提供或声称，本公司不对其真实性和完整性负责；

5、 未经本公司书面同意，不得将报告用于广告、标签、评比及商品宣传等用途；

6、 加盖 CMA 标识报告中带#号检测项目不在本公司 CMA 资质认定范围内，未加盖 CMA 标识的报告，仅供委托方内部使用，不具有社会证明作用；加盖 CNAS 标识报告中带*号的检测项目不在本公司 CNAS 认可范围内。

7、 对报告的异议，委托方应于报告发出之日起十五日内向本公司书面提出；

8、 本公司保证检验的科学性、公正性和准确性，对检验的数据负责，并对委托单位所提供的样品和技术资料保密；

9、 报告更改后，发出的电子版报告将不被追回，委托方有义务将更改后的报告提供给使用原报告的相关方。

联系地址：东莞市长安镇振安东路恒邦智创云谷 17 层 邮编：523841
检验地址 1：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室（除微生物外其余检测项目）
检验地址 2：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 906-912 室（微生物检测项目）
联系电话： 0769-85330800 电子邮箱： quick_test@126.com

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

Guangdong Quick Test Technology Co., Ltd

第 1 页，总 1 页

对 2412061 检验检测报告的补充说明

序号	检测项目	检测方法	检测结果	单位	检出限	指标要求	单项结论
1	环己基氨基磺酸	参考 GB 5009.97-2023 第一法	未检出	g/kg	0.01	/	/

———以下空白———

广东省检迅检测科技有限公司 检验检测专用章

检验地址：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室
联系电话： 0769-85330800/0769-85391030 电子邮箱： quick_test@126.com 邮编：523841

➢ “青梅醋饮料”检测报告

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

第 1 页，总 4 页

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2503786G

本实验室通过 CNAS 认可和 CMA 认证：

中国认可
国际互认
检测
TESTING
CNAS L11712

201819003152

检 验 检 测 报 告
TEST & INSPECTION REPORT

样 品 名 称：	青梅醋饮料
委 托 单 位：	陆河国泰青梅产业发展有限公司
检 验 类 别：	委托检验

电子报告查询

广东省检迅检测科技有限公司

检验检测专用章

检验地址 1：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室（除微生物外其余检测项目）
检验地址 2：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 906-912 室（微生物检测项目）
联系电话： 0769-85330800/0769-85391030 电子邮箱： quick_test@126.com 邮编：523841

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2503786G

样品信息	样品名称	青梅醋饮料		
	商标	老德頭	样品编号	2503786
	规格型号	320ml/瓶	产品类型/等级	/
	样品数量	6 瓶	样品状态	液体
	保质期	18 个月	保存条件	请置于阴凉干燥处，避免阳光直射
生产信息	生产日期	2025.01.10	批号	/
	生产单位	陆河国泰青梅产业发展有限公司		
	生产单位地址	广东省汕尾市陆河县河口镇新河工业园区陆河国泰青梅产业发展有限公司		
委托信息	委托单位	陆河国泰青梅产业发展有限公司		
	委托单位地址	广东省汕尾市陆河县河口镇新河工业园区陆河国泰青梅产业发展有限公司		
	委托单位联系人	/	联系电话	/
	受理日期	2025-01-15		
检验信息	判定依据	GB 7101-2022《食品安全国家标准 饮料》、GB 29921-2021《食品安全国家标准 预包装食品中致病菌限量》、GB 2762-2022《食品安全国家标准 食品中污染物限量》、GB 2760-2014《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》		
	检验环境	温度：20-25℃，相对湿度：40-70%RH，其他条件均按标准要求		
	检验结果	见结果页	检验日期	2025-01-15～2025-01-24
检验结论	经检验，所检项目符合判定依据的要求。 此处及骑缝处未盖“检验检测专用章”本报告无效			
备注	/			

编制：虞艳红　　审核：林燕翠

批准：　　报告签发日期：2025 年 02 月 06 日

（授权签字人）

检验地址 1：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室（除微生物外其余检测项目）
检验地址 2：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 906-912 室（微生物检测项目）
联系电话：0769-85330800/0769-85391030　　电子邮箱：quick_test@126.com　　邮编：523841

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2503786G

序号	检测项目	检测方法	检测结果	单位	检出限	指标要求	单项结论
1*	色泽	GB 7101-2022	符合要求	/	/	具有该产品应有的色泽	合格
2*	滋味、气味	GB 7101-2022	符合要求	/	/	具有该产品应有的滋味、气味，无异味、无异嗅	合格
3*	状态	GB 7101-2022	符合要求	/	/	具有该产品应有的状态，无正常视力可见外来异物	合格
4	菌落总数	GB 4789.2-2022	＜1，＜1，＜1，＜1，＜1	CFU/mL	/	n：5 c：2 m：10^2 M：10^4	合格
5	大肠菌群	GB 4789.3-2016 第二法	＜1，＜1，＜1，＜1，＜1	CFU/mL	/	n：5 c：2 m：1 M：10	合格
6	霉菌	GB 4789.15-2016 第一法	＜1	CFU/mL	/	≤20	合格
7	酵母	GB 4789.15-2016 第一法	＜1	CFU/mL	/	≤20	合格
8	沙门氏菌	GB 4789.4-2024	未检出，未检出，未检出，未检出，未检出	/25mL	/	n：5 c：0 m：0 M：—	合格
9	铅(以 Pb 计)	GB 5009.268-2016 第一法	未检出	mg/kg	0.02	≤0.3	合格
10	乙酰磺胺酸钾	GB 5009.140-2023	未检出	g/kg	0.0006	≤0.3	合格
11*	三氯蔗糖(蔗糖素)	GB 5009.298-2023 第二法	0.0564	g/kg	0.001	≤0.25	合格
12*	能量	GB 28050-2011	150	kJ/100mL	/	/	/
13	蛋白质	GB 5009.5-2016 第一法	＜0.008	g/100mL	/	/	/

检验地址 1：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室（除微生物外其余检测项目）
检验地址 2：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 906-912 室（微生物检测项目）
联系电话： 0769-85330800/0769-85391030 电子邮箱： quick_test@126.com 邮编：523841

广 东 省 检 迅 检 测 科 技 有 限 公 司

GuangDong Quick Test Technology Co., Ltd

检 验 检 测 报 告

报告编号 Report No.：2503786G

序号	检测项目	检测方法	检测结果	单位	检出限	指标要求	单项结论
14	脂肪	GB 5009.6-2016 第二法	0.0	g/100mL	/	/	/
15*	碳水化合物	GB 28050-2011	8.8	g/100mL	/	/	/
16	钠	GB 5009.91-2017 第一法	28.4	mg/100mL	/	/	/

营养成分表

项目	每 100 毫升（mL）	营养素参考值%或 NRV%
能量	150 千焦（kJ）	2%
蛋白质	0 克（g）	0%
脂肪	0 克（g）	0%
碳水化合物	8.8 克（g）	3%
钠	28 毫克（mg）	1%

注：1. 依据客户要求，本"营养成分表"基于此次送检样品的检测数据设计，仅供拟制标签营养成分表参考；
2. 本报告代替编号 2503786 的报告，原报告作废。

———报告结束———

【 声 明 】

1、 本报告封面、检验结论位置或骑缝位置未盖本公司"检验检测专用章"的，报告无效；
2、 报告无编制、审核、批准签字无效，报告涂改增删无效；
3、 未经本公司书面同意，不得部分复制报告（全文复制除外）；
4、 委托检验检测报告，结果仅证明送检样品所检项目的符合性情况，报告中的样品信息和委托信息由委托方提供或声称，本公司不对其真实性和完整性负责；
5、 未经本公司书面同意，不得将报告用于广告、标签、评比及商品宣传等用途；
6、 未加盖 CMA 标识的报告，仅供委托方内部使用，不具有社会证明作用；加盖 CNAS 标识报告中带*号的检测项目不在本公司 CNAS 认可范围内。
7、 对报告的异议，委托方应于报告发出之日起十五日内向本公司书面提出；
8、 本公司保证检验的科学性、公正性和准确性，对检验的数据负责，并对委托单位所提供的样品和技术资料保密；
9、 报告更改后，发出的电子版报告将不被追回，委托方有义务将更改后的报告提供给使用原报告的相关方。

检验地址 1：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 1708-1710 室（除微生物外其余检测项目）
检验地址 2：东莞市长安镇长盛社区振安东路 249 号 906-912 室（微生物检测项目）
联系电话： 0769-85330800/0769-85391030 电子邮箱： quick_test@126.com 邮编：523841

（2）陆河县果田生态农业科技有限公司

简介：陆河县果田生态农业科技有限公司成立于 2012 年，是省级农业龙头企业、省级林业龙头企业，2023 年纳入规上企业名录，并获批高新技术企业，广东省博士工作站，同时也是陆河县青梅省级现代农业产业园的主要实施主体之一，主要从事青梅、油柑、高山茶、淫羊藿中药材等农产品的种植加工、销售和研发。其注册的“山浦田”品牌系列产品有青梅果脯、油柑粉、茶叶、客家擂茶等具有当地特色的农产品，并与李锦记(中国)销售有限公司香港总部、中国农垦(集团)总公司等大型企业保持合作关系。企业目前拥有发明专利 9 项，实用新型专利 12 项，外观设计专利 4 项，商标数 71 个。生产加工方面拥有约 1.3 万㎡晒梅场（在建）；40 个梅池，约 2000 吨初级处理能力，年加工青梅能力 2500 吨，2024 年产值约 2537 万元。



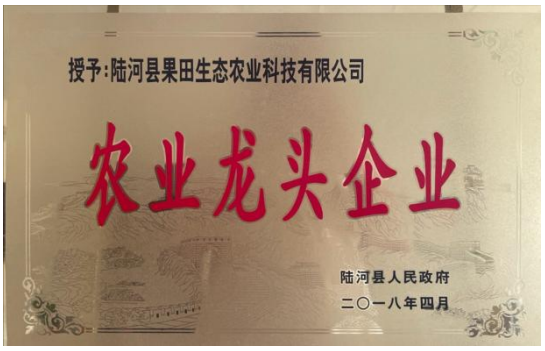
①荣誉和资质证书：



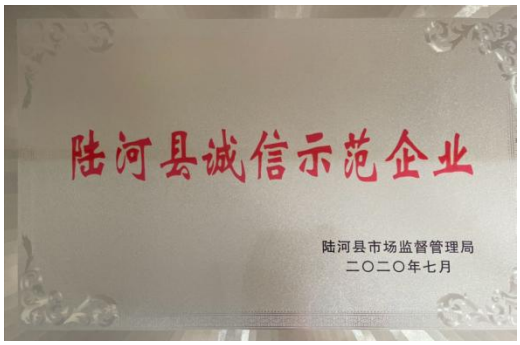
省级龙头企业



市级龙头企业



县级龙头企业



诚信示范企业





高新技术企业



优秀农村电商企业

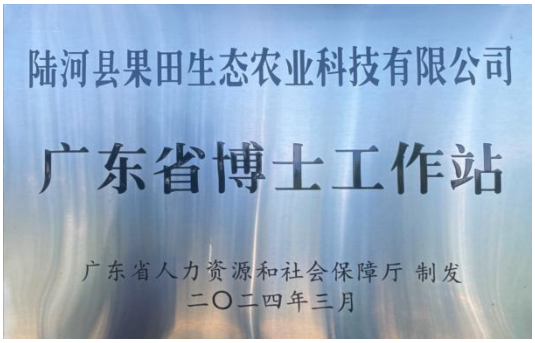


广东省乡村振兴促进会会员单位





菜篮子基地



广东省博士工作站



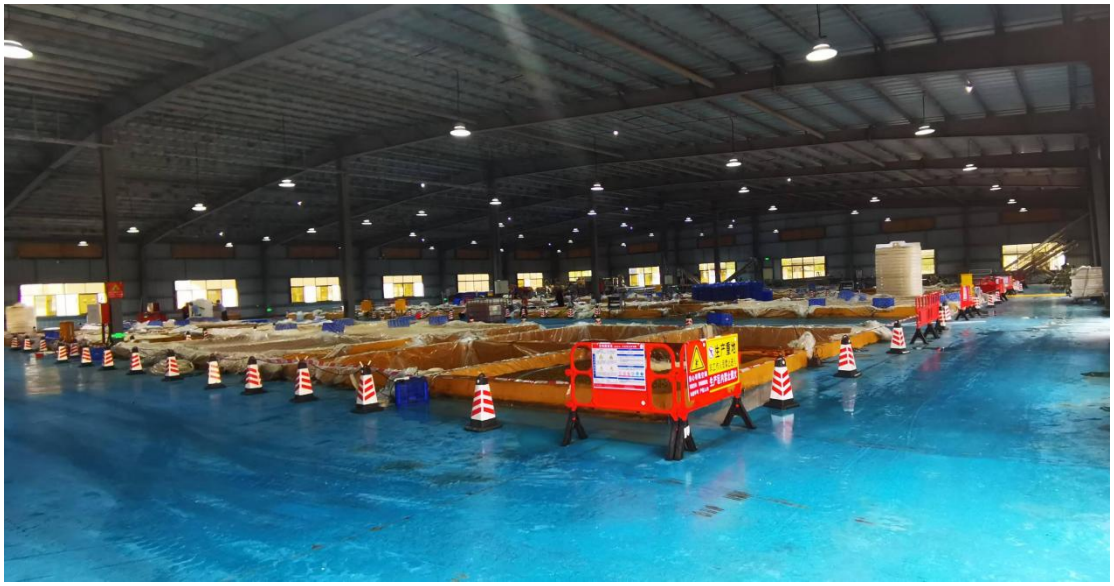
汕尾市企业研究开发中心



山田种植专业合作社

②生产车间及设备：









生产车间




生产设备

③生产产品：



缤纷多彩梅



脆口梅



绿茶梅



梅制陈皮



陈皮话梅



梅制老佛手



蜂蜜紫苏梅



酸梅粉

④产品证书：



优秀产品展示奖

⑤产品检测报告

➢ “咸水梅”检测报告

eurofins

中国认可
国际互认
检测
TESTING
CNAS L13734

检测报告

实验室样品编号	727-2024-00004323	签发日期	2024年04月01日
报告编号	AR-24-R2-004201-02		

*此检验报告取代编号: AR-24-R2-004201-01的报告

陆河县果田生态农业科技有限公司
陆河县河田镇宝山村火山嶂中心坑

样品编号：	727-2024-00004323
客户样品编号：	GT20230409
样品描述：	咸水梅
样品包装：	密封塑料袋
检测类型：	委托检测
样品接收日期：	2024年03月13日
检测开始日期：	2024年03月13日
检测结束日期：	2024年04月01日

接收时样品温度(℃)	17.1	样品重量及数量	1800g
样品状态	包装完好		

		结果	单位	定量限	检出限
▵ R220X	亚硝酸盐 方法：GB 5009.33-2016 第二法				
亚硝酸盐（以亚硝酸钠计）		未检出	mg/kg		1
▵ R220U	亚硫酸盐 方法：AOAC 990.28				
二氧化硫		<10	μg/g	10	
☆ SUS1F	极性农药 选择参数 方法：EURL-SRM-09 QuPPe-PO-method Version 12.2 2023				
杀草强		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUS1J	百草枯 & 敌草快 方法：EURL-SRM-09 QuPPe-PO-method Version 12.2 2023				
敌草快		<LOQ	mg/kg	0.01	
百草枯		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SU30P	草甘膦, 草铵膦, 氨甲基膦酸 方法：USGS Techniques and Methods 5–A10				
草甘膦		<LOQ	mg/kg	0.01	
草铵膦		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUS3J	毒杀芬 方法：EPA 3665A 1996				
毒杀芬		<LOQ	mg/kg	0.05	
☆ SUS4J	二氰蒽醌 方法：EURL SRM-13				
二氰蒽醌		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUS7D	茅草枯 方法：BS EN 15662:2018				
茅草枯		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUS7F	二硫代氨基甲酸盐类农药(以二硫化碳表示) 方法：Acta Chim. Slov. 2006, 53, 100-104				
丙森锌(以二硫化碳计)		<LOQ	mg/kg	0.1	
代森联（以二硫化碳计）		<LOQ	mg/kg	0.1	
☆ SUS7G	溴甲烷 方法：内部方法 (ESS-TP-8701 V1 2021)				
溴甲烷		<LOQ	mg/kg	0.02	
☆ SUS7Q	氯酞酸 方法：内部方法 (ESS-TP-8864 V4 2022)				
氯酞酸		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG3	GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定 方法：BS EN 15662:2018				
亚胺唑		<LOQ	mg/kg	0.01	

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇民平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

eurofins

	结果	单位	定量限	检出限
咯菌腈	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻虫胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
戊硝酚	<LOQ	mg/kg	0.01	
毒菌酚	<LOQ	mg/kg	0.01	
氟虫腈(氟虫腈、氟甲腈、氟虫腈砜、氟虫腈亚砜之和，以氟虫腈表示)	N/A	mg/kg		
氟酰脲	<LOQ	mg/kg	0.01	
消螨酚	<LOQ	mg/kg	0.01	
特乐酚	<LOQ	mg/kg	0.01	
甲氧虫酰肼	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG4 GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定 方法：BS EN 15662:2018				
丁硫克百威	<LOQ	mg/kg	0.01	
久效磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
乐果	<LOQ	mg/kg	0.01	
乙酰甲胺磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
二溴磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
伏杀硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
保棉磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
倍硫磷（总量）	N/A	mg/kg		
克百威 总量	N/A	mg/kg		
内吸磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
唑螨酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
啶虫脒	<LOQ	mg/kg	0.01	
啶酰菌胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
嘧菌环胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
嘧菌酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻草酮	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻虫啉	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻虫嗪	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻螨酮	<LOQ	mg/kg	0.01	
四螨嗪	<LOQ	mg/kg	0.01	
多杀霉素	N/A	mg/kg		
巴毒磷（丁烯磷）	<LOQ	mg/kg	0.01	
敌百虫	<LOQ	mg/kg	0.01	
棉安磷 (硫环磷)	<LOQ	mg/kg	0.01	
氟吡甲禾灵	<LOQ	mg/kg	0.01	
氟唑菌酰胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
氟虫双酰胺(氟苯虫酰胺)	<LOQ	mg/kg	0.01	
氧乐果	<LOQ	mg/kg	0.01	
氯磺隆	<LOQ	mg/kg	0.01	
氯虫苯甲酰胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
治螟磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
涕灭威 总量	N/A	mg/kg		
灭多威	<LOQ	mg/kg	0.01	
灭线磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
特丁硫磷 总量	N/A	mg/kg		
甲基硫环磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
甲拌磷 总量	N/A	mg/kg		
甲胺磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
联苯肼酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
肟菌酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
腈菌唑	<LOQ	mg/kg	0.01	
苯线磷 总量	N/A	mg/kg		
茚草酮	<LOQ	mg/kg	0.01	

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇民平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

eurofins

		结果	单位	定量限	检出限
	茚虫威	<LOQ	mg/kg	0.01	
	蝇毒磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	螺螨酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	辛硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG5	GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定	方法：BS EN 15662:2018			
	吡唑萘菌胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀虫脒	<LOQ	mg/kg	0.01	
	灭螨醌总量（灭螨醌和羟基灭螨醌之和,以灭螨醌表示）	N/A	mg/kg		
	苯嘧磺草胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG6	GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定	方法：BS EN 15662:2018			
	七氯 总量	N/A	mg/kg		
	三氯杀螨醇 总量	N/A	mg/kg		
	丙炔氟草胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
	丙酯杀螨醇	<LOQ	mg/kg	0.01	
	乙酯杀螨醇	<LOQ	mg/kg	0.01	
	六六六 总量	N/A	mg/kg		
	地茂散(氯苯甲醚)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	地虫硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	对硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	庚烯磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	异狄氏剂	<LOQ	mg/kg	0.01	
	敌敌畏	<LOQ	mg/kg	0.01	
	敌草索(氯酞酸甲酯)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀扑磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀虫畏	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀螟威(毒虫畏)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀螟硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	氯丹 总量	N/A	mg/kg		
	氯唑磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	氯氰菊酯	<LOQ	mg/kg	0.02	
	氯菊酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	氟戊菊酯和顺式氟戊菊酯(总量，RR/SS/RS/SR）	N/A	mg/kg		
	水胺硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	溴氰菊酯	<LOQ	mg/kg	0.02	
	滴滴涕 总量	N/A	mg/kg		
	灭蚁灵	<LOQ	mg/kg	0.01	
	狄氏剂	<LOQ	mg/kg	0.01	
	甲基对硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	甲基异柳磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	甲氧氯(甲氧滴滴涕)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	甲氰菊酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	硫丹 总量	N/A	mg/kg		
	硫线磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	磷胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
	艾氏剂	<LOQ	mg/kg	0.01	
	速灭磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG7	GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定	方法：BS EN 15662:2018			
	三氟硝草醚	<LOQ	mg/kg	0.01	
	乐杀螨	<LOQ	mg/kg	0.01	
	吡噻菌胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
	抑草蓬	<LOQ	mg/kg	0.01	
	格螨酯(杀螨磺)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	氟除草醚	<LOQ	mg/kg	0.01	

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇民平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

eurofins

		结果	单位	定量限	检出限
	灭草环	<LOQ	mg/kg	0.01	
	烯虫乙酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	烯虫炔酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	环螨酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	草枯醚	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSI0	草芽畏 方法：内部方法 (ESS-TP-10172 V1 2022)				
	草芽畏	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSW3	LC-MS/MS农残多参数扫描 方法：BS EN 15662:2018				
	2,4-滴 总量	N/A	mg/kg		
	吡氟禾草灵和精吡氟禾草灵	N/A	mg/kg		
☆ SUSW4	LC-MS/MS农残多参数扫描 方法：BS EN 15662:2018				
	甲磺隆	未检出	mg/kg	0.01	0.003
	胺苯磺隆	未检出	mg/kg	0.01	0.003
	螺虫乙酯(总量)	N/A	mg/kg		
▵ Y35IQ	砷 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	砷	未检出	mg/kg	0.005	0.002
▵ Y35IS	铅 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	铅	0.0722	mg/kg	0.05	0.02
▵ Y35IW	锡 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	锡	<0.03	mg/kg	0.03	0.01
Y35J1	锑 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	锑	未检出	mg/kg	0.03	0.01
▵ Y35J2	镉 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	镉	未检出	mg/kg	0.005	0.002
▵ Y35J3	汞 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	汞	0.0130	mg/kg	0.003	0.001
▵ Y35KL	苯甲酸 方法：GB 5009.28-2016 第一法				
	苯甲酸	未检出	g/kg	0.01	0.005
▵ Y35KM	山梨酸 方法：GB 5009.28-2016 第一法				
	山梨酸	未检出	g/kg	0.01	0.005
▵ Y3Z0I	黄曲霉毒素B1+B2+G1+G2 方法：GB 5009.22-2016 第三法				
	黄曲霉毒素B1	未检出	μg/kg	0.1	0.03
	黄曲霉毒素B2	未检出	μg/kg	0.03	0.01
	黄曲霉毒素G1	未检出	μg/kg	0.1	0.03
	黄曲霉毒素G2	未检出	μg/kg	0.03	0.01
	黄曲霉毒素总量(B1, B2, G1, G2)	N/A	μg/kg		
▵ Y3L00	菌落总数 方法：GB 4789.2-2022				
	菌落总数	<10	CFU/g		
▵ Y3L02	大肠菌群 方法：GB 4789.3-2016 第二法				
	大肠菌群	<10	CFU/g		
▵ Y3L07	沙门氏菌 方法：GB 4789.4-2016				
	沙门氏菌	未检出	/25 g		
▵ Y3L0T	金黄色葡萄球菌 方法：GB 4789.10-2016 第二法				
	金黄色葡萄球菌	<10	CFU/g		
▵ Y3L11	霉菌 方法：GB 4789.15-2016 第一法				
	霉菌	<10	CFU/g		

修改说明
修改 Y35IS,SUSG4的检测结果

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇民平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

eurofins

签名



Ryan Luo
授权签字人

注释

未检出表示结果小于检出限
LOQ: 定量限
<LOQ: 小于定量限
N/A 表示不适用
▵在CNAS认可范围内
带☆的检测项目是分包给欧陆分析集团内的实验室检测
带⊙的检测项目是分包给欧陆分析集团外的实验室检测
带※表示该项目是在本公司地址二检测，其他表示在地址一检测
总量结果由分量组分的定量值计算得出
样品名称和样品信息由客户提供及确认，本公司不负责证实客户提供的信息的准确性、关联性、适当性和（或）完整性。
本报告结果仅对受检样品负责。
未经本公司事先书面许可，客户和任何第三人不得节选或删改本报告。使用人应完整使用本报告。
结果仅供客户内部使用，不作为具有证明作用的数据对外公开。未经我公司书面批准，不得擅自使用检测结果及证书进行不当宣传。
本报告适用于欧陆分析服务通用条款
谨代表 欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司

报告结束

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇良平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

（3）陆河县清绿农业科技发展有限公司

简介：该公司成立于 2009 年，是一个集青梅种植、技术推广、果品加工、成品销售、产品研发于一体的现代化农业企业，主要产品为梅胚、梅饼、梅片等果脯类加工制品。目前拥有 3 个千亩青梅标准化种植基地，50 亩青梅苗圃，并建成有自动清洗、筛选、腌制、加工等现代化生产线的食品加工厂。企业目前拥有发明专利 2 项，实用新型专利 18 项，商标数 10 个，生产加工方面拥有约 3000 ㎡晒梅场；80 个梅池，约 5000 吨初级处理能力，年加工青梅能力 1528 吨，2024 年产值约 1543 万元。



①荣誉和资质证书：



省级农业龙头企业



省级林业龙头企业



高新技术企业



汕尾市企业研究开发中心



汕尾市菜篮子基地



汕尾市巾帼创业示范基地





汕尾市众创空间　　陆河县诚信示范企业

②生产车间及设备：









生产车间





生产设备

③生产产品：



多味组合梅



清绿三宝



古式话梅



好脆梅



蜂蜜甜梅



紫苏梅



清绿梅片



乌梅糕片



梅花蜜



梅饼





青梅酒

④产品证书：



汕尾市十佳旅游手信



有机产品认证证书

证书编号：115OP1602320

证书持有人名称：陆河县清绿种养有限公司

地址：广东省汕尾市陆河县螺溪镇欧西珠岭村

生产企业名称：陆河县清绿种养有限公司

地址：广东省汕尾市陆河县螺溪镇欧西珠岭村

产品标准：GB/T19630.1-2011 有机产品 第1部分：生产；
GB/T19630.3-2011 有机产品 第3部分：标识和销售；
GB/T19630.4-2011 有机产品 第4部分：管理体系

序号	基地名称	基地地址	基地面积	产品名称	产品描述	生产规模	产量
01	陆河县清绿青梅种植基地	汕尾市陆河县螺溪镇欧西村	65.33 公顷	梅	青梅	——	1470 吨

有机产品认证的类别：植物生产

以上产品及其生产过程符合有机产品认证实施规则的要求，特发此证。

本次颁证日期：2016 年 11 月 29 日　　证书有效期至：2017 年 07 月 21 日

初次发证日期：2014 年 07 月 22 日

CHTC　CNAS

总经理：

北京五洲恒通认证有限公司

北京市丰台区角门18号枫竹苑二区1号楼3层303室　（邮编：100068）　网址：www.bjchtc.com

有机农产品认证证书



汕尾市名牌农产品证书

产品名称：青梅制品

注册商标：清绿梅园

生产企业：陆河县清绿农业科技发展有限公司

证书编号：汕农〔2021〕1523001

有 效 期：2021年12月至2024年12月

产品标识：
（规格不大于
5cmx2.5cm）

发证单位：汕尾市农业农村局

发证时间：二〇二一年十二月

查询网址：http://www.shanwei.gov.cn/swny

汕尾市名牌农产品证书—“青梅制品”

⑤产品检测报告

➢ “农家话梅”检测报告

检 测 报 告

样品名称 ： 农家话梅

委托单位 ： 陆河县清绿农业科技发展有限公司

地 址 ： 陆河县螺溪镇欧西珠岭村

深圳信测标准技术服务有限公司

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

样品信息（以下样品信息由客户提供及确认）			
样品名称	农家话梅	样品编号	EB2407F02802
样品商标	/	等级/类别	/
规格/净含量	/	样品状态	固态
生产日期/批号	/	样品数量	5包（共1kg）
生产单位	陆河县清绿农业科技发展有限公司		
生产单位地址	陆河县螺溪镇欧西珠岭村		
检测信息			
检测类别	委托检验		
收样日期	2024年07月01日		
检测日期	2024年07月01日至2024年07月08日		
检测项目	见下页		
判定依据	/		
检测结论	所检项目仅提供检测结果。 检验检测专用章 签发日期：2024年07月08日		
备注	/		

编制：刘小丽　　审核：[illegible]　　批准：[illegible]

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

序号	检测项目	单位	检测方法	检出限	检测结果	标准限量	单项判定
1	能量#	kJ/100g	GB/Z 21922-2008	/	1122	/	/
2	蛋白质	g/100g	GB 5009.5-2016 (第一法)	0.008	1.58	/	/
3	脂肪	g/100g	GB 5009.6-2016 (第二法)	/	0.5	/	/
4	碳水化合物#	g/100g	GB/Z 21922-2008	/	64.4	/	/
5	钠	mg/100g	GB 5009.91-2017 (第一法)	0.8	3079	/	/

注：“#”所示项目不在 CNAS 认可范围内。

报告结束

EMTEK
Access to the World

声　　明
Statement

1．本报告无授权批准人签字及“检验检测专用章”无效；
This report will be void without authorized signature or special seal for testing report.

2．未经许可本报告不得部分复制；
This report shall not be copied partly without authorization.

3．本报告的检测结果仅对送测样品有效，委托方对样品的代表性和资料的真实性负责；
The test results or observations are applicable only to tested sample. Client shall be responsible for representativeness of the sample and authenticity of the material.

4．本检测报告中检测项目标注有特殊符号则该项目不在资质认定范围内，仅作为客户委托、科研、教学或内部质量控制等目的使用；
The observations or tests with special mark fall outside the scope of accreditation, and are only used for purpose of commission, research, training, internal quality control etc.

5．本检测报告以简单接受的二元判定规则进行符合性判定，未考虑不确定度所带来的风险，本实验室不承担相关责任，特别约定、标准或规范中有明确规定的除外；
This testing report is based on a simple and accepted binary judgment rule for compliance determination, without taking risks caused by uncertainty into account. Without explicit stipulation in special agreements, standards or regulations, EMTEK shall not assume any responsibility.

6．对本检测报告若有异议，请于收到报告之日起20日内提出；
Objections shall be raised within 20 days from the date receiving the report.

➢ “原味梅片”检测报告

检 测 报 告

样品名称 ： 原味梅片

委托单位 ： 陆河县清绿农业科技发展有限公司

地 址 ： 陆河县螺溪镇欧西珠岭村

深圳信测标准技术服务有限公司

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

样品信息（以下样品信息由客户提供及确认）			
样品名称	原味梅片	样品编号	EB2407F29901
样品商标	/	等级/类别	/
规格/净含量	/	样品状态	固态
生产日期/批号	2024-07-09	样品数量	6包
生产单位	陆河县清绿农业科技发展有限公司		
生产单位地址	陆河县螺溪镇欧西珠岭村		
检测信息			
检测类别	委托检验		
收样日期	2024年07月10日		
检测日期	2024年07月10日至2024年07月17日		
检测项目	见下页		
判定依据	GB 14884-2016、GB 2760-2014、GB 2762-2022、GB 29921-2021		
检测结论	经检测，所检项目符合GB 14884-2016《食品安全国家标准 蜜饯》，GB 2760-2014《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》，GB 2762-2022《食品安全国家标准 食品中污染物限量》，GB 29921-2021《食品安全国家标准 预包装食品中致病菌限量》要求。 检验检测专用章 签发日期：2024年07月17日		
备注	/		

编制：　　审核：　　批准：

深圳信测标准技术服务有限公司 检验检测专用章

EMTEK Access to the World

检 测 报 告

序号	检测项目	单位	检测方法	检出限	检测结果	标准限量	单项判定
1	色泽	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的色泽	具有产品应有的色泽	合格
2	滋味、气味	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的滋味、气味，无异味	具有产品应有的滋味、气味，无异味	合格
3	状态	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的状态，无霉变，无可见的外来异物	具有产品应有的状态，无霉变，无正常视力可见的外来异物	合格
4	铅（以Pb计）	mg/kg	GB 5009.12-2023 (第二法)	0.02	0.115	≤0.8	合格
5	苯甲酸及其钠盐（以苯甲酸计）	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.005	0.0221	≤0.5	合格
6	山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.005	0.0750	≤0.5	合格
7	脱氢乙酸及其钠盐（以脱氢乙酸计）	g/kg	GB 5009.121-2016 (第二法)	0.002	未检出	不得使用	合格
8	糖精钠 (以糖精计)	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.005	0.243	≤5.0	合格
9	甜蜜素(以环己基氨基磺酸计)	g/kg	GB 5009.97-2023 (第一法)	0.01	0.761	≤8.0	合格
10	二氧化硫残留量	g/kg	GB 5009.34-2022 (第一法)	定量限：0.010	未检出	≤0.35	合格
11	安赛蜜	g/kg	GB 5009.140-2023	0.0006	未检出	不得使用	合格
12	三氯蔗糖	g/kg	GB 5009.298-2023 (第一法)	0.01	未检出	≤1.5	合格
13	菌落总数	CFU/g	GB 4789.2-2022	/	45，35，45，25，35	n=5，c=2，$m=10^3$，$M=10^4$	合格
14	大肠菌群	CFU/g	GB 4789.3-2016 (第二法)	/	<10，<10，<10，<10，<10	n=5，c=2，m=10，$M=10^2$	合格
15	霉菌	CFU/g	GB 4789.15-2016 (第一法)	/	<10	≤50	合格
16	金黄色葡萄球菌	CFU/g	GB 4789.10-2016 (第二法)	/	<10，<10，<10，<10，<10	n=5，c=1，m=100，M=1000	合格
17	沙门氏菌	/25g	GB 4789.4-2016	/	未检出，未检出，未检出，未检出，未检出	n=5，c=0，m=0	合格

报告结束

EMTEK
Access to the World

声　　明
Statement

1．本报告无授权批准人签字及“检验检测专用章”无效；
This report will be void without authorized signature or special seal for testing report.

2．未经许可本报告不得部分复制；
This report shall not be copied partly without authorization.

3．本报告的检测结果仅对送测样品有效，委托方对样品的代表性和资料的真实性负责；
The test results or observations are applicable only to tested sample. Client shall be responsible for representativeness of the sample and authenticity of the material.

4．本检测报告中检测项目标注有特殊符号则该项目不在资质认定范围内，仅作为客户委托、科研、教学或内部质量控制等目的使用；
The observations or tests with special mark fall outside the scope of accreditation, and are only used for purpose of commission, research, training, internal quality control etc.

5．本检测报告以简单接受的二元判定规则进行符合性判定，未考虑不确定度所带来的风险，本实验室不承担相关责任，特别约定、标准或规范中有明确规定的除外；
This testing report is based on a simple and accepted binary judgment rule for compliance determination, without taking risks caused by uncertainty into account. Without explicit stipulation in special agreements, standards or regulations, EMTEK shall not assume any responsibility.

6．对本检测报告若有异议，请于收到报告之日起20日内提出；
Objections shall be raised within 20 days from the date receiving the report.

➢ “日式梅饼（蜂蜜梅饼）”检测报告

202119005525

中国认可 国际互认 检测 TESTING CNAS L15462

EMTEK Access to the World

检 测 报 告

样品名称 ： 日式梅饼（蜂蜜梅饼）

委托单位 ： 陆河县清绿农业科技发展有限公司

地 址 ： 陆河县螺溪镇欧西珠岭村

深圳信测标准技术服务有限公司 检验检测专用章

深圳信测标准技术服务有限公司 地址：深圳市宝安区西乡街道共乐社区铁仔路54海力德海洋科技产业园2栋102 网址：Http://www.emtek.com.cn 邮箱：info.baoan@emtek.com.cn

EMTEK(Shenzhenbaoan) Co., Ltd Add: building No.2,Hailide Marine Science and Technology Industrial Park,No.54 tiezai Road,Gongle Community,Xixiang Subdistrict, Bao'an District,Shenzhen, Gangdong, China. Http://www.emtek.com.cn E-mail: info.baoan@emtek.com.cn

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

样品信息（以下样品信息由客户提供及确认）			
样品名称	日式梅饼（蜂蜜梅饼）	样品编号	EB2502F62902
样品商标	/	等级/类别	/
规格/净含量	/	样品状态	固体
生产日期/批号	2025-02-27	样品数量	5包（共900g）
生产单位	陆河县清绿农业科技发展有限公司		
生产单位地址	陆河县螺溪镇欧西珠岭村		
检测信息			
检测类别	委托检验		
收样日期	2025年02月28日		
检测日期	2025年02月28日至2025年03月11日		
检测项目	见下页		
判定依据	GB 14884-2016、GB 2760-2024、GB 2762-2022、GB 29921-2021		
检测结论	经检测，所检项目符合GB 14884-2016《食品安全国家标准 蜜饯》，GB 2760-2024《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》，GB 2762-2022《食品安全国家标准 食品中污染物限量》，GB 29921-2021《食品安全国家标准 预包装食品中致病菌限量》要求。 检验检测专用章 签发日期：2025年03月11日		
备注	/		

编制：刘小丽　　审核：[illegible]　　批准：[illegible]

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

序号	检测项目	单位	检测方法	定量限	检测结果	标准限量	单项判定
1	色泽	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的色泽	具有产品应有的色泽	合格
2	滋味、气味	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的滋味、气味,无异味	具有产品应有的滋味、气味,无异味	合格
3	状态	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的滋味、气味,无异味	具有产品应有的状态，无霉变，无正常视力可见的外来异物	合格
4	霉菌	CFU/g	GB 4789.15-2016 (第一法)	/	<10	≤50	合格
5	菌落总数	CFU/g	GB 4789.2-2022	/	20,20,10,15,10	n=5,c=2, $m=10^3$, $M=10^4$	合格
6	大肠菌群	CFU/g	GB 4789.3-2016 (第二法)	/	<10,<10, <10,<10, <10	n=5,c=2, m=10, $M=10^2$	合格
7	沙门氏菌	/25g	GB 4789.4-2024	/	未检出,未检出, 未检出,未检出, 未检出	n=5,c=0, m=0	合格
8	金黄色葡萄球菌	CFU/g	GB 4789.10-2016 (第二法)	/	<10,<10, <10,<10, <10	n=5,c=1, m=100, M=1000	合格
9	糖精钠 (以糖精计)	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.01	1.68	≤5.0	合格
10	铅 （以Pb计）	mg/kg	GB 5009.12-2023 (第二法)	0.05	未检出	≤0.8	合格
11	苯甲酸及其钠盐 （以苯甲酸计）	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.01	0.273	≤0.5	合格
12	脱氢乙酸及其钠盐 （以脱氢乙酸计）	g/kg	GB 5009.121-2016 (第二法)	0.005	未检出	不得使用	合格
13	甜蜜素(以环己基氨基磺酸计)	g/kg	GB 5009.97-2023 (第一法)	0.03	5.20	≤8.0	合格
14	二氧化硫残留量	g/kg	GB 5009.34-2022 (第一法)	0.010	0.144	≤0.35	合格
15	三氯蔗糖	g/kg	GB 5009.298-2023 (第一法)	0.03	未检出	≤1.5	合格

报告结束

EMTEK
Access to the World

声　　明
Statement

1．本报告无授权批准人签字及“检验检测专用章”无效；
This report will be void without authorized signature or special seal for testing report.

2．未经许可本报告不得部分复制；
This report shall not be copied partly without authorization.

3．本报告的检测结果仅对送测样品有效，委托方对样品的代表性和资料的真实性负责；
The test results or observations are applicable only to tested sample. Client shall be responsible for representativeness of the sample and authenticity of the material.

4．本检测报告中检测项目标注有特殊符号则该项目不在资质认定范围内，仅作为客户委托、科研、教学或内部质量控制等目的使用；
The observations or tests with special mark fall outside the scope of accreditation, and are only used for purpose of commission, research, training, internal quality control etc.

5．本检测报告以简单接受的二元判定规则进行符合性判定，未考虑不确定度所带来的风险，本实验室不承担相关责任，特别约定、标准或规范中有明确规定的除外；
This testing report is based on a simple and accepted binary judgment rule for compliance determination, without taking risks caused by uncertainty into account. Without explicit stipulation in special agreements, standards or regulations, EMTEK shall not assume any responsibility.

6．对本检测报告若有异议，请于收到报告之日起20日内提出；
Objections shall be raised within 20 days from the date receiving the report.

➢ “陈皮梅饼”检测报告

检 测 报 告

样品名称 ： 陈皮梅饼

委托单位 ： 陆河县清绿农业科技发展有限公司

地 址 ： 陆河县螺溪镇欧西珠岭村

深圳信测标准技术服务有限公司

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

样品信息（以下样品信息由客户提供及确认）			
样品名称	陈皮梅饼	样品编号	EB2502F62903
样品商标	/	等级/类别	/
规格/净含量	/	样品状态	固体
生产日期/批号	2025-02-27	样品数量	5包（共900g）
生产单位	陆河县清绿农业科技发展有限公司		
生产单位地址	陆河县螺溪镇欧西珠岭村		
检测信息			
检测类别	委托检验		
收样日期	2025年02月28日		
检测日期	2025年02月28日至2025年03月11日		
检测项目	见下页		
判定依据	GB 14884-2016、GB 2760-2024、GB 2762-2022、GB 29921-2021		
检测结论	经检测，所检项目符合GB 14884-2016《食品安全国家标准 蜜饯》，GB 2760-2024《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》，GB 2762-2022《食品安全国家标准 食品中污染物限量》，GB 29921-2021《食品安全国家标准 预包装食品中致病菌限量》要求。 检验检测专用章 签发日期：2025年03月11日		
备注	/		

编制：刘小丽　　审核：[illegible]　　批准：[illegible]

EMTEK Access to the World

检 测 报 告

序号	检测项目	单位	检测方法	定量限	检测结果	标准限量	单项判定
1	色泽	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的色泽	具有产品应有的色泽	合格
2	滋味、气味	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的滋味、气味,无异味	具有产品应有的滋味、气味，无异味	合格
3	状态	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的滋味、气味,无异味	具有产品应有的状态，无霉变，无正常视力可见的外来异物	合格
4	霉菌	CFU/g	GB 4789.15-2016 (第一法)	/	<10	≤50	合格
5	菌落总数	CFU/g	GB 4789.2-2022	/	170,160,140, 140,150	n=5,c=2, $m=10^3$, $M=10^4$	合格
6	大肠菌群	CFU/g	GB 4789.3-2016 (第二法)	/	<10,<10, <10,<10, <10	n=5,c=2, m=10, $M=10^2$	合格
7	沙门氏菌	/25g	GB 4789.4-2024	/	未检出,未检出, 未检出,未检出, 未检出	n=5,c=0, m=0	合格
8	金黄色葡萄球菌	CFU/g	GB 4789.10-2016 (第二法)	/	<10,<10, <10,<10, <10	n=5,c=1, m=100, M=1000	合格
9	纽甜	g/kg	SN/T 3538-2013	测定低限：0.0010	0.0784	≤0.3	合格
10	糖精钠 (以糖精计)	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.01	0.0901	≤5.0	合格
11	铅 （以Pb计）	mg/kg	GB 5009.12-2023 (第二法)	0.05	0.0755	≤0.8	合格
12	苯甲酸及其钠盐 （以苯甲酸计）	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.01	0.0235	≤0.5	合格
13	山梨酸及其钾盐 （以山梨酸计）	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.01	0.0807	≤0.5	合格
14	脱氢乙酸及其钠盐 （以脱氢乙酸计）	g/kg	GB 5009.121-2016 (第二法)	0.005	未检出	不得使用	合格
15	甜蜜素(以环己基氨基磺酸计)	g/kg	GB 5009.97-2023 (第一法)	0.03	0.231	≤8.0	合格
16	二氧化硫残留量	g/kg	GB 5009.34-2022 (第一法)	0.010	0.0623	≤0.35	合格
17	三氯蔗糖	g/kg	GB 5009.298-2023 (第一法)	0.03	0.116	≤1.5	合格
18	二氧化钛	g/kg	GB 5009.246-2016 (第一法)	0.001	2.1	≤10.0	合格

报告结束

EMTEK
Access to the World

声　　明
Statement

1．本报告无授权批准人签字及“检验检测专用章”无效；
This report will be void without authorized signature or special seal for testing report.

2．未经许可本报告不得部分复制；
This report shall not be copied partly without authorization.

3．本报告的检测结果仅对送测样品有效，委托方对样品的代表性和资料的真实性负责；
The test results or observations are applicable only to tested sample. Client shall be responsible for representativeness of the sample and authenticity of the material.

4．本检测报告中检测项目标注有特殊符号则该项目不在资质认定范围内，仅作为客户委托、科研、教学或内部质量控制等目的使用；
The observations or tests with special mark fall outside the scope of accreditation, and are only used for purpose of commission, research, training, internal quality control etc.

5．本检测报告以简单接受的二元判定规则进行符合性判定，未考虑不确定度所带来的风险，本实验室不承担相关责任，特别约定、标准或规范中有明确规定的除外；
This testing report is based on a simple and accepted binary judgment rule for compliance determination, without taking risks caused by uncertainty into account. Without explicit stipulation in special agreements, standards or regulations, EMTEK shall not assume any responsibility.

6．对本检测报告若有异议，请于收到报告之日起20日内提出；
Objections shall be raised within 20 days from the date receiving the report.

➢ “甘甜话梅（古式话梅）”检测报告

202119005525

中国认可
国际互认
检测
TESTING
CNAS L15462

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

样品名称 ： 甘甜话梅（古式话梅）

委托单位 ： 陆河县清绿农业科技发展有限公司

地 址 ： 陆河县螺溪镇欧西珠岭村

深圳信测标准技术服务有限公司

检验检测专用章

EMTEK Access to the World

检 测 报 告

样品信息（以下样品信息由客户提供及确认）			
样品名称	甘甜话梅（古式话梅）	样品编号	EB2503F05901
样品商标	/	等级/类别	/
规格/净含量	/	样品状态	固体
生产日期/批号	2025-03-02	样品数量	5包（共900g）
生产单位	陆河县清绿农业科技发展有限公司		
生产单位地址	陆河县螺溪镇欧西珠岭村		
检测信息			
检测类别	委托检验		
收样日期	2025年03月04日		
检测日期	2025年03月04日至2025年03月12日		
检测项目	见下页		
判定依据	GB 14884-2016、GB 2760-2024、GB 2762-2022、GB 29921-2021		
检测结论	经检测，所检项目中有标准限量的项目符合GB 29921-2021《食品安全国家标准 预包装食品中致病菌限量》，GB 14884-2016《食品安全国家标准 蜜饯》，GB 2762-2022《食品安全国家标准 食品中污染物限量》，GB 2760-2024《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》要求；无标准限量的项目仅提供检测结果。 检验检测专用章 签发日期：2025年03月12日		
备注	/		

深圳信测标准技术服务有限公司 检验检测专用章

编制： 审核： 批准：

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

序号	检测项目	单位	检测方法	定量限	检测结果	标准限量	单项判定
1	糖精钠(以糖精计)	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.01	1.07	≤5.0	合格
2	色泽	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的色泽	具有产品应有的色泽	合格
3	滋味、气味	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的滋味、气味，无异味	具有产品应有的滋味、气味，无异味	合格
4	状态	/	GB 14884-2016 (3.2)	/	具有产品应有的状态,无霉变,无可见的外来异物	具有产品应有的状态，无霉变，无正常视力可见的外来异物	合格
5	霉菌	CFU/g	GB 4789.15-2016 (第一法)	/	<10	≤50	合格
6	沙门氏菌	/25g	GB 4789.4-2024	/	未检出,未检出,未检出,未检出,未检出	n=5,c=0,m=0	合格
7	金黄色葡萄球菌	CFU/g	GB 4789.10-2016 (第二法)	/	<10,<10,<10,<10,<10	n=5,c=1,m=100,M=1000	合格
8	纽甜	g/kg	SN/T 3538-2013	测定低限：0.0010	0.285	≤0.3	合格
9	菌落总数	CFU/g	GB 4789.2-2022	/	40,35,25,20,20	n=5,c=2,$m=10^3$,$M=10^4$	合格
10	大肠菌群	CFU/g	GB 4789.3-2016 (第二法)	/	<10,<10,<10,<10,<10	n=5,c=2,m=10,$M=10^2$	合格
11	铅（以Pb计）	mg/kg	GB 5009.12-2023 (第二法)	0.05	0.173	≤0.8	合格
12	山梨酸及其钾盐（以山梨酸计）	g/kg	GB 5009.28-2016 (第一法)	0.01	未检出	≤0.5	合格
13	脱氢乙酸及其钠盐（以脱氢乙酸计）	g/kg	GB 5009.121-2016 (第二法)	0.005	未检出	不得使用	合格
14	甜蜜素(以环己基氨基磺酸计)	g/kg	GB 5009.97-2023 (第一法)	0.03	3.73	≤8.0	合格
15	二氧化硫残留量	g/kg	GB 5009.34-2022 (第一法)	0.010	0.0178	≤0.35	合格
16	三氯蔗糖	g/kg	GB 5009.298-2023 (第一法)	0.03	0.942	≤1.5	合格
17	甜菊糖苷（总糖苷）	g/kg	SN/T 3854-2014	测定低限：0.020	0.337	/	/

报告结束

EMTEK
Access to the World

声　　明
Statement

1．本报告无授权批准人签字及“检验检测专用章”无效；
This report will be void without authorized signature or special seal for testing report.

2．未经许可本报告不得部分复制；
This report shall not be copied partly without authorization.

3．本报告的检测结果仅对送测样品有效，委托方对样品的代表性和资料的真实性负责；
The test results or observations are applicable only to tested sample. Client shall be responsible for representativeness of the sample and authenticity of the material.

4．本检测报告中检测项目标注有特殊符号则该项目不在资质认定范围内，仅作为客户委托、科研、教学或内部质量控制等目的使用；
The observations or tests with special mark fall outside the scope of accreditation, and are only used for purpose of commission, research, training, internal quality control etc.

5．本检测报告以简单接受的二元判定规则进行符合性判定，未考虑不确定度所带来的风险，本实验室不承担相关责任，特别约定、标准或规范中有明确规定的除外；
This testing report is based on a simple and accepted binary judgment rule for compliance determination, without taking risks caused by uncertainty into account. Without explicit stipulation in special agreements, standards or regulations, EMTEK shall not assume any responsibility.

6．对本检测报告若有异议，请于收到报告之日起20日内提出；
Objections shall be raised within 20 days from the date receiving the report.

➢ “寸止青梅酒”检测报告

检 测 报 告

样品名称 ： 寸止青梅酒

委托单位 ： 佛山市粤芝宝食品有限公司

地 址 ： 佛山市南海区大沥镇育英南路西口四巷2号首房

深圳信测标准技术服务有限公司

检验检测专用章

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

样品信息（以下样品信息由客户提供及确认）			
样品名称	寸止青梅酒	样品编号	EB2410F26203
样品商标	/	等级/类别	/
规格/净含量	750ml	样品状态	液态
生产日期/批号	/	样品数量	1瓶
生产单位	陆河县清绿农业科技发展有限公司		
生产单位地址	陆河县螺溪镇欧西珠岭村		
检测信息			
检测类别	委托检验		
收样日期	2024年10月15日		
检测日期	2024年10月15日至2024年10月21日		
检测项目	见下页		
判定依据	GB 2757-2012		
检测结论	经检测，所检项目中有标准限量的项目符合GB 2757-2012《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒》要求；无标准限量的项目仅提供检测结果。 检验检测专用章 签发日期：2024年10月21日		
备注	/		

编制：　　审核：　　批准：

EMTEK
Access to the World

检 测 报 告

序号	检测项目	单位	检测方法	定量限	检测结果	标准限量	单项判定
1	铅（以Pb计）	mg/kg	GB 5009.12-2023 (第二法)	0.05	未检出	≤0.2	合格
2	氰化物（以HCN计）	mg/L	GB 5009.36-2023 (第一法)	0.10	4.5	≤8.0	合格
3	甲醇（按酒精度100%vol折算）	g/L	GB 5009.266-2016	0.025	0.196	≤2.0	合格
4	酒精度	%vol	GB 5009.225-2023 (第一法)	/	14.3	/	/

报告结束

EMTEK
Access to the World

声　　明
Statement

1．本报告无授权批准人签字及“检验检测专用章”无效；
This report will be void without authorized signature or special seal for testing report.

2．未经许可本报告不得部分复制；
This report shall not be copied partly without authorization.

3．本报告的检测结果仅对送测样品有效，委托方对样品的代表性和资料的真实性负责；
The test results or observations are applicable only to tested sample. Client shall be responsible for representativeness of the sample and authenticity of the material.

4．本检测报告中检测项目标注有特殊符号则该项目不在资质认定范围内，仅作为客户委托、科研、教学或内部质量控制等目的使用；
The observations or tests with special mark fall outside the scope of accreditation, and are only used for purpose of commission, research, training, internal quality control etc.

5．本检测报告以简单接受的二元判定规则进行符合性判定，未考虑不确定度所带来的风险，本实验室不承担相关责任，特别约定、标准或规范中有明确规定的除外；
This testing report is based on a simple and accepted binary judgment rule for compliance determination, without taking risks caused by uncertainty into account. Without explicit stipulation in special agreements, standards or regulations, EMTEK shall not assume any responsibility.

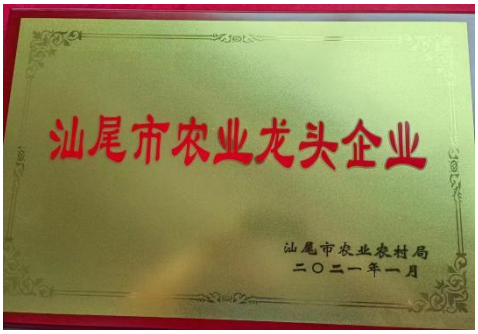
6．对本检测报告若有异议，请于收到报告之日起20日内提出；
Objections shall be raised within 20 days from the date receiving the report.

（4）陆河县一夫田农业发展有限公司

简介：陆河县一夫田农业发展有限公司于 2015 年成立，系华南农业大学青年企业家联盟的成员单位和汕尾市食品加工研究中心单位，是一家集种养、加工、销售于一体的农特产品专业化公司，主打运营推广，产品包装设计在北京知识产权保护协会组织的创新创意大赛上获得总冠军及最佳创意作品奖。该企业目前年加工青梅能力 500 吨，2024 年产值 380 万元，年带动 3000 户农民增收。



①荣誉和资质证书：



市级农业龙头企业



2022 年度诚信经营示范企业



汕尾市企业研究开发中心



信用认证企业



汕尾市名牌产品



年度最佳创意作品奖

②生产产品：





青梅-香橼礼盒



梅饼多味大礼包

③产品证书：



2023 年度十佳优品（青梅多味组合）



汕尾市十佳旅游手信



汕尾市名牌农产品证书—“青梅”

④一夫田专卖店：


一夫田
客家特产
YIFUTIAN


一夫田
客家特产
连锁-003-河口店 15017899719




一夫田
客家特产
YIFUTIAN


一夫田
客家特产


一夫田
客家特产


新店开业


oppo
vivo
中国移动
China Mobile
岸河通信
一夫田
客家特产





2．现有产品品类梳理与特点

陆河青梅产品的品类丰富，正是其深受市场欢迎的一大原因。每一款产品都有其独特之处，吸引了众多消费者的目光。

青梅干作为其中的佼佼者，凭借其酸甜适中的口感和方便携带的特性，成为了许多人喜爱的休闲零食。在制作工艺上，青梅干经过精心挑选、洗净、腌制、晒干等多道工序，保留了青梅的原有风味，同时又增添了新的口感体验。

青梅蜜饯则是将青梅进行蜜制处理，使其口感更加甜蜜且不失青梅的原有风味。这款产品适合作为甜品或零食食用，尤其受到女性和儿童的喜爱。在制作过程中，选用优质青梅，经过清洗、去核、糖渍等工序，最终呈现出甜而不腻的口感。

青梅酱也是一款颇受欢迎的产品。它既可以作为烹饪调料，为菜肴增添一抹独特的酸甜味，也可以作为蘸料或抹酱，搭配面包、饼干等食用。青梅酱的制作工艺同样考究，需要选用新鲜青梅，经过洗净、去核、熬制等步骤，最终呈现出浓郁的青梅风味。

而**青梅酒**则是以青梅为原料，经过发酵酿制而成的一种果酒。它融合了青梅的果香和酒的醇厚，口感层次丰富，深受成年消费者的喜

爱。在节日庆典或亲朋聚会时，一杯青梅酒更是能增添不少欢乐气氛。

最后要提及的是**青梅醋**。这款产品不仅具有独特的酸甜口感，还具有一定的保健功效。适量饮用青梅醋可以促进消化、增强免疫力，对于调节身体酸碱平衡也有一定帮助。这使得青梅醋在市场上占据了一定的份额，并受到了越来越多消费者的关注。

总的来说，虽然陆河青梅的品类丰富多样，各具特色。但大多集中在果脯、果干、蜜饯类的初加工产品，而在精深加工方面则能力较弱，随着消费者的需求多元化，以及对健康食品的追求日益增加，陆河青梅在精深加工产品方面仍有很大的潜力。

（四）第三产业现状

1．销售现状及展览展销情况

在销售渠道方面，陆河县主要通过传统的经销商、批发商进行销售，以及李锦记等几家大企业合作。同时，随着电商的兴起，部分企业也积极开拓线上销售渠道，通过网络平台将产品推向全国市场。在市场范围上，陆河青梅产品不仅在国内畅销，还出口到日本，深受国外消费者的青睐，展现出良好的市场发展态势。

陆河青梅通过多元化销售网络与品牌化策略，实现了从传统渠道到现代电商的全覆盖。目前，陆河县已建成 81 个村级电商服务站点，引进 20 余家电商企业入驻县电子商务公共服务中心，2021 年通过直播带货实现销售额显著增长，如“一夫田”品牌线上销量占比超 30%。

➢ 展览展销情况



2024 年 9 月 29 日—10 月 2 日参加广东省“消费帮扶金秋行动”之“寻味广东”美食文化展。



2024 年 9 月 8 日参加广东省赛“来晒秋丰收集市”。



2024 年 11 月陆河青梅入驻国家地理标志农产品展示体验馆。



2024 年 9 月 22 日到茂名化州市参加省农业农村厅组织举办的“农民丰收节”特色农产品展销推介活动。





2024 年 9 月 20 日—22 日参加“中国农民丰收节”暨广东省第一届农事运动会“鹭影渔乐”特色赛活动。



2024 年 9 月 28 日，依托省“百千万工程”纵向帮扶单位南方报业传媒集团平台资源，由纵向帮扶驻陆河县工作队、陆河县农业农村局主办的陆河“土特产”粤港澳大湾区品鉴活动暨广州北京路体验中心揭牌仪式在广州市北京路文化旅游区举办。

2．品牌建设与市场影响力

在品牌建设方面，陆河县依托深厚的青梅产业基础和资源禀赋，通过政策扶持与市场化运作，构建了具有地域特色的品牌体系，逐步取得了一定成果。“陆河青梅”作为地理标志产品，具有较高的地域辨识度。并通过优质的产品和有效的市场推广，在国内市场积累了一定的知名度。在国际市场上，陆河青梅凭借其独特的品质和风味，逐渐获得认可。比如在日本市场，陆河的盐渍青梅和青梅酒受到当地消费者的欢迎，成为陆河青梅产业走向国际的一张名片。然而，与一些知名的水果品牌相比，陆河青梅产业的市场影响力仍有提升空间，需

要进一步加强品牌塑造和市场推广。

（1）多元化企业品牌矩阵

陆河培育了“山浦田”“老德头”“彩泽”“梅乐青”“清绿梅园”“一夫田”“屋家带来的”“梅香逢”等一批本土知名品牌，涵盖青梅蜜饯、梅干、梅脯、梅酒、梅醋、梅酱等深加工产品，形成差异化产品线。例如，“一夫田”品牌通过返乡创业带动产业链延伸，成为乡村振兴的示范标杆。同时，国泰青梅、果田生态等省级农业龙头企业通过技术创新和规模化生产，进一步强化品牌市场竞争力。

山浦田

老德头

彩泽

梅乐青

一夫田

屋家带来的

清绿梅园

清绿梅园

（2）文旅融合与品牌延伸

陆河以“青梅+旅游”模式打造生态名片，东坑镇共光村“万亩梅园”和螺洞世外梅园成为省级农业公园及 4A 级景区，每年举办“梅花文化节”“田墩油柑节”等活动，年接待游客数十万人次，旅游收入达 1838 万元，实现“以旅带销”，以及品牌价值从农产品向文旅产业延伸。通过“以梅为媒”的节庆活动，陆河青梅的文化内涵与市场知名度深度融合，进一步扩大品牌辐射范围。









2024年梅花节









2025 年梅花节



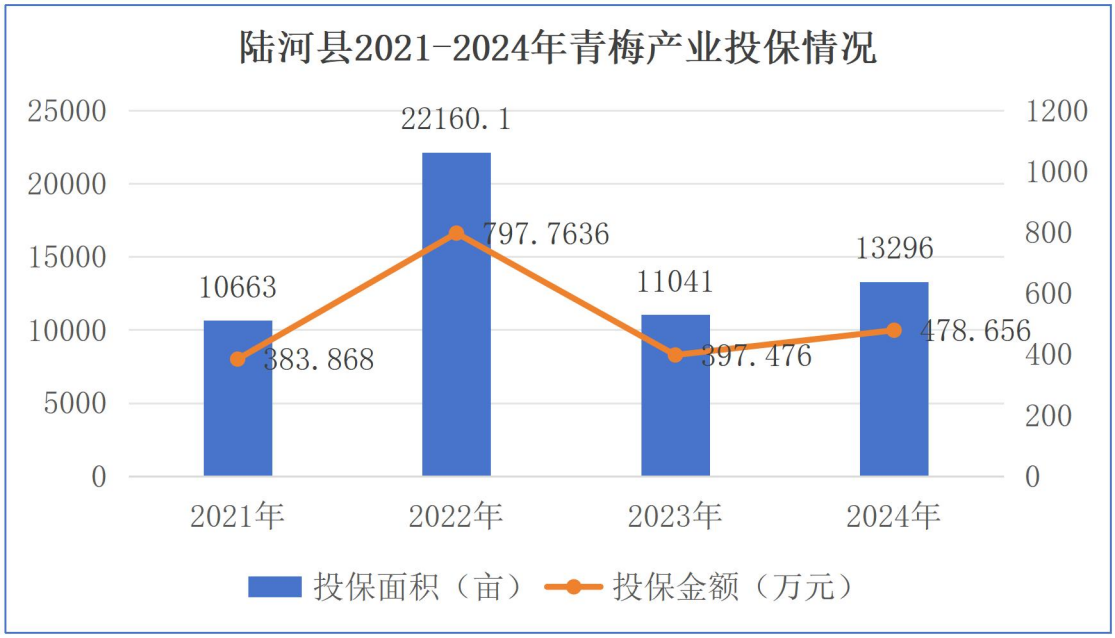


2017 年 1 月份，央视第七频道《乡村大世界》栏目组走进陆河县“世外梅园”螺洞村拍摄，逾千名来自该县本土的“演员”与央视邀请的著名艺人参与演出。摄制现场，来自陆河全县各镇的民俗特色节目轮番上阵，有客家擂茶比赛、河田高景、东坑板景、螺洞木偶剧、民间习俗摆“龙米”、坐刀轿表演等民俗表演，以及相声小品、歌舞节目等，演出现场气氛热烈，受到观众们的一致好评。

（五）产业抗风险能力

陆河县的青梅产业通过持续完善的风险保障机制和多元化产业布局，展现出较强的抗风险能力。根据陆河县农业农村局数据统计，2021 年陆河县青梅投保 10663 亩，投保金额 383.868 万元；2022 年陆河县青梅投保 22160.1 亩，投保金额 797.7636 万元；2023 年陆河县青梅投保 11041 亩，投保金额 397.476 万元；2024 年陆河县青梅投保 13296 亩，投保金额 478.656 万元。

2021 至 2024 年，青梅投保面积和金额保持较高水平且逐年动态调整，这种规模化、常态化的农业保险投入有效分散了自然灾害和市场波动风险。此外，政府通过税收优惠、保价收购等政策支持企业，例如陆河国泰青梅产业发展有限公司年收购量达千吨级，并带动就业，进一步稳定了产业生态。多维度保障体系的协同作用，使青梅产业在应对气候、市场等不确定性时更具弹性。



（数据来源：陆河县农业农村局）

（六）陆河县农业产业配套项目情况

1．广东供销陆河县冷链物流中心



（1）项目概况

陆河县冷链物流中心是广东供销公共型农产品冷链物流基础设施骨干网在汕尾地区的重要布局节点，位于潮惠高速陆河东出口旁陆河县粤东农产品集散中心园区内，距陆河县城中心区 2 公里，区位交通便利，周边与粤港澳大湾区和粤东地区接壤，距广州 260 公里、深圳 210 公里、东莞 240 公里、惠州 140 公里、潮汕机场 110 公里，处于港澳、深圳、东莞、惠州、河源、梅州、潮汕揭等地区 2 小时生活圈内。

供销冷链骨干网坚持公共型定位，提供系统性普惠性的公共冷链仓储物流服务，强化供应链服务，服务农产品深加工、大流通的需求，依托广东供销自身的资源优势和网络优势，在“产地--枢纽--销地”冷链物流体系建设中锻造长板、补齐短板，助力乡村振兴建设和城乡流通体系建设。

（2）项目建设规模

陆河县冷链物流中心总用地面积 40 亩，总建筑面积 18290 平方米，总计容面积为 30685 平方米。目前已建成 1 座 1.5 万吨标准化冷库，建筑面积 9695 平方米，计容面积 18070 平方米；加工车间 2 座，建筑面积 4620 平方米，计容面积 8640 平方米；1 座办公楼，建筑面积为 3600 平方米，计容面积为 3600 平方米；1 座消防水池泵房，建筑面积为 375 平方米，计容面积为 375 平方米。

项目主要用于储存各类蔬菜、水果、肉禽类等，可将当地特色农产品经过冷冻、加工输送到全国各地，可以延长农产品产业链，有利于完善特色优势农产品的生产、加工、流通产业链，壮大当地农产品产业，促进产业结构的调整。

（3）硬件设施

①装卸区



②制冷设备



③环保电动叉车



④月台





⑤库内





（4）业务介绍

①冷链仓储服务

陆河县冷链物流中心致力于满足客户对于储藏、装卸、物流配送

的多样性需求，具备以下仓储服务能力：

● 仓储空间大、能力强，兼顾零仓与包仓的租赁服务，满足客户个性化、多样化的仓储服务需求；

● 多温区储存，7×24 小时温度监控，全程可溯；

● 可按照客户需求为客户提供货物存储、出入库操作的一体化存储服务，整进零出，可提供小批次、多品类操作服务；

● 库内及装卸作业区均安装专业监控设备，确保货物的安全性。

②仓储产品加工、分拣、质检服务

两栋占地约 4700 平方米的加工区，可为客户提供货物标记、产品加工、分拣、质检等服务。

③第三方物流服务

提供全国物流解决方案，包括海、陆、空物流、装卸、配送、保险等服务。

④代销服务

● 渠道拓展：与大中小批发商、各大超市、食品店、单位食堂、工会、电商平台等合作，拓展销售渠道；

● 市场推广：通过线上线下相结合的方式，开展宣传推广活动，提高品牌知名度。

● 售后服务：建立完善的售后服务体系，提供贴心的服务。

2．关于陆河县农产品集散基地建设项目的基本情况

陆河县农产品集散基地建设项目建设地点为汕尾市陆河县潮惠高速陆河东出口右侧，处在河田镇与水唇镇交界处甬莞高速与河唇路

交汇形成的三角地带，项目总投资 98084.37 万元，规划用地面积 40.8901 万㎡（含进场道路），总建筑面积约 20.40 万㎡。其中包括物流加工集散区（含农产品初加工区、保税物流区及检疫认证区、物流仓储区），集散服务区（含扶贫产业楼、电商和人才中心、综合生活市场），农产品深加工区（含果蔬产品深加工区、畜牧家禽产品深加工区、农副产品深加工区、预制菜中心），农产品展销交易区（含客家农产品展销中心、周边县区农产品展销中心、特色农产品展销中心），以及农产品集散基地配套道路，包括场内道路 4km 及配套服务集散基地进场道路（朝阳东路水唇段）长约 1845m，路面宽 40m。排水、路灯、绿化等配套设施。





项目计划分三期推进，第一期总用地面积约 131364.46 平方米，一期工程包含红线范围内 1 栋高 6 层的标准厂房及园区的公共配套。其中标准厂房占地面积为 6266.91 平方米，总建筑面积 19098.32 平方米；公共配套包含园区四条道路（按市政路标准建设）及其相应的交通、电力、电信、给排水、园林绿化等。



目前项目已开始施工，现场已完成项目部等临设施工，正在进行土方挖填方施工、箱涵施工。

3．陆河县青梅省级现代农业产业园

（1）总体布局与功能分区

陆河县青梅产业园空间布局为“一带两心三区”，即打造青梅休闲旅游观光带、青梅精深加工中心、青梅科技创新中心和三大青梅标准化种植示范区。

①“一带”

“一带”即青梅休闲旅游观光带。以陆河县世外梅园、共光梅园等为发展基础，利用陆河优越的资源禀赋、产业特色和文化底蕴，挖掘青梅的生态价值、休闲价值和文化价值，打造集青梅种植、旅游观光、文化体验等于一体的休闲旅游观光带，促进青梅一二三产融合发展。

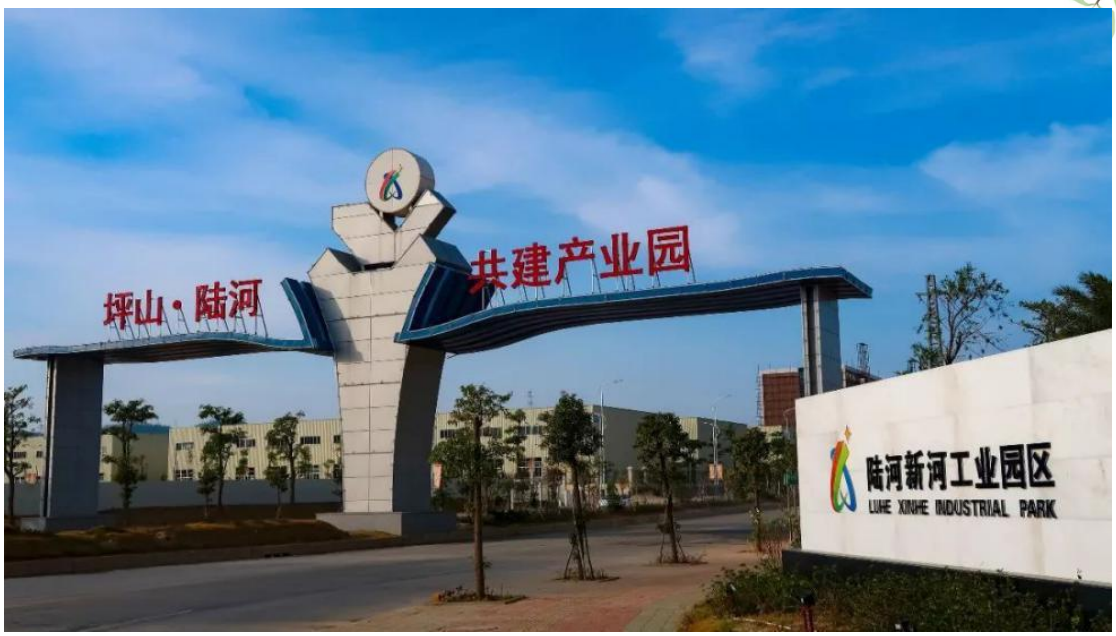
②“两心”

“两心”即青梅精深加工中心和青梅科技创新中心。建设青梅精深加工中心，引进陆河国泰青梅产业发展有限公司等龙头企业做大做强青梅精深加工，提高陆河青梅的精深加工能力，提升青梅产品附加值；建设青梅科技创新中心，依托陆河国泰青梅产业发展有限公司，联合华南理工大学打造青梅加工技术研究平台，加强产学研合作，为解决青梅加工技术难题提供科技支撑。

③“三区”

“三区”即以共光-螺洞、剑门、欧西为重点的标准化种植示范区，在示范区内打造标准化青梅果园，通过完善果园基础设施，建设种苗繁育基地，引进优质种苗；开垦新建果园、改造中低产园，不断

提高果园种植管理技术，实行标准化生产；鼓励企业、合作社新建青梅腌制池、晾晒场，购置加工设备，夯实青梅初级加工基础。



（2）实施主体介绍

①牵头实施主体

陆河青梅产业园牵头实施主体为：陆河国泰青梅产业发展有限公司。该公司成立于 2019 年，注册资本 5000 万元人民币，是汕尾市国泰食品有限公司在陆河县针对青梅产业发展专门成立的分公司，青梅加工技术引进自华南理工大学食品学院曾新安教授团队，技术力量雄厚。汕尾市国泰食品有限公司是汕尾市唯一一家国家级现代农业产业化龙头企业，是汕尾市旅游协会会长单位、汕尾市食品行业名誉会长单位，产品通过国际贸易、国内线上 OTA 和线下连锁网络门店等渠道远销国内外，并与华南理工大学合作组建产品研发中心（已获省科技厅评为省级企业研发中心）、此外，还积极承担企业社会责任，主动参与汕尾市贫困村的帮扶结对，成为汕尾市农业农村脱贫示范带动企业。

②参建实施主体

项目参建实施主体共 8 家，包括陆河县清绿种养有限公司、广东螺洞投资发展股份有限公司、陆河县东坑凤凰青梅种植专业合作社、陆河县南万镇南告希望青梅种植专业合作社、陆河县果田生态农业科技有限公司、陆河县一夫田农业发展有限公司、陆河东坑旅游发展有限公司、陆河县青梅研究所。



第四章 中国青梅产业调研报告详细分析

一、行业发展环境（PEST 分析模型）

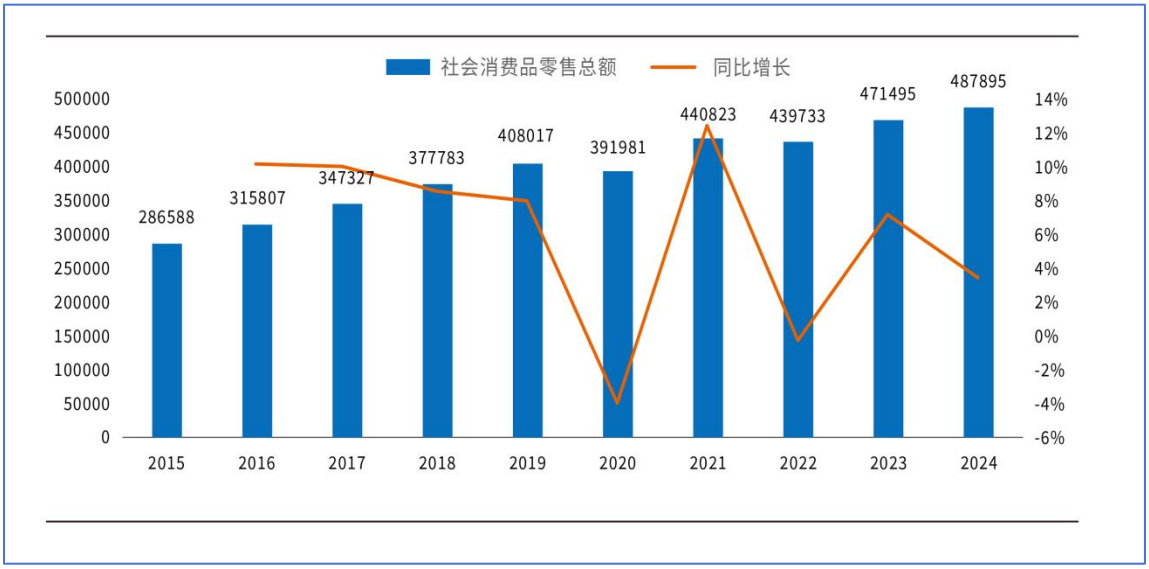
（一）经济环境

1．社会消费品零售总额

2024 年，中国社会消费品零售总额 487895 亿元，比上年增长 3.5%。2024 年，随着一系列扩内需促消费政策发力显效，消费市场在新业态新热点带动下实现平稳增长，服务消费需求不断释放，基本生活类和部分升级类商品销售增势较好，线上消费保持较快增长。

2015—2024 年中国社会消费品零售总额及增速

单位：亿元，%



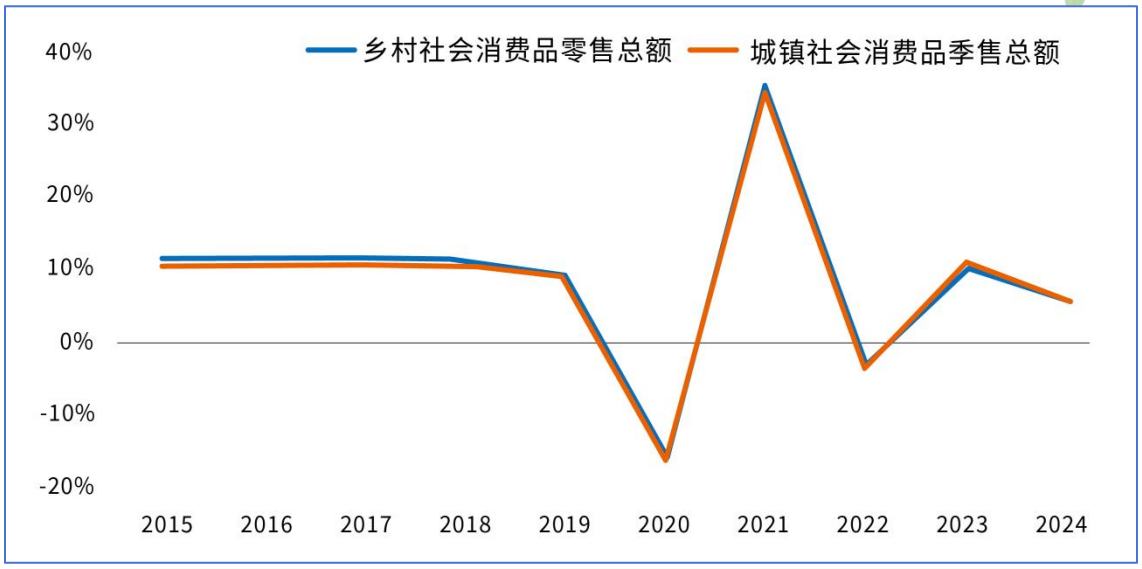
（数据来源：国家统计局、中品分析）

按经营单位所在地分，2024 年，城镇消费品零售额 421166 亿元，比上年增长 3.4%；乡村消费品零售额 66729 亿元，增长 4.3%。按消费类型分，2024 年，商品零售额 432177 亿元，比上年增长 3.2%；餐饮收入 55718 亿元，增长 5.3%。按零售业态分，2024 年，限额以上零售业单位中便利店、专业店、超市零售额比上年分别增长 4.7%、

4.2%、2.7%；百货店、品牌专卖店零售额分别下降 2.4%、0.4%。

2015—2024 年中国分经营单位所在地消费品零售额月度增速

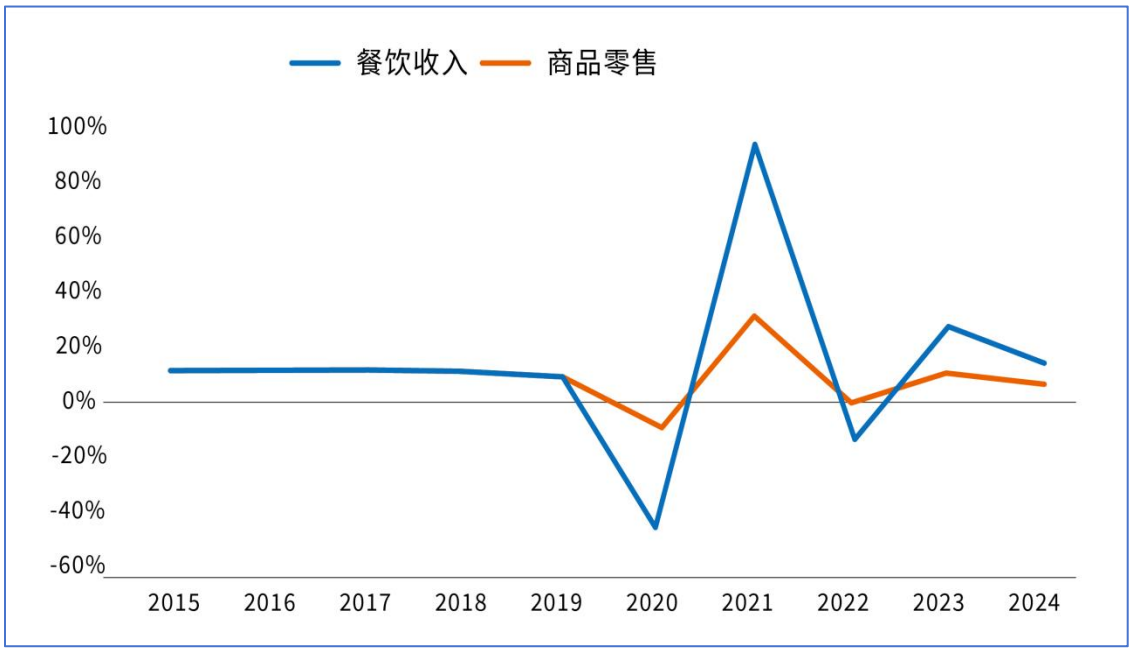
单位：%



（数据来源：国家统计局、中品分析）

2015—2024 年中国分消费形态消费品零售额月度增速

单位：%



（数据来源：国家统计局、中品分析）

2．居民消费价格

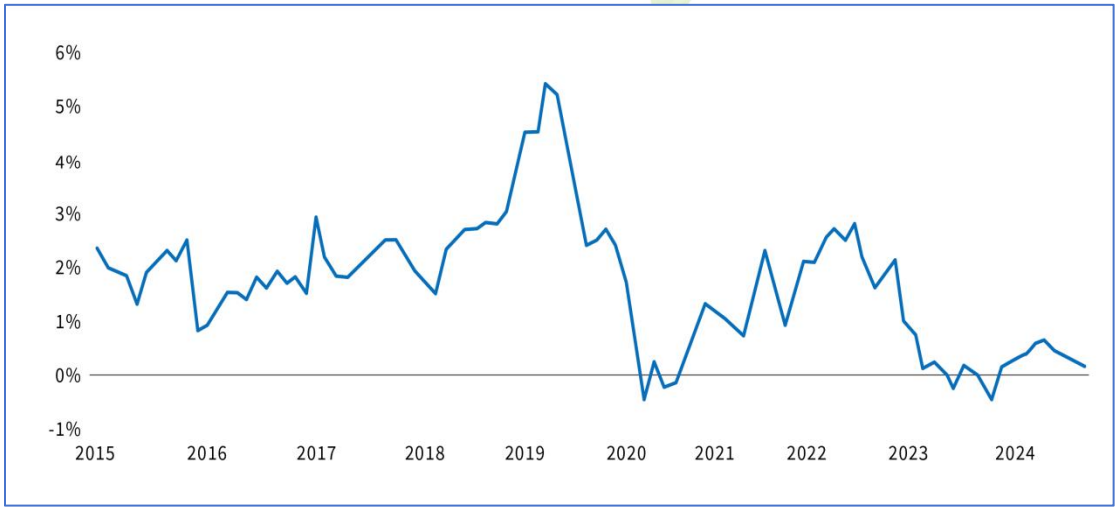
2024 年 12 月份，全国居民消费价格同比上涨 0.1%。其中，城市

上涨 0.1%，农村持平；食品价格下降 0.5%，非食品价格上涨 0.2%；消费品价格下降 0.2%，服务价格上涨 0.5%。

12 月份，全国居民消费价格环比持平。其中，城市持平，农村下降 0.1%；食品价格下降 0.6%，非食品价格上涨 0.1%；消费品价格下降 0.1%，服务价格上涨 0.1%。2024 年全年，全国居民消费价格比上年上涨 0.2%。

2015—2024 年中国居民消费价格月度累计同比增速

单位：%



（数据来源：国家统计局、中品分析）

3．城乡居民收入

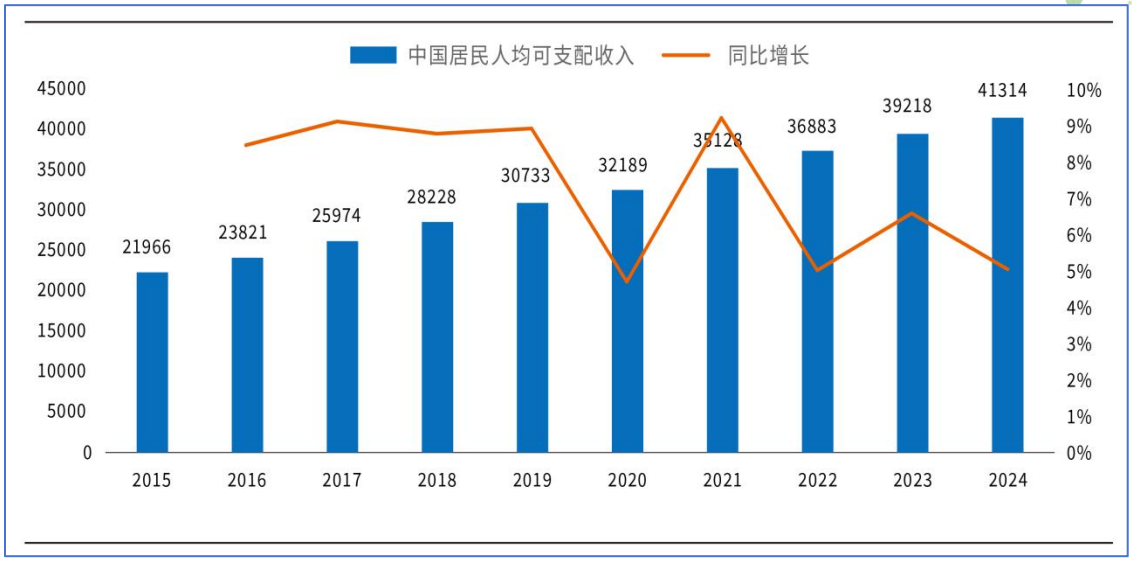
2024 年，全国居民人均可支配收入 41314 元，比上年名义增长 5.3%，扣除价格因素，实际增长 5.1%。

按收入来源分，2024 年，全国居民人均工资性收入 23327 元，增长 5.8%，占人均可支配收入的比重为 56.5%；人均经营净收入 6908 元，增长 5.6%，占人均可支配收入的比重为 16.7%；人均财产性收入 3435 元，增长 2.2%，占人均可支配收入的比重为 8.3%；人均转移净

收入 7644 元，增长 5.3%，占人均可支配收入的比重为 18.5%。

2015—2024 年中国居民人均可支配收入及增速

单位：元，%

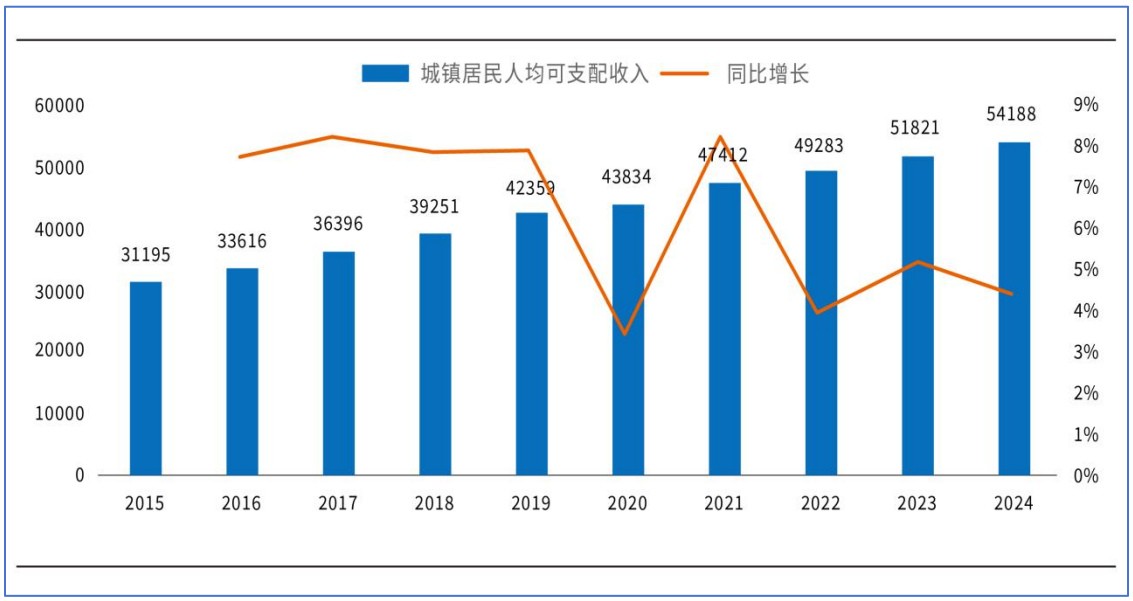


（数据来源：国家统计局、中品分析）

分城乡看，城镇居民人均可支配收入 54188 元，同比增长 4.6%，扣除价格因素，实际增长 4.4%；农村居民人均可支配收入 23119 元，同比增长 6.6%，扣除价格因素，实际增长 6.3%。

2015—2024 年中国城镇居民人均可支配收入及增速

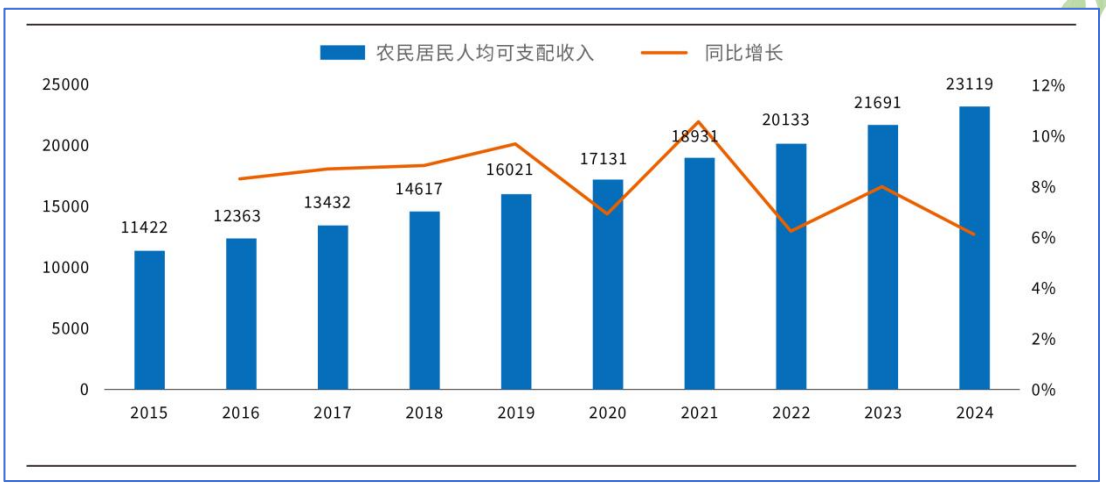
单位：元，%



（数据来源：国家统计局、中品分析）

2015—2024 年中国农民居民人均可支配收入及增速

单位：元，%



（数据来源：国家统计局、中品分析）

2024 年我国居民收入和消费呈现出稳步增长的态势。城乡居民收入差距逐步缩小，收入来源结构日趋多元化，消费结构也在不断优化升级。然而，收入分配不均和消费结构不平衡仍是我国面临的挑战。未来，需要深化改革，推动经济结构调整，促进消费升级，进一步完善收入分配制度，实现经济持续健康发展。

（二）政策环境

1．产品相关标准

产品相关标准（部分）

标准号	标准名称
DB4415/T 45—2024	地理标志产品 陆河青梅
DB33/T 373-2024	青梅栽培技术规程
DB5117/T 81—2023	青梅酒加工技术规程
DB4401/T 193—2022	青梅
DB5101/T 85—2020	地理标志产品 邮江青梅酒

DB34/T 3670-2020	青梅种苗繁育技术规程
DB34/T 3669-2020	青梅栽培技术规程
DB45/T 2140-2020	青梅酒酿造工艺规程
LY/T 2343-2014	青梅生产技术规程

2. 青梅产业的规划和政策

种植业的主管部门是农业农村部种植业管理司，其主要的职责是负责整个种植业的行业管理；拟定种植业发展战略、政策、规划、计划并指导实施；起草有关种植业的法律法规、规章并监督实施；指导种植业结构和布局调整及种植业标准化生产；提出种植业科研、技术推广项目建议，承担重大科研、推广项目的遴选及组织实施工作。在地方，由省市级农牧业相关直属厅局单位负责具体工作的指导和实施。

农副食品加工行业主管部门包括国家发展改革委、国家市场监督管理总局、农业农村部、国家卫生健康委员会、海关总署等。

行业相关政策（部分）

时间	政策名称	相关政策
2025年2月	《中央一号文件》	2025年中央一号文件明确提出了六大领域的任务，包括稳定粮食生产、巩固脱贫攻坚成果、壮大县域富民产业、推进乡村建设、健全乡村治理体系及要素保障优化机制，特别是首次提到“农业新质生产力”，并将其作为推动农业农村高质量发展的战略方向。
2025年1月	《关于加快农业发展全面绿色转型促进乡村生态振兴的指导意见》	对推进农业发展全面绿色转型作出安排部署，要求推行绿色循环，实现农业产业发展循环畅通。大力推进种养结合、粮草兼顾、稻渔综合种养和生产生活有机联结循环，构建绿色循环的农业产业体系是当前及今后一段时间的重要任务。
2024年	《全国种植业结	种植业结构调整以发展新理念为统领，实施新形势

11 月	构调整规划（2024—2024 年）》	下国家粮食安全战略和藏粮于地、藏粮于技战略，坚持市场导向、科技支撑、生态优先，转变发展方式，加快转型升级，巩固提升粮食产能，推进种植业结构调整，优化品种结构和区域布局，构建粮经饲统筹、农牧结合、种养加一体、一二三产业融合发展的格局，走产出高效、产品安全、资源节约、环境友好的农业现代化道路。
2024 年 1 月	《中央一号文件》	聚焦乡村振兴，提出了全面推进农产品生产和初加工、精深加工协同发展的战略目标。这一政策的提出，旨在提升乡村产业发展水平，推动农业现代化进程，促进农民增收致富，为实现全面小康提供坚实保障。
2024 年 10 月	《全国智慧农业行动计划（2024-2028）》	通过加大政策扶持、加强总结交流等方式，推动智慧农业的发展，这也是农文旅产业融合发展的重要组成部分。
2024 年 10 月	《农业农村部关于落实“四个一批”要求扎实推进帮扶产业高质量发展的指导意见》	引导具备条件的脱贫地区实施乡村休闲旅游精品工程，开发乡村休闲旅游产品和服务，建设一批休闲农业重点县、乡村旅游重点村镇和美丽休闲乡村，促进农文旅深度融合。
2024 年 9 月	《国务院办公厅关于践行大食物观 构建多元化食物供给体系的意见》	聚焦食物资源开发，培育一批优势特色产业集群、现代农业产业园、农业产业强镇，引导生产、包装、物流、销售等上下游产业集群发展，促进农村一二三产业融合发展。支持打造一批具有较强竞争力的食品集团，建立健全联农带农机制。发掘中华传统食品和地方特色食品，科学发展食药同源产业、林药产业。
2022 年 2 月	《“十四五”推进农业农村现代化规划》	发展设施农业，因地制宜发展林果业、中药材、食用菌等特色产业。培育壮大新型农业经营主体。实施家庭农场培育计划，把农业规模经营户培育成有活力的家庭农场。完善家庭农场名录制度。实施农民合作社规范提升行动，支持农民合作社联合社加快发展。

二、市场分析

（一）市场需求概述

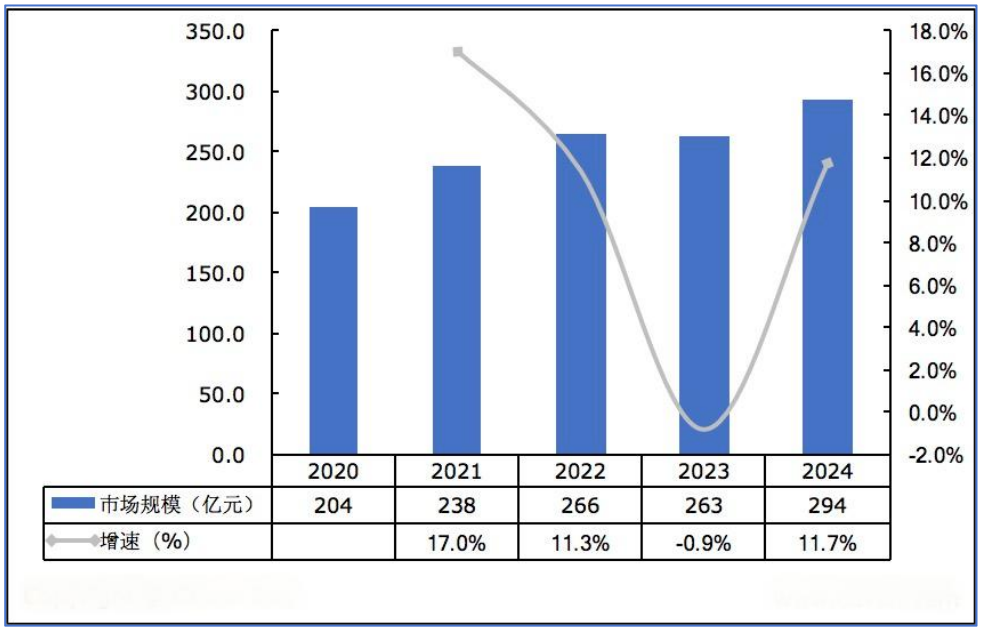
青梅为蔷薇科李属植物，又称果梅、酸梅。我国是适合青梅栽培地域最广的国家，已有 3000 多年栽培历史，种植面积和产量均居世界第一。青梅作为我国传统的药食同源佳果，营养物质丰富，已有 7000 多年的应用历史。青梅属于呼吸跃变型果实，采摘后不耐贮藏，酸度极高，不宜鲜食，一般加工后食用。市场上的青梅制品日益增多，已开发出梅酒、梅饮、梅脯等系列产品。

（二）市场规模

1．2020—2024 年中国青梅市场规模及增速

从市场规模来看，我国青梅行业呈现出稳步增长的态势。据统计，我国青梅行业市场规模从 2020 年的 204 亿元增长至 2024 年的 294 亿元。

2020—2024 年青梅行业市场规模及增速



	2020	2021	2022	2023	2024
市场规模（亿元）	204	238	266	263	294
增速（%）		17.0%	11.3%	-0.9%	11.7%

（数据来源：中品分析）

2．青梅行业市场饱和度

青梅食品属于快速消费品，具有较强的稳定性和持续性，其销售会受到国民经济整体景气程度和居民可支配收入变化影响。但由于我国经济水平的提高及旅游业的兴盛，我国青梅食品市场需求量呈持续增长势头，品种逐渐多样化。

3．影响青梅市场规模的因素

（1）经济环境

当经济环境向好时，消费市场需求旺盛，带动对青梅需求的增长。相反，当经济低迷时，下游行业需求规模下降，本行业市场扩张乏力。

（2）渠道

由于激烈的市场竞争，良好的服务和过硬的产品质量对于一个优秀的企业同样重要。而这些服务在很大程度上要通过销售渠道来实现。在以用户需求为导向的市场营销过程中，高效的销售渠道担负着生产企业向最终用户输送产品、并反馈用户需求的任务，其中包括物流、信息流和资金流。

渠道成为行业市场规模扩大的重要影响因素之一，渠道选择性越多，企业产品销售量就可能越多。在渠道选择上，不同企业要根据自己的实际情况来选择。

（3）产品/服务质量

青梅产品的性能与企业的生产技术水平有密切关系。目前，我国部分企业的技术水平已经接近较高水平。生产技术的提高有利于产品性能的提高，而产品质量提高可以进一步促进市场规模的扩大。

（4）政策

国家出台的相关政策会对青梅行业产生一定的促进或监督作用，进而影响该产品的市场规模。比如国家出台振兴农业、食品加工等行业的政策，都刺激本行业的发展，行业市场规模也随之增大。

4．青梅行业市场潜力

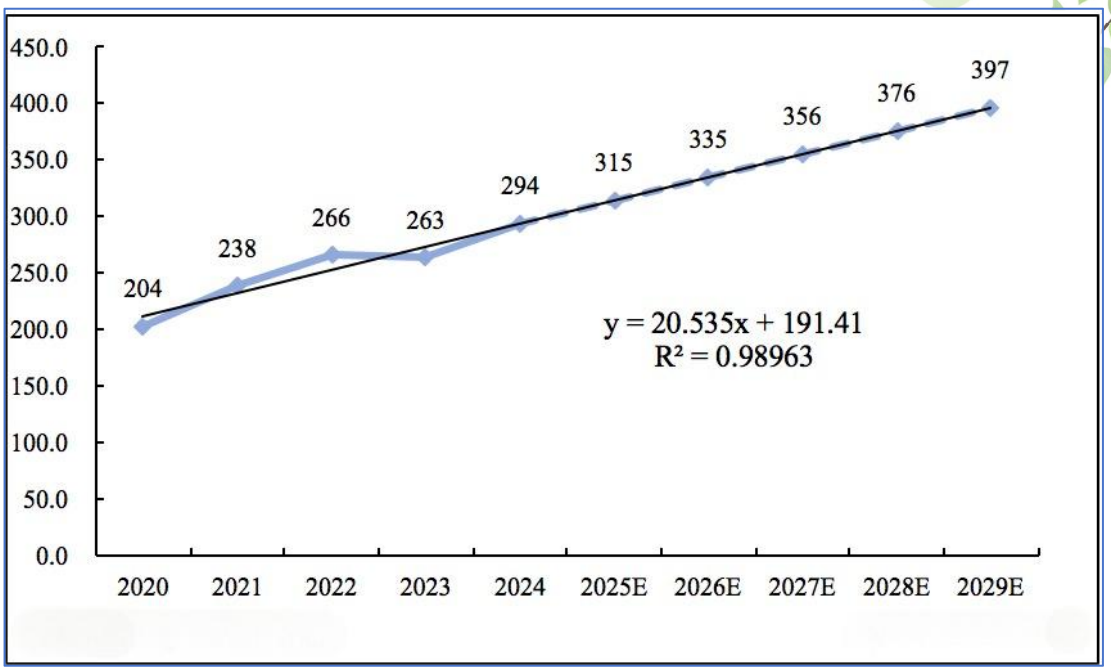
青梅的市场前景广阔，规模化种植前景看好，带动了经济效益，有着良好的发展空间。为了保证产业的发展，产业实现绿色转型，带动农民增收更有后劲。开发出青梅酒、青梅果醋等深加工产品，进一步开拓了国内消费市场，改变过度依赖出口的现状，实现“墙内墙外皆飘香”，使整个青梅产业走出低迷、逐渐好转。

5．2025—2029 年中国青梅市场规模预测

从我国 2020—2024 年青梅行业的市场规模变动趋势来看，本报告对青梅行业市场规模进行线性拟合，得到拟合模型 y=20.535x+191.41，R2=0.98963，判别系数 R2 接近 1，说明模型的拟合度比较高。根据拟合模型计算出 2029 年我国青梅行业市场规模为 397 亿元。

2025—2029 年青梅行业市场规模预测

单位：亿元



（数据来源：中品分析）

（三）市场特点

1．青梅所处生命周期

行业的生命周期指行业从出现到完全退出社会经济活动所经历的时间。行业的生命发展周期主要包括四个发展阶段：幼稚期，成长期，成熟期，衰退期。

（1）幼稚期：这一时期的市场增长率较高，需求增长较快，技术变动较大，行业中的用户主要致力于开拓新用户、占领市场，但此时技术上有很大的不确定性，在产品、市场、服务等策略上有很大的余地，对行业特点、行业竞争状况、用户特点等方面的信息掌握不多，企业进入壁垒较低。

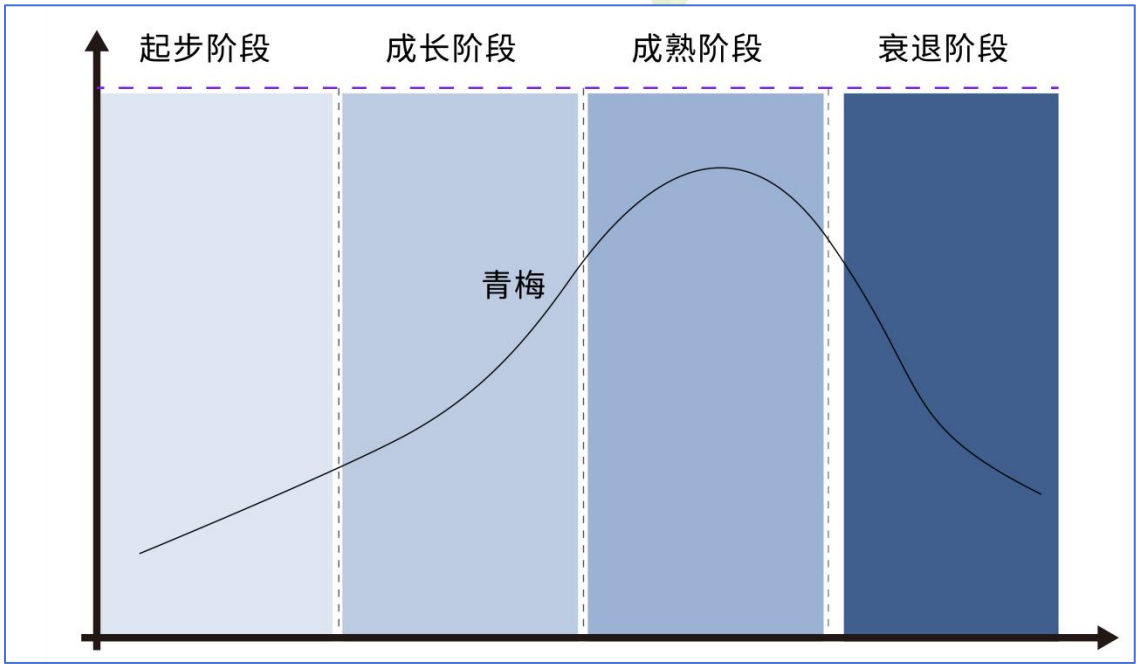
（2）成长期：这一时期的市场增长率很高，需求高速增长，技术渐趋定型，行业特点、行业竞争状况及用户特点已比较明朗，企业

进入壁垒提高，产品品种及竞争者数量增多。

（3）成熟期：这一时期的市场增长率不高，需求增长率不高，技术上已经成熟，行业特点、行业竞争状况及用户特点非常清楚和稳定，买方市场形成，行业盈利能力下降，新产品和产品的新用途开发更为困难，行业进入壁垒很高。

（4）衰退期：这一时期的市场增长率下降，需求下降，产品品种及竞争者数目减少。

行业生命发展周期曲线图



（数据来源：中品分析）

中国青梅行业在 21 世纪左右因供不应求，迎来全国种植高峰期，起步阶段以溜溜果园集团为代表的早期初加工企业，市场逐渐规范化，技术基本成熟，奠定了整个行业的初期产业格局。2019 年横空出世的梅见，以品牌营销思路，打破了青梅精深加工的领域瓶颈，推动行业快速成长。中国青梅在精深加工领域、以梅为主的农文旅发展还大有可为，整体来看青梅行业正处于成长阶段。

2．技术变革与行业革新对青梅的影响

随着更多研发的青梅产品进入市场，劣质产品淘汰，市场中不断出现中高端产品，中国青梅行业进入变革时期。

技术变革与行业革新对青梅行业的影响主要表现为促进行业内企业优胜劣汰，优化产业结构。

在这种形势下，行业内一些小型青梅项目少且缺乏吸引力，便会逐渐被淘汰，这就促进了行业资源向优势企业集中，有利于提高行业集中度，优化产业结构，促进行业健康发展。

3．差异化分析

差异化（differentiation）是指企业在顾客广泛重视的某些方面，力求在本产业中独树一帜。差异化的领域主要有有形和无形两个方面。有形的方面通常是围绕着产品的内容来进行的，如产品的设计与生产、交货系统及其促销活动等一系列内容。差异化能使供给者或生产者有效地回避正面碰撞和竞争，削弱购买者手上的权力，阻碍后来的竞争者，产生品牌忠诚度。差异化竞争给消费者带来的利益非常明显，不断的竞争促使产品质量更好，价格更低，消费者的需求得到更贴切地满足。获得产品差异化主要通过三个途径：第一，功能创新；第二，改善性能；第三，量身打造。目前，差异性战略的作用越来越明显，知名企业通过开发研究新技术，不断提高产品质量，加强自己品牌优势，形成更大的市场规模。

差异化策略：

（1）加强服务

市场竞争过程中，随着科技水平的提高和竞争的加剧，企业相互之间的模仿、渗透使得产品同质化的倾向非常明显。但由于服务是没有止境的，企业可以通过优质服务，提高消费者的满意程度，从而产生消费者忠诚，通过消费者满意的不断积累，通过消费者的口碑效应不断增加新的消费者忠诚。在这当中，实施产品的差异化。

（2）价格差异化

价格差异化是在充分考虑产品差异、消费者需求差异、时间差异、地点差异等基础上，以不反映成本费用的比例差异而制定不同的价格。如企业对不同的产品分别制定不同的价格，而差异产品的价格之间的差额和成本费用之间的差额并不成比例。

价格差异化是产品差异化的重要市场表现形式，因此，企业可以通过价格差异化，来反映产品差异化。

（3）分销渠道差异化

分销渠道差异化是在同类产品中根据自己的产品差异和企业的优势，选择合适的销售渠道，以方便消费者购买，这样就要求企业在交易地点、空间距离与交易手段、交易方式、结算方式、服务手册等方面提供全方位的方便。

目前中国青梅行业在下游需求增长的带动下，得到较为快速的发展，虽然中国青梅行业发展起步较晚，但是随着国内市场需求的逐步增长的影响，国内青梅行业得到较好的发展机遇，市场份额得到进一

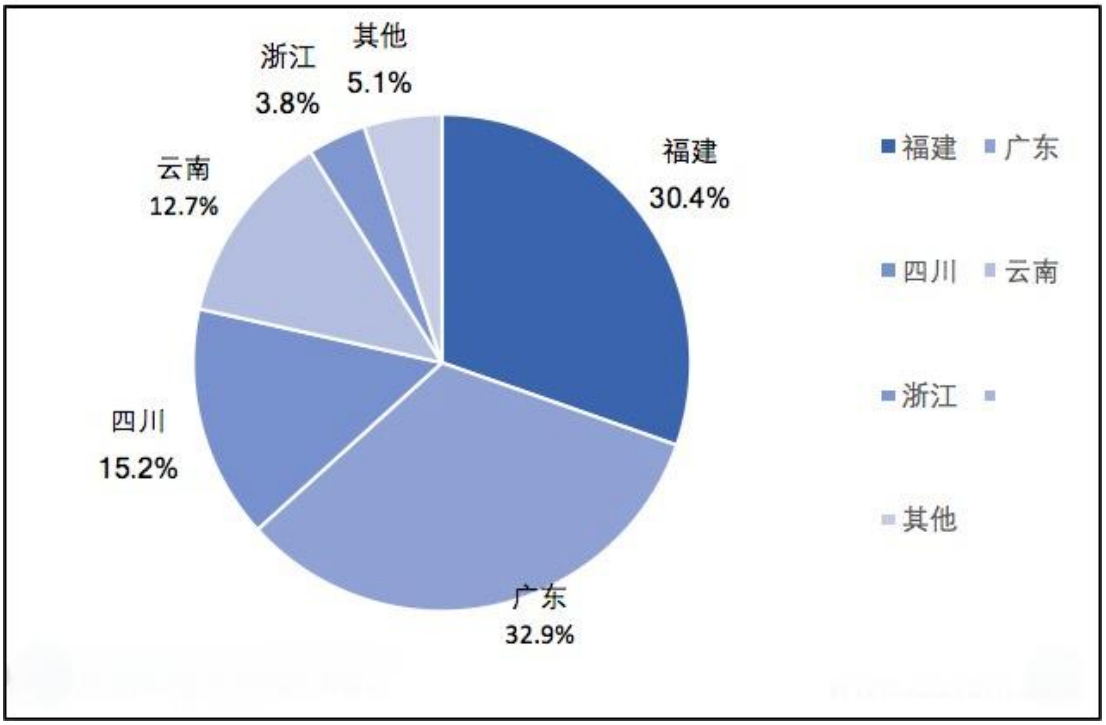
步的提升。

三、区域市场分析

（一）区域市场概况及分布

青梅受气候、土壤等自然条件的影响较大，主要集中在南方地区，包括广东、福建、浙江、江西、四川等省份，这些地区的气候条件适合青梅的生长。

中国青梅行业区域市场占比



（数据来源：市场调研、企业数据库、中品分析）

（二）重点区域市场分析

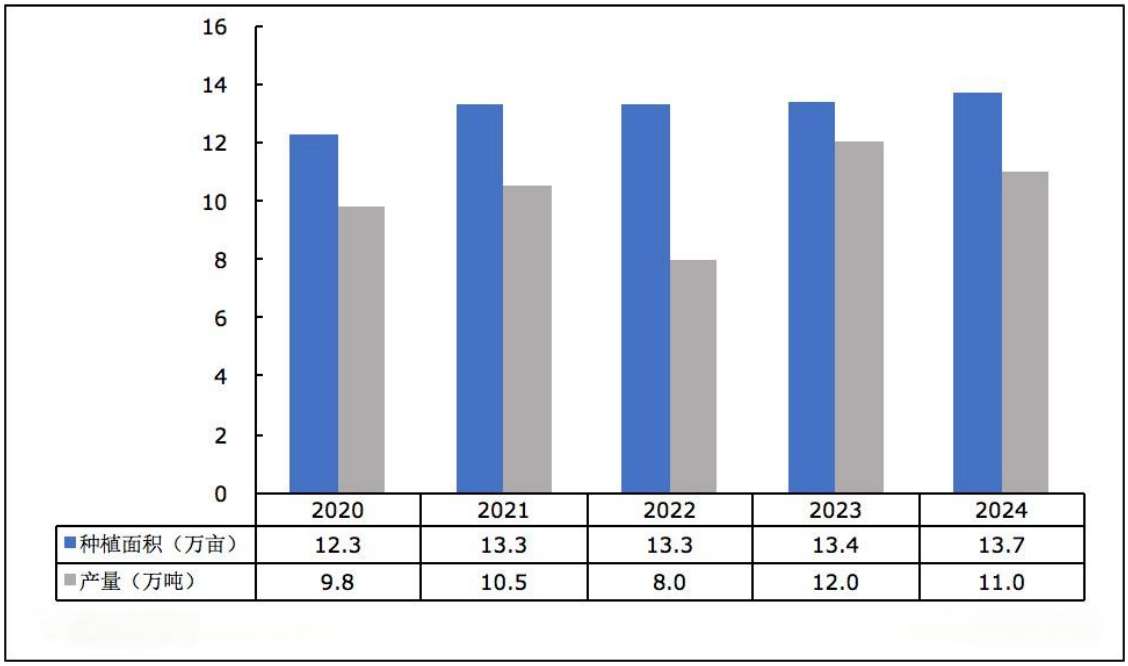
1．福建省诏安县

诏安青梅是福建省漳州市特产，是中国出名的十大青梅产地之一。早在 20 世纪 80 年代中期，诏安县就开始大规模种植青梅。诏安县不仅享有“中国青梅之乡”的美誉，而且还是“中国海峡硒都”，因此诏安红星青梅还是富硒青梅，以“果大、皮薄、肉厚、核小、酸度适

中、富硒”等特点驰名中外。

发展至今，诏安青梅种植面积约 13.7 万亩，年产量 11 万吨，已成为全国种植面积最大、总产量最高、加工体系最完善、制品出口创汇最多的青梅主产区县。

福建省诏安县青梅规模



	2020	2021	2022	2023	2024
种植面积（万亩）	12.3	13.3	13.3	13.4	13.7
产量（万吨）	9.8	10.5	8.0	12.0	11.0

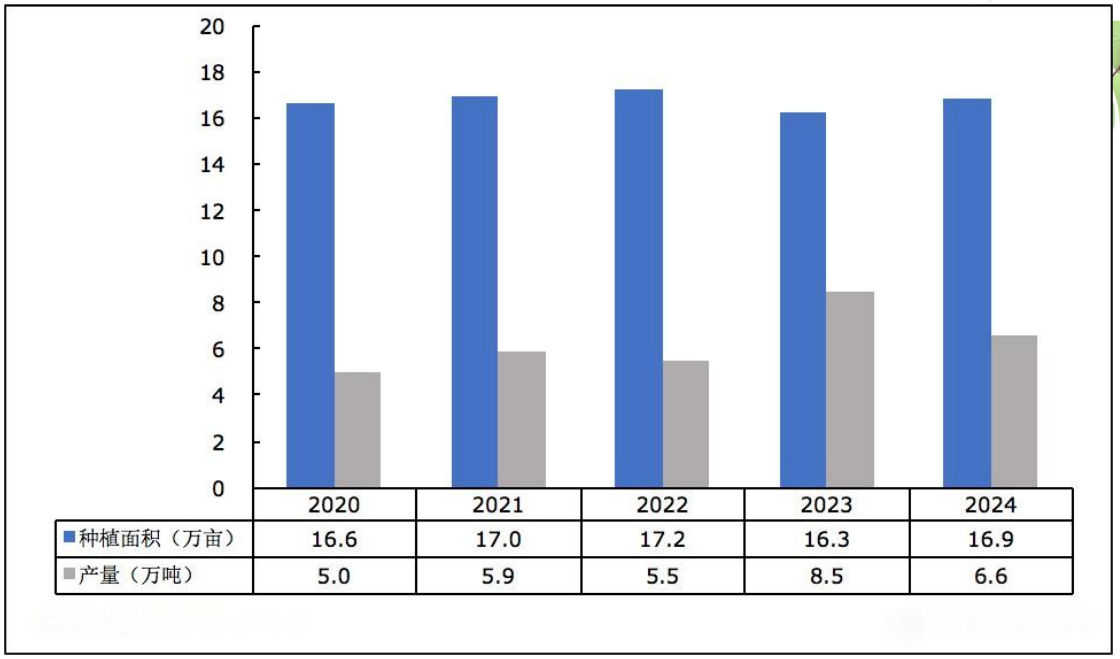
（数据来源：中品分析）

2．广东省普宁市

普宁青梅是广东省揭阳普宁市特产，位于潮汕西部，是全国闻名的水果之乡，也是国内最大的青梅产销集散地。普宁是著名的“中国青梅之乡”，以青梅品种丰富和种植规模大而闻名。普宁青梅种植历史悠久，距今约有 700 年历史，有软枝大粒梅、白粉梅、青竹梅、普宁矮白梅、大青梅等 10 多个优良品种。

目前，普宁青梅总种植面积 16.9 万亩，年产量 6.6 万吨，年加工量达 10 万吨，种植面积占全国青梅种植面积的 24%，加工量占全国 30%以上，产量和产能均居全国前列。

广东省普宁市青梅规模



	2020	2021	2022	2023	2024
种植面积（万亩）	16.6	17.0	17.2	16.3	16.9
产量（万吨）	5.0	5.9	5.5	8.5	6.6

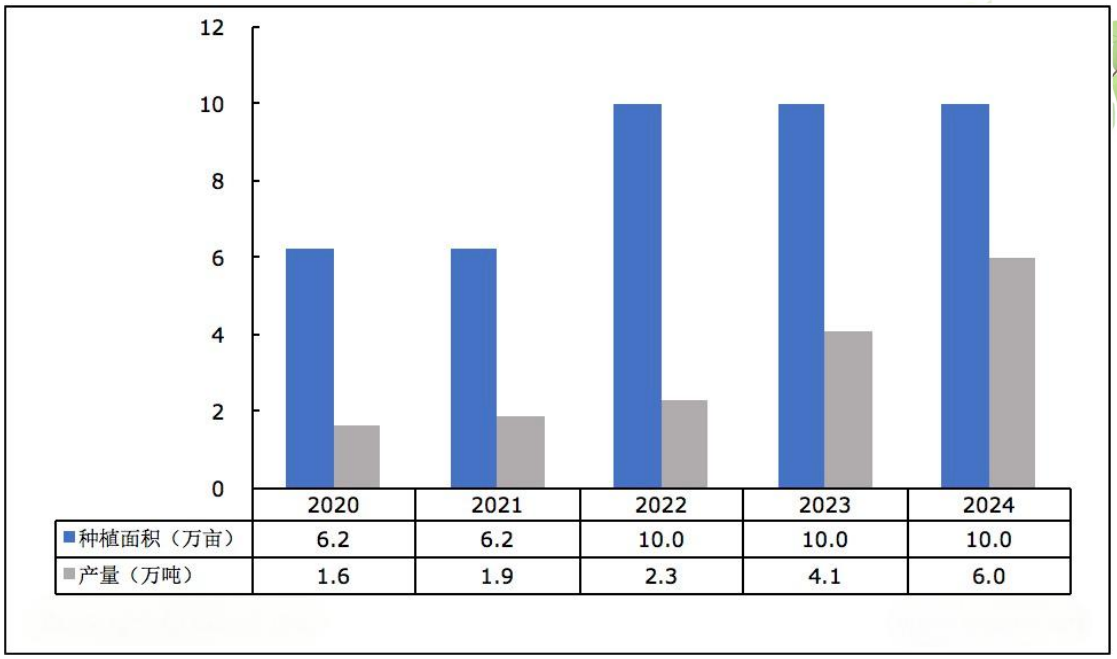
（数据来源：中品分析）

3．云南省洱源县

云南省大理州洱源县是我国梅果主产区之一，大理青梅种植历史悠久，距今已有 2000 多年。大理洱源县因其独特的地理环境、适宜的气候条件以及良好的土壤结构，被誉为“中国古梅之乡”，青梅种植是洱源县的特色产业之一。所产洱源青梅个大肉厚，色泽鲜亮，口感酸甜脆爽。可作为水果直接食用，也可以加工成果脯、果醋及梅子饮料等多种产品。

洱源县不仅种植面积广泛，超过 10 万亩，而且是云南省唯一的省级果梅基地，同时也是全国 100 个“特色经济林产业示范县”中唯一的果梅基地示范县。

云南省洱源县青梅规模



	2020	2021	2022	2023	2024
种植面积（万亩）	6.2	6.2	10.0	10.0	10.0
产量（万吨）	1.6	1.9	2.3	4.1	6.0

（数据来源：中品分析）

4．浙江省萧山区

萧山青梅是浙江省杭州市萧山区的特产，主产于城山乡诸坞村、傅墩村等地。青梅在诸坞栽植已有 1090 年历史，所产的萧山诸坞大青梅具有核小果大、质脆汁多、色翠形圆、酸味纯正和可食率高等优点。浙江萧山是中国重要的青梅种植基地之一，享有浙江省“青梅之乡”的美誉。

目前萧山青梅种植面积约 1.5 万亩，2023 年青梅产量 991 吨。丰年可产将近 2000 吨。各地青梅口味各异，但萧山大青梅以其独特的口感闻名海内外，产品远销港澳等地。

萧山地区青梅产量相对不大，产量不稳定，波动较大，缺少数据。

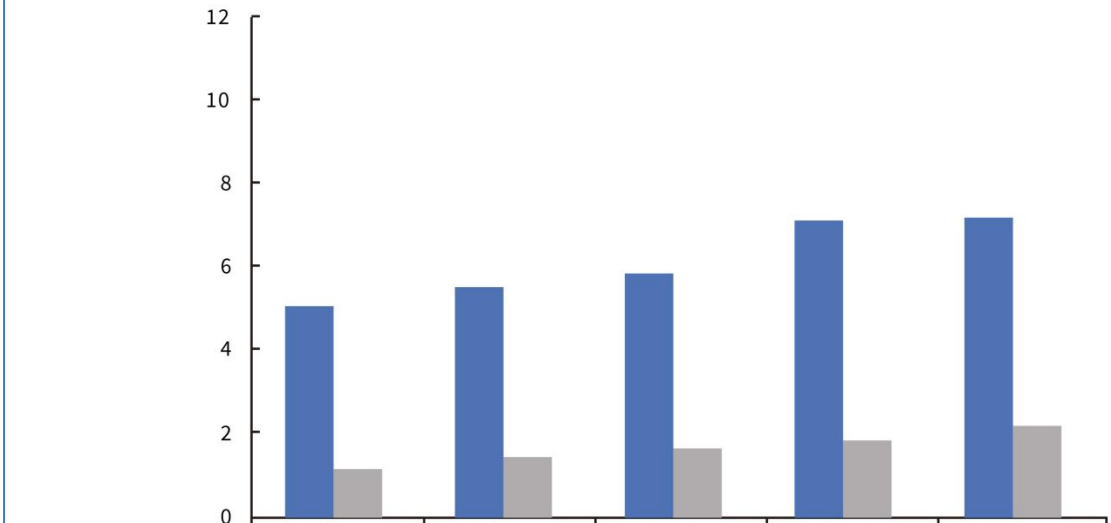
5．汕尾市陆河县

广东省汕尾市陆河县盛产优质青梅，是“中国青梅之乡”。陆河青梅生产历史悠久，青梅在人类历史上被栽培和利用的历史共有 3200

多年，而陆河的种植历史就已达 2900 多年。陆河青梅品种主要有青竹梅、白粉梅、黄梅等，以果大、肉厚、爽口、酸中带甜等特点而著称，受到广大消费者的青睐。陆河不仅青梅产量大，还是全国著名的赏梅胜地，拥有广东面积最大的连片梅园。

近年来，陆河依托青梅资源禀赋和发展优势，以产业振兴为引领，加快建设陆河县青梅省级现代农业产业园，推动青梅产业由增产转向提质，持续做大做强农业特色产业。2024 年全县青梅种植面积达 6.78 万亩，年产量约 2.1 万吨，实现综合产值超 10 亿元，正逐步形成以青梅种植、加工收储、物流集散、电商销售、休闲旅游于一体的青梅产业链。

汕尾市陆河县青梅规模



	2020	2021	2022	2023	2024
种植面积(万亩)	5.1	5.7	5.9	6.7	6.8
产量(万吨)	1.1	1.2	1.4	1.6	2.1

（数据来源：中品分析）

（三）青梅区域市场发展趋势

国内青梅行业具有一定的区域性特征，主要原因在于：我国地域

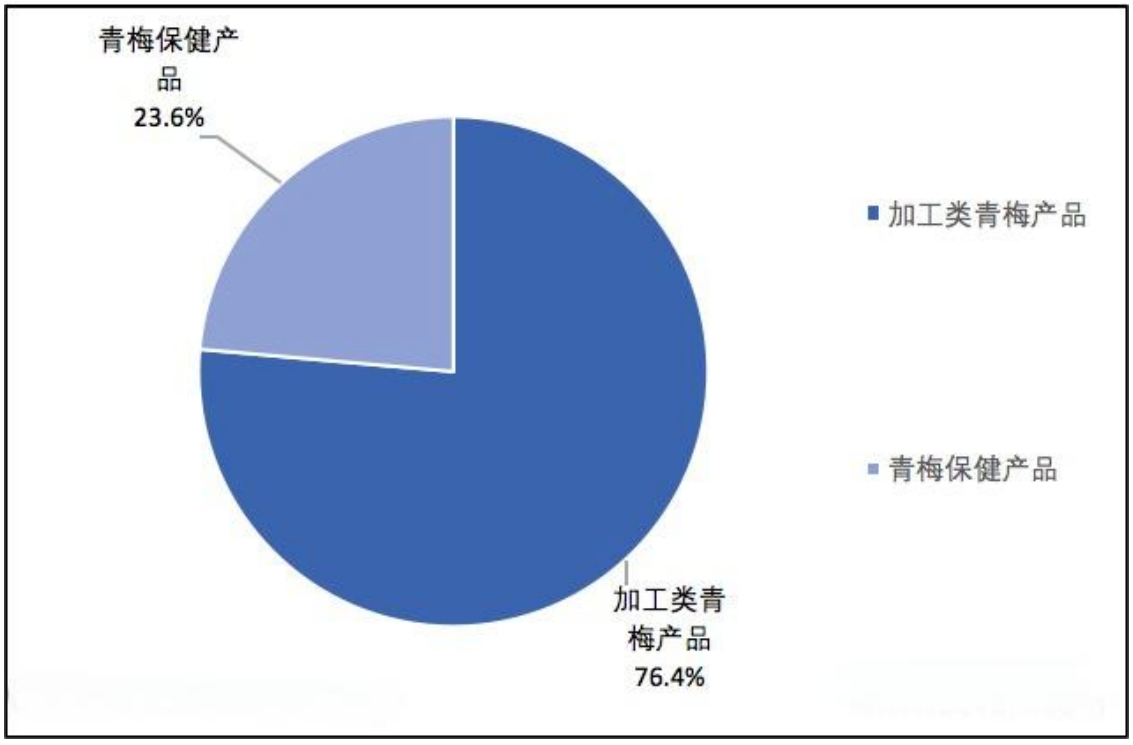
广阔，气候条件、地理条件差异带来的原材料的差异；东部沿海及各省市一级城市购买能力较强，配套的青梅食品的连锁业态也较为齐全，而二三线城市及周边地区购买能力和青梅食品零售业态相对较低；此外，各地不同的饮食习惯也带来青梅食品口味的消费差异。总的市场需求格局影响有限，不会对中国目前青梅的需求区域发生本质的改变。

四、细分行业分析

（一）主要青梅细分行业

青梅是营养素含量全面、合理、具有多种医疗保健功能的食品，属于药食两用食品类。青梅因其鲜果太酸，除少量供鲜食外，绝大多数供加工成果脯、蜜饯、药材和保健食品、美容品等。

青梅细分行业占比情况

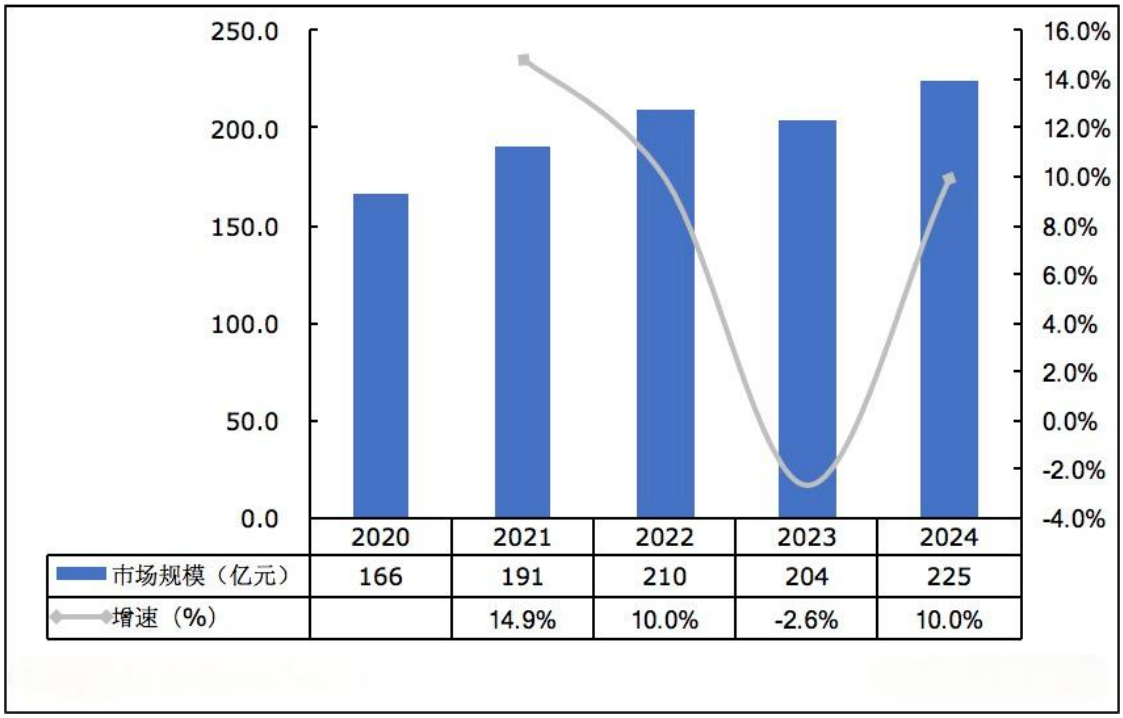


（数据来源：中品分析）

（二）加工类青梅产品

1．市场规模

2020—2024 年中国加工类青梅产品市场规模及增速



	2020	2021	2022	2023	2024
市场规模（亿元）	166	191	210	204	225
增速（%）		14.9%	10.0%	-2.6%	10.0%

（数据来源：中品分析）

2．应用领域

（1）盐渍类制品

包括咸水梅、梅胚、咸梅干等。青梅经盐渍即成咸水梅，咸水梅经晒干至含水 52%左右即成梅胚，又称干湿梅或半干梅，将咸水梅完全晒干即成咸梅干，是出口的主要形态。

（2）蜜饯类制品

梅果蜜饯是青梅加工的传统产品，包括蜜梅、酥梅 、话梅、陈皮梅、五香梅等，消费市场广，深受大众的欢迎。

（3）梅饮料制品

从市场形势分析，近两年来，日本、韩国的消费者喜欢饮用纯青

梅汁或以青梅汁兑其他饮品（如酒、果汁饮料等），且作为高尚饮品。国际市场对青梅浓缩汁质量要求很高,主要指标有:浓度66±10Brix，含酸量为33%～38%，pH2--3，稀释至60Brix时透光率为85%以上，氨基态氮含量为14mg/100ml—18mg/100ml。青梅浓缩汁是国际市场需求新动向。

（4）梅酒类制品

以青梅为原料，利用现代生物技术，经发酵特殊工艺酿制，精心勾兑调味而成的发酵酒。发酵酒又分青梅全果发酵和青梅纯汁发酵，保持了青梅的原有风味及发酵产出的风味。青梅酒生产尚可采用粮食酒直接浸泡青梅果制作而成，果于酒中。梅酒在其人体保健功能、口感、色香味等方面均有其独到之处，足可与葡萄酒相媲美，具有拓展出口外销市场和国内果酒市场的潜力。

3．前景预测

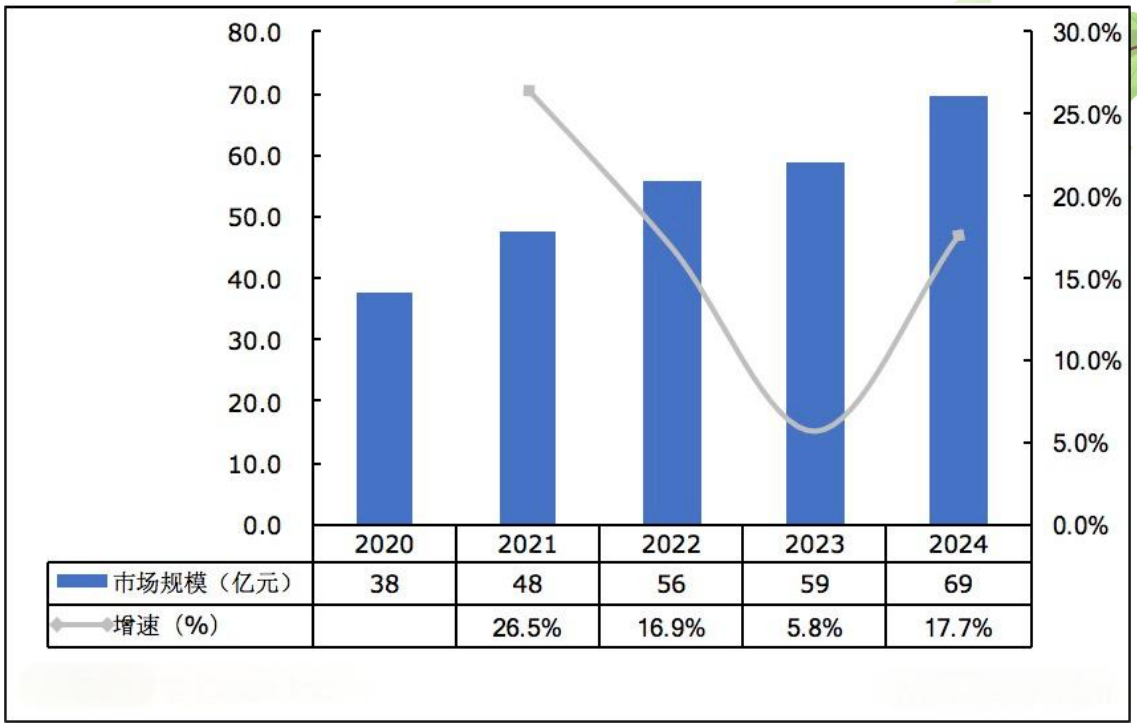
加工类青梅产品，如梅干、蜜饯、青梅饮料和梅酒等，市场前景稳中向好。随着消费者对健康、便捷食品的需求不断增长，青梅加工品的市场潜力仍然较大。尤其是在年轻消费群体中，青梅饮料和梅酒等创新型产品受到了热烈欢迎，成为新的消费趋势。此外，随着消费升级和食品多样化，更多的创新口味和产品形式也在不断推出，进一步推动了该领域的增长。

（三）青梅保健类产品

1．市场规模

由于青梅保健产品仍处于扩展和增长阶段，市场规模较小。

2020—2024 年中国青梅保健类产品市场规模及增速



	2020	2021	2022	2023	2024
市场规模（亿元）	38	48	56	59	69
增速（%）		26.5%	16.9%	5.8%	17.7%

（数据来源：中品分析）

2．应用领域

（1）熏制类制品

此类制品包括乌梅、药用梅粉剂等。乌梅通常是选用含酸量高的青梅，通过晒干、熏干等干制而成，呈黑褐色，味极酸。乌梅在药用上可以用于治喉痛、咽炎、慢性腹泻、痢疾、肠炎、喘咳、小儿盗汗、崩带漏下，另外还可镇呕、驱蛔虫等。乌梅在医药上一方面用作中药材临床应用；另一方面利用乌梅为原料制成的“虎杖冲剂”“乌梅安胃丸”“乌梅饮”等药品达二十多种。

（2）护肤美容制品

青梅加工中的乌梅干能使唾液腺分泌更多的腮腺激素，腮腺激素具有使血管及全身组织年轻化作用，并能促进皮肤细胞新陈代谢，有美肌、美发效果。

（3）养生梅醋

将青梅加食盐腌制，控出梅卤汁，然后采用电渗析法减少盐分，再添加食醋及蜂蜜等按比例调配，注意最合理的梅卤汁和食醋以及蜂蜜等的比例。该产品具有开胃健脾、消除疲劳、美容养生、抗衰老等作用，尤其适合中老年脑力工作者的日常保养饮用。

（4）青梅保健口服液

梅胚经热水浸渍，提取青梅有效万分，与蜂蜜混合，使蜂蜜的滋养性和青梅的保健性相融合，再添加甜味料调整糖酸比，加热升温至65℃，保持 30min 后装瓶封口，经杀菌即得成品。该品适合于糖尿病、肥胖病、高血压等慢性病人及低热量摄入者。

（5）青梅丸

选用黄熟梅为原料，取核、捣浆，配以罗汉果等中草药，待熬制成膏状，然后成型包装。该产品主要利用青梅、罗汉果等具有的开胃健脾、解酒暖血之功效，故可开发成饮酒伴侣，适合于喜欢饮酒健身的消费者。

3．前景预测

青梅作为具有多种健康功效的天然食材，具有进一步研究和开发利用的价值，其在保健品和美容产品中的应用将不断扩展。其深加工、多层次加工，是青梅可持续发展的有效途径之一。青梅系列保健食品的开发，不仅能满足国内外广大消费者的需求，而且可以大大提高青梅的附加值，从而增加地方经济和果农的收入，其市场消费前景广阔。

（四）青梅农文旅

随着乡村振兴相关政策的不断推进，乡村振兴战略日渐明晰，各项配套政策逐步细化，“三农”问题逐步得到解决，乡村活力得到空前激发，农业景观资源、农业生产条件、乡村文化资源等的价值得到了进一步挖掘。在消费升级的趋势下，随着人们的出游频次不断增加，以及对假日生活质量的不断加大，乡村旅游市场空间得到了拓展，推动了农文旅融合向着更完善的方向发展。

农文旅即“农业+文化+旅游”，真正的农文旅融合项目要以农业产业为基础，旅游休闲为形态，风土文化为灵魂，挖掘乡村的深层价值，在乡村原有的基础上做创新。农文旅的融合是产业的融合是农业产业跨越传统产业边界，与文化旅游产业相互改变产业链的过程，同时，文化旅游产业的无形要素要跨越其产业边界，应用到农业产业，对相应功能模块进行创新。

农文旅融合有利于推进农业结构转型、助力乡村振兴、实现农民脱贫致富、带动农村高质量可持续发展。

在新的时代背景下振兴青梅产业和改善人居环境，就要另辟蹊径，关注青梅产业中的更可持续发展的部分，例如制作青梅酒，利用梅花观赏，青梅种植加工体验等发展文旅产业，以此带动周围其他产业的发展，让村民在自家门口工作劳务，获得更稳定的收入。

1．福建省诏安县

2025 年 1 月 11 日，随着“开园锣”的敲响，以“喜上梅梢·好事花生”为主题的诏安县红星乡青梅产业助力乡村振兴暨赏梅游园文

旅活动正式开始。据不完全统计，当日入园客流量达 2 万人次以上。当天下午，梅园景区举办了以“福硒诏安·梅香天下”为主题的诏安县青梅产业直播带货推介活动。在主舞台，淘宝直播区域产业带负责人详细讲解了《淘宝直播发展新机遇&扶持政策》，活动还为百万级网红、巾帼主播举行“青梅推荐官”授牌仪式，为千万级团长机构举行诏安青梅短视频带货签约仪式。

本次活动由县委宣传部指导，红星乡党委、县政府，县农业农村局、县文旅局、漳州市凌波景区管理集团有限公司主办，县梅乡旅游开发有限公司承办，团县委、县妇联、县二轻联社协办。活动旨在通过探索“文化旅游牵引、生态产业支撑、项目建设带动”发展新模式，做足“梅”文章，加强诏安青梅推介。打造青梅种植与文化旅游相融合的梅旅文化结合农业提升项目，以青梅文化提升旅游品牌，推动一二三产融合发展，加快推进乡村振兴。培育特色优势产业，统筹做好青梅文化、青梅产业、青梅科技这篇大文章，坚持绿色发展方向，优化营销流通环境，提升诏安青梅产业的知名度和市场影响力。

2．福建省永泰县

永泰是我省南北两大青梅种植基地之一，永泰以“休闲观光、采摘体验”等要素资源融合为导向，积极培育“冬赏梅花、夏秋采摘”的农旅融合观光业态，持续做优青梅产业链条。

作为永泰县的青梅主产区，2023 年，葛岭镇在保护原有村落特色资源基础上，深入盘点溪洋村人、文、地、景、产五大需求，引进“上趣开新”台湾团队，将台湾社区营造、乡村再生发展的先进经验

与溪洋村实际有机结合，谋划出了一幅以“文埕湾－吊枧” 为主要脉络、以“良埕梅景、相枧溪洋” 为主题、以“一带两区五环线”为空间结构布局的美丽蓝图，打造闽台乡建乡创合作样板村项目。

其中，重点突出以“文埕湾”为主的赏梅体验区、以“吊枧”为主的亲水休闲区，打造梅园步道、环山步道、古驿道、滨水步道、观景步道。项目建成后，可深入挖掘农文旅资源，将家门口的美丽资源转化为美丽经济，助推溪洋村“赏梅经济”发展，实现村民、村集体经济双增收，助力乡村振兴发展。

3．浙江省上虞区

浙江上虞围绕青梅这一特色资源，开设青梅工坊、设立青梅文化研究会，传播青梅文化、推广青梅产品。当地青梅产业发展兴旺，拥有数十家青梅加工企业，“东青”青梅被评为浙江省名牌产品。龙头企业南岭农副有限公司生产的青梅制品出口日本、青梅酒远销俄罗斯当地大力发展青梅产业，梅花节就是产业链的一个重要环节，能够吸引大量游客，进而借助社交媒体，转化为流量和口碑。丰惠镇副镇长顾臻说：“以梅为媒，持续打造丰惠三溪梅花节活动 IP，可进一步打响丰惠文化生态特色村品牌，打造丰惠美好生活样板，有助于推进建设长三角地区‘古城复兴’‘共同富裕’示范基地。”

4．四川省马边彝族自治县

四川马边拥有得天独厚的生态、气候和土壤条件，是四川青梅五大原生资源地之一，具有其他地区无可比拟的发展优势。目前，该镇已成功创建县级“青梅竹马·世外梅林”现代产业园区。

作为马边青梅主产区——梅林镇近年来紧扣青梅、竹笋特色优势产业，按照全县“12345”发展战略，围绕“三产并举、三产共兴、三产融合”工作思路，紧扣“一核三区三带”发展布局，大力做足青梅、竹笋文章，将“青梅竹马·世外梅林”之美誉转化为了全镇高质量发展的新动力。该镇聚焦青梅主导产业，以赏梅为主要载体，通过举办梅花节庆，吸引游客观光、休闲、度假，丰富旅游资源，培育和打造具有梅林特色的农文旅 IP，推出产业支撑、文旅搭台的融合发展模式，助力乡村振兴，全面推动镇域经济高质量可持续发展。

5．广东省饶平县

饶平县东明村是“潮汕梅花之乡”“青梅之乡”，全村种植青梅有 1000 多亩，年产量达 300 万斤。近年来，东明村立足于得天独厚的“梅”资源，配套完成“赏梅小径”三期建设，建造竹亭、茶座等供游客休憩，打造种、销、赏梅观光一体化的农旅结合产业链，打造“梅竹东明”特色品牌，形成推动农旅融合发展的强大合力。

6．广东省普宁市

实现农文旅融合，农业产业是基础。普宁素有“中国青梅之乡”的美誉，其青梅种植加工有 700 多年历史，是国内最大的青梅产销集散地之一。立足青梅特色优势产业，普宁市多措并举，不断探索青梅产业转型升级新路子，为农文旅深度融合打好产业基础。

2024 年 4 月 16 日，普宁青梅高质量发展暨全国首个青梅 AI 发布会在普宁市青梅国家现代农业产业园农产品交易中心举行，通过 AI 赋能农业新质生产力，推动普宁青梅产业智能化、高效化、品牌

化发展，进一步打响普宁青梅的“金字招牌”。这是促进青梅产业高质量发展，闯出一条普宁农业智能化数字化发展新路子的重要实践。

作为普宁青梅的主产区之一，高埔镇青梅种植面积达 5.2 万亩，年产量约 2 万吨，占普宁市总产量的三分之一。2023 年，高埔镇成功入选“首批国家农业产业强镇名单”。普宁市坚持以培育打造青梅示范基地为目标，全力推进高埔镇青梅特色农业发展，按照《高埔镇青梅田园特色小镇概念规划》，推动打造粤东青梅主题文化生态旅游度假区，结合当地文化旅游景区，谋划打造“普宁青梅旅游文化小镇”以及“玉龙泉温泉山庄酒店项目”，通过举办青梅农产品直播活动，以电商带货拓宽线上销售渠道，增加产品销量，促进普宁青梅产业的一二三产业融合发展。

2023 年，普宁高埔镇成功入选“首批国家农业产业强镇名单”。普宁市坚持以培育打造青梅示范基地为目标，全力推进高埔镇青梅特色农业发展，按照《高埔镇青梅田园特色小镇概念规划》，推动打造粤东青梅主题文化生态旅游度假区，结合当地文化旅游景区，谋划打造“普宁青梅旅游文化小镇”以及“玉龙泉温泉山庄酒店项目”，通过举办青梅农产品直播活动，以电商带货拓宽线上销售渠道，增加产品销量，促进普宁青梅产业的一二三产业融合发展。

7．广东省陆河县

陆河县梅花文化旅游节。随着乡村旅游的兴起，素有“中国青梅之乡”之称的汕尾陆河也将目光投向了花，青梅花的观赏价值逐渐被开发。陆河县梅花旅游文化节，打响了青梅休闲农业旅游品牌。陆河

县螺洞村农村职业经理人彭新港表示，2024 年举办的中国·陆河梅花文化旅游节的一大亮点是非遗文化展示表演，非遗展示活动当天，吸引了 2 万左右来自汕尾乃至粤东地区、粤港澳大湾区的游客涌入陆河，为本地旅游业带来可观收入。

五、行业生产分析

（一）工艺技术

1．青梅行业工艺技术发展现状

青梅是中国传统水果，富含有机酸、维生素及多酚类物质，具有药用和食用双重价值。同时，青梅属于呼吸跃变型果实，采摘后不易贮存，又因味道极酸且含有苦杏仁苷、野樱苷等物质导致口感不佳，所以青梅一般都是加工后食用。近年来，青梅产品日益增多，包括蜜饯、果酒、饮料、酵素、保健食品等深加工产品。

（1）果脯蜜饯

果脯蜜饯是青梅食品应用中的主要产品，传统果脯蜜饯类产品果肉内存大量糖分和盐分，与群众保健意识和日益增长的美好生活需要相差较大。因此，近年来所开发出的青梅蜜饯类产品大多向着低盐低糖、原汁原味的方向发展。低糖青梅蜜饯、干制青梅、无盐梅坯、低盐青梅果脯等产品，通过控制糖盐的用量提高蜜饯的适口性，在保留青梅形状、色泽和独特香味的同时还满足了消费者对于口味和营养的需求。通过调整改进工艺方法等克服了现有技术的不足，改善了梅肉的口感与风味并提高了防腐效果。通过湿润酶解发酵、反复蒸制等方法有效提升了产品味道和九蒸九制乌梅梅肉与辅料混合的均一性；采

用水包油乳液与高压脉冲电场相结合的方式有效地去除了涩味，改进贮藏性能差的问题，制得口感清甜的青梅蜜饯；使用先干后软和氮气排氧的方式，充分保证青梅干果肉质的口感，极大提高青梅干果贮藏的稳定性。青梅与其他水果、中草药等物质结合，开发出具有一定保健效果的新型产品，例如健胃养脾、抗癌的草本润梅，开胃解热解酒的乌梅蜜饯，调节肠胃功能、促进消化液分泌的沉香梅，润肺止咳、凉血解毒的新型话梅以及清热祛痰、清咽利嗓的青梅蜜脆。蜜饯类产品中“溜溜梅”是中国青梅零食领导品牌，先后开发出原味青梅、雪梅、乌梅、清梅、情人梅等系列青梅产品。

（2）青梅酒

青梅是一种优质果酒酿造原料，青梅酒营养丰富、果香浓郁、风味淳朴，保健效果明显，文化内涵深厚，深受广大消费者的喜爱。目前，青梅酒主要分为发酵酒、配制酒、浸泡酒 3 种类型。青梅发酵酒生物可吸收性高，感官特性良好，风味化合物较多，营养价值也有所提高。青梅与不同碳源混合发酵得到的青梅酒营养风味各不相同，青梅酒（蜂蜜）色泽金黄透亮，口感清甜，具有淡雅的梅子香与百花蜜特有香气相融合的独特风味；青梅酒（果葡糖浆）酒体呈淡黄色，澄亮清透，风味物质种类和含量与其他的发酵型青梅酒相比显著增加，具有典型的杏仁风味，滋味柔和纯正、醇厚丰满、回味悠长，酒体稳定；青梅酒（白砂糖）色泽金黄明亮，香气浓郁，典型性突出，余味悠长，挥发性组分酯类、酚类和醇类含量丰富；青梅酒（熟糯米）保留了青梅独特口味，口感香气丰富，并且无苦涩感。青梅与陈皮、紫

苏、鲜花、杨梅、荔枝、番茄、白刺等一起发酵可以增加营养元素含量，提升保健功效，丰富其香气成分。

青梅浸泡酒是指将新鲜青梅放入高度酒体中浸泡，方法操作简单，成本较低，适合工业化生产。此类青梅酒具有青梅香味及青梅整果，浓郁的酒香带着清新的果香，且口感甘甜。青梅与枸杞、牛黄、黄芪等一起浸泡可以制成青梅药酒，具有补肾益精、养肝明目、镇静安神等功效。青梅配制酒是根据目的需求将青梅浓缩汁、酒体（白酒、米酒、食用酒精等）和调味物质等混合均匀，例如青梅茶果酒、青梅蜂蜜威士忌、陈皮梅子酒、青梅抹茶酒、青梅预调鸡尾酒等。

（3）青梅饮料

《周礼》中梅浆已经成为一种饮品。近年来，青梅饮料产品发展迅猛，各种各样饮料逐渐出现在生活当中。青梅原浆中加入天然添加物便制成了绿色青梅汁饮料。青梅茶饮是青梅饮料产品中的重要组成部分，如青梅绿茶、陈皮青梅茶、青梅干茶等制作方法简单，味道酸甜鲜美，营养健康。青梅醋历史悠久，梅卤红醋、青梅果醋是对历史的继承和发展。青梅与其他水果等结合制成的饮料同样受到广大消费者青睐，如口感美味的樱桃青梅饮料，具有花果香的青梅玫瑰啤酒，保鲜能力强的青梅紫苏饮料，清爽解腻的青梅抹茶汁。另外，青梅饮料添加一些中草药等物质后可以制成功能性饮料，具有强身健体、降尿酸、清凉解暑、消除疲劳、调节肠胃、延缓衰老等功效。

（4）其他青梅产品

优质的酵素食品可以促进有益成分更好地释放和分解，使人体得

到更多易吸收的营养元素。以青梅为原料所制得的酵素口味丰富，具有保护视力、抗菌消炎、美白抗衰的保健效果。青梅（复合）果酱色泽鲜亮，果肉质感清脆、营养健康、酸甜可口、贮藏稳定性好。青梅浓缩液提纯可以得到青梅精和梅素，具有消炎杀菌、改善胃肠道、抗过敏的功效。除了上述产品外，青梅还被广泛应用于梅片糖果制作、月饼等糕点的馅料、清洁护肤用品等方面。

青梅营养成分丰富，保健价值较高，青梅加工产品市场大受欢迎，极有进一步研究和开发利用的价值。低糖低盐、原汁原味是青梅产品研发的主要方向，产品多元化是青梅产业可持续发展的有效途径，保健品和护肤品的研发是青梅创新创收的关键。青梅产品的丰富，不仅能满足国内外广大消费者的需求，还可以增加青梅的附加值，提高果农收入和促进地方经济发展。

2．青梅加工关键技术

（1）降低亚硝酸盐含量

不同青梅制品中亚硝酸盐的含量不同，新鲜青梅<盐腌梅<糖腌梅<青梅酒，说明青梅在腌制后亚硝酸盐都有增加。适量维生素 C、茶叶、乳酸菌均能降低青梅腌制品中亚硝酸盐的含量，其中维生素 C 降解效果最好。以糖腌梅为例，腌制时加入 5g 茶叶、100mg 维生素 C、0.45g 乳酸菌，得到的糖腌梅亚硝酸盐含量仅为 0.87mg/kg，低于新鲜青梅。通过降低青梅腌制品中亚硝酸盐的含量，其理化指标和品质得到综合提升。

（2）渗糖技术

传统糖渍技术周期长、质量安全没有保障，因而快速糖渍技术显得尤为重要。超声波辅助作用有利于提高青梅糖渍速度及低聚果糖的渗透。青梅果脯超声波渗糖的最佳工艺为功率 1800W、间隔 360min、每次超声 40min、持续 15 次，水温 30℃。

（3）护色技术

酚类物质氧化缩合引起的非酶褐变是青梅汁在加工和贮藏过程中发生褐变的主要原因，影响了果汁外观，降低营养价值、缩短贮藏货架期。护色方法包括物理方法和化学方法，物理方法有减压浓缩、低温贮藏等，都可明显抑制青梅汁非酶褐变的发生；化学方法主要是添加护色剂，如异抗坏血酸钠、六偏磷酸钠和植酸都有防褐变的作用，但作用机理和效果又有差别。与植酸、六偏磷酸钠等相比，青梅汁添加质量分数 0.005%的异抗坏血酸钠对果汁浓缩过程具有显著的防褐变效果。

（4）澄清技术

青梅果酒中含有的蛋白质、纤维素、果胶、多糖类大分子、鞣质、单宁和蛋白质的络合物以及酒石酸盐等在酒中以胶体状态存在，在贮存过程中容易产生浑浊和沉淀，从而使果酒透光率和稳定性差，严重影响到酒的外观，因而澄清技术显得尤为重要。澄清技术包括热处理、添加澄清剂、过滤、微滤、超滤等。

（5）脱苦技术

青梅中含有大量苦味物质，如有一定毒性的苦杏仁苷。为了去除

不良苦味及其他异味，改善青梅产品的风味和口感，可使用脱苦技术。与β-环糊精法相比，苦杏仁甙酶对青梅酒的脱苦效果更好，脱苦率可达 46.62%。

（6）降酸技术

常用的降酸方法包括物理降酸法、化学降酸法和生物降酸法。其中，物理和化学降酸法如碳酸钙法、碳酸氢钾法、碳酸钾法、树脂法等中，以树脂 D630 法降酸效果最好。

（7）降低氰化物含量

由于青梅含有氰甙类苷，在加工过程中会水解产生一定量的氰化物。为了降低青梅酒中的氰化物含量并保证其质量安全和风味品质。研究发现粉末活性炭添加量为 6.5g/100 mL、作用时间 1.8h、作用温度 55℃时，青梅酒中氰化物质量浓度比最初的 29.06mg/L 降低了 76.46%,保证了青梅酒的风味与品质。

3．青梅行业工艺技术发展趋势

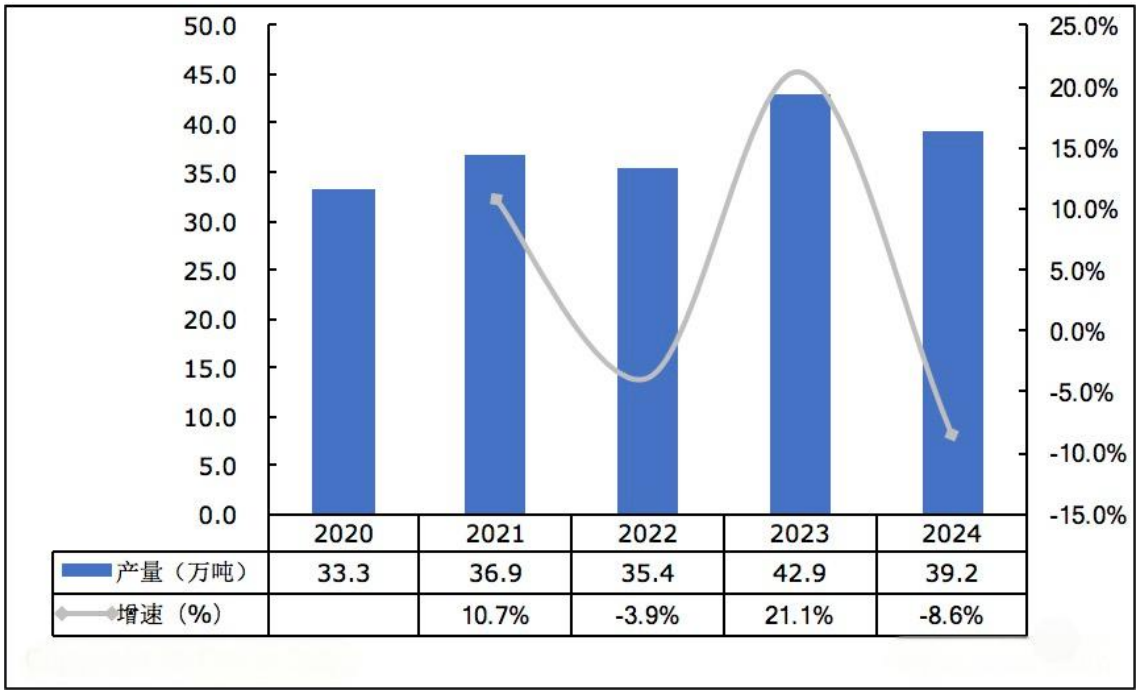
青梅作为一种药食两用的果品，富含多种活性物质，市场前景十分广阔。目前，青梅产品集中在蜜饯、果脯及果酒，精深加工产品比例较少，无法满足多样化市场需求。近年来所开发出的青梅蜜饯类产品大多向着低盐低糖、原汁原味的方向发展。利用现代食品加工高新技术进行高值化产品开发，构建多元化深加工体系可促进青梅产业全面快速发展。研发营养健康产品以及活性成分开发的功能食品，能够促进产品增值，实现产品多元化，提高中国青梅产业国际竞争力。

（二）产能产量

1．2020—2024 年青梅行业生产总量及增速

2020 年中国青梅行业产量为 33.3 万吨；2021 年中国青梅行业产量为 36.9 万吨，同比增长 10.7%；2022 年中国青梅行业产量为 35.4 万吨，同比下降 3.9%；2023 年中国青梅行业产量为 42.9 万吨，同比增长 21.1%;2024 年,中国青梅行业产量为 39.2 万吨,同比下降 8.6%。

2020—2024 年青梅行业生产总量及增速



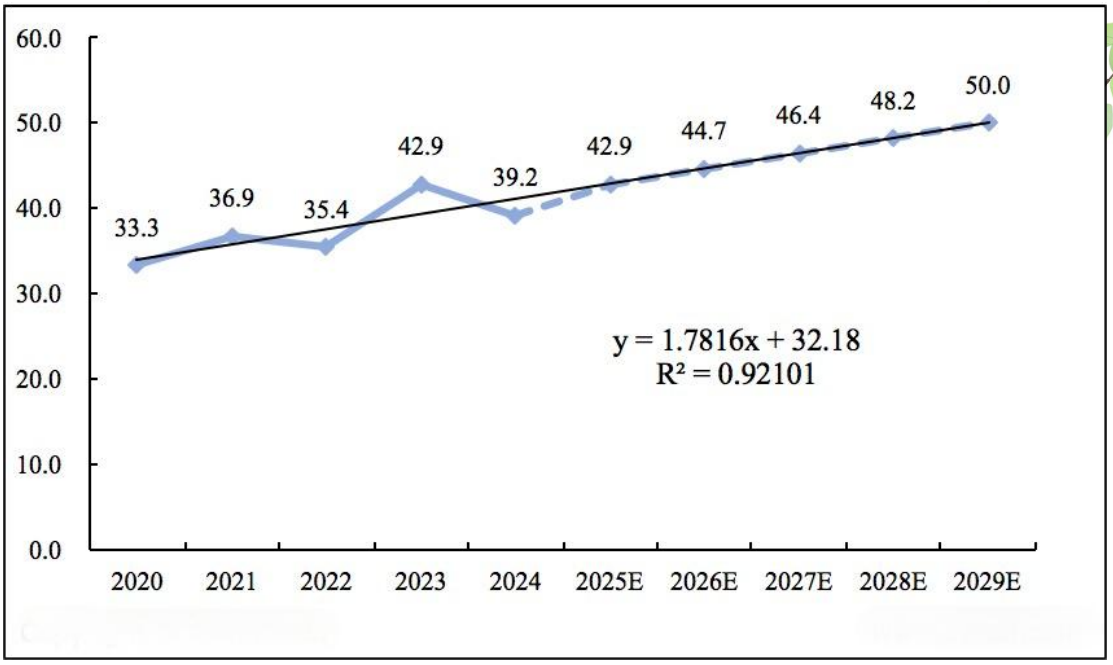
	2020	2021	2022	2023	2024
产量（万吨）	33.3	36.9	35.4	42.9	39.2
增速（%）		10.7%	-3.9%	21.1%	-8.6%

（数据来源：市场调研、中品分析）

2．2025—2029 年中国青梅产品产量预测

从中国 2020—2024 年青梅生产总量的变动趋势来看，整体呈线性变化趋势。本报告对青梅行业的生产总量进行线性拟合，得到线性拟合模型 y=1.7816x+32.18，R2=0.92101，判别系数 R2 接近 1，说明线性模型的拟合度比较高。根据拟合模型计算出 2029 年中国青梅生产总量将达到 50 万吨左右。

2025—2029 年青梅行业生产总量及增速预测



（数据来源：中品分析）

（三）青梅产业区域分布

1．中国青梅企业数量规模

随着青梅市场需求的不断增长，青梅相关的种植和加工企业数量逐年上升。据不完全统计，目前中国涉及青梅种植、加工、销售的企业数量已有数千家，涵盖从种植基地到深加工产品的多个环节。企业的规模差异较大，既有大型的种植和加工企业，也有一些地方性的小型家庭式企业。

2．企业区域分布与产业集群

中国青梅种植和加工企业的区域分布呈现出明显的集中趋势，主要分布在青梅的种植地区，例如：

广东省：广东省是中国青梅产业的重要发展区域之一，得益于其温暖的气候条件和丰富的土地资源，青梅种植在该省有着广泛的分布。主要产区和加工企业集中在汕尾市、潮州市、揭阳市、梅州市等粤东

区域是主要的青梅种植和加工区域，广州、韶关、云浮等地也有一定的产业基础。

福建省：福建省也是中国青梅的传统产区之一，得益于该省丰富的山地和湿润的气候条件，青梅产业在福建省得到了较好的发展。福州市、漳州市、南平市、龙岩市等地是青梅种植的重点区域。

浙江省：浙江是中国青梅的主产区之一，特别是杭州、金华、温州等地，青梅的种植面积较大。许多青梅种植和加工企业都位于浙江省，且该省的青梅产业发展较为成熟，产品种类丰富。

云南省：云南省的青梅种植以洱源县为核心产区，该县是全国唯一的果梅基地示范县。此外，丽江、腾冲、鹤庆等地也有分布。洱源青梅产业链完善，“洱源梅子”获国家地理标志认证，加工品远销海外。

四川省：四川省的青梅产业起步较晚，但近年来随着市场需求的增加，四川省的青梅种植面积和加工企业数量有所增加，尤其是在成都、雅安、乐山等地。

江西省：江西是另一个青梅的重要产区，青梅的种植历史悠久，且企业数量较多，主要集中在赣州、吉安等地。江西的青梅加工产品在全国市场中占有一定份额。

六、行业供需平衡分析

（一）青梅供需平衡现状

总体来看，青梅产业的供给在大多数年份能够满足国内市场的需求，但在一些特殊年份（如气候异常年份或市场需求急剧增加时），

可能出现短暂的供应不足或价格上涨的情况。特别是在高品质青梅的供给上，由于种植技术和品种的差异，部分市场对优质青梅的需求可能未能得到完全满足。

（二）影响青梅供需平衡的因素

青梅的种植周期较长，且受气候、土壤等自然条件的影响较大，因此，部分年份可能会出现产量波动。当青梅的质量及数量水平不能满足下游应用领域的需求时，青梅价格有下滑的压力，市场需求有减少趋势；当青梅的质量和数量能够满足下游应用领域，市场需求旺盛时，此时企业应扩大技术研发和市场宣传力度，抢占市场份额。

（三）青梅供需平衡趋势预测

随着青梅产业的持续发展，预计青梅的供给能力会逐步增强，尤其是在高品质青梅的种植和加工方面。通过引进先进的农业技术和提升种植管理水平，青梅的产量有望得到稳定保障。同时，随着消费者对健康食品的需求不断增长，青梅产业的需求也将继续扩大，市场供需平衡逐步得到改善。呈现的特点为：总体上升趋势，产销量都将有较大幅度的增长。

通过国内青梅市场的调研及预测，青梅行业呈现产销量持续增长，但供需将呈现波动趋势。预计 2028 年后，国内青梅行业将呈现基本的供需平衡，高端市场份额逐步增大，行业供需逐渐平衡；国内青梅市场，增速逐渐趋缓，行业逐渐成熟，呈现新的供需平衡点。

七、青梅产业龙头企业研究分析

（一）重庆江记酒庄有限公司（梅见青梅酒）

1．企业基本情况

梅见是重庆江记酒庄有限公司推出的青梅酒品牌，于 2019 年面市，属于江小白酒业旗下产品。

2019 年，江记酒庄发布全新品牌“梅见”，并推出了品牌首款产品“梅见梅酒”，也就梅见品牌目前普及范围最为广泛的“白梅见”。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	500381000017047
公司类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
行业	酒、饮料和精制茶制造业
注册地址	重庆市江津区白沙工业园兴盛路 21 号
联系方式	13983383477
经营范围	一般项目：生产、销售：食品、酒类、饮料；货物及技术进出口业务，信息技术咨询服务，会议及展览服务，旅游开发项目策划咨询，智能农业管理，组织文化艺术交流活动，农业园艺服务，广告设计、代理，广告制作，农业机械服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

梅见采取了多产区跨品种融合技术，通过独特的跨产区多梅种调和技术，在大产量的基础上也能形成一个稳定的口味，这则是在品质方面的护城河。

梅见的口感以酸甜为主，度数不高，非常适合成为佐餐酒，可以搭配麻辣油腻的火锅、小龙虾、串串、烧烤等餐饮场景；在产品设计上，梅见的产品形态跟威士忌很像，通过外形就锚定了威士忌的中高端价格带，也提供了年轻消费者所需要的氛围感和高级感。

公司主要产品信息

产品名称	产品图示	产品介绍
【白梅见】 青梅原味		零售价:88/元 酒色金黄,淡雅梅香与花果香口感酸甜清爽,唇齿生津一饮而下,预约味蕾。 香味:淡雅 口感:清爽 酒精度 12%vol 净含量 750ml
【金梅见】 烟熏风味		零售价:188/元 酒色琥珀,浓郁梅香与蜜香,口感酸甜醇厚略带乌梅独特的烟熏味,口味悠长,轻饮小酌,细品时光。 香味:浓郁 口感:醇厚。 酒精度 14%vol 净含量 750ml
【蓝梅见】 南高梅		零售价:598/元 酒色晶莹深琥珀色,梅香浓郁高扬,与焦糖香、杏仁香交织,口感酸甜浓醇,回味无穷,轻酌一口,口齿生津,余韵绕梁。 香味:浓郁高扬 口感:浓醇 酒精度 20%vol 净含量 750ml

【西岭梅见】		零售价:198/元 清澈通透,色如琥珀,仿佛梅枝间的黄昏。 饱满梅香与杏仁香叠加融合,余韵悠长。 感酸香醇厚,滋味繁复美妙。 香味:酸香 口感:醇厚 酒精度 15%vol 净含量 750ml
【茶梅见】梅见大师茶梅酒		零售价:268/元 清澈通透,色如琥珀,蜜兰花香与梅的酸甜、叠加融合,余韵悠长。口感酸甜醇厚,可在梅酒的余味中,感受茶单宁的微涩与芬芳,滋味繁复美妙。 香味:浓郁高扬 口感:浓醇 酒精度 14%vol 净含量 750ml

（资料来源：中品分析）

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	6.68	9.57	9.20	10.10	10.52

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

梅见采用“线上+线下”相结合的销售渠道。得益于江小白自身在互联网营销上的优秀基因，梅见在网络营销上不断发力，通过年轻化的外包装、营造故事感等方式吸引消费者。梅见在发力线上渠道的同时，也没有忽视线下渠道，覆盖越来越多的网红餐饮店、特色餐饮

店、商超、便利店等。尤其是传统的餐饮门店，梅见长期主动在合作餐饮店举办“雅宴”，在赋能和回馈合作店时，也带动其他店的加盟。以餐饮为原点，通过餐饮团购、渠道餐饮化、团购餐饮化的增长飞轮，梅见构建起了较为完善的渠道。

梅见以可持续的增长趋势，已在青梅酒销售市场占据头牌，成为新酒饮赛道的引领者。而梅见的成功，在于不断地跟年轻群体保持线上和线下渠道的交互联动。

6．核心竞争力

梅见几乎走遍了中国的青梅产区，历经 1700 多次风味研究测试，最终选定了十大梅种。如今，梅见分别在广东普宁、四川大邑、福建诏安和云南洱源建立起属于自己的青梅种植基地，也建立了研究院和研发体系。

通过自建种植基地，梅见出品的青梅酒能最大化地保留产地源头的风味，譬如主打的原味白梅见，采用的便是广东普宁的青梅果，蓝梅见则是采用四川大邑种植的南高梅。

基于研发体系和基地的优良品种，梅见希望能够从自身经验出发，推动青梅酒行业高质量发展。

工艺方面，梅见采用的是 90 天糖渍工艺缓慢出汁，保留纯粹青梅滋味。基酒选用的单纯高粱酒，跟其他白酒比起来口感更纯净，杂味更少，能更好地跟青梅融合，达到酸甜平衡，没有杂味，使得青梅的味道得到更好的展现。

品质方面，为保证青梅完美品质，梅见舍弃传统竹竿敲打梅果的

方法，所有的青梅果均是手工采摘，以此确保果皮表面完整无伤。72小时内运送到酿造酒厂之后，还要经过6次严格的人工挑选，淘汰掉果径不足32mm、成熟度低于90%的青梅，留存下来的梅果才能进入最终的泡制环节。

7．企业最新发展动态

2024年年末，“江小白”品牌母公司发生工商变更。国家企业信用信息公示系统显示，公司名称由重庆江小白酒业有限公司（下称“江小白集团”）变更为重庆瓶子星球酒业集团有限公司（以下简称瓶子星球集团）。更名后的重庆瓶子星球酒业集团有限公司由Joyboy Limited全资持股。公司方面回应媒体表示：“这代表集团从以白酒产品为主导的业务，升级为以低度新酒饮为主导的蓝海战略，全面All in新酒饮时代。”

（二）溜溜果园集团股份有限公司（A轮）

1．企业基本情况

溜溜果园集团股份有限公司是致力于青梅科研、种植、加工、营销于一体的现代化集团企业，是中国青梅全产业链领军企业。集团总部位于安徽芜湖，旗下拥有安徽、福建、广西三大生产制造基地。溜溜果园集团是农业产业化国家重点龙头企业，并荣膺中国轻工业百强企业、国家级绿色工厂。

溜溜果园集团秉承“让世界共享‘梅’好”的企业使命，坚守“让青梅食品成为主流”的战略目标，不断探索青梅价值，丰富青梅食品品类，构建青梅休闲食品、青梅饮品及青梅大健康产品体系。溜溜果

园旗下青梅零食代表品牌——“溜溜梅”向消费者传递“酸一点，吃溜溜梅！溜溜梅，含有多种天然有机酸”的品牌诉求，产品销售覆盖全国，并远销美国、澳大利亚、俄罗斯、日本、韩国、东南亚等多个国家与地区。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	340222000013747
公司类型	其他股份有限公司(非上市)
行业	食品制造业
注册地址	安徽省芜湖市繁昌区繁昌经济开发区中江路 3 号
联系方式	18053307967
经营范围	食品生产（包括以青梅为原料的果酒、食品、饮料的生产；水果和坚果加工；果蔬汁及果蔬汁饮料制造；果浆、果酱制造；果冻、糕点、糖果巧克力制品、藻类制品、水果干制品、蔬菜干制品、调味品、发酵制品、蔬菜制品（酱腌菜）的生产、加工）；初级农产品销售；预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售；文化用品、工艺品（除文物）销售；经济果蔬类农产品种植；梅种苗、梅资源谱研发；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

溜溜果园集团首推中国梅产业“531 工程”，规划五年时间在全国 1000 个乡镇推广青梅种植 100 万亩，惠农 100 万户。目前溜溜果园已经在安徽、福建和广西建立三大青梅生产加工基地，带动苏、浙、

皖、闽、粤、云、桂、川等地区发展青梅种植。

公司主要产品信息

产品类别	产品图示	产品介绍
溜溜梅		溜溜梅聚焦青梅品类，现有雪梅、绿茶青梅、乌梅、话梅、脆青梅、梅饼等热销口味。各风味化青梅口味持续推出。
梅冻		梅冻选用天然食材，鲜果生榨，天然原浆看得见！天然原料 Q 弹不滴水！0 防腐剂、0 人工色素、0 脂肪，好吃又健康饭后甜点，休闲代餐，大人小孩都爱吃。
零添加西梅		优选 100%法兰西树熟西梅，黄金甜酸比，汁水更足，口感更好，营养更佳！0 添加，配料只有西梅！富含膳食纤维、天然抗氧化成分，对于便秘有奇效，天天吃好畅快！
青梅制品		溜溜梅青梅制品均选用高山 A 级优质大青梅，经过系列工艺制作，形成各种口感不一，风味不同的产品；可以配备糕点、咖啡、茶品等等，组合出各种惊艳的口味新品；跨界联名合作如伊利、好利来、一点点等知名品牌，作为饮食品牌研发原料，带来丰富的产品口感。

（资料来源：中品分析）

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	5.67	6.74	8.18	8.65	9.00

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

通过创新的渠道布局和精细化的合作模式，溜溜梅致力于为经销商创造更多的市场机会，并推动品牌向更广泛的消费群体渗透。

（1）全产业链优势驱动，精准实施渠道定制策略。

在面对零食店、折扣店、商超直营等多元化市场趋势时，众多品牌为维护渠道价格和市场竞争力，常采用产品区隔策略，但实际效果并不理想。产品区隔易导致品牌资源的分散，难以形成规模效应，同时，消费者也可能因为品牌信息的混乱，降低信任度。而溜溜梅则凭借其深厚的产业链能力杀出重围，不仅掌握了原料采购至生产加工全流程，建立了严格的质控体系，保障产品品质统一。同时，还推出渠道定制工坊，通过上下游紧密合作，实现定制产品开发。这种能力使得溜溜梅能够根据不同渠道消费者 TA 特性，灵活调整产品规格、包装设计以及推出定制款产品，例如针对以中产人群为主的山姆会员超市共创单品“皇梅”而针对流通渠道则开发了乳酸菌水果口味梅冻、贵州酸辣糟糟梅等。通过精准把握不同渠道的特点和消费者需求，溜溜梅成功地将产品差异化策略与渠道定制策略相结合，实现了销售渠道的多元化和产品的精准定位，不仅平衡了传统经销商渠道和新兴渠道，消除了经销商痛点，助力其销量提升，还提升了品牌影响力和市

场份额。

（2）高势能网点的产品全覆盖，反哺流通市场。

高势能网点的产品全面铺展，犹如一股强劲的推动力，反哺并激活了整个流通市场。在这些线下渠道中，货架不仅是商品的陈列之所，更是品牌风采的展示舞台，尤其当网点坐拥庞大客流量时，它们自然而然地转化为了品牌传播的强大势能。回顾过去的两年，溜溜梅与山姆会员店、胖东来、盒马鲜生等高势能零售巨头携手共创，打造合作新模式，不仅为品牌带来了销量攀升，更重要的是，它强化了消费者对品牌的认知，这种正面效应为经销商的业务注入了全新的活力与增长动力。不少经销商在与新经销的交流中坦言，近年来他们明显感受到溜溜梅产品在传统销售点的流转速度加快，动销表现强劲。这无疑是对高势能网点策略成功实施的有力佐证。

（3）明星大单品战略，赋能经销商业务。

在消费者品牌认知不断强化的今天，对于经销商来说，一线品牌是实现生意的核心载体和资源，只有聚焦核心大单品，才能构建与门店稳定的合作关系，继而为门店提供深度运营服务，尤其是，当零售正在从过去的经营货架，转向经营商品、经营顾客时，这一点愈发重要。只有真正的强心智品牌才能抓住顾客。而溜溜梅凭借集合供应链资源、产品研发、品牌打造的能力，持续推出大单品，以四大品类创新不断丰富产品矩阵资源，打造最优品类组合，让经销商有了生意稳定增长的支撑。

营销为主：年轻化战略引领市场潮流在溜溜梅的“生态协同引擎”

中，精准营销是推动品牌年轻化和市场拓展的关键部分。随着年轻消费者逐渐成为主流购买力，溜溜梅通过一系列创新的营销策略，进一步提升了品牌的市场影响力与消费者心智。

代言人战略：借力明星效应，塑造品牌形象时代少年团作为当下备受瞩目的年轻偶像团体，其粉丝群体庞大且活跃，与溜溜梅的目标受众高度契合。双方携手不仅赋能了品牌曝光，同时，通过魔性广告宣传、周边定制、代言人礼盒打造，溜溜梅成功地与年轻人玩在一起，建立起深厚的情感链接。

社交媒体与全渠道联动：深度融合线上线下，助力终端动销在数字化时代背景下，溜溜梅利用线上社交平台（微博、小红书、抖音等）和直播带货等手段，实现了线上线下营销的深度联动。品牌通过大量数据监测与实时反馈，不断优化推广策略，确保精确触达目标受众。在 2024 年春节期间，溜溜梅凭借梯媒广告，实现 4.87 亿人次的高效触达，曝光量突破 38 亿。同时，线上媒体矩阵同步推广，加深人群渗透，曝光量达 1.5 亿次，促进品牌百度指数、抖音搜索量及店铺访问量显著增长。

与此同时，溜溜梅突破传统年度发布模式，实施季度化新品策略，通过每季度爆品策略，快速响应市场变化，并利用分阶段营销模式——从春季上新、旺季促销到夏季爆品，再到 CNY 等关键节点，全程不断地为终端输送新鲜产品和推广资源。

此外，溜溜梅还规划了每月上千场 CP 活动，覆盖校园、KA 商超、CBD 等重点渠道，为经销商提供持续的销售动能和品牌支持。溜溜梅

的“生态协同引擎”不仅为品牌自身注入了持续增长的动力，也为整个零食行业提供了一种全新的发展模式。

6．核心竞争力

坚守初心，创新驱动，塑造健康零食新边界青梅，作为溜溜梅开拓市场的关键性品类，一直是其不断探索的重点。而今年，溜溜梅更是大胆走出舒适圈，从地域切入，为消费者送上了一份青梅搭子地域图鉴。通过探索不同地域的鲜果优势，溜溜梅首创寻味‘梅’好中国系列产品，将当地特色鲜果巧妙融合天然青梅原料，打造出“上海黄桃 QQ 梅”“台湾凤梨啵啵梅”以及“海南芒果抱抱梅”等口味产品。

在持续创新的过程中，溜溜梅始终秉承天然健康的产品基础“信任状”，不仅使用市面上最优质的 A 级青梅，同时引进世界级先进工艺技术，甄选全球天然健康原料。比如，新推出的春季爆款口味梅冻，分别选用当季备受消费者推崇的奶油草莓及阳光青提，鲜果榨浆，以“1 包梅冻≈5 颗草莓/10 颗青提”传递甄选天然健康食材的理念。

7．企业最新发展动态

2025 年溜溜梅春季新品发布会暨全国经销商大会于 2 月 18 日在合肥召开，以“梅”好新势力释放其在零食行业的巨大潜力。此次发布会，溜溜梅推出了 7 款全新产品，覆盖从传统口味到新颖风味的多元化选择，力求满足不同消费者的个性化需求。

（三）福建省诏安福益食品有限公司

1．企业基本情况

创办于 2005 年的福益食品有限公司，位于盛产优质青梅而著称

的青梅之乡—福建·诏安；是一家全心专注于青梅生产的科研企业。公司拥有近百亩工业园区，无公害青梅种植基地 5000 余亩，及一支高素质管理人才及技术研发团队，年生产销售青梅制品过万吨，是致力于生产、研发、销售、服务为一体的综合型企业。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	350624100002183
公司类型	有限责任公司(自然人独资)
行业	食品制造业
注册地址	福建省漳州市诏安县太平镇景坑村城畔 588 号
联系方式	15759606120
经营范围	许可项目：食品生产；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：包装专用设备制造；货物进出口；技术进出口；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；农副食品加工专用设备制造；食品销售（仅销售预包装食品）；农副产品销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

公司主要产品信息

产品类别	产品图示
休闲零食	 日式梅饼 Preserved Plum 干し梅 规格：袋装、瓶装、散装 产品说明：自然阳光晾晒，口感层次丰富果香浓郁、果肉细腻绵糯、酸甜适中、无添加防腐剂  陈皮梅饼 Preserved Plum Tangerine Peel Flavor 陳皮干し梅 规格：袋装、瓶装、散装 产品说明：酸中带甜，肉厚饱满，口感Q弹  梅 片 Plum Sheet Original/Perilla 梅シート(持ち味、陳皮味) 规格：袋装、瓶装、散装 口味：原味、陈皮味、紫苏味 产品说明：鲜梅肉添加，酸甜可口，清新梅香，入口软柔  老梅干 Pitted Dried Plum (Original/Sweet Olive/Rose/Jasmine) 干し梅(持ち味、ジャスミン風味、バラ風味、キンモクセイ風味) 规格：袋装、瓶装、散装 口味：原味、桂花味、茉莉味、玫瑰味 产品说明：梅酸花香，口感酸爽  苏式话梅 Preserved Plum(Suzhou Huamei) 蘇州式種付き干し梅 规格：袋装、瓶装、散装 产品说明：经典酸甜梅味，口感软糯适中，梅果初味，舌尖酸甜  广式话梅 Preserved Plum (Cantonese Li Hing Mui) 広東式干し梅(持ち味、黒砂糖味) 规格：袋装、瓶装、散装 口味：原味、黑糖味 产品说明：梅香浓郁，溜酸爽口，润口生津  酸梅汤固体饮料 Sour Prune Drink Powder Cube（Jasmine/Rose） 梅ジュース固形飲料(持ち味、ジャスミン風味) 规格：袋装、散装 口味:茉莉味、玫瑰味 产品说明：酸甜爽口，去油解腻，清爽解暑，生津解渴  青梅果冻 Plum Jelly 梅ゼリー 规格：袋装、瓶装、散装 产品说明：经典酸甜梅味，口感软糯适中，梅果初味，舌尖酸甜  雪 梅 Glazed Salted Plum 砂糖がけ梅干し 规格：袋装、散装 产品说明：晶莹剔透，果肉绵密酸爽解腻，增添滋味

	 梅 丹 Plum Sprinkles(Original/Tangerine Peel/Honey) 梅丹(持ち味、陳皮味、蜂蜜味) 规格：袋装、瓶装、散装 口味：原味、陈皮味、蜂蜜味 产品说明：生津开胃，消食解腻  玻璃芯糖 Crystal Candy (Rose/Lemon) 梅キャンデー(バラ風味、レモン風味) 规格：袋装、瓶装、散装 口味：柠檬味、玫瑰味 产品说明：梅肉添加，酸甜不腻  黑糖话梅糖 Brown Sugar Plum Candy 黑砂糖梅キャンデー 规格：袋装、瓶装、散装 产品说明：话梅果肉结合黑糖的焦香口感香甜酥脆
保健食品	梅精浓缩丸、青梅精饮品
酒水饮料	青梅酒、气泡酒
调味品/原料	原味梅粉、原味梅酱、陈皮梅酱、酵素青梅汁、酵素乌梅汁、咸水梅、干湿梅、去核梅干、话梅干

（资料来源：中品分析）

目前福益旗下拥有“梅花果子”“梅精”等多个自有品牌，专注于健康食养生活，做青梅文化的传播者，让青梅食品成为国人均衡饮食里的重要一环，为成就“百年福益，百亿福益”的伟大愿景持续发力。

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	0.57	0.59	0.48	0.55	0.60

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

公司引进国内外先进生产设备，结合独特的生产工艺，严格的生产管理流程，先后取得 ISO22000、HACCP、BRC、SGS、CIQ 等管理体系认证，凭借高品质的产品质量和强大的研发能力为国内各大知名企业提供优质的 OEM 服务，产品远销日本、美国、泰国等多个国家，成

为国内青梅业界及国外多个市场的行业标杆。

2010 年发力外贸渠道，国内国际同步发力，产品远销欧美、日本、东南亚等国家及地区，成功在海外建立起自己的行业壁垒。

2013 年开启 OEM 渠道，与零食头部品牌达成战略合作关系，充分发挥资源优势，双向赋能强强联合，从而打开多渠道销售和新市场。

6．核心竞争力

现有位于青梅之乡福建诏安的生产研发基地，以及位于经济特区鹭岛厦门的营运中心，两地交互式体系，建立起专业化品牌化的全渠道产销网络。公司拥有超百亩生产加工园区，5000 余亩无公害青梅种植基地与一支技术精湛的研发团队和高素质的经营管理团队。

始终将产品质量视为企业生命线的福益食品，并连续多年经过 535 项农残检验合格，先后通过 HACCP、SGS、 ISO22000、 BRC、CIQ 等多项先进管理体系认证，青梅制品远销日本、东南亚、欧美等地。与中石油、中石化、同仁堂、建发集团、无印良品、屈臣氏、良品铺子等众多知名企业建立了稳定长远的合作关系。

经过三十余年的发展与沉淀，福益食品多次斥巨资引进国内外先进设备，结合独特的生产工艺，将好梅的标准统一化，被政府授予省级重点龙头企业等诸多荣誉称号，其中明星产品青梅精更被福建诏安政府列为非物质文化遗产。

7．企业最新发展动态

经过几十年的发展，已成为年销售量超万吨的综合型企业。2020 年 1 月入选为“福建省农业产业化龙头企业名单”。

（四）宜宾五粮液仙林生态酒业有限公司（吾调青梅酒）

1．企业基本情况

宜宾五粮液仙林生态酒业有限公司（以下简称公司）系宜宾五粮液股份有限公司的子公司，成立于 1998 年，是五粮液酒业三大板块之一。公司主要生产、销售露酒、果酒、葡萄酒，是一家综合型果露酒企业。目前已成功构建五粮本草+仙林、亚洲的“1+2”品牌矩阵。

公司现有三个灌装生产区，一个洁净度达十万级保健食品 GMP 生产车间，十四条生产线及配套的果露酒生产、检测设备设施，并通过 ISO9001 和 HACCP 双体系认证，全方位把控产品品质。建有中国露酒产业文化科技创新中心、郭宾大师酒体设计工作室，人才实力雄厚。

公司承载着高质量发展五粮液果露酒板块新增长点重任，矢志坚持“中国生态果露酒传承者”的定位，致力“五谷为养、百草为益、五果为助、自然天成”的品质理念，弘扬“和美共融”的核心文化理念，全力迈向“尊崇生态，打造世界果露酒一流企业”的高质量发展之路。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	511500000001751
公司类型	其他有限责任公司
行业	酒、饮料和精制茶制造业
注册地址	宜宾市岷江西路 150 号
联系方式	8031-3565330
经营范围	生产经营酒类，经营酒类相关辅助产品、饮料，水果种植，进

项目	信息
	出口业务，互联网零售，广告设计制作、代理、发布。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

公司主要产品信息

产品名称	产品图示	产品介绍
仙林大枣酒		【产品信息】 产品度数：10%vol 产品规格：375ml×6 【产品工艺】精选优质大枣、青梅为原料，经独特工艺精心酿制而成，将大枣的香甜、青梅的酸爽互为补充，形成果香馥郁芬芳、入口酸甜爽口的独特品质。 【产品特点】酒体呈黄色，具有大枣、青梅果香与酒香的复合香，诸香协调，酒体丰满、优雅细腻，酸甜适宜，独具风格。 【产品定位】年轻人的酒，满足不嗜白酒群体、女性、Z 世代消费人群的朋友聚会、个人小酌需求。建议零售价 38 元/盒。 【消费场景】朋友聚会、个人小酌、青年交友赠送。 【广告语】慢生活从此开始 【产品卖点】包装风格讨喜，酒体利口低度舒适，满足微醺需求，既适合社交场景又适合个人独酌，应用场景多元。

青梅宝贝-鲜梅酒		【产品信息】 产品度数：8%vol 产品规格：500mL*6 【产品工艺】采用四川大邑优质青梅果、安岳优质柠檬为原料，经传统工艺研制而成。融合柠檬清新果香与青梅果香于一体，香气清新愉悦、口感香甜顺滑，独具复合果酒风味。 【产品特点】黄色，澄清透明，具有青梅果香与醇香的复合香，香气协调舒适，酸甜适宜，余味舒适。 【产品定位】年轻人的酒，女性消费群体的朋友聚会、个人小酌需求。建议零售价 48 元/盒。 【消费场景】朋友聚会、个人小酌、送礼。 【广告语】青梅宝贝·喝出鲜美味 【产品卖点】包装风格讨喜，酒体利口低度舒适，满足年轻消费群体追求微醺放松的消费需求，既适合社交场景又适合个人独酌，应用场景多元，比如与火锅、烧烤等各种餐饮搭配饮用等。
舒醺巧克力威士忌梅酒		【产品信息】 产品度数：10%vol 产品规格：375ml×6 【产品工艺】舒醺巧克力威士忌梅酒是以青梅发酵原酒、威士忌为基酒，加入药食同源物质研发生产的低度配制型果酒产品。 【产品特点】产品包装突出简约、大气风格，融入年轻、时尚、明艳的风格，视觉和手感趋于“中西结合”，满足“颜控”的审美需求，尤其是黄、绿两种包装色系分别对应巧克力和薄荷风味。舒醺带着干果、植物的香味，口感芬芳甘洌、圆润

		绵柔。同时具有消费者喜爱的巧克力风味，相比其他传统果酒产品，舒醺对年轻消费群体更具吸引力。 【产品定位】花式威士忌，建议零售价 68 元/盒，满足年轻人、女性、新生代消费人群的需求。 【消费场景】朋友聚会、自饮。 【广告语】别样风味，自在舒醺。 【产品卖点】包装有范、低度舒适、风味讨喜、香甜润喉。
舒醺薄荷威士忌梅酒		【产品信息】 产品度数：10%vol 产品规格：375ml×6 【产品工艺】舒醺薄荷威士忌梅酒、巧克力威士忌梅酒是以青梅发酵原酒、威士忌为基酒，加入药食同源物质研发生产的低度配制型果酒产品。 【产品特点】产品包装突出简约、大气风格，融入年轻、时尚、明艳的风格，视觉和手感趋于“中西结合”，满足“颜控”的审美需求，尤其是黄、绿两种包装色系分别对应巧克力和薄荷风味。舒醺带着干果、植物的香味，口感芬芳甘洌、圆润绵柔。同时具有消费者喜爱的薄荷风味，相比其他传统果酒产品，舒醺对年轻消费群体更具吸引力。 【产品定位】花式威士忌，建议零售价 68 元/盒，满足年轻人、女性、新生代消费人群的需求。 【消费场景】朋友聚会、自饮。 【广告语】别样风味，自在舒醺。 【产品卖点】包装有范、低度舒适、风味讨喜、香甜润喉。

仙林-青梅酒		【产品信息】 产品度数：10%vol 产品规格：375ml×6 【产品工艺】精选四川大邑优质青梅为原料，融入药食同源物质重瓣红玫瑰形成独特配方，经传统工艺酿造而成，融合花香、果香为一体，提升酒体风味的同时增加酒体口感的丰富性。 【产品特点】黄色，澄清透明，具有青梅果香与醇香的复合香，香气协调舒适，酸甜适宜，余味舒适。 【产品定位】年轻人的酒，满足不嗜白酒群体、女性、Z 世代消费人群的朋友聚会、个人小酌需求。建议零售价 38 元/盒。 【消费场景】朋友聚会、个人小酌、青年交友赠送。 【广告语】慢生活从此开始 【产品卖点】包装风格讨喜，酒体利口低度舒适，满足微醺需求，既适合社交场景又适合个人独酌，应用场景多元。
樱桃（车厘子）风味青梅酒		【产品信息】 产品度数：10%vol 产品规格：330mL×6 【产品特点】粉色至红色澄清透明，具有酒香青梅果香，香气清新舒适，口感甜润清爽协调，具有本品独特风格。 【产品定位】中高端定位，价格为 128 元/瓶，满足注重生活品质的都市白领、青年精英阶层的需求。 【消费场景】朋友聚会、送礼、商务宴请。

		【广告语】没见，就此不见，你值得拥有更好的。【产品卖点】宜宾全品类产品区域公共品牌——宜人宜礼、抖音乡村守护人——汉源本地人冉可七、五粮液仙林生态——青梅酒品牌“青梅宝贝”联合推荐，将青梅果酒和车厘子相融合，将车厘子的甜融入青梅的酸中，甜中微酸，甜而不腻、酸而不涩，酸甜舒爽、一口微醺。

（资料来源：中品分析）

舒醺牌威士忌青梅酒系列（薄荷威士忌梅酒、巧克力威士忌梅酒）创新性地将果酒与威士忌酒跨界结合，以传统的酿造工艺为基础、现代科技辅助提升产品品质，创造出全新的口味新品种，具备差异化竞争优势的产品，舒醺牌威士忌青梅酒系列产品更加注重口味的协调性、舒适度，更具特色，更能满足消费者的高品质消费需求，给消费者带来了前所未有的消费体验，起到了引领传统果酒消费新潮流的作用。

仙林生态酒业作为五粮液酒业三大板块之一，2024 年营收、利润均实现了较大幅度的增长，高质量发展的底色更亮、成色更足，在产品创新、品牌宣传、市场拓展、国际市场等方面都取得了新的进步。

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	0.82	1.02	0.86	0.75	0.92

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

公司作为五粮液主业的三大板块之一，矢志坚持“中国时尚养生酒引领者”之定位，致力于低度和养生两类产品的研发、生产、销售。

目前公司产品主要以川渝两地为主要市场，辐射于山东，河南，河北，江苏等地。

公司依托岷江之滨得天独厚的生态环境，独具特色的酿造资源，秉承低度，养生，时尚的经营理念，将低度、养生、时尚元素与酒类文化巧妙结合，持续满足顾客愉悦的低度、养生酒需求。践行打造“生态、品质、文化、数字、阳光”高质量发展之路。

6．核心竞争力

（1）研发优势

仙林生态酒业作为五粮液酒业三大板块之一，从 20 世纪 90 年代就率先开展果露酒产品研发相关工作，至今已有 20 余年的果露酒研发、生产、销售经验。先后与四川大学、四川中医学院、四川轻化工大学等院校联合开展多项技术研究合作，积累了丰富的研发经验和先进技术。目前已经研发推出了包括五粮本草酒、龙虎天麻酒、松茸酒、人参酒、青梅酒、石榴酒、五粮气泡酒等 30 余款畅销果露酒产品。

（2）人才优势

建有中国露酒产业文化科技创新中心、郭宾酿酒技能大师工作室，拥有国务院政府特殊津贴专家、全国技术能手、中国白酒首席品酒师、中国酒业科技领军人才代表，国家级白酒评委 1 位、露酒评委 4 位、果酒评委 8 位、葡萄酒评委 7 位、白兰地评委 1 位，省级白酒评委 2 位；副高级及以上职称 4 人，中级职称 27 人，高级技师 27 人，技师 11 人，高级工 32 人，本科及以上高学历人才 116 人，人才实力雄厚。

（3）基酒优势

仙林生态酒业公司坐落于五粮液生态酿酒园区内，具有得天独厚的生态酿酒环境，为公司高品质产品提供天然地理优势。公司露酒产品选用的基酒坚守独有酿造工艺，具备香、甜、绵、净、爽的典型特征，与“药食同源”物质的特有风味有效融合，形成风味全面、各味协调的独特风格。

（4）硬件优势

公司拥有生物技术、现代萃取技术等先进的研发设备以及气相色谱、液相色谱等先进的检验分析设备，拥有三个灌装生产区域，建有发酵、提取、蒸馏等多种工艺的酿造车间、洁净度达十万级保健食品 GMP 生产车间，十四条现代化高速生产线，年产能超过万吨。

（5）质量管控优势

宜宾五粮液仙林生态有限公司秉承“市场为本、匠心至上和酿自然、生态健康”的质量方针，通过 ISO9001 及 HACCP 体系认证，以体系确保产品质量；建立并实施严于国家标准的企业标准；建立一流的检测中心，配有气相质谱联用仪、气相色谱仪、液相色谱仪、原子吸收等先进的检测设备对公司的每一批原料、半成品、成品进行全面的技术分析和严格的检测；质量管理团队技术过硬，经验丰富，拥有高学历人才队伍，为产品质量提供了强大的人才支撑。连续多年产品出厂合格率保持 100%、产品市场抽查合格率 100%，得到市场及消费者广泛认可。

（五）广东佳业食品有限公司

1．企业基本情况

广东佳业食品有限公司位于广东省潮州市湘桥区铁铺镇西陇村，是一家以青梅，佛手、金桔、黄皮、橄榄、柠檬、李子、玫瑰茄等水果原料研发和生产的国家高新技术企业。产品通过 ISO22000 体系，HACCP 体系，FSSC22000 体系等食品安全体系认证，其日式调味梅、梅饼、话梅干等产品远销日本、东南亚、北美及南美等地区。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	445121000009098
公司类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
行业	食品制造业
注册地址	潮州市湘桥区铁铺镇西陇管理区南行园
联系方式	13827315180
经营范围	研发、生产、销售：蜜饯、肉制品、饮料、饼干、罐头、冷冻饮品、膨化食品、薯类食品、糖果制品、果冻、茶叶、含茶制品和代用茶、蔬菜制品、水果制品、炒货食品、坚果制品、可可及制品、焙烤咖啡、食糖、水产制品、淀粉及淀粉制品、豆制品、蜂产品、葡萄酒及果酒、配制酒、其他发酵酒、农副产品收购；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

公司重视创新，持续注重新产品的研发，从 2003 年成立至今，

产品种类已经从最开始少有的几种产品扩展到如今的多个系列产品，丰富的产品线为公司的可持续发展提供了坚实的基础。

公司销售模式以大客户和大型零售卖场等销售渠道为主，同时持续深化和延伸销售网络，不断提升公司销售收入、扩大市场覆盖率。对于主导产品青梅蜜饯系列，公司通过对农户进行技术指导和技术推广，加强蜜饯类原料基地的农业标准化建设，以确保原材料供应和质量。

公司主要产品信息

产品名称	产品图示
佳梅紫苏梅果脯蜜饯休闲零食	
佳梅原味梅片休闲果脯蜜饯	

（资料来源：中品分析）

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	4.32	3.88	3.50	3.66	3.85

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

公司国内外市场销售主要采用厂家直销模式。公司产品主要销往国外，国外市场销售占公司销售总额的 90%以上。公司通过在网上营销、海外设立办事点等方式积极拓展新客户，经常派出销售人员参加印度、俄罗斯、美国、泰国等地区的商品交易会、展销会、订货会等，与众多客户建立广泛的联系。

在国内市场，公司目前主要采用直销等销售渠道，同时逐步开拓网络销售渠道，持续深化和延伸公司的销售网络。国内销售以上海、北京、广州、深圳等主要大中城市的连锁 KA 卖场和便利店渠道为主。

6．核心竞争力

（1）主要原材料基地采购优势

公司由于拥有地理优势当地的农果产品非常丰富，是由当地农民自己种植公司进行统一收购，收购生产时会有严格的质量监控，如此便不存在原材料的短缺或者质量问题。此外，该模式还带动了农业产业化的发展，促进农民增收，具有较强的社会效益。

（2）食品安全保障体系优势

公司自成立之日起即将食品安全，健康、标准化生产作为企业的立身之本和发展目标。根据国家相关法律法规，公司已经取得生产经

营所需的工业产品生产许可证和食品流通许可证，并建立了覆盖原材料采购、产品生产加工和销售流通全过程的质量控制体系。公司专门设立品管部和研发检测中心，对食品残余物分析控制，提高食品安全的保障系数，确保产品质量的一致性和均质化。结合实际生产经营情况，公司制定了《质量手册》，主要包括《食品防护计划》《生产过程控制程序》《产品标识和可追溯性控制程序》《产品防护控制程序》《不合格产品和产品召回控制程序》等以确保产品质量安全；同时，公司通过 ERP 管理系统关注在售商品的保质期，并制定相应的《产品召回制度》。公司从原辅料进场到对外销售整个业务流程加强了对商品质量的控制和管理，明确了原材料采购、生产、流通环节，各岗位职责人员各自的质量管控责任和措施，有效地防范和控制了食品安全质量风险。

7．企业最新发展动态

佳业食品的凉果品牌“佳梅” 是潮州老字号，2010 年成为上海世博会主会馆凉果指定供应商。先后被评为“中国中轻产品质量保障中心全国产品质量监督抽查合格企业”“中国出入境检验检疫协会中国质量诚信企业”“国家高新技术企业”“广东省农业龙头企业”“广东省现代产业 500 强项目之一”“潮州市四梁八柱民营企业”；并获得“潮州市外贸出口企业突出企业三等奖”“潮州食品企业突出贡献奖”“潮州老字号”“潮州市国家税务总局创税大户称号”等荣誉称号。

（六）诏安荣华食品有限公司

1．企业基本情况

诏安荣华食品有限公司成立于 2003 年 1 月，为民营企业有限责任公司，主要经营青梅产品的生产销售。多次被市、县级评为“纳税大户”“经济建设功臣”等。2021 年，公司在诏安连站大道白洋派出所隔壁新建厂区完工，新厂区占地 78 亩，以青梅深加工为主。新厂区总投资 3.2 亿元，总建筑面积约 6 万平方米。新厂区挂牌诏安梅满天下食品有限公司。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	350624100000128
公司类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
行业	酒、饮料和精制茶制造业
注册地址	诏安县太平镇麻寮村
联系方式	13960181000
经营范围	农产品去皮、粉碎、清洗、分级、包装（不含改变其自然性状和化学性质的产品）；蜜饯、凉果、调味梅、青梅酒、其他酒（配制酒）、饮料（其他饮料类）、果酱、果蔬浓缩汁的生产、销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

公司主要经营产品有梅干、调味梅、干湿梅、梅酒等。诏安荣华

食品有限公司是全省青梅产品出口额最大的出口重点企业，现拥有 4 万吨的仓库、10 条千吨级青梅制品生产线，并建有先进的自动化流水线和出口日本级青梅制品标准化生产车间。

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	2.50	3.46	3.50	3.99	4.45

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

荣华食品有限公司产品以出口为主，出口额占到八成。产品销售地遍及日本、韩国、美国等国家，以日本市场为主。

6．核心竞争力

原材料采购优势。荣华食品位于诏安县太平镇，青梅产业是诏安县支柱产业之一。诏安青梅与其他产地青梅相比，其主要特点是果大、皮薄、肉厚、核小、汁多、高产、稳产、酸度高、光泽度高、质地脆嫩、营养价值丰富。公司拥有原材料地理优势，为了确保生产原料，诏安荣华食品有限公司加大青梅收购力度，严控果子质量，提高产品标准。

公司依照《出口食品生产企业卫生注册、登记管理规定的要求》建立符合出口食品生产企业卫生要求的质量体系，对公司员工进行相应的生产管理及卫生标准操作程序等方面的培训。公司的管理全部采用日本模式，完全按照日本农林厚生省的食品加工要求，结合日本成功企业的科学严谨的管理模式，按 HACCP 与 ISO9002 国际质量认证体

系管理企业。同时公司还获得农业农村部全面管理达标证书，荣获省市先进企业、福建省农业产业化龙头企业、重合同守信用单位及漳州市纳税大户等称号。

（七）泉州荣祺食品有限公司

1．企业基本情况

泉州荣祺食品有限公司成立于 1991 年 2 月，从事生姜、青梅等原料的深加工，拥有数十条半自动化流水线生产设备和可容纳 10000 吨生姜、青梅等原料的腌渍车间。公司特色产品盐渍梅、盐渍姜、调味梅、调味姜、青梅酒等，以优质的品质深受国外客户的认可，远销海外市场。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	350500400017643
公司类型	有限责任公司(外国法人独资)
行业	食品制造业
注册地址	福建省泉州市洛江区河市镇霞溪村田当 180 号
联系方式	0595-22033117
经营范围	一般项目：蔬菜、水果和坚果加工；食品进出口；食品销售（仅销售预包装食品）；保健食品（预包装）销售；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；住房租赁；非居住房地产租赁；租赁服务（不含许可类租赁服务）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：食品生产；饮料生产；保健食品生产；调味品生产；酒制品生产；粮食加工食品生产。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开

项目	信息
	展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得在《外商投资准入负面清单》禁止外商投资的领域开展经营活动）

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

2012 年，公司创立了“梅百华”“荣祺梅酒”以及“邦百味”这三个内销品牌。力求以出口的品质，为消费者呈现最好的产品。

公司主要产品图示



（资料来源：中品分析）

荣祺食品同时拥有出口业务，内销完全以出口标准进行要求。采摘后新鲜制作，梅饼结合台湾工艺，实物陈皮浸泡，玻璃阳光房自然无尘晾晒，人工精细去核食用更安全。同时，在外层创意性包裹陈皮粉，在拥有浓郁陈皮香气的基础上结合青梅的酸甜，创造出独特的软糯味觉新感受。对荣祺来说，青梅产品不仅是品牌 30 年积淀的拳头产品，同时也是一种青梅文化。经过多年努力，他们还在产地永泰建立了永泰青梅文化馆，让消费者可以更直观地了解到青梅的相关文化。

“梅百华无核陈皮梅”也被赋予了更深的人文价值，真正做到了“职人栽种、专业加工、行销国际，满足每一个挑剔的口味。”

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	0.91	0.91	0.92	1.04	1.20

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

荣祺食品产品销往国内外多个国家和地区。荣祺食品在台湾创立于 1985 年，为了满足供应市场需求，1989 年开始进入大陆投资，在福建和其他省份陆续成立分厂，以达到多元化的产品开发以及完善的生产供应规模，以出口标准把更好的产品带到国内消费者身边。作为备受海外尤其是日本消费者追捧的健康食品，碱性食材青梅成为了荣祺的重点发力对象。

6．核心竞争力

“梅百华无核陈皮梅”选用青梅之乡福建诏安的优质青梅。公司拥有自有青梅基地，坚持自有梅园管理，从原料采收到成品出货一条龙监管，采取田间契作管理，涵盖土壤分析、施肥管控、农药检验、微生物测量及采收记录全程管控，安全品质尽在掌握。值得一提的是，荣祺不但掌握产地农作物原料核心，还非常注重品质的管理和研发。梅百华前后进行了长达 3 年的品牌市场调查与反馈，才在 2021 年全面升级后以全新的品牌形象面向消费者。

（八）普宁市小梅屋食品有限公司

1．企业基本情况

普宁市小梅屋食品有限公司，成立于 2010 年，位于中国青梅之乡——广东普宁云落沙溪工业区，是一家以青梅深加工为主的大型休闲食品制造企业。公司占地面积约 50 多亩。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	445281000016615
公司类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
行业	食品制造业
注册地址	普宁市马鞍山农场沙溪管区（国道 324 线东侧）
联系方式	0663-2481099
经营范围	许可项目：食品生产；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：初级农产品收购；水果种植；货物进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

公司集专业研究培育青梅优良品种种植、青梅鲜果初加工、青梅制品深加工和销售为一体的现代化农业企业。无论是青梅的种植与嫁接，还是青梅产品的生产加工，小梅屋始终走在技术前沿，不断提升品质，确保每一颗梅子都达到最完美的标准。

公司主要产品图示



（资料来源：中品分析）

普宁小梅屋深耕于青梅深加工产品，借助现代化科技力量打破传统蜜饯果脯高糖、高盐的工艺，制造出符合现代社会对健康诉求的产品。

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	0.65	0.99	0.80	0.88	0.93

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

公司目前主要采用直销销售渠道，并逐步开拓线上渠道，产品销往全球多个国家和地区。公司产品主要销往中国大陆、中国台湾、日本等多个国家，严格执行日本、美国等发达国家的国际性食品安全标准。

6．核心竞争力

原材料基地优势。普宁市是中国青梅原产地，主要产于普宁市西

南部南阳山系的高埔、船埔、大坪、后溪、梅林及铁山系的大坝等地，有“软枝大粒梅”“白粉梅”“青竹梅”“普宁矮白梅”“大青梅”等多个优良品种。当前，普宁市正以青梅产业链“链长制”为主抓手，继续按照产业链相关规划部署项目建设，围绕种质资源、标准化种植、现代化加工、区域品牌建设、数字供销、农旅融合发展等，进一步做大做强青梅产业链、擦亮普宁青梅品牌。公司产品受到了市场的广泛认可，并带动当地青梅产业的发展。

普宁市小梅屋食品有限公司是一家以研发、生产与销售休闲食品的企业，普宁市小梅屋食品有限公司引进先进设备和技术人才，从产品体系设置、品牌自身定位、营销策略拉动等环节严格把控，为公司的可持续发展提供了坚实的基础。

（九）云南大理洱宝实业有限公司

1．企业基本情况

云南大理洱宝实业有限公司是一家专业从事梅子、核桃、木瓜基地建设及系列产品的研究开发、生产加工和销售为一体的省级重点龙头企业。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	532930100000023
公司类型	其他有限责任公司
行业	农副食品加工业
注册地址	云南省大理白族自治州洱源县茈碧湖镇茈碧湖畔
联系方式	13618722505

项目	信息
经营范围	许可项目：食品生产；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：新鲜水果批发；新鲜水果零售；新鲜蔬菜批发；新鲜蔬菜零售；初级农产品收购；食用农产品初加工；农副产品销售；塑料制品制造；塑料制品销售；劳务服务（不含劳务派遣）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

公司主要利用梅乡丰富的梅子、木瓜、核桃等资源优势，先后研发生产了洱宝话梅、冰话梅、雕梅、鲜梅醋、大理情精品青梅酒、雕梅酒、青梅爽饮料、木瓜饮料、洱宝核桃乳等 120 多种系列产品。

公司主要产品图示



（资料来源：中品分析）

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	0.25	0.29	0.42	0.48	0.56

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

洱源县已发展梅子基地数十万亩，被誉为“中国梅子之乡”，云南大理洱宝实业是梅乡专门从事梅子精深加工的现代化企业，有着二十多年的制梅经验，公司采用线上与线下相结合的销售模式，将产品销往全球多个地区。

6．核心竞争力

公司被州委、州人民政府等部门认定为“大理州高原特色农业十大领军企业”；被云南省人民政府授予“云南省农业产业化经营优秀龙头企业”“云南省政府打造世界一流绿色食品牌 20 佳创新企业”；云南省第一批县域经济工业特色产业重点企业；云南省第一批 100 户重点农产品加工企业；被省林业厅、农业农村厅认定为“省级重点龙头企业”；被省科技厅等七部门认定为“省级企业技术中心”“云南省创新型试点企业”“云南省农产品深加工科技型企业”；被农业农村部认定为“农产品加工企业技术创新机构”；被国家林业和草原局命名为“全国经济林产业化龙头企业”；被中国绿色食品协会评为：“全国绿色食品示范企业”。

（十）漳州市顺兴达食品有限公司

1．企业基本情况

漳州市顺兴达食品有限公司于 2013 年 3 月建成投产，注册资金 1000 万元，占地面积 60 亩，总投资约 5000 万元。目前公司有员工 250 多人，专业技术人员 50 多人，农民工 180 余人。公司是以青梅采购、加工、销售为一体的民营企业。

2．组织架构

公司工商信息

项目	信息
工商注册号	350624100012108
公司类型	有限责任公司(自然人独资)
行业	农副食品加工业
注册地址	福建省漳州市诏安县四都镇上湖村上湖 888 号
联系方式	13960101966
经营范围	水产品加工；蜜饯、罐头食品生产；新鲜水产品、畜禽、果蔬收购、销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务，但是国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（资料来源：国家企业信用信息公示系统）

3．产品结构及市场表现

公司主要采用“企业+农业+农户”的经营模式，主营产品有干湿梅、梅干、梅饼和梅酱等系列产品。顺兴达青梅生产加工生产流水线上，新鲜采摘来的青梅在经历一道道清洗、分级、腌制、曝晒、挑拣等制作程序后，被精心分装成“顺心梅”梅制品，继而销往全国各地和海外市场，打响“中国青梅之乡”的地标名片。

4．产销及经营状况

公司营业收入情况

	2020	2021	2022	2023	2024
营业收入（亿元）	0.28	0.72	0.68	0.77	0.86

（数据来源：中品分析）

5．销售网络

公司产品畅销广东、浙江、福建、甘肃、北京、浙江、深圳等国内 18 个省市，也广泛出口于日本、泰国、马来西亚、新加坡等国家和地区。

6．核心竞争力

目前，公司已建立完善的产品质量可追溯体系，为新产品研发提供了强有力保证。公司采用全封闭的恒温无尘生产车间进行生产，并配备先进的生产设备和无菌仓库。公司严格按照绿色食品标准建设青梅基地，严格按照绿色食品管理技术规范开展青梅生产，不仅源头条件按照绿色食品生产要求，而且所产青梅品质优异、质量安全。

7．企业最新发展动态

2018 年，公司被中国食品企业社会责任年会组委会评定为“2018 社会责任百强企业”；同年，公司获得“第十九届中国绿色食品博览会金奖”“2019 优质产品口碑金奖”称号。2019 年，公司被福建省财政厅、福建省农业农村厅、福建省发改委等单位联合评定为“福建省农业产业化省级重点龙头企业”单位。

八、行业竞争格局

（一）重点青梅企业市场份额

青梅行业经过多年的发展，行业已经完全市场化，竞争充分。目前青梅产业企业数量较多、进入门槛低、规模小，单一企业市场份额较低，行业集中度不高。

中国重点青梅企业营业收入

排名	厂商（或品牌）	2024 年营业收入（亿元）
1	重庆江记酒庄有限公司（梅见）	10.52
2	溜溜果园集团股份有限公司	9.00
3	诏安荣华食品有限公司	4.45
4	广东佳业食品有限公司	3.85
5	泉州荣祺食品有限公司	1.20
6	普宁市小梅屋食品有限公司	0.93
7	宜宾五粮液仙林生态酒业有限公司（吾调）	0.92
8	漳州市顺兴达食品有限公司	0.86
9	福建省诏安福益食品有限公司	0.60
10	云南大理洱宝实业有限公司	0.56

（数据来源：中品分析）

（二）青梅行业市场集中度

市场集中度，又称行业集中度，是指某行业的相关市场内前 N 家最大的企业所占市场份额（产值、产量、销售额、销售量、职工人数、资产总额等）的总和，是对整个行业的市场结构集中程度的测量指标，用来衡量企业的数目和相对规模的差异，是市场实力的重要量化指标。

市场集中度是决定市场结构最基本、最重要的因素，集中体现了市场的竞争和垄断程度，经常使用的集中度计量指标有：行业集中率

（CRn 指数）、赫尔芬达尔-赫希曼指数（即 HHI 指数）、洛伦兹曲线、基尼系数、逆指数和熵指数等，本报告采用行业集中率（CRn 指数）进行分析。

根据美国经济学家贝恩和日本通产省对产业集中度的划分标准，将产业市场结构分为寡占型（CR8≥40）和竞争型（CR8＜40%）两类。其中，寡占型又细分为极高寡占型（CR8≥70%）和低集中寡占型（40%≤CR8＜70%）；竞争型又细分为低集中竞争型（20%≤CR8＜40%）和分散竞争型（CR8＜20%）。

美国贝恩对市场结构进行的分类

类型	CR4 值（%）	CR8 值（%）
极高寡占型	CR4≥85	——
高集中寡占型	75≤CR4＜85	CR8≥85
中上集中寡占型	50≤CR4＜75	75≤CR8＜85
中下集中寡占型	35≤CR4＜50	45≤CR8＜75
低集中寡占型	30≤CR4＜35	40≤CR8＜45
竞争型	CR4＜30	CR8＜40

（资料来源：中品分析）

目前国内青梅行业生产经营主体数量巨大，发展参差不齐，CR4＜30%，行业集中度较低，市场中尚未形成全国性的垄断性企业。

（三）行业竞争群组

行业的竞争群组分析，就是根据某些经济特征把竞争厂商划分成几个竞争群体进行比较分析。同一竞争群体中的各个企业可能在竞争策略、竞争范围、产品线宽度、垂直一体化程度、分销渠道、技术方式、产品质量和价格区间等方面相似。竞争群体具有阶段性特征，不

同阶段群体内和群体间竞争的激烈程度和竞争方式都不同。同一群体中的企业竞争最为直接和激烈；不同群体的企业通过竞争，市场地位可能有所变换。

目前青梅产业主要龙头企业有重庆江记酒庄有限公司（梅见）、溜溜果园集团股份有限公司、诏安荣华食品有限公司、广东佳业食品有限公司、泉州荣祺食品有限公司、普宁市小梅屋食品有限公司、宜宾五粮液仙林生态酒业有限公司（吾调）、漳州市顺兴达食品有限公司、福建省诏安福益食品有限公司、云南大理洱宝实业有限公司等。

（四）潜在进入者

潜在的侵入者的威胁主要表现在如果让潜在的侵入者进入市场，就会与行业内企业争夺有限的资源和抢夺市场份额，势必导致企业利润减少，或危及企业的生存，所以行业内企业会对潜在的侵入者设立各种壁垒，尽可能的阻碍潜在侵入者进入市场，比较常见的壁垒有：品牌忠诚度如何，是否规模经济，是否有绝对成本优势，顾客转移成本高还是低，以及政府管制松紧情况等方面都是新进入者的壁垒。

青梅行业新企业进入障碍主要包括规模经济、产品差异、资本需要、转换成本、销售渠道开拓、政府行为与政策、不受规模支配的成本劣势、自然资源、地理环境等方面，这其中有些障碍是很难借助复制或仿造的方式来突破的。预期现有青梅企业对进入者的反应情况，主要是采取报复行动的可能性大小，则取决于有关厂商的财力情况、固定资产规模、行业增长速度等。总之，新青梅企业进入一个行业的可能性大小，取决于进入者主观估计进入所能带来的潜在利益、所需

花费的代价与所要承担的风险这三者的相对大小情况。

青梅产业进入壁垒主要有食品安全壁垒、品牌壁垒、技术壁垒等。新进入企业在短时间内与具有品牌优势的企业竞争将处于不利地位，本行业存在品牌打造壁垒。

（五）替代品威胁

替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。首先，现有企业产品售价以及获利潜力的提高，将由于存在能被用户接受的替代品而受到限制；第二，由于替代品生产者的侵入，使得现有企业必须提高产品质量或通过降低成本来降低售价或使产品更具特色，否则其销量与利润增长的目标就有可能受挫；第三，源自替代品生产者的竞争强度，会受产品买主转换成本高低的影响。总之，替代品价格越低、质量越好、用户转换成本越低，其所能产生的竞争压力就越强；而这种来自替代品生产者的竞争压力的强度，可通过考察替代品销售增长率、替代品厂家生产能力与盈利扩张情况等来加以描述。

青梅行业无严格意义上的替代品。

（六）互补品

互补品是指两种商品之间存在着某种消费依存关系，即一种商品的消费必须与另一种商品的消费相配套。一般而言，某种商品互补品价格的上升，将会因互补品需求量的下降而导致该商品需求量的下降。

青梅行业无严格意义上的互补品。

（七）供应商议价能力

供方（青梅产业上游企业）主要通过其提高投入要素价格与降低

单位价值质量的能力，来影响青梅行业中现有企业的盈利能力与产品竞争力。供方力量的强弱主要取决于他们所提供给买主的是什么投入要素，当供方所提供的投入要素其价值构成了买主产品总成本的较大比例、对买主产品生产过程非常重要，或者严重影响买主产品的质量时，供方对于买主的潜在讨价还价力量就大大增强。一般来说，满足如下条件的供方集团会具有比较强大的讨价还价力量：供方行业为一些具有比较稳固市场地位而不受市场激烈竞争困扰的企业所控制，其产品的买主很多，以至于每一单个买主都不可能成为供方的重要客户。

青梅产业上游原材料主要是青梅鲜果。青梅种植农户众多，供应分散，供应商议价能力相对较弱。

（八）用户议价能力

购买者（青梅下游用户）主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响青梅行业中现有企业的盈利能力。一般来说，满足如下条件的购买者可能具有较强的讨价还价力量：

购买者的总数较少，而每个购买者的购买量较大，占了卖方销售量的很大比例。

购买者所购买的基本上是一种标准化产品，同时向多个卖主购买产品在经济上也完全可行。

购买者有能力实现后向一体化，而卖主不可能前向一体化。

青梅精深加工产品为消费品，下游主要为各经销商、餐饮、商超和电商等批发零售商，经由上述渠道销售至终端消费者。随着青梅产品市场竞争愈发激烈，消费者选择性多，议价能力较强。

（九）青梅行业竞争关键因素

1．资金

资金在行业的生产发展过程中有着重要的作用。青梅行业竞争中企业资金雄厚，可以扩大生产线，采购更高标准的生产线，扩大生产规模，有利于市场占有率的提升；但若资金实力不足，导致行业内难以形成强势品牌和规模优势，在国际市场有影响力的企业极少。

2．技术

成熟的生产技术和加工工艺，以及青梅产品供应量主导权是青梅生产企业生存和发展的根本。不同客户对青梅的质量、技术等有不同的要求，因此要求青梅生产企业既要拥有一定的技术开发和创新能力，又要具备成熟的技术管理能力。大量企业因为生产工艺不成熟、得品率低、产品品质不稳定等技术瓶颈而无法形成规模化生产。

3．人才

现代企业竞争，归根结底是人才的竞争。企业发展，需要方方面面的人才组成，结构、搭配合理的人才队伍，才是保障企业健康、长久发展的基石。国外资料表明，工人的技术水平提高一个等级，劳动生产率就可以提高 10%～20%。因此，在激烈的市场竞争中必须要重视各种各样的人才，合理地使用人才，留住人才。当企业拥有了这些有用的人才，企业在激烈的市场竞争中就有了自信。

行业内管理人才对行业具有深刻的洞察和理解，对行业的发展动态有着准确地把握。优秀的职业经理人，团结进取的高素质管理团队，形成稳定高效的核心管理架构，企业管理团队对行业的品牌建设、营

销网络管理、人才管理等均有深入的理解，能够及时根据客户需求和市场变化对公司战略和业务进行调整，为保证公司稳健、快速发展提供了有力保障。

九、产品价格分析

（一）青梅行业价格特征

价格弹性表明供求对价格变动的依存关系，反映价格变动所引起的供求的相应的变动率，即供给量和需求量对价格信息的敏感程度，又称供需价格弹性。商品本身的价格、消费者的收入、替代品价格，以及消费者的爱好等因素都会影响对商品消费的需求。

青梅产品的价格弹性较小，这主要是因为青梅产品价格受生产成本、生产技术等因素影响较大，但这些因素对产品价格的影响相对稳定，波动幅度不是很大，并不会造成产品价格的大起大落，因此总体来看，青梅产品价格弹性不大。

（二）中国青梅产品历史价格回顾

青梅产品受产量、品质等的变化而波动。近年来，青梅市场的需求持续旺盛，价格一路攀升。2024 年 4 月 20 日，梅满天下、梅百华两家龙头加工企业公示了青梅的收购价格：敲打果（统货），每公斤 1.8 元-2.4 元；手采规格梅，直径 2.6 厘米以上每公斤 2.8 元-3.2 元，直径 2.8 厘米以上每公斤可达 4 元。

（三）青梅产品当前市场价格评述

成本是价格形成中的基本因素。经营者在制定价格时，必须要以成本为基础，只有价格等于或大于其成本，经营者才能补偿耗费的资

金，才能生存与发展。成本是支撑青梅产品高价的因素之一，企业需要外购关键部件和技术，同时作为高技术附加值产品，企业需要将收入的 8%～10%投入到青梅产品的研发。

一般来说，价格应尽量反映成本因素，成本高，产品价格也相应高，否则企业的利润会大受影响。但在激烈的市场竞争中，在买方市场氛围下，则不应使产品成本过分地影响定价。随着市场经济的日益成熟，企业间的市场竞争势必愈演愈烈。在同等质量条件下，企业竞争的焦点是价格，支撑价格的基础是成本。那么，企业要在市场竞争中取得胜利，就要在保证质量的前提下不断降低成本，增加企业在市场竞争中的实力。

青梅产品众多，价格表现不一，每公斤价格大约在 2 元-8 元之间。

（四）影响青梅产品价格的因素

1．成本

成本是价格形成中的基本因素。经营者在制定价格时，必须要以成本为基础，只有价格等于或大于其成本，经营者才能补偿耗费的资金，才能生存与发展。

一般来说，价格应尽量反映成本因素，成本高，产品价格也相应高，否则企业的利润会大受影响。但在激烈的市场竞争中，在买方市场氛围下，则不应使产品成本过分地影响定价。随着市场经济的日益成熟，企业间的市场竞争势必愈演愈烈。在同等质量条件下，企业竞争的焦点是价格，支撑价格的基础是成本。那么，企业要在市场竞争

中取得胜利，就要在保证质量的前提下不断降低成本，增加企业在市场竞争中的实力。

青梅制品的成本主要为研发成本、原材料成本、人力成本等。

2．供需

需求决定供给，市场需求情况是影响青梅产品价格的另一个十分重要的因素。若供过于求，青梅产品价格有下行压力；若供不应求，青梅产品则有上升的趋势。

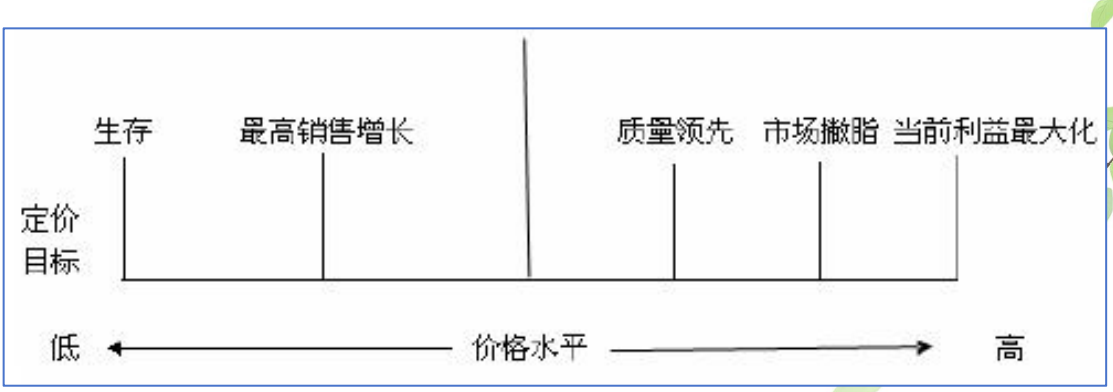
（五）主流企业青梅产品价位及价格策略

1．定价目标

定价目标是企业在对其生产或经营的产品制定价格时，有意识地要求目的和标准。它是指导企业进行价格决策的主要因素。定价目标取决于企业的总体目标。不同行业的企业，同一行业的不同企业，以及同一企业在不同的时期，不同的市场条件下，都可能有不同的定价目标。

就顾客购买的行为来讲，是通过将企业提供的产品和服务的价值与价格比较，并与竞争对手的产品与价格比较后，来判断与一个企业进行交易是否理性。企业为产品确定价格，首先要符合企业的定价目标，企业的定价目标有五个：生存、最高销售增长、质量领先、市场撇脂和当期利益最大化。

定价目标与定价水平



（资料来源：中品分析）

2．定价策略

定价策略是企业可控因素中最难确定的因素，最具灵活性。但价格又不能由销售厂商单方面决定，供应企业既要考虑到成本补偿、获取利润，又要考虑到需求企业的接受能力，所以价格决策实际上是一种买卖双方的双向决策。

青梅企业可以采用成本导向定价策略，以产品单位成本为基本依据，再加上预期利润来确定价格的成本导向定价法，是国内企业最常用、最基本的定价方法。成本导向定价法又衍生出了总成本加成定价法、目标收益定价法、边际成本定价法、盈亏平衡定价法等几种具体的定价方法。

（1）总成本加成定价法

在这种定价方法下，把所有为生产某种产品而发生的耗费均计入成本的范围，计算单位产品的变动成本，合理分摊相应的固定成本，再按一定的目标利润率来决定价格。

（2）目标收益定价法

目标收益定价法又称投资收益率定价法，是根据企业的投资总额、预期销量和投资回收期等因素来确定价格。

（3）边际成本定价法

边际成本是指每增加或减少单位产品所引起的总成本变化量。由于边际成本与变动成本比较接近，而变动成本的计算更容易一些，所以在定价实务中多用变动成本替代边际成本，而将边际成本定价法称为变动成本定价法。

（4）盈亏平衡定价法

在销量既定的条件下，企业产品的价格必须约一定的水平才能做到盈亏平衡、收支相抵。既定的销量就称为盈亏平衡点，这种制定价格的方法就称为盈亏平衡定价法。科学地预测销量和已知固定成本、变动成本是盈亏平衡定价的前提。

十、上游供应状况

（一）上游产业发展现状

中国是青梅种植的发源地，有 7000 多年种植史，3000 多年食用史，西汉时引入朝鲜，唐朝时期由遣唐使带入日本，近代又流传至欧洲和美国。据统计，我国青梅种植面积超过 100 万亩，主要有华东、华南、西南三大青梅种植带，分布于浙江、安徽、江苏、广东、福建、广西、云南、四川等地区。

（二）上游产业生产情况

1．广东省普宁市

普宁青梅的主产区，土壤多是微赤红壤土，成土母质为花岗岩风化物，土层深厚肥沃，有机质含量高，全氮、碱解氮、速效钾、速效磷含量高，土壤条件为青梅生长提供了良好的物质基础。广东省普宁

已有 700 年的青梅种植历史。新中国成立之前，普宁青梅主要以自给型零星少量面积种植为主。改革开放以来，青梅产业被列为当地特色产业，加大种植力度，扩大种植面积，形成较大青梅种植规模。普宁青梅产业发展得益于政府的大力支持：

一是政策扶持。政府为青梅种植和相关产业制定并提供强有力的资金和政策扶持，完善青梅产业发展风险保障机制。对青梅种苗、种植、加工、流通等多环节进行补贴。建立青梅产业发展担保公司和青梅产业信贷公司，减少企业和农户因自然灾害、市场波动而遭受的重大损失。目前，当地形成青梅加工企业 68 家，省级龙头企业 2 家，规模较大的企业 15 家，年加工量达 8 万多吨，产品畅销国内外。

二是科技扶持。政府加强给予农业科技人才、综合产业经营人才奖励。强化青梅产业与相关农业高等院校、科研院所广泛开展交流与合作，充分发挥相关人才、技术和成果优势，研发新品种、新技术，开发出盐渍、凉果、果酒、饮料、熏制等 5 大类 100 多个品种。

普宁青梅产业深度融合发展。当地围绕产业、地域和资源特点，推进高产优质青梅特色种植业、青梅系列产品加工业和以“梅”为“媒”为主题的文化旅游产业，按照“种植+加工+科技+销售+第三产业全产业链发展”的思路，推进一二三产业融合深度发展。

尤其重视发展青梅主题旅游产业。普宁市依托深厚的历史文化资源、产业基础和加工企业等优势，结合“十里梅花香”、温泉度假村等旅游资源，充分挖掘青梅文化、梅酒文化、潮汕文化，开发以青梅产业化为基础，以“梅花文化”“梅酒文化”为核心，与休闲观光旅

游相结合的新型生态观光农业。

随着当地青梅产业的持续推进，普宁青梅省级现代农业产业园效益凸显、旅游业蓬勃发展，已成为带动当地农村经济发展和 30 多万梅农增收的主导产业。

在推动青梅产业发展过程中，当地积极引导青梅加工企业强化产品质量和品牌意识，推行标准化生产，大力发展无公害农产品、绿色食品、有机农产品生产，积极注册商标；加强品牌培育、认定、宣传、保护和推广，形成青梅文化的特色，塑造出“中国青梅之乡”美好形象，打响青梅产品品牌。

2．福建诏安

诏安县种植青梅历史悠久，面积广、产量丰、质量好。诏安，地处台湾海峡西岸，极福建而临广东。东接云霄县，东南与东山县隔诏安湾相望，南濒东海与南海的交汇处，西邻广东省饶平县，北界平和县。诏安县境内气候温和，年平均气温 21.3℃，居全省之最，雨量充沛，光照充足，农业自然资源丰富，生产具有多样性。

优渥的生态环境成就了诏安青梅的高品质。诏安青梅果大、皮薄、有光泽、肉厚、核小、质脆细、汁多、酸度高、富含人体所需的多种氨基酸，具有酸中带甜的香味，特别是其富含有机酸及维生素 C。有机酸是人体细胞物质代谢不可缺少的重要酸类，它能促进乳酸分解为二氧化碳和水排出体外，消除疲劳，且有益于钙的吸收。

更值得一提的是，诏安土壤富含硒元素。根据福建省地勘局调查数据显示，诏安土壤含硒量≥0.40mg/kg（属于富硒含量范围）的土

地面积达 76.2 万亩，占县域面积的 39.27%，土壤硒元素平均值达 0.42mg/kg，富硒土地面积和土壤含硒量均为全省之最。因此，诏安盛产的青梅、八仙茶、蔬菜、鸡蛋等农产品都富含硒微量元素。经科学研究证明，硒对提高人体的免疫力，对防癌、抗癌和降低高血压、心血管疾病等具有良好作用。

优越的地理位置，优渥的生态环境，深厚的人文底蕴，让诏安坐拥 “中国青梅之乡”“中国海峡硒都”“中国长寿之乡”“中国书画艺术之乡”等金字招牌。

20 世纪 80 年代，诏安县开始大规模种植青梅，正式开启诏安青梅的产业化发展之路。截至目前，诏安全县青梅种植面积 10 余万亩，有“白粉梅”“青竹梅”“大水梅” “红梅”等几个当家品种。全县 15 个乡镇均有种植青梅，带动 13 万山区农民实现创收致富。诏安县拥有全国最完善的青梅加工体系和最大的青梅加工规模，有青梅精制品蜜饯类、盐渍类、凉果类、酒类、饮料类、混制品、保健食品类等 7 大系列、300 多个品种。

近年来，诏安立足青梅优势特色产业，延长产业链条、优化产业布局、补齐发展短板，三产融合，高标准打造青梅现代农业产业园，推进青梅产业强县建设与乡村振兴战略齐头并进。通过青梅产业园建设的推动，全县近两年青梅鲜果价格每公斤提高 1 元，人均增收近千元。

品牌化是农业现代化的核心标志。农产品区域公用品牌建设是产业振兴的战略抓手。经过多年的聚力发展，诏安青梅已基本形成区域

品牌引领，企业品牌并进的良好局面。2013 年“诏安红星青梅”被认定中国驰名商标；2020 年“诏安红星青梅”获农业农村部地理标志登记认证；2021 年，“诏安红星青梅”入选农业农村部农产品地理标志登记保护工程。

诏安青梅品牌发展之路可以总结为以下三个阶段：引进来、走出去、全域营销。

诏迎天下客，加大力度“引进来”。2019 年及以前，诏安县每年都在当地举办青梅产业推介会。在产地举办产业大会，是全方位展示品牌的有效举措。来自全国各地的客商，走进青梅种植基地，走进青梅加工厂，实地感受中国青梅之乡的文化内涵，产业厚度。大大提升品牌知名度，加强了商业与企业的交流对接。

开拓广阔市场，积极倡导“走出去”。近年来，诏安县先后在全国各地举办青梅产业推广活动 10 余场，组织本县青梅食品企业参加各种会展 60 多场次。通过央视 CCTV-2 和 CCTV-17 频道等主流媒体权威背书集中打响品牌知名度。另外，借助福州动车站出口灯箱广告、高铁列车贴片等户外传播，扩展品牌影响力和公众认知度，进一步提高了诏安青梅的知名度。

线上线下融合，推动全域营销。诏安县坚持线上线下联动推广，依托电商平台，借力“三微一端”、直播带货等新媒介，加强品牌宣传，拓宽销售渠道。此外，青梅产业还与高校合作开展电商合作，依托高校京东产业园电商资源，推进电商产业发展等，实现品、效、销的转化。带动了诏安青梅产业的全域营销。

随着区域公用品牌的深化发展，企业品牌也深入人心。以梅满天下、紫梅山、星福益、黄金兴等为代表的青梅深加工食品品牌，正随着渠道的拓展，传递到万千消费者的手中。

（三）上游产业对青梅行业生产成本的影响

上游行业对青梅产业成本的影响直接体现在价格方面，当上游价格上升，意味着青梅产业成本增加；相反，上游价格下降，则青梅产业成本下降。另外，上游行业供给情况，对青梅产业的成本起到间接影响作用，当上游行业供不应求时，将导致上游价格提升，从而使得青梅产业成本增加。

十一、渠道研究

（一）青梅行业主流渠道介绍

营销渠道策略狭义上也称为分销渠道策略，指企业为了使其产品进入目标市场所进行的路径选择活动它关系到企业在什么地点、什么时间、由什么组织向消费者提供商品和劳务。企业应选择经济、合理的分销渠道，把商品送到目标市场。

影响企业营销渠道选择的因素较多，主要包括企业自身能力、产品本身属性、客户性质、中间商能力、竞争者情况等。企业总体规模决定了它的市场规模、分销规模及在选择中间商过程中的地位；企业的财务、营销资源决定了它所能承担的销售费用、营销职能及对中间商可能提供的财务支持；企业的产品组合影响分销渠道的类型，产品组合越广，企业直接向客户出售产品的能力就越强；产品组合越深，采用独家经销或少量的中间商就越有利；产品组合的关联性越强，所

采用的分销渠道也就越相似。企业过去的渠道经验和现行的营销政策也会影响渠道的设计。

在产品方面，一般来说不易保存的产品（如易腐烂的海鲜产品）要求直接渠道；体积大的产品（如建筑材料）运输距离不宜太远、转卖次数不宜太多；非标准产品（如定做的机器设备和商用表格等）一般由企业代理商直接销售；需要安装和维修服务的产品一般由企业的特许经销商销售；单位价值高的产品也常由企业的销售队伍直接销售。在经销商特性上要考虑不同的中间商在执行分销任务时，其从事沟通、谈判、储存、交际和信用等方面的能力不同，各自具有一定的优势和劣势，设计分销渠道时应充分考虑不同中间商的特性。设计分销渠道还必须考虑竞争者使用什么分销渠道，企业可以选择进入和竞争者一样或接近的销售点，也可以选择和竞争者不一样或远离竞争者的分销渠道。

中国青梅行业的销售渠道主要有直营商超渠道、经销商渠道、线上电商渠道。

（二）各类渠道对比

渠道的宽度决定青梅产品企业未来的发展规模。直接营销渠道，是没有中间层次，由企业直接向消费者销售，间接营销渠道，是企业至少通过一个中间层向消费者销售。要进一步加强市场的竞争能力，扩大市场，提高销售额，仅靠人员的直接营销是不够的，通过开展网络营销、开拓国外市场等方式来丰富、完善现有的直接分销渠道。

在中国青梅行业中，不同企业采取的渠道不同，总体上讲，较大

规模的企业渠道选择性较大，小企业受困于资金，渠道选择余地小，就整个行业来说，渠道主要包括直销、经销等。

渠道因素对比分析

主要渠道	对比
直销	行业内主要渠道，能够为用户提供最直接的服务，便于沟通。
经销	生产企业在全国乃至全球发展代理商，方便异地市场对产品的购买。适用于开拓市场阶段
线上电商	线上渠道作为线下渠道的延伸和补充，与线下渠道互补。

（资料来源：中品分析）

直营商超客户主要指知名大型连锁商超，如沃尔玛、大润发、华润万家、永辉等。采用直营模式对上述连锁大型商超进行销售，与商超总部签订年度购销合同。

经销商的销售渠道包括地区性连锁超市、小型超市、便利店、批发市场等，能够有效填补直营渠道外的市场份额，使公司销售网络向下延伸，提高产品覆盖面和市场占有率。

线上电商作为消费者传播与沟通阵地，以客户为中心的市场反馈和消费者洞察，是品牌形象树立与打造的窗口，同时线上线下协同主推新品和爆品，是企业品牌推广的重要渠道。目前我国电商平台呈现多元化发展趋势，其中以抖音、快手等为代表的社交电商快速崛起，其通过“直播+短视频”等多形式创新，为消费者提供更加多元化、多链路的消费场景，从而激发消费者的潜在需求。

相较传统营销方式，抖音、快手、视频号等短视频电商以 AI 算法为驱动，通过短视频、直播等方式提供更加生动且丰富的产品展示，从而实现精准匹配与高效转化的新电商。

以诏安县为例：线上线下融合，推动全域营销。诏安县坚持线上线下联动推广，依托电商平台，借力“三微一端”、直播带货等新媒介，加强品牌宣传，拓宽销售渠道。此外，青梅产业还与高校合作开展电商合作，依托高校京东产业园电商资源，推进电商产业发展等，实现品、效、销的转化。带动了诏安青梅产业的全域营销。随着区域公用品牌的深化发展，企业品牌也深入人心。以梅满天下、紫梅山、星福益、黄金兴等为代表的青梅深加工食品品牌，正随着渠道的拓展，传递到万千消费者的手中。近年来，诏安青梅不断创新发展，延伸出了梅冻、脆青梅、梅含片等新品，不断打造青梅品类细分赛道，深挖青梅价值，焕新青梅产品。而传统的青梅酒也在不断时尚化，越来越多的品牌以青梅酒切入低度酒饮市场，让青梅酒成为“年轻一代的社交酒”，强调天然、品质和年轻形象的新锐品牌正在推进“国饮复兴”。

（三）主要青梅企业渠道策略

目前青梅行业企业普遍采取“直销+经销”“线上+线下”相结合的销售渠道。以网络购物为典型代表的电商模式对消费者和企业都产生了巨大影响。对于消费者来说，相较于传统销售渠道，电商模式能够提供不受时间和空间限制、更加便捷的购买体验，扩大了可供消费者选择的品类范围，便于消费者挑选出更物美价廉的产品。对于企业来说，电商模式能够有效减少商品流通环节，控制中间流通成本，此外，消费者行为还可通过互联网和信息技术实现数据化和可视化，帮助企业更好地分析和满足消费者需求。线上渠道的营销成为诸多青梅制品企业的主战场。

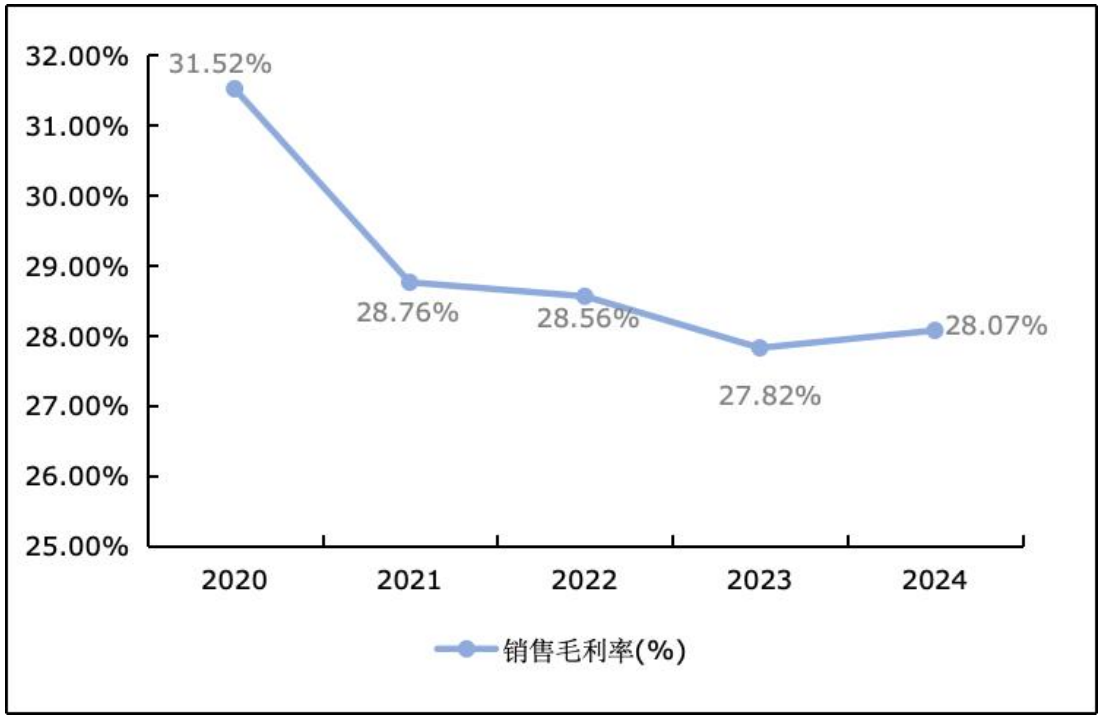
梅见：梅见青梅酒，作为一款备受瞩目的配制果酒，其热销之路始于江小白天猫旗舰店。从试销到热销，线上线下双渠道并行，吸引了众多代理商的加入。另外，梅见在全国各地的餐厅铺开，进入各种佐餐场景（如烧烤、撸串、火锅、料理等），提升品牌曝光度和市场占有率。

冰青：冰青在线上通过京东、天猫和抖音等平台销售，线下则与连锁火锅品牌合作，覆盖 2 万家餐厅、商超便利店。

十二、行业盈利能力分析

（一）2020—2024 年青梅行业销售毛利率

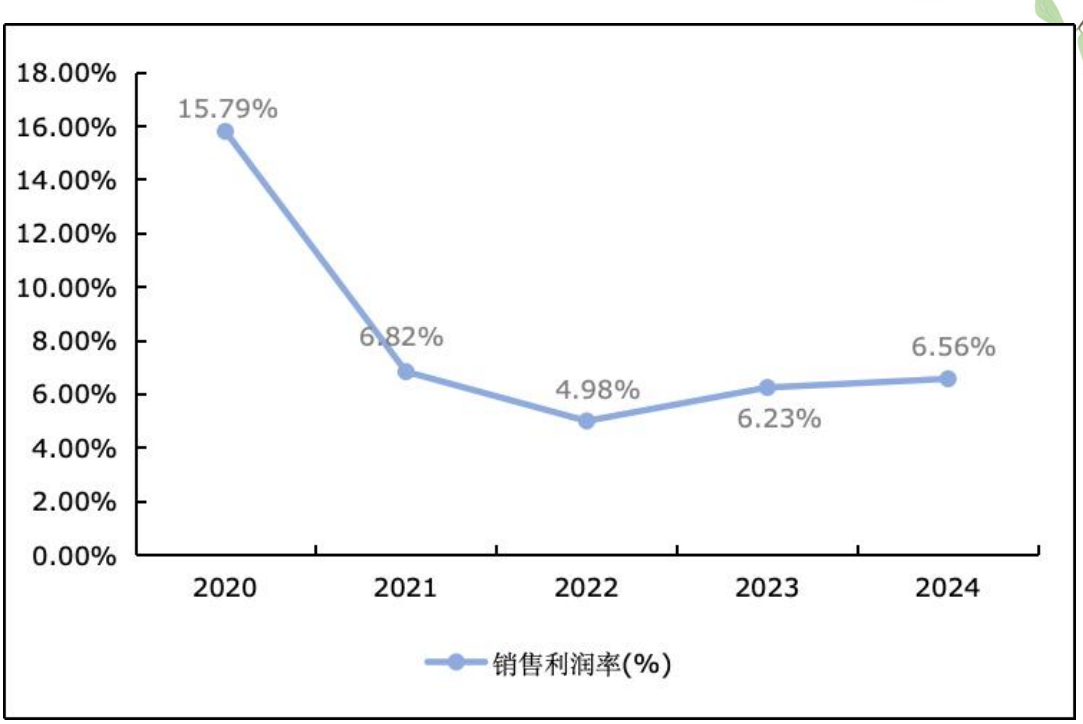
2020—2024 年青梅行业销售毛利率



（数据来源：中品分析）

（二）2020—2024 年青梅行业销售利润率

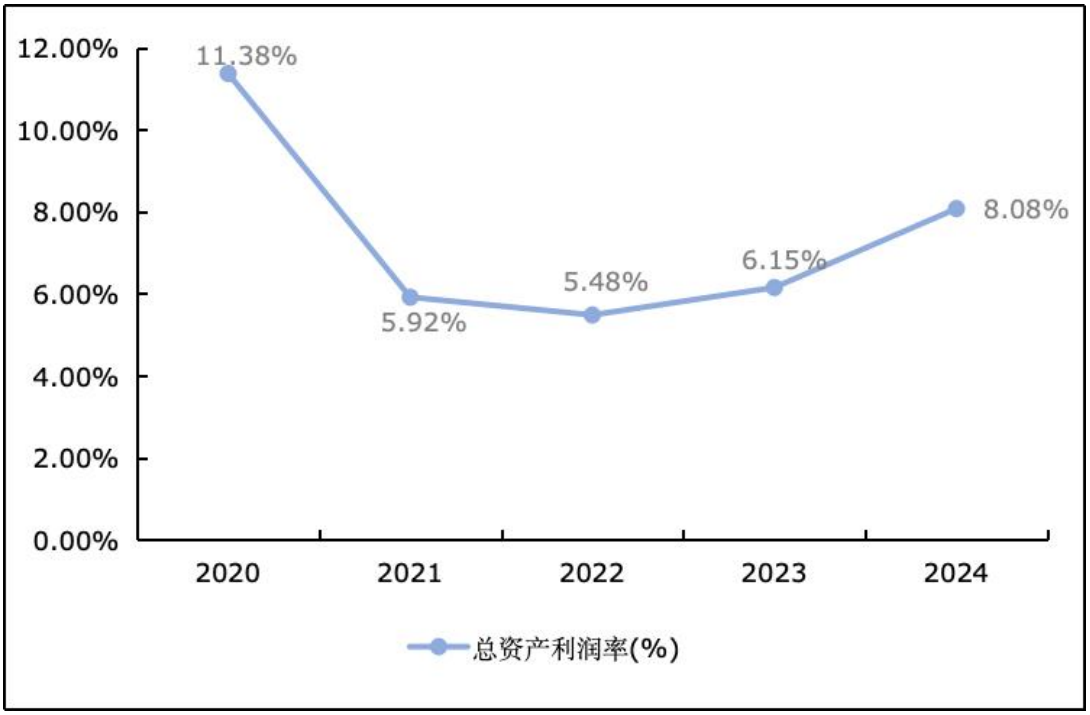
2020—2024 年青梅行业销售利润率



（数据来源：中品分析）

（三）2020—2024 年青梅行业总资产利润率

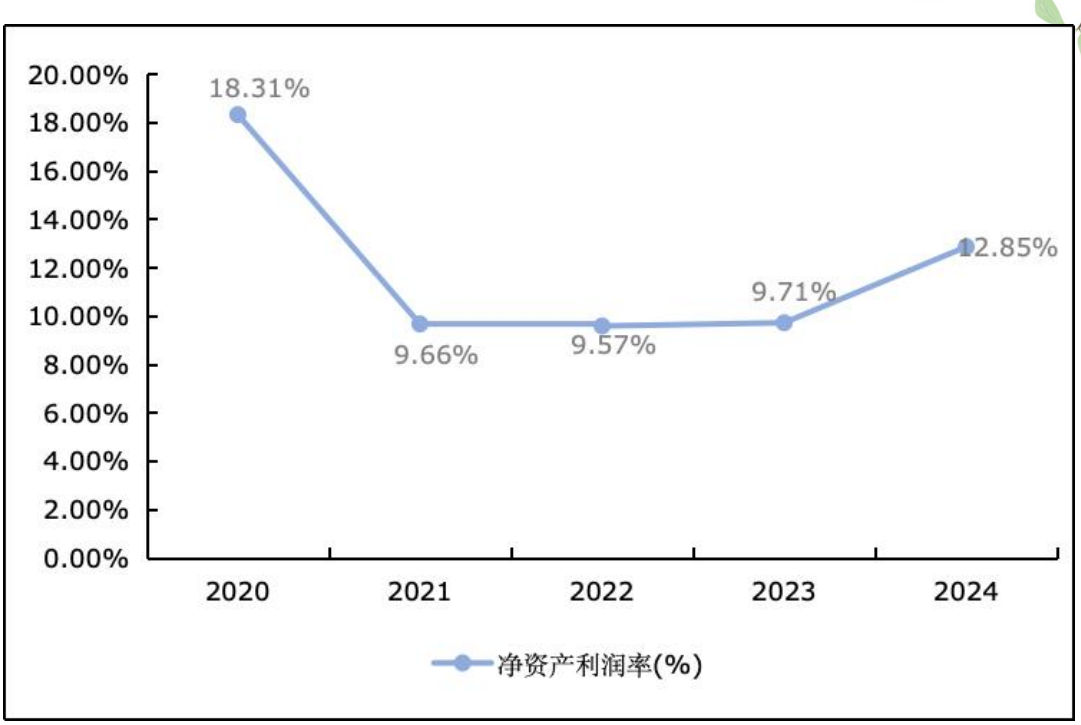
2020—2024 年青梅行业总资产利润率



（数据来源：中品分析）

（四）2020—2024 年青梅行业净资产利润率

2020—2024 年青梅行业净资产利润率



（数据来源：中品分析）

（五）2025—2029 年青梅行业盈利能力指标预测

2025—2029 年青梅行业盈利能力指标预测

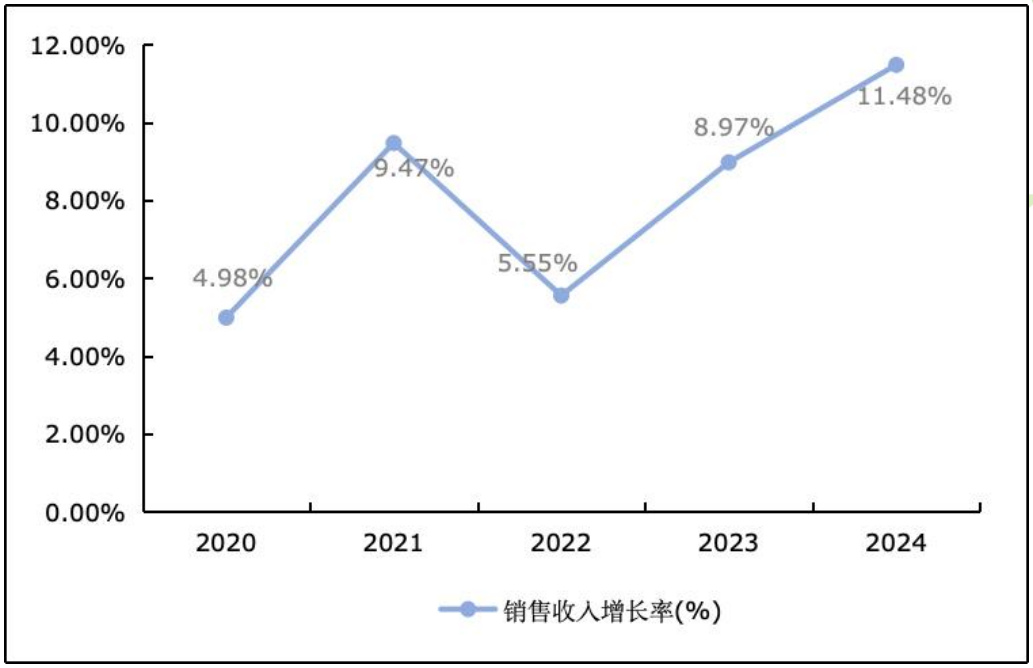
类别	数值（%）
2025—2029 年销售毛利率预测	28.95%
2025—2029 年销售利润率预测	8.08%
2025—2029 年总资产利润率预测	7.40%
2025—2029 年净资产利润率预测	12.02%

（数据来源：中品分析）

十三、行业成长性分析

（一）2020—2024 年青梅行业销售收入增长率

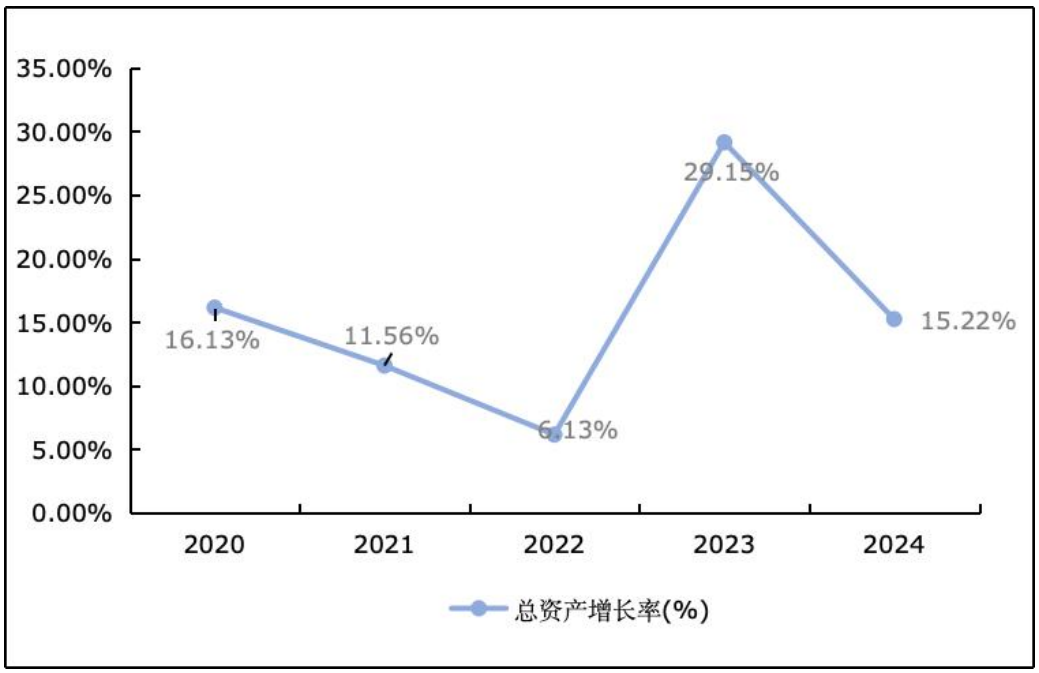
2020—2024 年青梅行业销售收入增长率



（数据来源：中品分析）

（二）2020—2024 年青梅行业总资产增长率

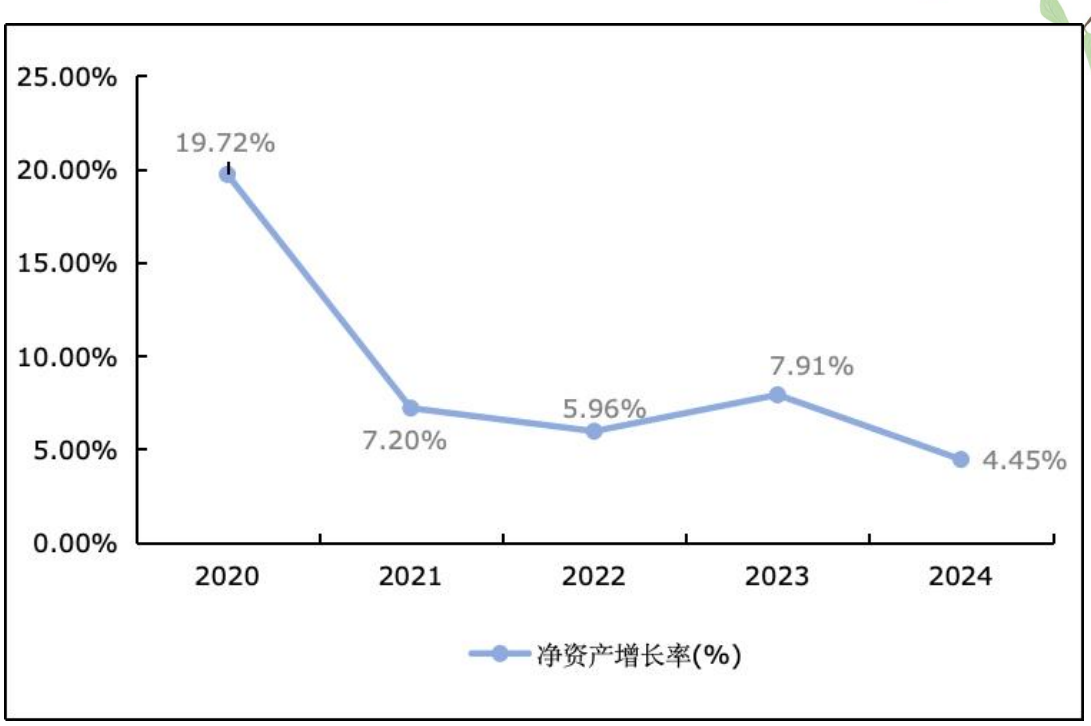
2020—2024 年青梅行业总资产增长率



（数据来源：中品分析）

（三）2020—2024 年青梅行业净资产增长率

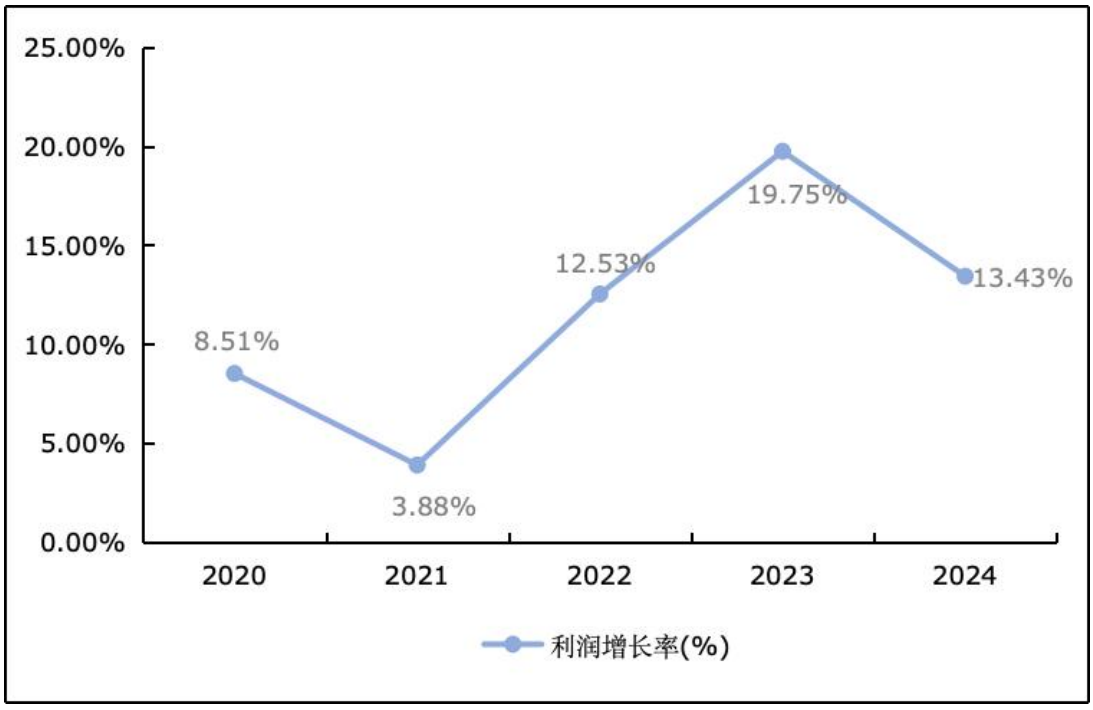
2020—2024 年青梅行业净资产增长率



（数据来源：中品分析）

（四）2020—2024 年青梅行业利润增长率

2020—2024 年青梅行业利润增长率



（数据来源：中品分析）

（五）2025—2029 年青梅行业成长性指标预测

2025—2029 年青梅行业成长性指标预测

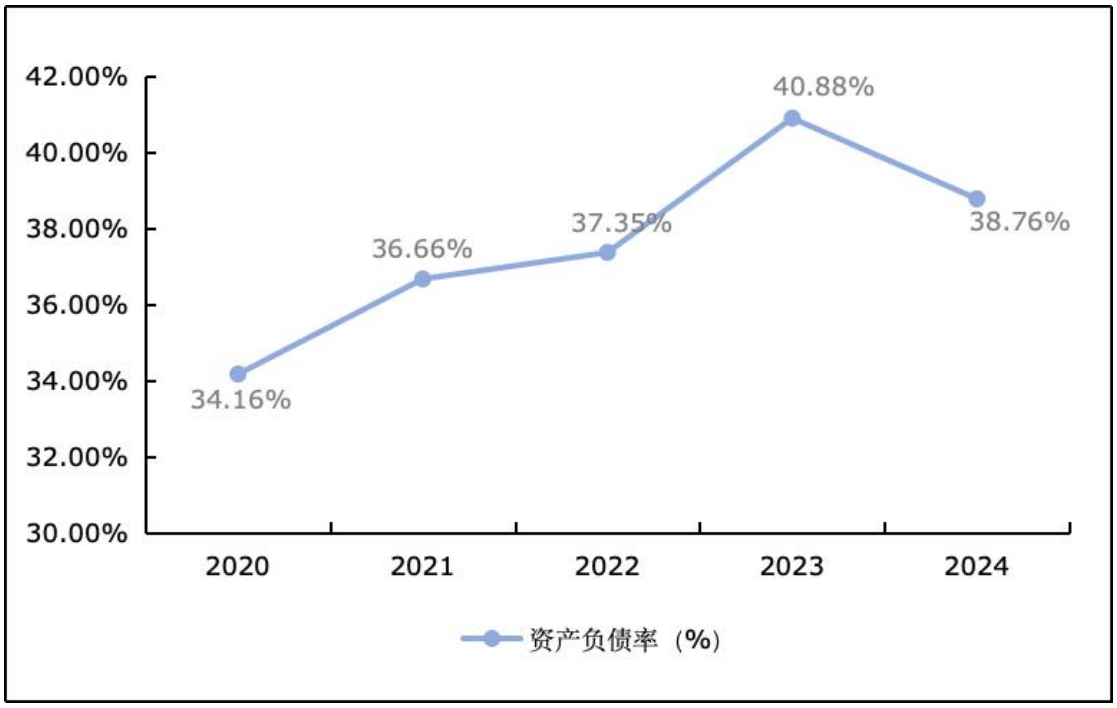
类别	数值（%）
2025—2029 年销售收入增长预测	8.09%
2025—2029 年总资产增长预测	15.64%
2025—2029 年净资产增长预测	9.05%
2025—2029 年利润增长预测	11.62%

（数据来源：中品分析）

十四、行业偿债能力分析

（一）2020—2024 年青梅行业资产负债率

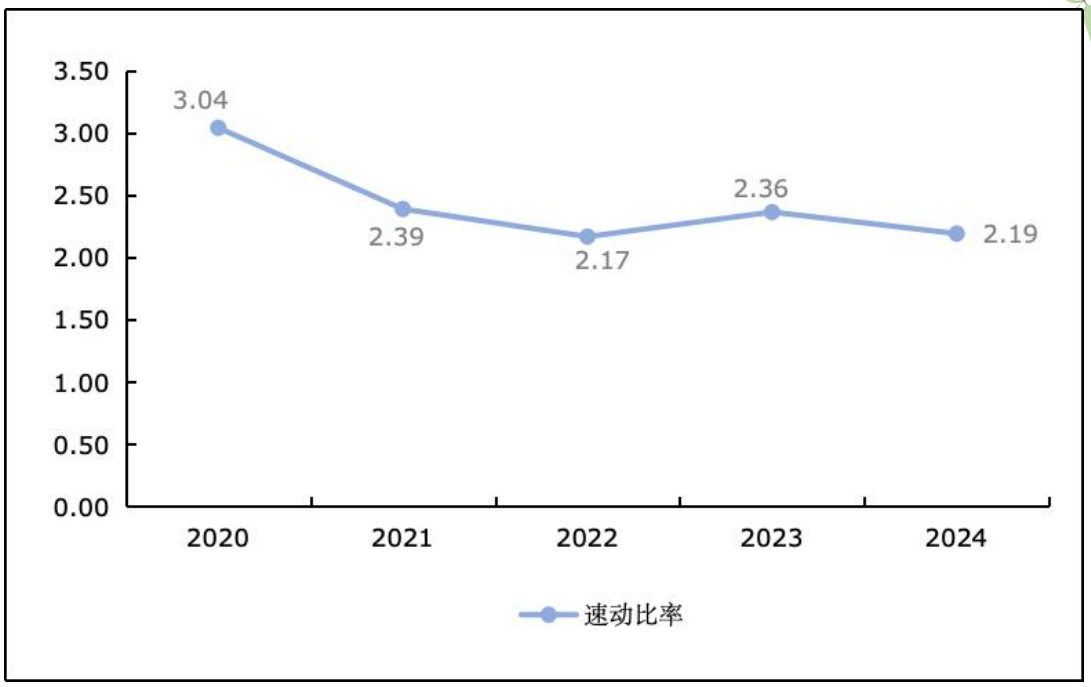
2020—2024 年青梅行业资产负债率



（数据来源：中品分析）

（二）2020—2024 年青梅行业速动比率

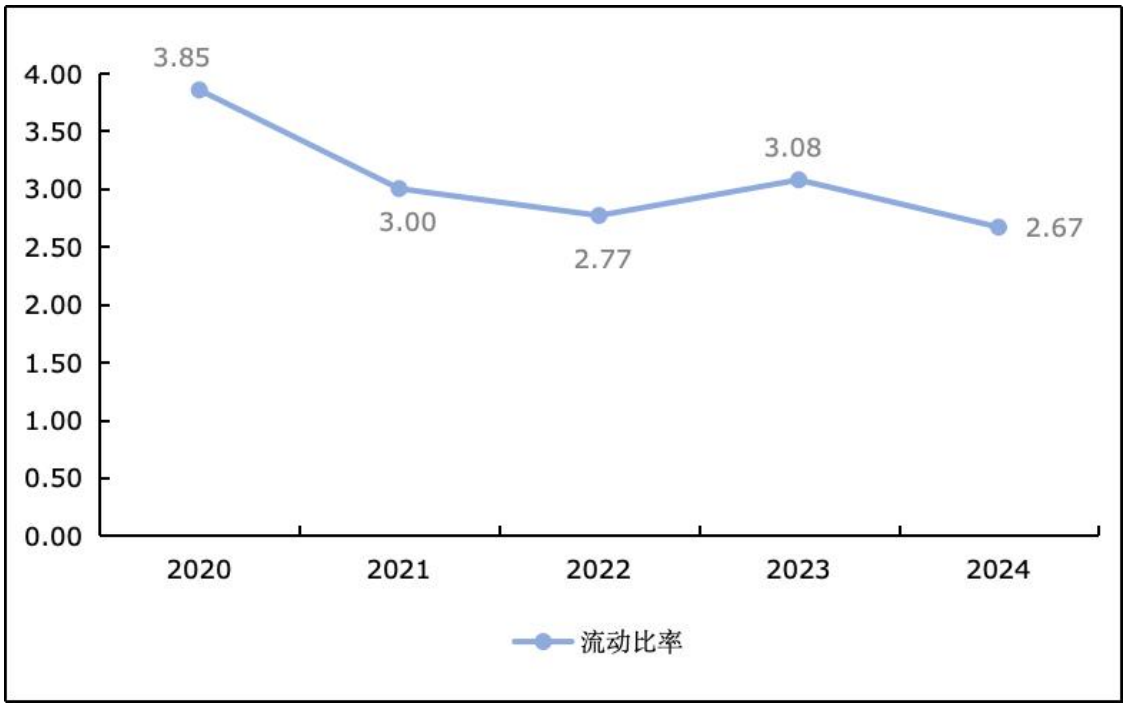
2020—2024 年青梅行业速动比率



（数据来源：中品分析）

（三）2020—2024 年青梅行业流动比率

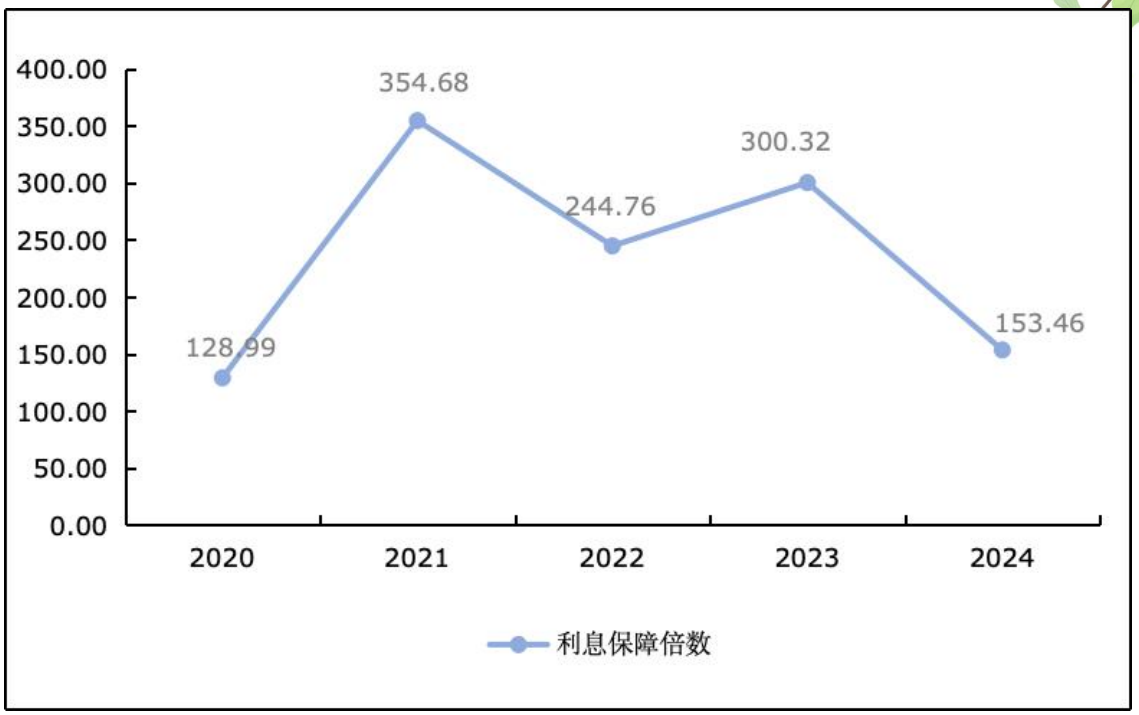
2020—2024 年青梅行业流动比率



（数据来源：中品分析）

（四）2020—2024 年青梅行业利息保障倍数

2020—2024 年青梅行业利息保障倍数



（数据来源：中品分析）

（五）2025—2029 年青梅行业偿债能力指标预测

2025—2029 年青梅行业偿债能力指标预测

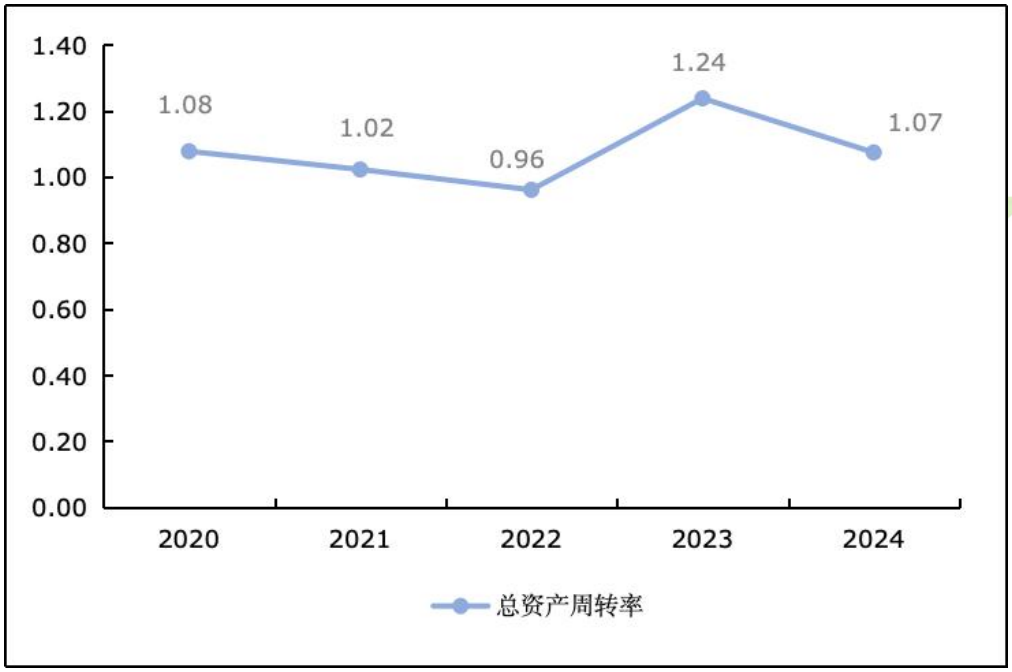
类别	数值
2025—2029 年资产负债率预测（%）	37.56%
2025—2029 年速动比率预测	2.43%
2025—2029 年流动比率预测	3.07%
2025—2029 年利息保障倍数预测	236.44

（数据来源：中品分析）

十五、行业营运能力分析

（一）2020—2024 年青梅行业总资产周转率

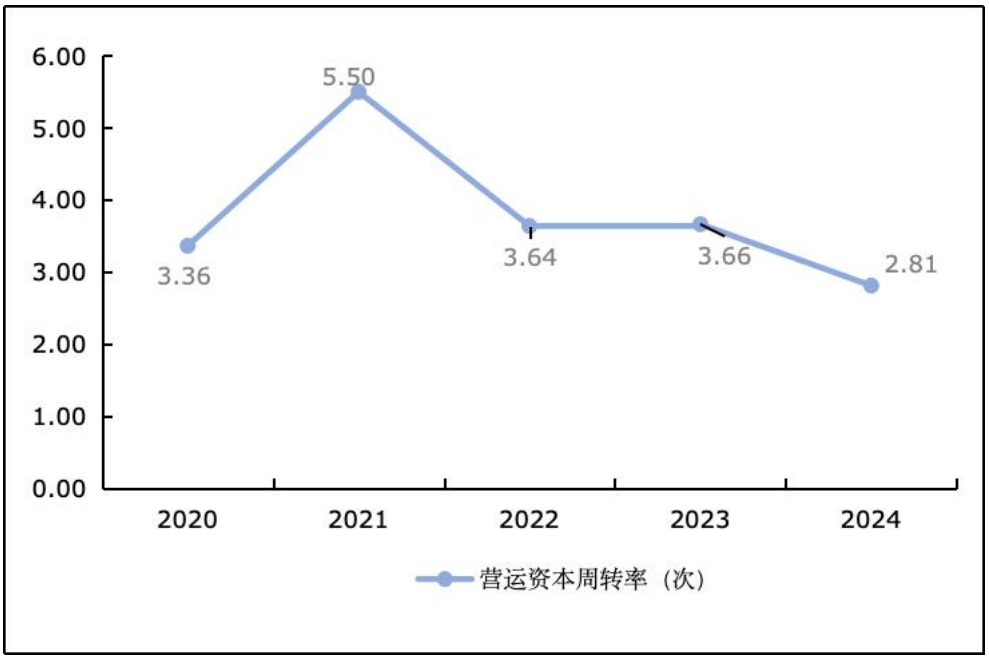
2020—2024 年青梅行业总资产周转率



（数据来源：中品分析）

（二）2020—2024 年青梅行业营运资本周转率

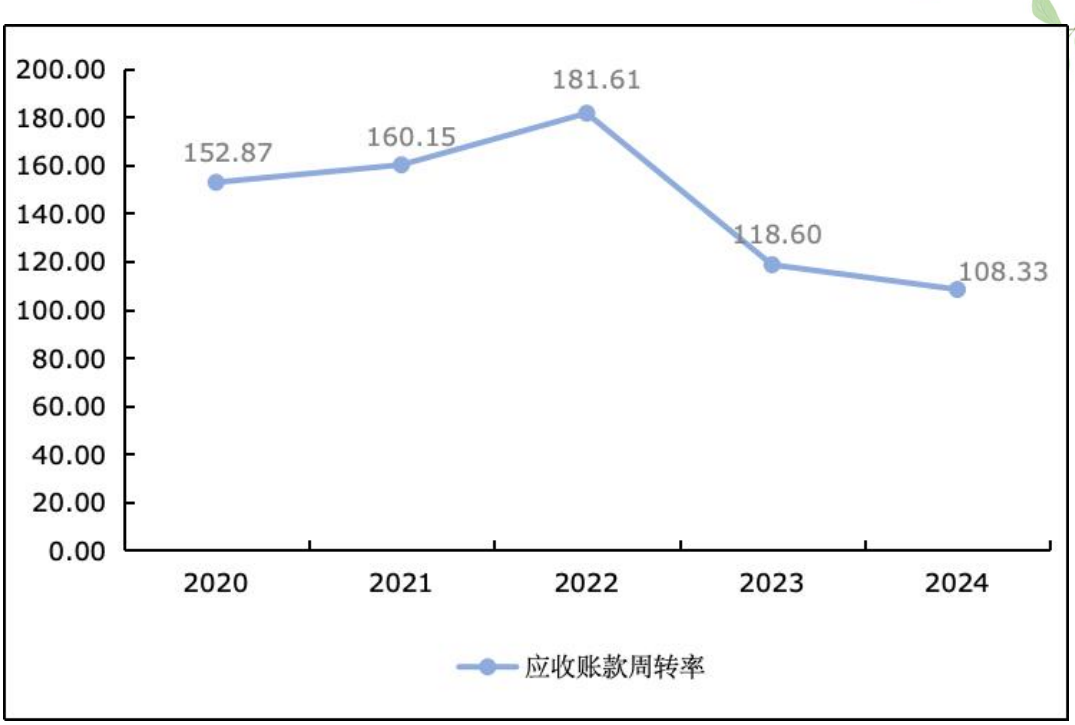
2020—2024 年青梅行业营运资本周转率



（数据来源：中品分析）

（三）2020—2024 年青梅行业应收账款周转率

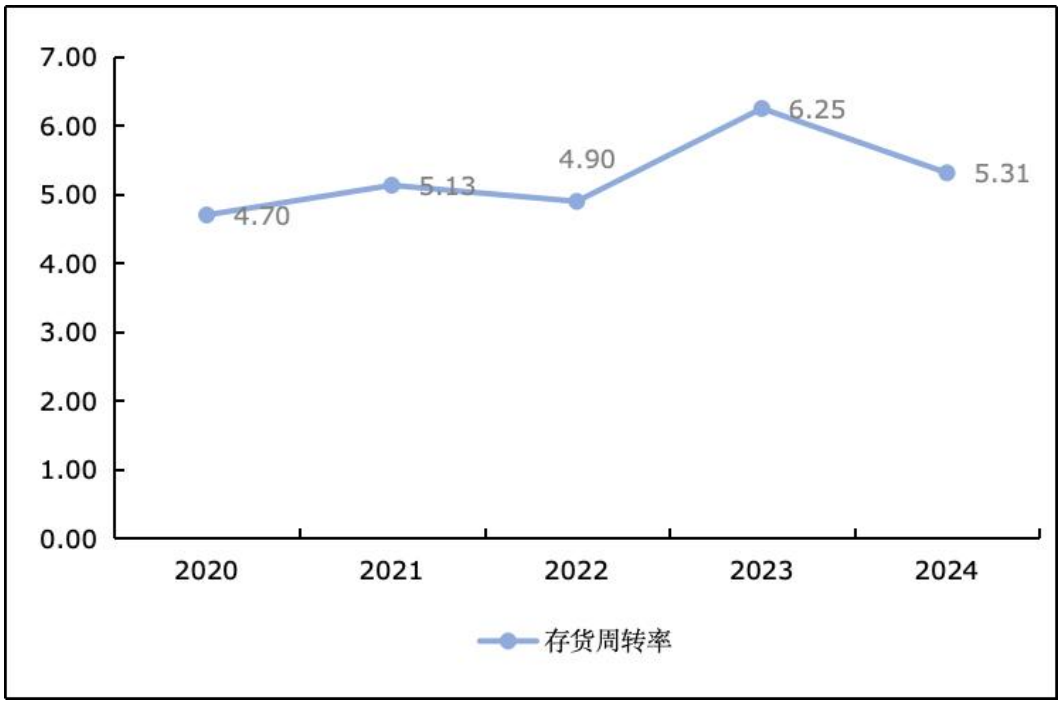
2020—2024 年青梅行业应收账款周转率



（数据来源：中品分析）

（四）2020—2024 年青梅行业存货周转率

2020—2024 年青梅行业存货周转率



（数据来源：中品分析）

（五）2025—2029 年青梅行业营运能力指标预测

2025—2029 年青梅行业营运能力预测

类别	数值（%）
2025—2029 年总资产周转率预测	1.07%
2025—2029 年营运资本周转率预测	3.79%
2025—2029 年应收账款周转率预测	144.31%
2025—2029 年存货周转率预测	5.26%

（数据来源：中品分析）

十六、经营策略分析

（一）青梅行业总体发展前景预测

一方面，随着传统工艺和现代食品科技的结合，青梅通过工业化改造源源不断打造出青梅酒、梅子露、梅子酱、脆梅等畅销全国的单品。另一方面，随着乡村振兴战略的实施，以青梅等为原材料的农特产品迎来了更多可能，让中国的农特产品成为未来食品的重要组成部分。

随着全球消费者对健康和天然食品的需求不断增加，青梅作为一种营养丰富、口感独特的水果，其市场前景将更加广阔。同时，青梅产业也需要不断创新和改进，以适应市场的变化和满足消费者的需求。

推动青梅可持续高质量发展建议：

1．培育规模化、规范化种植龙头企业

规模化、规范化的种植管理，是提升青梅产量和品质的前提。可通过政府扶持，将分散于村民手中的青梅种植地流转集中成片，培育青梅种植大户，保证青梅稳产、稳质供应。引导和改造低产梅园种植其他经济作物、减少劣质青梅栽培面积。强化优良品种选育与推广、

可自主培育或引进优良品种、筛选出既能适应当地发展要求、又能够满足市场需要的优良青梅品种并进行推广。培训种植户用药、整枝、嫁接等技术，确保农药残留符合出口要求；探索应用甲基硫菌灵去除青梅黑斑；进一步控制树形高度；尝试嫁接红梅，提升其附加值。青梅采摘务工费占比较大，采摘机械德国已经有成熟产品，可引进改造用于青梅采摘。将果园与旅游休闲活动相结合，发展观光旅游，推动青梅产业转型升级。

2．培育青梅加工龙头企业

加工龙头企业是青梅产业发展的中心，是消费市场竞争的主体，是确保青梅产业持续兴旺的关键。培养龙头企业发展可采取以下措施：政府牵头与高校进行技术成果转化对接，帮助企业开发一些新产品，使产品多样化，打开国内市场，带动青梅加工生产；积极引进先进加工技术和设备，如提取青梅柠檬酸、浓缩青梅汁、去核等机械设备，引进后进行技术消化吸收，提升青梅产品质量，增加产品类型；培育企业担当精神，做“不赚钱”的生意，鼓励加工企业让利给种植户，让种植户安心生产；青梅收购以市场为导向，提倡“一分价格一分货”，激励种植户专心种出优质青梅，符合加工企业收购标准。

随着互联网的发展、青梅销售要积极主动迎合现代互联网发展趋势，引导企业线上销售。此外，还可以主动与互联网企业合作。

3．青梅文化元素融入旅游产业

发扬青梅文化元素、把青梅文化、梅花节、青梅加工观光引入旅游产业中、丰富青梅旅游产业内涵。建立青梅文化陈列馆，让游客了

解青梅的悠久历史文化；拍摄青梅宣传短片，让更多人了解青梅的文化和养生益处；规范脆梅、青梅酒家庭式简易制作流程，促进青梅鲜果的市场销售；制作宣传青梅的“口袋式”小手册，让来旅游的游客人手一册；每年举办梅制品鉴评活动，激发线上线下顾客体验青梅食品的热情、多维度、多渠道、多项目推动青梅产业在“休闲化”总蓝图指引下高质量发展。

4．夯实青梅行业协会功能作用

充分发挥青梅行业协会作用、做好产业市场信息数据分析、种植技术人才培训、上下游产业链客户间牵线搭桥等多种服务。每年在主产区举办多场次培训活动，指导果农高质量生产。借助艺术节、展览会和政府力量推广青梅品牌，扩大招商引资。制订青梅行业标准，并积极推动青梅产业的集约化发展，引导农户进行标准化、专业化和规模化生产。

5．推进产业链条融合

产业整合，将青梅产业的产前、产中、产后等各个环节连接起来，形成“企业+农户”模式和“一二三产业融合”发展模式等多种模式。推广“企业+农户”发展模式。使青梅的种植与加工衔接，提高公司和合作农户(或家庭农场)的生产效率，鼓励公司指导农户进行标准化生产，使鲜果更符合企业要求，增强产品的竞争力。

探索“农业+文创+旅游”多产融合模式，开展制作脆梅和梅果酿酒的体验活动，同时满足游客采摘果实的喜悦和参与制作的乐趣。利用梅果加工工厂，开展加工业观光旅游等活动。

（二）经营机会

1．细分产业

果酒行业近年来展现出了强劲的增长势头，这主要得益于消费者对健康饮酒理念的认同和口味需求的多样化。果酒作为一种低度、健康、美味的饮品，逐渐受到了越来越多消费者的青睐。未来果酒企业将更加注重产品创新，推出更多口味独特、品质上乘的果酒产品。同时，企业也将加强品牌建设和营销推广，提高品牌影响力和市场份额。随着全球化的推进和国际贸易的增加，果酒市场的国际化趋势将更加明显。国内果酒品牌将积极开拓国际市场，同时国外优质果酒也将进入中国市场，为消费者提供更多选择。果酒以其低酒精度、丰富的营养成分和独特的口感，成为健康饮酒理念下的理想选择。未来，果酒市场将更加突出其健康属性，强调其营养价值和对身体的益处，吸引更多健康意识强的消费者。作为东方果酒的代表作青梅酒，在中国的历史文化和酒文化上都有着很重要的地位，未来国内以青梅酒为代表的非葡萄酒类果酒具有巨大的市场潜力。

2．区域市场

中国青梅产地主要集中在南方，尤其是广东、福建、浙江和云南等地。这些地区的青梅因气候适宜、土壤肥沃，果实品质优异，适合多种用途。上述地区具备主产区原料优势，从青梅种植、采摘、加工到销售，形成了较为完整的产业链。

3．产业链

进一步延伸产业链，提升产品附加值，促进青梅产业高质量发展。

随着竞争的全面展开，青梅产业链主要向下游延伸，这样有利于产品销售，产业链的延长将减少企业经营风险，提高竞争力，所以行业企业要进行持续的选材、口味、包装以及工艺方面的改良和技术创新，提高产品的附加值。

（三）企业经营策略建议

1．产品定位与定价

尽管非价格因素在现代市场营销过程中的作用越来越突出，但价格仍然是一个决定性的因素。价格直接影响市场对产品的接受程度，影响着市场需求和企业利润，涉及生产者、经营者和消费者等各方利益，是市场竞争的重要手段。而且由于现代市场营销体系的变化，价格成为营销组合中唯一能创造收益的因素，也是其中最为灵活的因素之一，这就要求生产经营者更加重视产品的价格策略问题。

常见的错误策略有：定价过于强调成本导向；定价脱离营销组合的其他要素；不能根据市场变化及时调整价格，以及没有根据不同的产品、细分的市场和购买的时机对价格做出调整。

就青梅行业而言，价格策略亦很重要。相对合理有效的价格策略是：在追求产品利润时，采用以成本为导向的定价法；在追求产品销售额和市场占有率时，采取以竞争为导向的定价法。此外，在制定产品基本价格体系之后，还应针对市场供需情况及时调整产品价格，较灵活的定价策略才能帮助企业实现利润最大化。

定价的一个很重要的因素就是成本的高低，如果原材料、研发、人力等成本过高，即便在维持当前利润的情况下，也需要适当提高产

品价格。

2．营销策略与渠道建设

目前中国青梅行业主要采用直接销售与经销相结合的模式，这些渠道运营已相对成熟，成为许多生产企业首选。随着行业竞争日趋激烈，如何扩大现有渠道及建设新渠道将成为未来行业竞争的关键因素之一。

渠道及终端竞争激烈，成为影响市场份额的重要因素。广泛而顺畅高效的销售渠道是企业巩固产品市场份额、开发新业务的支柱，行业内企业不断加大投入，在维护原有渠道优势的同时，力争开拓新的市场渠道。在各层级渠道的竞争中，对终端的竞争最为激烈。终端渠道对客流量、营业额、选址、交通、消费水平有较高要求，优质终端是稀缺资源。此外，在渠道管理方面，企业应注重提高销售人员素质与业务水平，加强管理。

营销策略，是企业以市场需要为出发点，根据经验获得市场需求量以及购买力信息、业界期望值，有计划地组织各项经营活动，通过相互协调一致的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略，为顾客提供满意的商品和服务而实现企业目标的过程。

3．技术创新

进行新产品的开发；通过改进生产工艺流程提高产品质量和生产效率降低生产成本；开展对外技术交流与合作；降低研发风险，控制研发成本，提高新产品开发的成功率，推出有竞争力的新产品，推动企业发展；对设备进行改进和完善。

4．成本控制

生产过程成本主要包括原材料成本、研发成本、人工、能源动力、各种辅料的消耗、车间以及其他管理部门的费用支出。

成本控制的前提在保证企业正常运营情况下，有计划、有步骤控制成本，不可为了控制成本而影响企业的生产和销售。

十七、风险提示

（一）环境风险

1．国际经济环境风险

2024 年，全球经济在复杂多变的环境中展现出独特的韧性与活力。各国在经济复苏的道路上虽面临诸多挑战，但也孕育着新的机遇。这一年，全球经济形势在多重因素的交织下，呈现出多样化的特点。

（1）全球经济长期低速增长，难以向上突破

世界经济增长近几年一直在中低位徘徊，具体而言，是在 3%左右。3.5%这一在之前可能被认为是增长下限的速度，如今已经逐渐成为全球经济增长的上限。长期低速增长的危害在于，如果稍有不慎，全球经济就可能变成失速，如果碰到重大风险，就会滑向衰退。全球经济低速增长的关键原因在于劳动生产率未能显著提高。这是全球范围内普遍存在的结构性问题。劳动年龄人口减少、教育程度基本触顶以及全球价值链不断被干扰直至中断等，都是导致劳动生产率无法有效提高的重要因素。如要改变这一情况，可能需要科技创新。人工智能在产业和商业领域的广泛运用可能会改变劳动率低迷的状况，进而推动全球经济从低位增长向中高速增长转变。

（2）全球化继续面临压力

2024 年全球货物贸易增长约 2.7%，低于全球 GDP 增速。全球化仍面临逆潮，各种贸易和投资保护主义层出不穷。全球化最大的挑战在于美国持续地退缩。经济“内顾化”已基本成为美国国内共识。美国对于全球化的冲击不仅仅在于“内顾化”的政策取向，更在于进攻性地锁定其他国家为经济对手。美国认为自己是原有全球化的受损者，其他国家、特别是中国，是全球化的受益者。因此，美国持续在各经济领域对中国防范和遏压，在全球经济体系中抑制中国的位置，打造限制中国参与的排他性经济小圈子，导致全球经济变成割裂、对立的体系。中国和美国作为全球前两大经济体，正常的双边经贸关系是全球化的基石。中美经贸合作则全球化进，中美经贸对抗则全球化退。美国执意与中国对抗的政策取向，分裂全球化的统一性，分散全球化发展的动力。

（3）经济安全化日益强化

国家更多从安全角度看待经济，经济发展让步于国家安全需求。经济要素全球流动面临更多显性和隐性的障碍，无法以效率为优先标准。各国为了国家安全，大幅增加经济体系的安全冗余度，导致资源低效配置，经济低效运行。从安全的角度，额外的大量经济投入可能是合乎逻辑的，但在经济角度，这可能是资源浪费。在安全化需求之下，各种类型的“+1”模式、“备份”模式、“本土”模式甚至是“断链”模式，不断涌现，压制了经济效率。更加不用说在经济政策领域不断出现的出口控制、投资限制以及经济制裁等等，进一步加大了经

济要素自由流动的困难。问题在于，虽然经济安全化在各国政府执政理念上可能已经成为某种优先，但在实际的政策实施中，遭遇太多的困难。例如，乌克兰危机后，欧洲和俄罗斯的经贸关系被彻底安全化，欧洲难以继续与俄罗斯进行贸易和投资，但是“去俄罗斯”后的欧洲打破了原有的模式，但未能建立新的经济模式，或者说，新的经济模式尚在摸索当中，这就在很大程度上解释了为何 2024 年欧洲经济的超低速表现。

对青梅行业的影响：中国市场的国际化进程日益加快，受国际经济环境影响较大。国际经济环境恶化也将会对中国经济产生重大影响，从而影响青梅行业的发展。

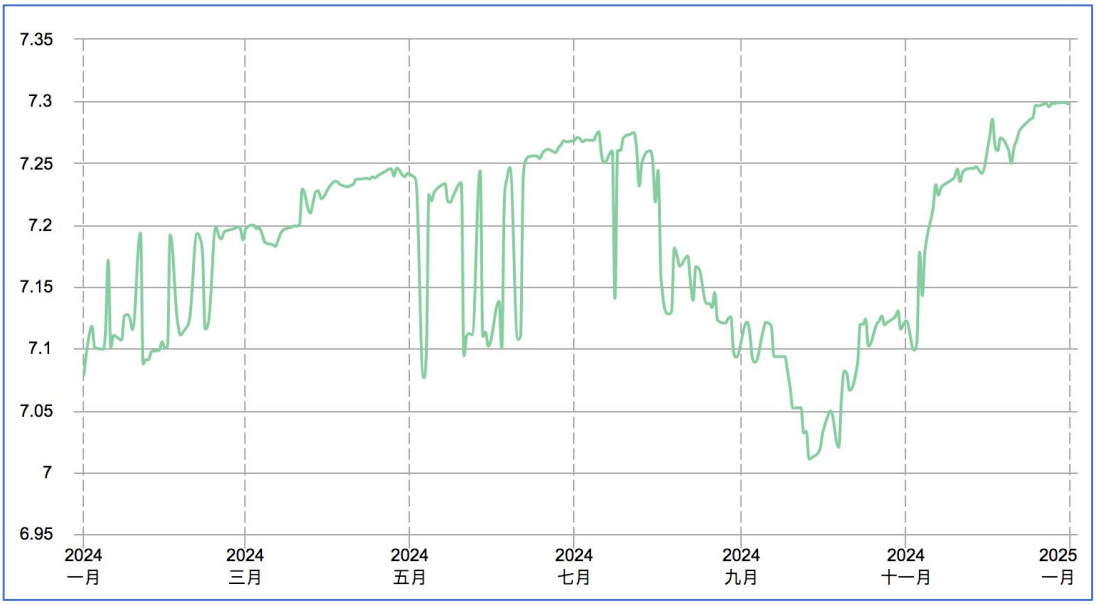
2．汇率风险

2024 年，人民币汇率在错综复杂的宏观背景下表现出韧性。第一财经研究院人民币名义有效汇率指数年内由 94.7 上升至 98.9，升幅达到 4.42%；外汇交易中心发布的 CFETS 人民币指数年内由 97.4 上升至 101.5，升幅为 4.16%。在主要货币对中，2024 年人民币对美元贬值 2.83%，对欧元升值 3.41%，对日元升值 7.41%。

2024 年，人民币对一篮子货币汇率走势与我国经济走势一致。2024 年，我国 GDP 增速与 PMI 景气指数均呈现出“前高、中低、后扬”的特征，而人民币对一篮子货币汇率的走势在一季度呈现上升态势，在二、三季度下降，并在 2024 年 9 月中旬以后开始企稳回升，最终于 12 月 27 日达到年内高点。我们认为，自 2024 年 9 月下旬以来政策密集出台是提振四季度 GDP 增速和人民币汇率的关键因素，随

着降准降息、提振资本市场、置换隐性债务等政策落地，市场预期和经营主体的信心改善。

2024 年的 USD/CNY 汇率



（数据来源：新华社）

展望 2025 年，国内外宏观事件的变化可能会加剧人民币汇率的波动。从国内来看，市场预期今年将有更多增量逆周期调控政策出台，政策出台的规模是否达到市场预期、能否有效维护中国经济的稳健增长对于汇率的后续走势至关重要。从海外来看，特朗普再次就任美国总统无疑使全球经贸格局都变得更加动荡，中美之间的摩擦也已不限于贸易领域，还包括美方对中国的科技封锁、TikTok 所属权的问题等，美国对中国在一系列议题上的政策变化可能会放大人民币对美元的汇率波动。

对青梅行业的影响：由于产品进出口的规模占有较大比例，因此汇率风险对青梅行业影响较大。

3．宏观经济风险

2024 年，尽管全球经济持续温和复苏，通胀压力有所缓解，主要央行普遍开启降息进程，且全球贸易逐渐回暖，国际投资下行趋势有望企稳，但世界经济前景仍存在诸多不确定性，下行风险不容小觑。一是特朗普新政府对外加征关税将阻碍全球贸易复苏。如果特朗普兑现其竞选承诺，对全球加征 10%的关税，以及对中国加征 60%的关税，这可能会中断全球贸易复苏进程，甚至引发全球“贸易战”。二是地缘政治冲突可能引发供给冲击和大宗商品价格剧烈波动。近年来，地缘冲突和区域热点事件频发，一旦冲突升级，可能引发新一轮供给冲击，导致石油、天然气等关键资源价格大幅上涨。地缘政治冲突还可能扰乱全球航运体系，加剧供应链中断风险。三是主要经济体货币政策失误风险犹存。在错综复杂的国内外环境下，央行决策失误风险加大，或引发新的经济冲击：一方面，若过早放松紧缩措施，可能导致通胀预期钝化，通胀水平再度走高；另一方面，若政策转向滞后，维持高利率环境时间过长，则可能引发经济衰退。四是贸易碎片化趋势加剧，可能扰乱全球产业链供应链，降低生产效率。大国博弈与地缘政治冲突可能导致区域间贸易和投资关系紧张，形成新的贸易壁垒和保护主义措施，全球多边贸易体系或将受到严重冲击。

中国经济在经历了数十年的高速增长后，逐渐进入中速增长的新常态。

（1）经济增速放缓

2025 年，中国经济增速可能保持在 4%～5%之间，这较此前的高

增长期有所下降。增速放缓的主要原因包括：国内消费需求疲软，房地产市场的调整，以及外部需求不振等。虽然中国政府通过实施一系列的财政和货币政策来刺激经济增长，但仍难以恢复到疫情前的高增长水平。

（2）老龄化和劳动力短缺

中国的人口老龄化问题在 2025 年表现得愈发突出。据统计，65 岁及以上人口占比持续上升，老年抚养比进一步提高。这对中国的劳动力市场构成巨大压力，劳动力供给减少直接影响了制造业和服务业的生产效率。此外，人口老龄化也导致了社会保障和医疗支出大幅上升，加剧了政府的财政压力。为了应对这一问题，中国政府正在积极推行延迟退休政策、加大对生育政策的支持力度，同时引导产业转型升级，提高劳动生产率。

（3）产业转型与高质量发展

2025 年是中国经济结构调整的关键年份。随着低端制造业逐渐向东南亚等劳动力成本较低的国家转移，中国正加快产业升级步伐，推动制造业向高端化、智能化方向发展。人工智能、大数据、新能源等新兴产业被视为未来经济发展的重要支柱。与此同时，中国政府也在积极推动绿色低碳发展，力争在 2030 年实现碳达峰、2060 年实现碳中和目标。为此，传统的高能耗、高污染产业正在面临严格的监管和淘汰压力。

（4）金融风险与债务问题

2025 年，中国的金融风险依然是影响经济稳定的重要因素之一。

近年来，地方政府债务、企业债务和居民杠杆率持续攀升，给金融系统带来了巨大压力。尤其是房地产行业的债务问题，随着监管政策的加强，许多房企面临着债务违约和资金链断裂的风险。虽然中国政府采取了“保交楼、保民生”的措施来维稳市场，但仍需警惕金融体系的系统性风险。同时，地方政府债务问题也将对财政政策的可持续性构成挑战。

对青梅行业的影响：青梅行业本身受宏观经济的影响较大。若经济景气，下游的青梅应用企业需求量大，青梅行业发展迅速。若经济不景气，青梅应用企业需求量小，虽然仍有大量技术服务需要在设备的使用过程中持续提供，但青梅行业总体的发展将减缓。

4．宏观经济政策风险

在新冠疫情、地缘政治冲突、通货膨胀和货币紧缩等多重冲击下，世界经济展现出超预期的韧性。2024 年，全球贸易逐步复苏，国际投资下行趋势有所缓解。随着通胀率进一步下降，主要央行纷纷开启降息周期，财政政策仍保持相对宽松，全球经济有望继续缓慢复苏。然而，世界经济运行中的短期问题和长期矛盾交织叠加，经济增长动能明显不足，下行风险不容忽视。展望未来，美联储货币政策转向、全球产业链加速重构、全球劳动力市场面临结构性问题、人工智能引领新一轮科技革命和产业变革、世界贸易组织边际效用弱化、美西方恶意炒作中国“产能过剩”等问题值得关注。2025 年世界经济将持续在中低速增长轨道上曲折运行，增速约为 3.0%。需要警惕的是，如果地缘政治剧烈动荡或贸易摩擦不断加剧，世界经济增速可能会进

一步下降。

（1）货币政策

就货币政策而言，回顾 2022 年和 2023 年年初，全球大部分央行在快速同步紧缩之后，货币政策已开始趋向分化。中国人民银行等少数央行率先抵制全球紧缩趋势，随后更多央行开始放宽货币政策，至 2023 年年底，全球 130 家央行中有 28 家降低了政策利率，但全球货币政策总体依然保持紧缩。回顾 2024 年上半年我国货币政策执行情况，《报告》总结称，2024 年货币政策坚持支持性的立场，有力支持经济回升向好。2024 年 12 月新发放企业贷款和个人住房贷款利率同比分别下降约 40 个和 90 个基点。人民币对一篮子货币有所升值，年末中国外汇交易中心（CFETS）人民币汇率指数较上年末上涨 4.2%。回顾 2024 年，发达经济体货币政策的走向与年初的预期背道而驰，宛如一场偏离轨道的旅行。这一差异的根源深深扎根于通胀与就业数据的复杂走势之中，这些数据犹如难以捉摸的谜题，打破了年初的预测模型。同时，政治性干扰变量如狂风暴雨般冲击着货币政策的决策过程，其影响程度远超各方预期，使得原本清晰的政策路径变得模糊不清。这一充满变数的态势，无疑为 2025 年的货币政策展望蒙上了一层厚厚的迷雾，让预测变得如同在黑暗中摸索前行。

（2）财政政策

就财政政策而言，由于全球利率上升和流动性紧缩，全球大部分国家财政空间正加速收窄。在 2020 年新冠疫情大暴发后，各国政府普遍采取宽松的财政政策来应对疫情危机、刺激经济复苏并平抑大宗

商品价格上涨。2022 年年初以来，全球范围内的利率大幅上升及流动性持续紧缩，进一步加剧财政赤字和债务负担。但 2023 年全球近一半的主要经济体依然继续采取宽松的财政政策，其凸显出财政政策仍是短期内刺激总需求和增长的核心工具。从各国财政政策看，2024 年全球财政政策仍保持在较为宽松的区间。国际货币基金组织数据显示，在全球纳入统计的 196 个经济体中，2024 年财政赤字运行的经济体占比高达 78.6%，与 2023 年持平。财政赤字与 GDP 之比超过 3%的经济体约占 45.9%，较 2023 年减少 5.1 个百分点；超过 6%的经济体占比为 14.8%，较 2023 年增加 1.0 个百分点。分国别看，2024 年发达经济体的广义政府基本财政赤字与 GDP 之比为 2.7%，与 2023 年基本持平，财政政策保持不变；新兴与中等收入经济体的广义政府基本财政赤字与 GDP 之比为 3.5%，较 2023 年增加 0.2 个百分点，整体财政政策更为宽松。

（3）贸易政策

就贸易政策而言，2024 年，世界经济持续复苏，贸易需求总体上升，同时，地缘政治紧张加剧、供应链重构加深等问题依然存在。各种复杂因素影响下，贸易总额虽有所增加，但发展失衡和不确定性增加等风险因素也更加突出，面临的挑战增多。2024 年的贸易额增加主要得益于服务贸易，其高达 7%的同比增速占据了全球贸易增长份额的一半左右。相比之下，货物贸易同比增速仅有 2%，尚未恢复到 2022 年的最高水平。由于发达国家在服务业贸易上更具优势，2024 年以服务业贸易为主要驱动力的贸易增长，也加剧了发达国家和发展

中国家的贸易差距。曾一度作为全球贸易重要动力的发展中国家，在2024年遭遇逆境。数据显示，今年三季度，发展中国家进口额环比下降1%，南南贸易额也遭遇了环比1%的缩水。相较之下，发达国家则表现出更为稳健的态势，进口额和出口额环比分别增长3%和2%。预计2025年全球经济持续增长以及通胀压力进一步缓解将有利于全球贸易进一步回暖，尤其为发展中国家大力发展贸易提供了较好窗口。但与此同时，地缘政治挑战以及贸易关系紧张等都会导致2025年的全球贸易前景遭遇较大不确定性。贸发会议认为，美国的关税政策将是影响2025年全球贸易的重要因素，征收比例更高、适用范围更广的关税无疑将扰乱全球价值链，并冲击关键贸易伙伴，即使是威胁使用关税也会产生不可预测性并削弱贸易活动。

对青梅行业的影响：宏观经济政策的变化会影响到青梅企业的经营策略和应对市场的机制，进而影响青梅产品的细分产品比例。

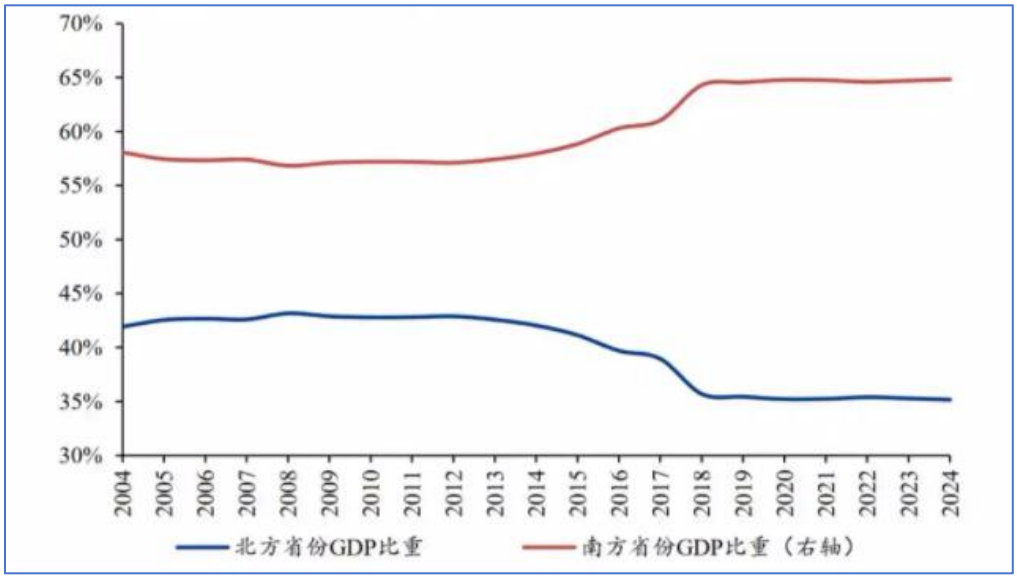
5．区域经济变化风险

近五年南北省份GDP占比保持相对稳定，“南升北降”主要发生在2013—2019年，其后南北占比大体稳定，2024年南方经济占比略上升0.1个百分点至64.8%。中国南北经济格局，很大程度上受到新兴产业与传统产业竞争力影响，背后是市场化程度和营商环境的差异。南方有新质生产力支持但同时面临房地产冲击，北方有资源和“一带一路”出口优势但遭遇物价冲击。新时代以来，受经济结构转型和供给侧改革去产能影响，以及南北方市场化程度的差异，东北一些资源枯竭地区去工业化，加之辽宁、天津等省（市）统计数据“挤水分”，

导致“南升北降”加速演进，北方省份 GDP 比重从 2012 年 42.9%降至 2019 年的 35.4%。2020 年以来，双循环新发展格局加快构建，南北 GDP 比重变化相对较小。2022 年，受益于百年变局下全球供应链受阻、能源安全重要性上升，大宗商品量价齐升，北方资源型大省名义 GDP 高增长，一度扭转了“南升北降”格局。

2023—2024 年，各地因地制宜加快培育新质生产力，推动产业结构升级。南方省份加快新一代信息技术 、高端装备制造、新能源等战略性新兴产业发展，形成区域经济新增长点。2024 年，南方省份 GDP 占比 64.8%，较 2023 年小幅上升 0.1 个百分点。而北方省份利用资源优势，加快绿色能源、新材料等新兴产业发展，但由于工业品价格持续调整，采掘业、部分上游制造业出现量增价减，北方省份 GDP 占比由 2023 年的 35.3%降至 2024 年 35.2%。

2004—2024 年南北省份 GDP 比重变化

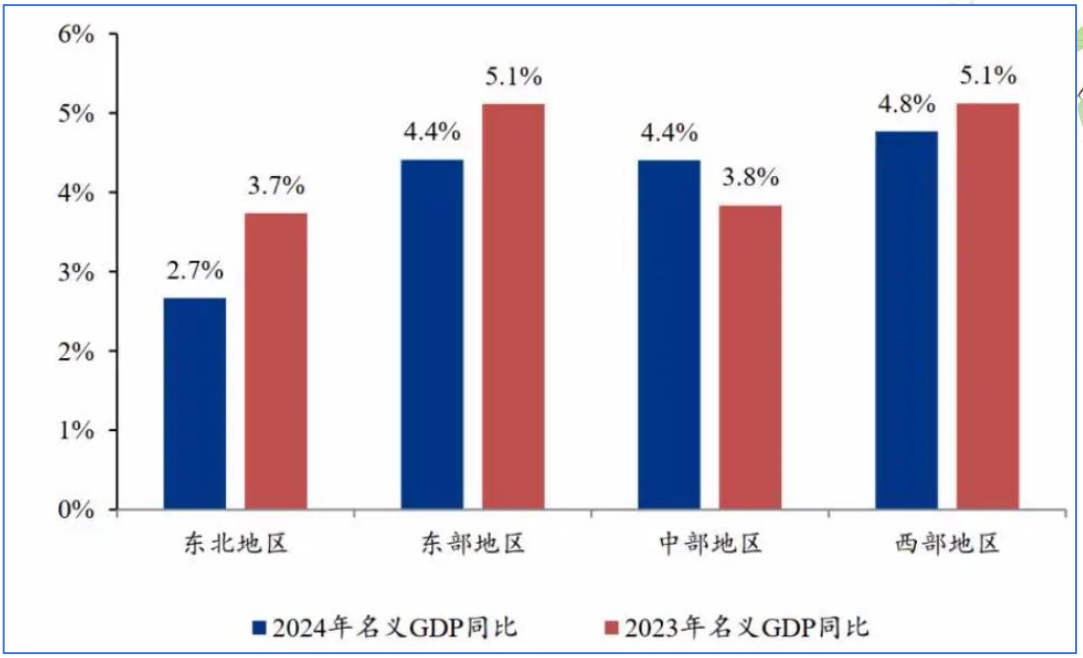


（资料来源：各省市统计局）

2024 年，中国区域经济增长“西快东慢”，西部地区领先，中部地区提速，东部地区遇阻。从实际增速看，2024 年实际 GDP 增速

前十名中，西部省份占 6 席，东部省份占 2 席，中部省份占 2 席。从名义增速看，前十名中，西部省份占 6 席，东部和中部省份分占 3 席、1 席。2024 年，东北、东部、中部和西部地区名义 GDP 同比分别增长 2.7%、4.4%、4.4%、4.8%。总体上，各大区域经济增速接近，西部地区经济增速相对更高，一是由于多数省份经济体量小、潜力大；二是受到产业转移、绿色转型、扩大开放的三重利好驱动，加快将能源优势向产业优势转化，打造经济新增长点。中部地区经历 2023 年经济调整期之后迅速修复，受益于区域重大战略，产业协同创新推进，2024 年名义 GDP 增速加快 0.6 个百分点。长江中游城市群成为区域增长极，湖北 2024 年名义 GDP 增长 5.7%，排名全国第二。东部地区增长放缓、区域分化，长三角城市整体表现好于珠三角。东部地区 2024 年名义 GDP 增速放慢 0.7 个百分点，不同城市面临产业结构调整、房地产市场探底、消费意愿低迷等多重阻力。长三角城市群 26 市 GDP 加权平均增长 5.5%，超过全国平均水平；而珠三角九市加权平均增长 3.7%，低于全国与长三角平均增速。由于不同城市产业结构与房地产市场调整节奏不同，广佛肇等珠三角城市仍处于产业转型阵痛期和房地产调整消化期。东北地区经济仍处于“漫长的季节”，受制于人口外流、产业竞争力下降等因素，辽宁、吉林、黑龙江名义 GDP 分别增长 3.9%、3.0%、0.0%，远低于全国平均水平。

2024 年中国四大区域名义 GDP 同比增速变化



（资料来源：各省市统计局）

对青梅行业的影响：区域经济变化会影响到本地青梅行业企业的经营，进而影响青梅行业产品的市场规模。

（二）产业政策风险

近年来，多地出台支持、促进青梅行业发展措施，探索行之有效的产业发展新模式，加强技术指导，推广青梅产业标准化生产技术，有效推动了各地青梅产业向规模化、标准化和品牌化发展，产业政策风险小。

（三）产业链风险

1．上游风险

青梅行业上游为青梅种植业，青梅种植业受自然天气等的影响。如遇天气原因或不可抗力因素而造成的青梅产量减少，将对青梅行业的经营产生不利影响。

2．下游风险

青梅含有丰富的营养成分，如维生素 C、维生素 E、钾、钙等矿物质以及多种有机酸。维生素 C 能够增强免疫力，抗氧化；维生素 E 有助于保护细胞免受自由基损伤；钾元素对维持心脏正常功能和血压稳定有一定作用。近年来，随着消费者对健康食品的追求，青梅销售量持续攀升，市场需求旺盛。

（四）市场风险

1．市场供需风险

随着青梅行业企业的增加，该行业的市场竞争将会更加激烈，这会对青梅行业的生产经营带来一定的风险。市场容量、竞争对手的发展、产品价格的变化都会对青梅行业的预期收益造成影响。同时青梅行业现有的销售渠道、销售力量将对新产品市场开拓造成制约，这些因素都将增大新产品的市场风险。

2．竞争风险

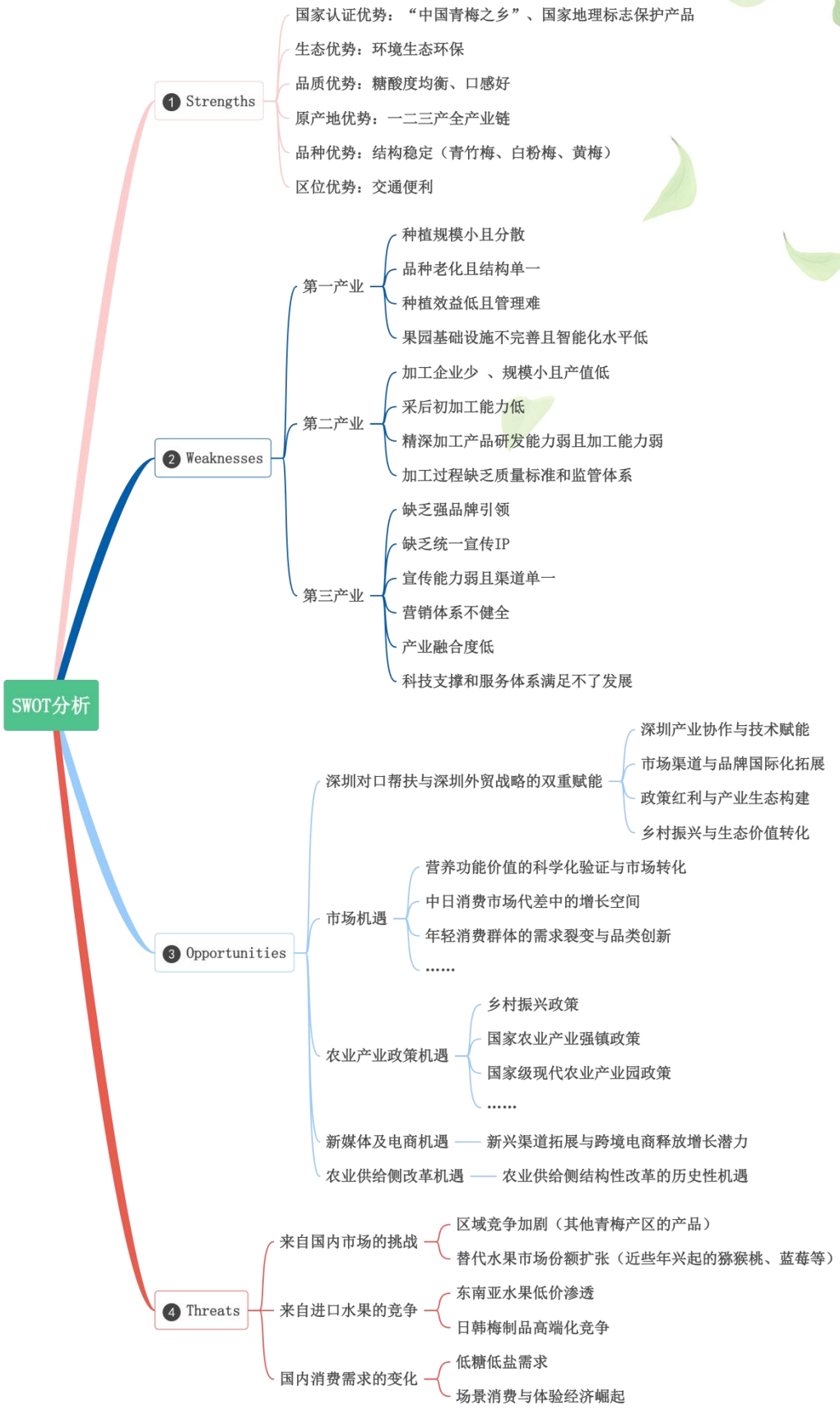
青梅市场的快速发展和产业链的成熟，吸引了大量厂商进入该市场并研发相关技术和产品，整体市场竞争较为激烈。业内企业如未能将现有的市场地位和核心技术转化为更多的市场份额，则会在维持和开发品牌客户过程中面临更为激烈的竞争，存在市场竞争加剧的风险。

好的质量管理是决定企业产品竞争力的关键因素，也是企业有效运作的关键因素，好的营销网络是企业产品能够成功推向市场的关键因素。在行业的整合和集中过程中，行业内每个公司仍然可能面临竞争对手挑战的风险。

第二篇　陆河青梅分析报告篇



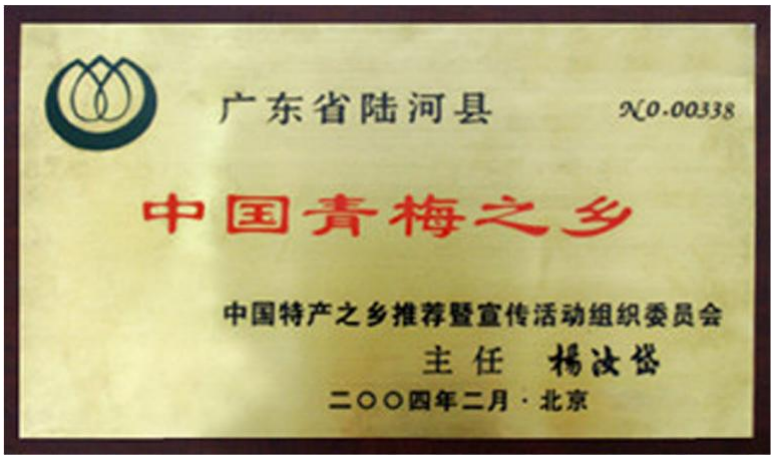
第一章 陆河青梅产业 SWOT 分析



一、优势条件（Strengths）

（一）国家认证优势

国家级认证与荣誉称号：陆河青梅于 2006 年被列入国家地理标志保护产品，成为体现其独特品质和文化传承的“金字招牌”。早在 2004 年，陆河县即被授予**“中国青梅之乡”**称号，进一步巩固了其在全国青梅产业中的核心地位。此外，2021 年陆河青梅获评广东省特色农产品优势区，品牌影响力持续提升。



（二）生态优势

（1）得天独厚的气候条件

陆河县地处北回归线以南，属温暖湿润的亚热带季风气候区，同时也是丘陵山地环绕之地，地貌特征显著，岭谷交错。得益于其低纬

度位置，毗邻南海的地理优势，以及复杂多变的山地地形，陆河县形成了夏日悠长、冬日短暂、气温适中、光照充沛、雨水丰沛的独特气候风貌。

值得一提的是，陆河县在青梅的关键生长期，日夜温差可达 8 至 10 度，这一温差不仅促进了青梅果实的着色，还极大地有利于糖分的转化与积累，使得陆河青梅以其独特的甜酸比和饱满口感闻名遐迩。因此，陆河县凭借其得天独厚的气候条件，成为了青梅种植的理想之地，全国知名的青梅产区。

（2）优越的地理环境

陆河县地处丘陵山区地带，地形以低山丘陵为主，坡度多在 30°以下，而青梅多种植在海拔 200—600 米的缓坡地带，土层深厚且排水条件良好，避免了积水烂根问题，适宜青梅规模化种植，同时山地昼夜温差大，有利于果实营养物质的形成。

陆河县的生态环境本底优良，工业污染源少，空气质量常年保持国家一级标准，水源清洁（如螺河等河流水质优良），而且长期保持传统农耕状态，为无公害青梅生产奠定了绿色基础。这种洁净的土壤和空气环境，为青梅绿色种植提供了纯净环境，确保了青梅的天然健康属性。

（3）肥沃的土壤条件

陆河县土壤以微酸性红壤和黄壤为主，pH 值在 5.5-6.5 之间，偏酸性环境符合青梅生长需求，有利于果实积累高酸度，形成果大、皮薄、肉质脆嫩的品质特点。而土壤疏松肥沃，土质深厚且通透性强，

富含有机质和矿物质（如钾、磷等），为青梅根系发育和养分吸收提供了理想条件。陆河县的土壤条件符合青梅生长对土壤酸碱度和养分的需求，有助于提升果实酸度和营养成分。

同时，得益于亚热带季风气候的温和湿润，年均降雨量达 2300 毫米以上，配合丘陵地带的土壤结构疏松透气，酸性红壤的保水保肥特性，形成了青梅生长的“水热土黄金组合”，既满足青梅根系需氧需求，又减少水土流失风险。这种协同效应不仅提升了果实品质，还增强了青梅的抗病虫害能力。

（4）丰富的生物多样性

陆河县森林覆盖率高达 65.4%，拥有中国最大的红椎林自然保护区，丰富的植被和多样化的生态系统，天然林与青梅园交错分布，形成良好的生态屏障，减少病虫害传播风险。同时，生物多样性为青梅园提供了自然授粉媒介（如蜜蜂、蝴蝶等），降低人工干预成本。

健康稳定的生态系统能够通过食物链抑制害虫爆发，例如鸟类和益虫的存在可减少农药使用量，符合绿色有机种植要求。

（5）政策支持的生态农业模式

陆河县积极推动“生态立县”战略，注重水土保持和生态修复，通过退耕还林、生态补偿等措施保护青梅种植区的生态环境。陆河青梅种植已逐步推广有机肥替代化肥、生物防治替代化学农药等模式，为申报“绿色食品”等认证打下基础，提升品牌价值。

（三）品质优势

（1）生态气候成就青梅天然风味

①糖酸比均衡

陆河县昼夜温差大（尤其果实成熟期），白天光合作用积累糖分，夜间低温抑制呼吸消耗，使得青梅果肉糖分（葡萄糖、果糖）与有机酸（柠檬酸、苹果酸）比例协调，形成酸甜适口、回味醇厚的独特风味。

对比优势：相较于平原地区，陆河青梅酸度更高（pH 值 2.8-3.2）糖酸比稳定（约 1:5），更适宜加工高品质梅制品（如话梅、梅酒）。

②芳香物质富集

充足的日照时长和纯净空气促进青梅果皮芳香烃类物质（如萜烯类、酯类）的合成，赋予果实清新馥郁的果香，加工后香气保留度显著优于普通产区。

（2）纯净水土孕育绿色健康品质

①零污染环境保障安全性

陆河县无工业污染，水源（如螺河水系）达到国家Ⅱ类水质标准，土壤重金属含量远低于国家标准限值（铅、镉等含量仅为国标限值的30%～50%），青梅果实农残检测合格率常年保持 100%，符合欧盟出口标准。（下附农残检测报告）

eurofins

中国认可
国际互认
检测
TESTING
CNAS L13734

检测报告

实验室样品编号	727-2024-00004323	签发日期	2024年04月01日
报告编号	AR-24-R2-004201-02		

*此检验报告取代编号: AR-24-R2-004201-01的报告

陆河县果田生态农业科技有限公司
陆河县河田镇宝山村火山嶂中心坑

样品编号：	727-2024-00004323
客户样品编号：	GT20230409
样品描述：	咸水梅
样品包装：	密封塑料袋
检测类型：	委托检测
样品接收日期：	2024年03月13日
检测开始日期：	2024年03月13日
检测结束日期：	2024年04月01日
接收时样品温度(℃)	17.1
样品重量及数量	1800g
样品状态	包装完好

		结果	单位	定量限	检出限
▵ R220X	亚硝酸盐 方法：GB 5009.33-2016 第二法				
亚硝酸盐（以亚硝酸钠计）		未检出	mg/kg		1
▵ R220U	亚硫酸盐 方法：AOAC 990.28				
二氧化硫		<10	μg/g	10	
☆ SUS1F	极性农药 选择参数 方法：EURL-SRM-09 QuPPe-PO-method Version 12.2 2023				
杀草强		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUS1J	百草枯 & 敌草快 方法：EURL-SRM-09 QuPPe-PO-method Version 12.2 2023				
敌草快		<LOQ	mg/kg	0.01	
百草枯		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SU30P	草甘膦, 草铵膦, 氨甲基膦酸 方法：USGS Techniques and Methods 5–A10				
草甘膦		<LOQ	mg/kg	0.01	
草铵膦		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUS3J	毒杀芬 方法：EPA 3665A 1996				
毒杀芬		<LOQ	mg/kg	0.05	
☆ SUS4J	二氰蒽醌 方法：EURL SRM-13				
二氰蒽醌		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUS7D	茅草枯 方法：BS EN 15662:2018				
茅草枯		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUS7F	二硫代氨基甲酸盐类农药(以二硫化碳表示) 方法：Acta Chim. Slov. 2006, 53, 100-104				
丙森锌(以二硫化碳计)		<LOQ	mg/kg	0.1	
代森联（以二硫化碳计）		<LOQ	mg/kg	0.1	
☆ SUS7G	溴甲烷 方法：内部方法 (ESS-TP-8701 V1 2021)				
溴甲烷		<LOQ	mg/kg	0.02	
☆ SUS7Q	氯酞酸 方法：内部方法 (ESS-TP-8864 V4 2022)				
氯酞酸		<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG3	GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定 方法：BS EN 15662:2018				
亚胺唑		<LOQ	mg/kg	0.01	

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

eurofins

	结果	单位	定量限	检出限
咯菌腈	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻虫胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
戊硝酚	<LOQ	mg/kg	0.01	
毒菌酚	<LOQ	mg/kg	0.01	
氟虫腈(氟虫腈、氟甲腈、氟虫腈砜、氟虫腈亚砜之和，以氟虫腈表示)	N/A	mg/kg		
氟酰脲	<LOQ	mg/kg	0.01	
消螨酚	<LOQ	mg/kg	0.01	
特乐酚	<LOQ	mg/kg	0.01	
甲氧虫酰肼	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG4 GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定 方法：BS EN 15662:2018				
丁硫克百威	<LOQ	mg/kg	0.01	
久效磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
乐果	<LOQ	mg/kg	0.01	
乙酰甲胺磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
二溴磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
伏杀硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
保棉磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
倍硫磷（总量）	N/A	mg/kg		
克百威 总量	N/A	mg/kg		
内吸磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
唑螨酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
啶虫脒	<LOQ	mg/kg	0.01	
啶酰菌胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
嘧菌环胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
嘧菌酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻草酮	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻虫啉	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻虫嗪	<LOQ	mg/kg	0.01	
噻螨酮	<LOQ	mg/kg	0.01	
四螨嗪	<LOQ	mg/kg	0.01	
多杀霉素	N/A	mg/kg		
巴毒磷（丁烯磷）	<LOQ	mg/kg	0.01	
敌百虫	<LOQ	mg/kg	0.01	
棉安磷 (硫环磷)	<LOQ	mg/kg	0.01	
氟吡甲禾灵	<LOQ	mg/kg	0.01	
氟唑菌酰胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
氟虫双酰胺(氟苯虫酰胺)	<LOQ	mg/kg	0.01	
氧乐果	<LOQ	mg/kg	0.01	
氯磺隆	<LOQ	mg/kg	0.01	
氯虫苯甲酰胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
治螟磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
涕灭威 总量	N/A	mg/kg		
灭多威	<LOQ	mg/kg	0.01	
灭线磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
特丁硫磷 总量	N/A	mg/kg		
甲基硫环磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
甲拌磷 总量	N/A	mg/kg		
甲胺磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
联苯肼酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
肟菌酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
腈菌唑	<LOQ	mg/kg	0.01	
苯线磷 总量	N/A	mg/kg		
茚草酮	<LOQ	mg/kg	0.01	

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇民平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

eurofins

		结果	单位	定量限	检出限
	茚虫威	<LOQ	mg/kg	0.01	
	蝇毒磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	螺螨酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	辛硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG5	GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定	方法：BS EN 15662:2018			
	吡唑萘菌胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀虫脒	<LOQ	mg/kg	0.01	
	灭螨醌总量（灭螨醌和羟基灭螨醌之和,以灭螨醌表示）	N/A	mg/kg		
	苯嘧磺草胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG6	GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定	方法：BS EN 15662:2018			
	七氯 总量	N/A	mg/kg		
	三氯杀螨醇 总量	N/A	mg/kg		
	丙炔氟草胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
	丙酯杀螨醇	<LOQ	mg/kg	0.01	
	乙酯杀螨醇	<LOQ	mg/kg	0.01	
	六六六 总量	N/A	mg/kg		
	地茂散(氯苯甲醚)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	地虫硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	对硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	庚烯磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	异狄氏剂	<LOQ	mg/kg	0.01	
	敌敌畏	<LOQ	mg/kg	0.01	
	敌草索(氯酞酸甲酯)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀扑磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀虫畏	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀螟威(毒虫畏)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	杀螟硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	氧丹 总量	N/A	mg/kg		
	氧唑磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	氰氟菊酯	<LOQ	mg/kg	0.02	
	氰菊酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	氰戊菊酯和顺式氰戊菊酯(总量，RR/SS/RS/SR）	N/A	mg/kg		
	水胺硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	溴氰菊酯	<LOQ	mg/kg	0.02	
	滴滴涕 总量	N/A	mg/kg		
	灭蚁灵	<LOQ	mg/kg	0.01	
	狄氏剂	<LOQ	mg/kg	0.01	
	甲基对硫磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	甲基异柳磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	甲氧氯(甲氧滴滴涕)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	甲氰菊酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	硫丹 总量	N/A	mg/kg		
	硫线磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
	磷胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
	艾氏剂	<LOQ	mg/kg	0.01	
	速灭磷	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSG7	GB 2763-2021 农药及其代谢物残留量的测定	方法：BS EN 15662:2018			
	三氟硝草醚	<LOQ	mg/kg	0.01	
	乐杀螨	<LOQ	mg/kg	0.01	
	吡噻菌胺	<LOQ	mg/kg	0.01	
	抑草蓬	<LOQ	mg/kg	0.01	
	格螨酯(杀螨磺)	<LOQ	mg/kg	0.01	
	氟除草醚	<LOQ	mg/kg	0.01	

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇民平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

eurofins

		结果	单位	定量限	检出限
	灭草环	<LOQ	mg/kg	0.01	
	烯虫乙酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	烯虫炔酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	环螨酯	<LOQ	mg/kg	0.01	
	草枯醚	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSI0	草芽畏 方法：内部方法 (ESS-TP-10172 V1 2022)				
	草芽畏	<LOQ	mg/kg	0.01	
☆ SUSW3	LC-MS/MS农残多参数扫描 方法：BS EN 15662:2018				
	2,4-滴 总量	N/A	mg/kg		
	吡氟禾草灵和精吡氟禾草灵	N/A	mg/kg		
☆ SUSW4	LC-MS/MS农残多参数扫描 方法：BS EN 15662:2018				
	甲磺隆	未检出	mg/kg	0.01	0.003
	胺苯磺隆	未检出	mg/kg	0.01	0.003
	螺虫乙酯(总量)	N/A	mg/kg		
▵ Y35IQ	砷 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	砷	未检出	mg/kg	0.005	0.002
▵ Y35IS	铅 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	铅	0.0722	mg/kg	0.05	0.02
▵ Y35IW	锡 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	锡	<0.03	mg/kg	0.03	0.01
Y35J1	锑 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	锑	未检出	mg/kg	0.03	0.01
▵ Y35J2	镉 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	镉	未检出	mg/kg	0.005	0.002
▵ Y35J3	汞 方法：GB 5009.268-2016 第一法				
	汞	0.0130	mg/kg	0.003	0.001
▵ Y35KL	苯甲酸 方法：GB 5009.28-2016 第一法				
	苯甲酸	未检出	g/kg	0.01	0.005
▵ Y35KM	山梨酸 方法：GB 5009.28-2016 第一法				
	山梨酸	未检出	g/kg	0.01	0.005
▵ Y3Z0I	黄曲霉毒素B1+B2+G1+G2 方法：GB 5009.22-2016 第三法				
	黄曲霉毒素B1	未检出	μg/kg	0.1	0.03
	黄曲霉毒素B2	未检出	μg/kg	0.03	0.01
	黄曲霉毒素G1	未检出	μg/kg	0.1	0.03
	黄曲霉毒素G2	未检出	μg/kg	0.03	0.01
	黄曲霉毒素总量(B1, B2, G1, G2)	N/A	μg/kg		
▵ Y3L00	菌落总数 方法：GB 4789.2-2022				
	菌落总数	<10	CFU/g		
▵ Y3L02	大肠菌群 方法：GB 4789.3-2016 第二法				
	大肠菌群	<10	CFU/g		
▵ Y3L07	沙门氏菌 方法：GB 4789.4-2016				
	沙门氏菌	未检出	/25 g		
▵ Y3L0T	金黄色葡萄球菌 方法：GB 4789.10-2016 第二法				
	金黄色葡萄球菌	<10	CFU/g		
▵ Y3L11	霉菌 方法：GB 4789.15-2016 第一法				
	霉菌	<10	CFU/g		

修改说明
修改 Y35IS,SUSG4的检测结果

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇民平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

eurofins

签名



Ryan Luo
授权签字人

注释

未检出表示结果小于检出限
LOQ: 定量限
<LOQ: 小于定量限
N/A 表示不适用
▵在CNAS认可范围内
带☆的检测项目是分包给欧陆分析集团内的实验室检测
带⊙的检测项目是分包给欧陆分析集团外的实验室检测
带※表示该项目是在本公司地址二检测，其他表示在地址一检测
总量结果由分量组分的定量值计算得出
样品名称和样品信息由客户提供及确认，本公司不负责证实客户提供的信息的准确性、关联性、适当性和（或）完整性。
本报告结果仅对受检样品负责。
未经本公司事先书面许可，客户和任何第三人不得节选或删改本报告。使用人应完整使用本报告。
结果仅供客户内部使用，不作为具有证明作用的数据对外公开。未经我公司书面批准，不得擅自使用检测结果及证书进行不当宣传。
本报告适用于欧陆分析服务通用条款
谨代表 欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司

报告结束

欧陆分析测试技术服务（广州）有限公司
地址一：广东省广州市黄埔区科学城南翔三路48号C栋201房
地址二：广东省东莞市寮步镇良平路76号301室
电话 +86 020 82180865
www.eurofins.cn

检验检测专用章
Inspection & Testing Services

扫描二维码查阅报告

②天然矿物质赋能营养

微酸性红壤中富含钾、钙、镁、锌等元素，通过根系吸收直接转化为青梅果实的营养成分。检测显示，陆河青梅钙含量（32mg/100g）比普通产区高 15%，钾含量（240mg/100g）高 20%，具有天然补钙、调节酸碱平衡的保健价值。

（3）生态多样性塑造果实自然特性

①果型饱满均匀

山地丘陵地形通风透光性好，配合自然降雨灌溉，青梅果实发育期受光均匀，果型圆润、单果重达 20—25 克（行业优质标准为 18 克以上），表皮无斑痕，商品率高达 90%。

②果胶与维生素 C 含量突出

生态系统中多样化的昆虫（如蜜蜂）促进青梅自然授粉，果实发育更充分，果肉纤维细腻。检测表明，陆河青梅果胶含量（1.2%～1.5%）比普通产区高 30%，维生素 C 含量（8—12mg/100g）高 25%，适合制作高端果酱和功能性食品。

（4）生态即品质，自然成竞争力

陆河青梅的卓越品质并非依赖人工技术干预，而是其不可复制的生态条件（气候、水土、生物多样性）与科学种植模式共同作用的结果。这种“生态基因”不仅使陆河青梅在口感、营养、安全性上脱颖而出，更成为其占领高端市场、实现产业升级的核心竞争力。

例如：香港李锦记在中国偌大的青梅产区中仅采购陆河县的青梅；康师傅极具意愿采购高品质的陆河青梅。这便是陆河青梅生态品质优

良最好的证明。

（四）原产地优势

在原产地优势方面，陆河县青梅产业依托规模化种植、全链条延伸和高效配套体系，形成了集种植、加工、文旅于一体的特色产业集群，具备青梅一二三产全产业链融合发展的先天优势，具体基础条件如下：

（1）产业规模与集群效应

陆河县青梅种植面积 6.7842 万亩，年产量为 2.0619 万吨。陆河县联合“果田生态”“国泰青梅”“清绿农业”等 3 家省级农业龙头企业、专业合作社及家庭农场，形成“企业+基地+农户”的联动模式。通过统一技术标准、品牌营销和订单收购，带动全县 80%以上农户实现标准化种植，有效破解“小散弱”难题。

（2）产业链纵深发展

陆河青梅深加工主要包括：梅酒酿造（如“老德头”青梅酒）、健康食品（如“山浦田”脆梅、咸水梅）、休闲零食（如“一夫田”梅干、梅酱），以及衍生出的 34 类精深加工产品。龙头企业如国泰青梅建成全自动发酵生产线，可加工鲜果 3 万吨；果田生态联合华南理工大学研发的低温冻干技术，使青梅制品附加值提升 8 倍。目前，全县青梅加工转化率达 75%，产业链年综合产值突破 10 亿元。

（3）三产融合增效

依托“中国青梅之乡”生态资源，陆河县打造共光村万亩梅园、螺洞世外梅园等农文旅综合体，开发青梅采摘体验、梅文化节等业态，

年接待游客不断提升，可带动周边餐饮、民宿增收。

（五）品种优势

品质上乘：陆河青梅的品种结构以青竹梅（85%）、白粉梅（10%）、黄梅（5%）等优质品种为主，这些品种不仅口感好，而且富含多种营养成分，具有很高的营养价值和药用功能。同时，稳定的品种结构更能形成稳定的品质。

适应性强：陆河青梅的品种具有较强的适应性，能够在陆河县的气候和土壤条件下良好生长。这使得陆河县成为青梅种植的理想之地，为青梅产业的发展提供了有力保障。

（六）区位优势

陆河县作为广东省汕尾市下辖的一个县，位于广东省东部，地处粤东沿海与内陆山区的过渡地带，毗邻珠江三角洲和潮汕平原，地理位置优越。在泛珠三角区域合作中，陆河县处于粤东地区的核心位置，临近汕头、潮州、揭阳等重要城市，与粤港澳大湾区紧密相连。在交通方面，陆河县已形成以潮惠高速公路、国道、省道为主的陆路交通网络，同时依托汕尾市的港口资源，具备便捷的物流条件。便利的交通网络为陆河青梅的销售提供了有力支持，能够快速连接珠三角、潮汕地区以及福建、江西等周边省份，助力陆河青梅销往全国各地，并进一步拓展港澳台及东南亚市场，为青梅产业的规模化发展和市场开拓提供了重要保障。

二、存在的主要问题（Weaknesses）

（一）第一产业

1．种植规模小且分散

目前陆河青梅种植区域广泛分布于多个镇，但多以小型种植户为主，种植规模较小且分散。大幅增加管理难度，小型种植户往往缺乏专业的管理知识和技术，难以实现科学的果园管理。例如，在病虫害防治方面，由于种植分散，难以统一组织有效的防治措施，导致病虫害容易在不同果园之间传播蔓延，增加了防治成本和难度。在施肥、修剪等日常管理工作中，也因种植分散而难以实现规模化、标准化作业，使得管理效率低下，成本上升。此外，分散的种植模式不利于形成规模化经营，难以吸引大型企业的投资和合作，限制了青梅产业的进一步发展壮大。

2．品种老化且结构单一

陆河县青梅种植品种相对老化和单一，主要是青竹梅、白粉梅和黄梅等传统品种，缺乏多样性，以及缺乏具有市场竞争力的新品种。这种品种结构限制了青梅产业的多元化发展，使得青梅产品同质化严重，随着市场需求的多样化发展，消费者对青梅的口感、营养价值、外观等方面提出了更高要求，单一老化的品种难以满足市场对多样化青梅产品的需求。同时，老化品种在产量、品质、抗病性等方面逐渐暴露出劣势，单一品种易受气候、病虫害等自然因素的影响，增加了种植风险。导致陆河青梅在市场上的竞争力不足，难以吸引更多消费者，限制了市场份额的进一步扩大。

3．种植效益低且管理难

陆河县青梅种植管理较为粗放，种植技术推广滞后，虽然部分种植大户和合作社采用了较为先进的种植技术，但仍有相当一部分果农沿用传统种植方式。矮化密植和规范化等高效种植模式应用不广泛，导致青梅树体高大、产量不稳定、管理困难和采摘果损率高，且单位面积产量不高，果实品质参差不齐，影响了青梅的收购价格（手摘比竹竿敲打贵 5-8 毛/斤）。此外，由于品质参差不齐，统货价格持续低迷（每斤青梅投入成本约 9 毛，统货收购价约 1.1-1.2 元/斤），影响了梅农种植的积极性，导致青梅生长期施肥不敢投入，加剧了青梅品质的下降。同时，传统施肥方式效率低下，且易造成环境污染，不利于青梅产业的可持续发展。

4．果园基础设施不完善且智能化水平低

尽管陆河县青梅种植已有一定规模，但标准化果园的建设仍有待加强。果园基础设施如灌溉系统、排水设施等尚不完善，一定程度上影响了青梅的产量和品质。此外，智能化技术的应用程度较低，如智能水肥一体化、智能监测、精准施肥、病虫害监测、自动化采摘等，限制了青梅产业的现代化发展。

（二）第二产业

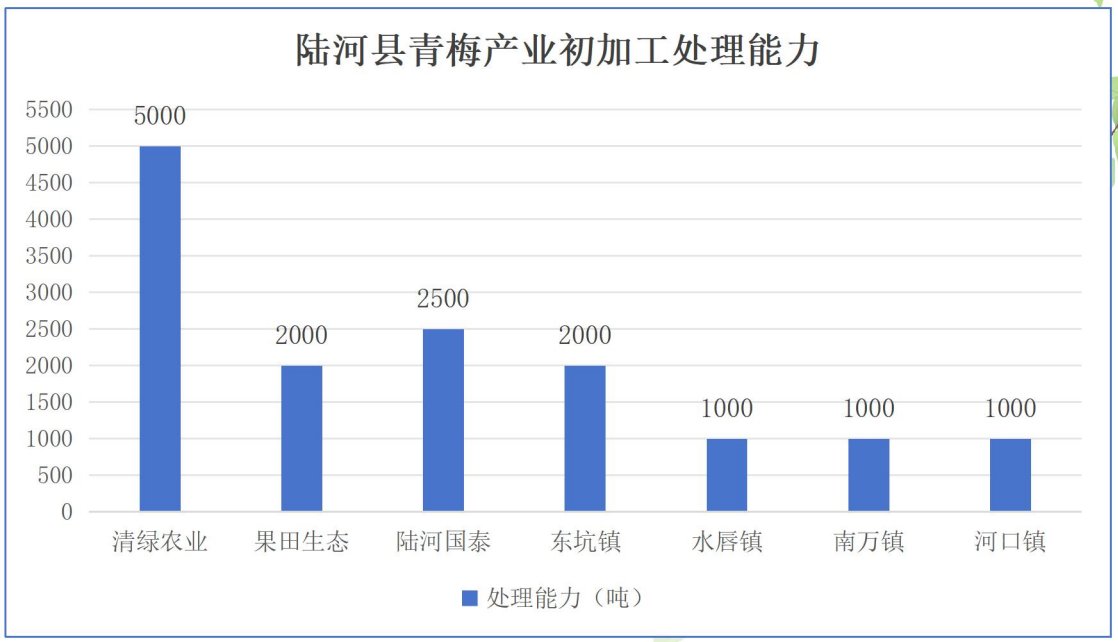
1．加工企业少、规模小且产值低

陆河的青梅加工企业数量少，起步晚，多为中小企业，资金有限，难以进行大规模的生产和技术升级，在产值增收等方面，难以承接大批量订单，2023 年康师傅需采购一批 4500 吨成品乌梅，因陆河县青

梅企业产能不足无法承接订单，一定程度上阻碍了陆河青梅产业的快速发展。截至目前，陆河县仅有果田生态、陆河国泰、清绿农业等 3 家规上农业企业，年产值最高的也仅 6659 万元。2024 年陆河县青梅省级现代农业产业园实施主体收购全县青梅 7022 吨（果田生态 1422 吨、陆河国泰 3000 多吨、南告希望青梅 2100 吨、一夫田 500 吨），仅占全县总产量的 34.06%，仍有很大部分的青梅以粗加工腌制的形式低价销往普宁等地，因陆河县未构建独特的品牌壁垒，最终沦为他人品牌生态的附属品。

2．采后初加工能力低

陆河县青梅采后初加工能力有限，据统计，陆河县全县仅有约 200 个腌制池，共能处理 1.45 万吨左右的青梅，分别为清绿农业 5000 吨，果田生态 2000 吨，陆河国泰 2500 吨，东坑镇 2000 吨，水唇镇 1000 吨，南万镇 1000 吨，河口镇 1000 吨。2025 年初，达到腌制条件（腌制池清空的情况）的腌制池大概 1.3 万吨左右，未能覆盖青梅的年产量（2024 年产量 2.1 万吨左右，预计 2025 年产量 2—3 万吨）。腌制池、晒梅场、烘干房等设施数量不足，较为分散，且设施条件简陋，环保措施较弱，难以满足青梅加工的需求。这导致青梅在采后处理过程中损失较大，降低了青梅产品的附加值。



3．精深加工产品研发能力弱且加工能力弱

（1）研发能力弱

陆河县青梅产业虽具备种植规模与地理标志优势，但在研发能力与健康生态产品开发上仍存在短板。尽管已通过陆河县青梅省级现代农业产业园推动深加工，研发出梅酒、梅醋等 34 项专利产品，但整体仍以盐渍、蜜饯等初加工为主，高附加值的健康生态产品（如功能性提取物、保健食品）开发不足，技术转化效率较低。此外，产学研合作平台虽已搭建，但研发投入和创新能力仍显薄弱，未能充分挖掘青梅的药用与营养潜力。这导致产品结构单一，市场竞争力受限，未能有效匹配现代健康消费趋势。

（2）加工能力弱

目前陆河县青梅精深加工能力较弱，缺乏先进的加工设备和技术。对于青梅酒、梅醋、梅精、梅粉等精深加工产品，仅有果田生态、陆河国泰、清绿农业等少数几家企业有所涉足，但规模较小，市场份额

有限。大部分企业仍停留在初级加工阶段，这种单一的产品结构和欠缺的精深加工能力，限制了青梅产品的多样化、高端化发展和市场拓展，使得产品附加值偏低，在市场竞争中处于不利地位，制约了青梅产业的可持续发展。同时，加工设备的落后也影响了青梅产品的品质和安全性。

4．加工过程缺乏质量标准和监管体系

在加工过程中，部分企业存在加工粗放的问题，加工技术和设备相对落后，能源消耗较大，原料利用率较低，生产成本较高，生产工艺不够精细，导致产品质量不稳定，口感和品质有待提高。且由于缺乏统一的质量标准和监管体系，不同加工企业生产的青梅产品在质量上存在较大差异，一定程度上影响了陆河青梅产品的市场形象和消费者的信任度。例如，在青梅制品的糖分、盐分含量以及防腐剂的使用等方面，没有严格的标准规范，使得产品质量参差不齐，在市场竞争中往往处于劣势地位，产品销售价格难以提高，加工效益低下。另一方面，加工过程产生的废水、废渣，处理手段没有统一的标准和监管。

（三）第三产业

1．缺乏强品牌引领

尽管陆河青梅拥有“中国青梅之乡”和国家地理标志认证，但区域公用品牌建设基础薄弱，品牌知名度和美誉度不高，未充分挖掘生态、品质和文化优势塑造品牌形象。同时，行业标准缺失，龙头企业带动乏力，导致品牌管理松散、市场辨识度低，未能形成全国性影响力。例如，虽有陆河县青梅省级现代农业产业园推动深加工，但多数

企业仍以初加工产品为主，品牌认证与推广力度不足，市场接受度不强，各自为战，未形成合力，难以突破“乡土局限”。

2．缺乏统一宣传 IP

虽然陆河县发布了城市形象 IP“客韵新城活力陆河”，但“中国青梅之乡·陆河”尚未形成专属的 IP 符号或文化标识，宣传主题分散（如文旅活动、产品推广各自为战），未能将梅花观赏、青梅加工与客家文化深度融合，难以形成记忆点与情感联结。对比其他地标产品通过 IP 形象强化品牌价值的模式，陆河青梅的品牌故事与文化内涵挖掘仍显不足。

3．宣传能力弱且渠道单一

现有宣传多依赖传统文旅活动（如梅花节）和政府帮扶推广，缺乏系统性营销策略和市场化运作，同时，陆河县青梅产业缺乏统一的宣传展示窗口（线上+线下）。农产品品牌传播渠道单一，推广和营销活动也缺乏系统性和针对性，企业主动打造品牌的意识薄弱，新媒体的运用也不充分，未能有效利用电商、社交媒体等新渠道扩大消费群体，导致青梅产品的市场拓展能力有限，影响了青梅产业的知名度和竞争力，限制了青梅产业的增值空间。

4．营销体系不健全

陆河县青梅产业的营销体系尚不完善，过度依赖传统的经销商与批发网络，以及有限的几家大企业合作，而对于电子商务等新型营销渠道的开发利用不够充分，导致市场覆盖范围受限，进一步加剧了其在国内外高端市场中的竞争压力与进入难度。截至目前县域青梅产业

仅与佛山德创、香港李锦记、荣祺食品等屈指可数几家大型企业对接交易，其他主要依赖传统的经销商和批发商，对于电商平台、直播带货等新兴营销渠道的利用不够充分，导致陆河青梅产品的市场覆盖面有限，难以拓展国内外高端市场。

5．产业融合度低

尽管陆河享有“中国青梅之乡”的殊荣，但青梅品牌影响力却极其有限。陆河青梅产业与旅游、文化等其他产业的融合度较低，未能形成多元化的农文旅发展模式。对青梅文化的挖掘和传承不够深入，没有将青梅文化与当地的民俗文化、历史文化相结合，开发出具有特色的文化产品和旅游纪念品。在文化创意产业方面，如以青梅为主题的宣传片、影视、文学作品等更是稀缺，未能充分发挥青梅产业的文化价值和品牌影响力。

6．科技支撑和服务体系满足不了发展需求

陆河县目前虽然与华南农业大学、广东省农科院、仲恺农业工程学院等机构共建“青梅产业研究院”“青梅深加工技术中心”，引入了 12 名博士专家团队，开展了品种改良、绿色防控等课题攻关。但政府、加工企业、农户和科研院所的合作不够紧密，导致青梅产业在技术创新、产品研发等方面进展缓慢。这限制了青梅产业的创新能力和发展潜力，影响了青梅产业的转型升级和可持续发展。

而且政府现有人才结构以行政管理人员为主，缺乏技术经纪人、产业分析师等专业角色，导致政策制定、资源整合与青梅产业引导能力不足。

三、发展机遇（Opportunities）

（一）深圳对口帮扶与深圳外贸战略的双重赋能

1．深圳产业协作与技术赋能

深圳在技术、市场、标准、品牌、人才、开放等领域对陆河县深度支持，为陆河青梅产业升级提供了关键动力。陆河县可引入深圳的工业化思维推动青梅标准化生产，建立统一的生产规范。同时，推动产学研合作平台搭建，提升产业链附加值。例如，深圳市驻新田镇帮扶工作队促成企业间年销超 480 万元的订单合作，并规划千万级项目，直接加速产业规模化进程。

2．市场渠道与品牌国际化拓展

深圳超 4 万亿的外贸规模为陆河青梅出口提供了高能级跳板。例如：深圳帮扶工作组通过“搭桥引线”，促成陆河青梅与普宁润和食品厂签订年销 1636 万元大单，并推动其入驻北京国家地标馆。借助深圳的全球贸易网络，陆河青梅产业可拓展国际市场份额。

3．政策红利与产业生态构建

陆河县抓住深圳对口帮扶、全省产业转移等政策机遇，通过整合资源，吸引深圳资本和技术下沉。深圳的开放协作优势可助力陆河对接跨境电商平台，推动青梅产品进入高端市场，形成“生产—加工—销售”闭环。

4．乡村振兴与生态价值转化

深圳帮扶注重“绿色经济”与乡村振兴融合，推动青梅产业将成为“百千万工程”典型示范。通过“梅园+旅游”模式，陆河将青梅

种植与生态旅游结合，如螺洞村世外梅园通过游客引流带动周边农户增收，实现“一产接二连三”的产业增值。深圳在品牌营销上的支持，进一步放大了青梅的生态溢价空间。

（二）市场机遇

全球健康饮食浪潮的深化，为陆河青梅产业带来了结构性增长机遇。从消费端看，疫情过后，人民对健康意识的觉醒正重塑食品行业格局：中国营养学会数据显示，2023 年国内功能性食品市场规模突破 6000 亿元，年均增速超 15%，其中“天然”“零添加”“低糖”成为消费者决策前三关键词。青梅作为兼具营养与功能性的超级水果，其核心价值与市场需求高度契合，具体体现在以下层面：

1．营养功能价值的科学验证与市场转化

青梅富含柠檬酸、苹果酸等 16 种有机酸，以及钙、铁、锌等微量元素，其 pH 值 3.5-4.0 的天然碱性特性，可有效调节人体酸碱平衡。日本青梅研究会长达 30 年的跟踪研究表明，每日摄入 10 克青梅提取物可降低 25%的代谢综合征风险。陆河可依托华南农业大学等科研机构，加速功能成分的临床验证，推动青梅制品从传统零食向“精准营养干预产品”升级。例如，针对健身人群开发高支链氨基酸梅蛋白棒，针对女性群体研发富含 SOD 酶（超氧化物歧化酶）的抗衰老梅精胶囊，实现产品附加值提升 50%以上。

2．中日消费市场代差中的增长空间

对比成熟市场，国内青梅消费潜力远未释放。日本人均年消费青梅制品达 2.3 公斤，市场渗透率超 80%，仅梅酒品类年产值即达 3000

亿日元（约合 140 亿元人民币）。而中国青梅鲜果人均消费量不足 1 公斤，加工制品渗透率不足 10%，市场缺口超过 200 万吨/年。这种代差本质是产业成熟度的差异：日本已形成“品种改良—精深加工—文化营销”的完整链条，例如纪州梅通过 700 年种植历史塑造高端品牌，衍生出梅酒、梅醋、梅酱等 200 余种产品。陆河可借鉴其经验，联合江南大学等高校建立“青梅大健康研究院”，重点突破酶解发酵、低温浓缩等关键技术，将现有 34 种加工产品扩充至 100+SKU（单品），覆盖即食、功能、药用三大场景。

3．年轻消费群体的需求裂变与品类创新

Z 世代（1995—2009 年出生人群）对食品的需求呈现“感官体验+健康属性”双重驱动。凯度消费者指数显示，2023 年 18-35 岁群体在低糖饮料、功能性零食的支出增速分别达 28%和 34%。陆河青梅可围绕以下方向抢占细分市场：

新式饮品赛道：开发青梅+茶/气泡水/益生菌的复合饮品，如参考日本“CHOYA 蝶矢”梅酒推出无糖青梅冷萃茶，利用 HPP 超高压杀菌技术保留活性成分；

便捷健康零食：推出冻干青梅脆片、益生菌青梅果冻等产品，通过小红书、抖音等平台进行“办公室健康轻食”场景营销；

跨界联名破圈：与元气森林、喜茶等新消费品牌合作，推出限定款青梅风味产品，快速触达 2 亿+年轻用户。

4．药食同源政策红利与功能性食品备案制机遇

2023 年国家卫健委将青梅纳入“既是食品又是中药材”目录，

政策松绑加速了功能食品开发。例如，陆河可申报青梅提取物（如苦杏仁苷、多酚类物质）为新食品原料，推出“健字号”护肝解酒梅含片，或联合药企开发辅助降尿酸的青梅草本冲剂。此外，国家市场监督管理总局推行的“功能性食品备案制”试点，允许使用部分功能声称（如“有助于维持肠道健康”），这将大幅缩短青梅功能食品上市周期，降低合规成本。

5．冷链物流与锁鲜技术突破带来的鲜食市场扩容

传统青梅鲜果因酸涩口感难以直接食用，但近年锁鲜技术的进步正改变这一局面。陆河可引入日本“盐渍—脱盐—糖渍”三段式工艺，生产即食脆梅，通过冷链直达一二线城市精品商超。盒马鲜生数据显示，2023 年锁鲜青梅销售额同比增长 210%，客单价达 45 元/盒，成为高端水果区黑马。同时，利用液氮速冻技术开发-18℃冷冻青梅鲜果，延长供应周期至全年，填补冬季健康鲜果市场空白。

（三）农业产业政策机遇

在国家全面推进乡村振兴、加快农业现代化建设的战略背景下，陆河县青梅产业凭借其独特的资源禀赋和产业基础，正迎来多重政策机遇叠加的黄金发展期。从中央到地方，一系列政策红利为青梅产业的规模化、品牌化、高附加值化发展提供了系统性支持。

近年来，陆河县高度重视青梅产业的发展，将其视为推动乡村振兴、促进农民增收致富的关键产业。为此，陆河县出台了一系列扶持政策，包括提供青梅种植、加工、销售等环节的奖励、补助和专项资金支持，旨在鼓励青梅企业做大品牌、提升产品质量和市场竞争力。

此外，《陆河县国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》中明确提出，要积极培育青梅龙头企业，创建陆河青梅区域公用品牌，拓宽青梅产品销售渠道，实施“科技兴梅”战略，这为青梅产业的未来发展提供了坚实的政策保障。

（四）新媒体及电商机遇

新兴渠道拓展与跨境电商释放增长潜力：传统销售网络薄弱曾是陆河青梅的痛点，但直播电商与跨境贸易的崛起重塑了市场格局。新媒体与电商为农业产业注入强劲动能，通过直播电商、社交平台（如抖音 2023 年农产品直播销售额超 1000 亿元）及拼多多等新媒体及电商平台，直接链接全国消费者，缩短供应链环节，使农民利润提升 20%～50%；京东物流“千县万镇”计划推动生鲜损耗率降至 10%以下，区块链溯源技术（如阳澄湖大闸蟹防伪）降低假货率 70%，数据驱动种植决策效率提高 40%；同时，地域品牌化（如“西域美农”年销 10 亿元）带动溢价空间达 30%～200%，2022 年农村网络零售额突破 2.17 万亿元，中小农户电商参与度超 60%。未来，AI 与元宇宙技术将进一步推动农业向“消费导向”转型，重塑产销生态。

随着电商与物流产业的快速发展，农产品销售渠道得到了极大拓展。目前，陆河已建成 81 个村级电商服务站，孵化 20 余家电商企业，通过“基地直播+网红带货”模式，2023 年线上销售额同比增长 45%。此外，东南亚、欧美市场对青梅制品的需求旺盛，如日本梅酒年进口量超 5 万吨，陆河可借助 RCEP 关税优惠，推动梅酒、梅干等产品出口，并探索“跨境电商+海外仓”模式降低物流成本。

（五）农业供给侧改革机遇

陆河县，作为青梅种植的传统强县，农业人口占比显著，青梅产业在农业结构中占据重要地位。在青梅产业由传统向现代转型升级的关键节点，陆河县紧抓农业供给侧结构性改革的历史性机遇，整合青梅产业发展要素，优化品种结构，提升青梅品质，延长产业链条。在青梅深加工领域，陆河县青梅加工企业充分利用青梅资源，开发出青梅酒、青梅干、青梅酱等多元化深加工产品，预计每年可新增产值数千万元。通过农业供给侧改革的深入实施，陆河县青梅产业不仅使青梅产品更加贴合消费者需求，实现了产地与市场的精准对接，还显著提升了青梅产业的经济效益，增加了农民收入，为陆河县青梅产业的高质量发展注入了强劲动力。

四、面临的挑战（Threats）

（一）来自国内市场的挑战：青梅产区同质化与水果品类挤压

（1）区域竞争加剧

国内青梅主产区（福建诏安、广东普宁、浙江萧山）已形成规模化种植与深加工体系。诏安县青梅年产量约 10.5 万吨，普宁市青梅年产量约 5.68 万吨，其深加工增值能力（如梅酒、梅精）对陆河形成直接竞争。陆河青梅虽获地理标志认证，但品牌溢价尚未充分释放，收购价长期徘徊在 1.1-1.5 元/斤，与诏安红星青梅存在价差压力。

（2）替代水果市场份额扩张

在国内市场上，青梅面临着来自其他水果的激烈竞争。随着人们

生活水平的提高和饮食结构的多样化，消费者对于水果的选择越来越丰富。诸如苹果、香蕉、柑橘、葡萄等常见水果，以及近年来兴起的蓝莓、火龙果、猕猴桃等高端水果，都在争夺市场份额。这些水果在口感、营养价值、品牌形象等方面各有千秋，使得青梅在市场上的地位受到挑战。

不止鲜果市场，柑橘、荔枝等大宗水果通过品种改良（如无核沃柑、冰荔）抢占休闲食品与饮料原料市场。2023 年广东荔枝综合产值约 160 亿元，其果酒、果干产品与青梅形成消费场景重叠。陆河青梅需突破“传统蜜饯”单一品类局限，加快高附加值产品开发。

（二）来自进口水果的竞争：供应链与品牌溢价双重挑战

随着全球化的深入发展，进口水果在国内市场的份额逐渐增加。这些进口水果往往具有品质优良、口感独特、包装精美、价格实惠等特点，深受消费者喜爱。特别是泰国龙眼、越南榴莲等热带水果，以及来自日本、韩国、泰国等国家的青梅及其加工品，凭借其先进的种植技术、严格的品质管理和独特的营销策略，在国内市场上占据了不小的份额。

（1）东南亚水果低价渗透

泰国龙眼、越南榴莲等热带水果依托 RCEP 关税优惠，以价格优势（较国内同类低 20%～30%）抢占商超与电商渠道。2023 年，进口榴莲在华销售额约 66.995 亿美元（约合人民币 484.64 亿），其果肉制品（冻干、果泥）挤占青梅蜜饯市场份额。

（2）日韩梅制品高端化竞争

日本南高梅酒、韩国青梅酵素凭借精细化加工技术（如低温发酵、纳米萃取）占据国内高端市场，单价达陆河青梅酒的 3—5 倍。陆河青梅虽入驻国家地标馆，但在包装设计、文化叙事等方面仍存在差距，需强化“中国青梅之乡”IP 与健康属性绑定。

陆河县青梅产业在与进口水果的竞争中，需要注重提升产品质量和附加值，加强品牌建设和市场推广，以应对进口水果带来的冲击。

（三）国内消费需求的变化：健康化与体验升级的转型压力

随着国内消费者健康意识的提高和消费观念的转变，对于水果的需求也呈现出多样化的趋势。消费者不仅关注水果的口感和营养价值，还越来越注重其健康属性和文化内涵。例如，对于低糖、低脂、高纤维的水果需求增加，对于具有保健功能的水果也备受青睐。此外，消费者对于水果的包装、品质和售后服务等方面也有了更高的要求。陆河县青梅产业需要紧跟市场需求的变化，不断创新产品种类和营销方式，以满足消费者的多样化需求。例如，可以开发青梅酒、青梅醋、青梅酱等深加工产品，提高产品的附加值和竞争力；同时，加强品牌营销和文化建设，提升产品的知名度和美誉度。

（1）低糖低盐需求倒逼工艺革新

新一代消费者对“清洁标签”食品偏好显著，传统高盐腌制梅坯（含盐量 15%～20%）市场萎缩。2024 年天猫平台低盐梅干销售额同比增长 210%，而陆河青梅深加工仍以蜜饯（占比 65%）、梅酒（25%）为主，功能型产品（富硒梅片、益生菌梅饮等）开发滞后。

（2）场景消费与体验经济崛起

年轻客群青睐“即食化”“零食化”产品，如独立包装梅冻、梅子巧克力，而陆河现有 34 项专利中仅 20%涉及便捷食品。同时，梅园观光同质化严重，螺洞村“世外梅园”年接待游客数十万人次，但二次消费（文创、康养）占比低，需强化“梅林温泉”“梅宴食育”等体验业态。

第二章 陆河青梅产业市场前景分析

一、陆河青梅产业的发展空间分析

（一）市场需求分析

随着消费者对健康食品需求的不断增加，青梅作为一种天然、健康的水果及其加工产品，市场需求将持续扩大。陆河县青梅产业凭借其优质的产品和独特的品牌优势，在国内外市场上具有广阔的发展前景。

1．国际市场分析

在国际市场上，青梅制品具有广阔的发展空间。随着全球消费者对健康生活方式的追求，天然、生态、健康的食品越来越受到青睐。陆河青梅制品凭借其卓越的品质和独特的口感，在国际市场上也具有一定的竞争力。

青梅是蔷薇科李属的特色果木之一，其种植主要分布在北半球温带至亚热带地区，尤其集中于四季分明、冬季冷凉湿润、夏季温暖多雨的气候带。全球青梅主要分布在中国、日本、韩国、土耳其、意大利和美国等地。

（1）全球市场格局

核心产区：中国占据全球青梅产量的 80%以上，日本、越南、韩国为亚洲其他主产区；美洲以墨西哥和美国加利福尼亚州为主，非洲则在北非零星种植。

贸易流向：中国青梅加工品（如梅酒、蜜饯）出口量占全球 60%，主要流向日本、东南亚及欧美市场；日本青梅酒年出口额超 5 亿美元，

主导高端梅酒市场。

（2）消费趋势

东亚市场：日本梅消费市场高度成熟（人均年消费量 2.3 公斤，是中国的 8 倍），但产量有限，主要依赖进口，对高品质梅制品需求稳定；韩国美容养生食品市场年增速达 20%，青梅提取物作为女性保健食品潜力巨大。

欧美市场：有机认证食品和东方特色功能性食品成为增长最快的细分市场，青梅有机认证产品溢价可达 200%。高端有机零售渠道（如 Whole Foods）和天然食品专卖店成为关键渠道。同时，美国食品营销协会（FMI）的研究曾表明，带有产地特色故事的食品，消费者购买意愿平均提升 40%～60%。

东南亚市场：华人聚集区对传统青梅产品需求旺盛，青梅饮料市场异军突起（新加坡青梅饮料市场 5 年增长率超过 120%）。跨境电商平台成为快速切入市场的优选渠道。

健康需求驱动：国际市场对功能性青梅制品需求激增，如日本推出含青梅多酚的保健品（抗衰老功效），欧美市场通过跨境电商购买有机梅干（年增长率 45%）。

文化融合产品：东南亚市场偏好腌制梅佐餐，欧洲则流行梅酒与西餐搭配（如意大利梅酒配奶酪），推动产品形态创新。

（3）竞争与挑战

技术壁垒：日本梅酒企业（如 CHOYA）通过低温发酵专利技术垄断高端市场，中国出口仍以原料和初加工品为主（附加值低）。

贸易壁垒：欧盟对进口梅制品实施严苛农残标准（如丙溴磷限量0.01ppm），2023年中国输欧梅干退货率同比上升12%。

（4）应对策略方向

为了拓展国际市场，陆河青梅产业可以采取以下策略：一是积极参加国际食品展会、农产品交易会等活动，展示陆河青梅制品的独特魅力和优势，吸引更多国际采购商的关注；二是加强与国外经销商的合作，建立良好的销售渠道和合作关系，推动陆河青梅制品走向国际市场；三是引进国际先进的生产技术和设备，提升陆河青梅制品的品质和产量，满足国际市场的需求。

陆河青梅产业还应注重国际市场的文化差异和消费者需求特点，针对不同国家和地区的消费者喜好和饮食习惯，调整产品配方和包装设计，使陆河青梅制品更加符合国际市场的口味和需求。通过这些措施的实施，陆河青梅产业有望在国际市场上取得更大的突破和发展。

2．国内市场分析

在国内市场，青梅制品的需求呈现出稳步增长的态势。这主要得益于消费者越来越注重健康饮食和生活品质，青梅制品因其富含的天然营养成分和独特口感，正逐渐成为健康食品市场的新宠。陆河青梅以其优异的品质和口碑，在国内市场上具有较高的知名度和美誉度。

（1）中国市场消费趋势

健康价值主导型消费：到2030年，功能性食品市场规模预测将达1.5万亿元，青梅凭借其天然功效成分（有机酸、黄酮类化合物、膳食纤维等）在健康食品赛道占据独特优势。消费者的核心需求正从

单纯的“口感满足”转向“营养补充”和“健康干预”，为高附加值青梅功能性产品提供巨大市场空间。

圈层细分与场景化消费：“Z 世代”（1995—2009 年）更关注产品的社交价值与创新体验，是青梅创意产品的主要消费群体；中高收入女性（30-45 岁）注重养生和美容效果，偏爱保健型青梅产品；银发族（60 岁以上）则关注传统滋补价值，对青梅经典养生产品有较高忠诚度。从消费场景看，办公室零食（便携装青梅零食）、礼品市场（高端青梅礼盒）、家庭日常（实惠装青梅系列）三大场景需求显著增长。

消费渠道革命：社交电商将在未来 5 年占据农产品零售渠道 30%以上份额，且呈现平台垂直化、内容社交化趋势。直播电商从增量扩张转向存量精耕，“主播+供应链+场景”的产业化模式成为趋势。同时，线下体验消费将回归，实体店在提供多感官体验和沉浸式场景方面具有不可替代性。

（2）市场规模与结构

产量与产值：2023 年中国青梅产量约 38 万吨，福建诏安、广东普宁、云南洱源三大产区贡献 70%产量；深加工产值约 100 亿元，其中梅酒占比 58%。

消费升级：健康零食赛道崛起，2024 年 Q1 电商平台“低糖梅饼”销量同比增长 210%；梅酒在低度酒市场中份额提升至 18%（《2024 低度潮饮白皮书》）。

资本动向：2023 年青梅赛道融资额达 15 亿元，红杉资本领投梅

酒品牌“梅见”，估值超 50 亿元。

（5）现存问题

同质化竞争：80%中小企业产品集中于传统蜜饯，利润率不足 8%；

标准化缺失：仅有 12%企业通过 FSSC 22000 食品安全认证，制约出口。

（6）应对策略方向

为了进一步拓展国内市场，陆河青梅制品可以采取多元化的销售策略。首先，通过线上和线下的方式拓宽销售渠道，如利用电商平台、社交媒体等网络渠道，以及传统的商超、专卖店等实体渠道，使陆河青梅制品更加贴近消费者。其次，加强品牌建设和市场推广，通过广告投放、公关活动、促销活动等多种手段，提升陆河青梅制品的品牌知名度和影响力。

陆河青梅产业还可以深入挖掘青梅文化的内涵，将青梅文化和旅游、休闲等产业相结合，打造青梅主题的文化旅游项目，吸引更多消费者关注和喜爱陆河青梅制品。

（二）供应链数字化赋能陆河青梅产业发展

1．农业供应链数字化的意义

农业供应链数字化通过应用物联网、大数据、人工智能等技术，实现生产、流通、销售全链条的透明化与高效协同，从而解决传统农业信息不对称、资源浪费、产销脱节等核心问题。其核心价值在于提升生产效率与农产品质量（如精准种植、智能物流调度），降低运营与物流成本；同时，通过数据驱动的市场分析和产销对接，优化资源

配置，减少盲目生产，增强市场竞争力。此外，数字化技术还能推动农业规模化、产业化发展，整合物流、金融等资源，形成高效供应链体系，并通过标准化管理和全流程溯源保障食品安全，提升消费者信任。最终，这一转型助力农村经济结构升级，促进资源循环利用与绿色农业发展，为乡村振兴注入可持续动力。

供应链与产业链

在农业，不管是种植业还是养殖业，供应链只能解决一部分的产业效率提升。

千年农业形成的产业链是思想认知、社会组织和政府治理模式的聚合，也是供应链的载体。

供应链的创新和发展离不开对产业链的感知和依赖，政府是产业链的主导一方。



数字化有必要吗？—互联网与农业



静态数据、行为数据、跨平台数据、跨应用数据

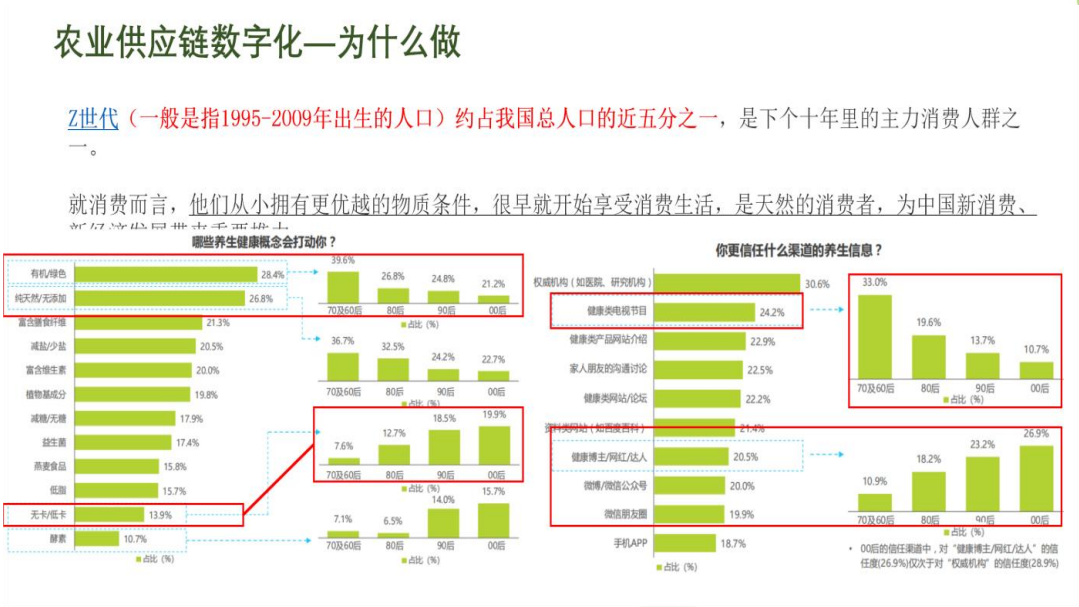
AI: 人工智能

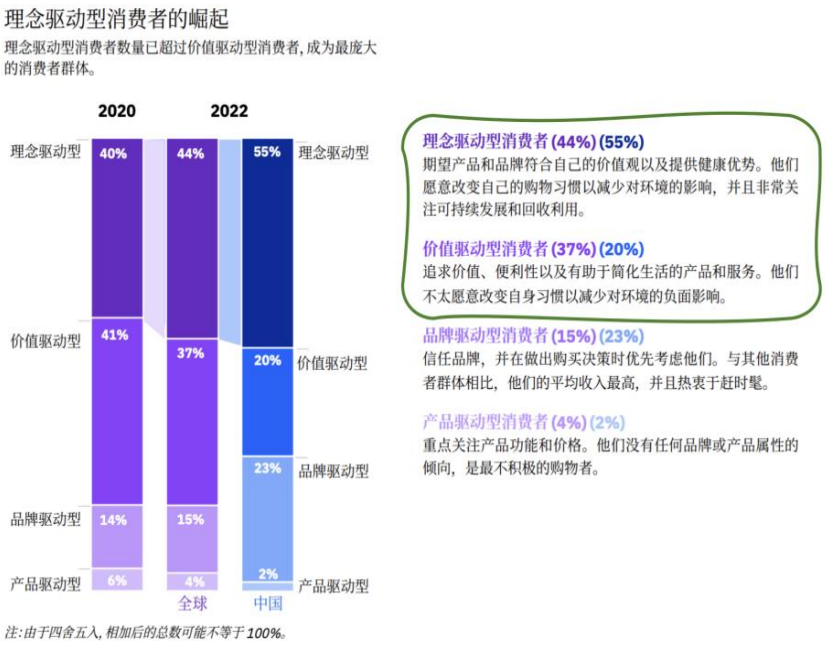
Blockchain: 区块链

Cloud: 云计算

Data: 大数据

40% 淘宝关闭了数字化推荐系统之后，单位时间的销量降低了40%





2．以终端需求驱动的“拉动式”供应链模式

以终端需求驱动的农业“拉动式”供应链模式，是指以消费者实际需求为核心，反向指导农业生产、加工和流通的现代化管理方式。该模式通过实时捕捉市场数据（如订单、消费趋势），动态调整生产计划，减少资源浪费和库存积压，提升供应链效率与农产品附加值。以下是其农业领域的具体特点与实践价值：

（1）需求导向的精准生产

传统农业常因市场信息滞后导致“盲目种植”，而拉动式模式通过电商平台、大数据分析等技术，实时获取终端消费需求（如绿色农产品偏好、区域化口味差异），指导农户调整种植品种与规模。例如，新疆兵团借助数字化营销平台，基于消费者订单反向定制特色林果加工产品，既降低滞销风险，又提升产品溢价能力。此外，区块链溯源技术可增强消费者对有机农产品的信任，进一步推动按需生产。

（2）全链条协同与快速响应

拉动式模式依赖物联网、智能决策系统等技术的深度应用，实现从田间到餐桌的数据贯通。例如，七朵集团通过智慧农业平台整合种植、仓储、物流数据，根据实时销售情况动态调配供应链资源，缩短流通时间并降低损耗。同时，供应链金融（如农行的“粮农 e 贷”）为农户提供按需生产的资金支持，缓解因订单波动导致的资金压力。

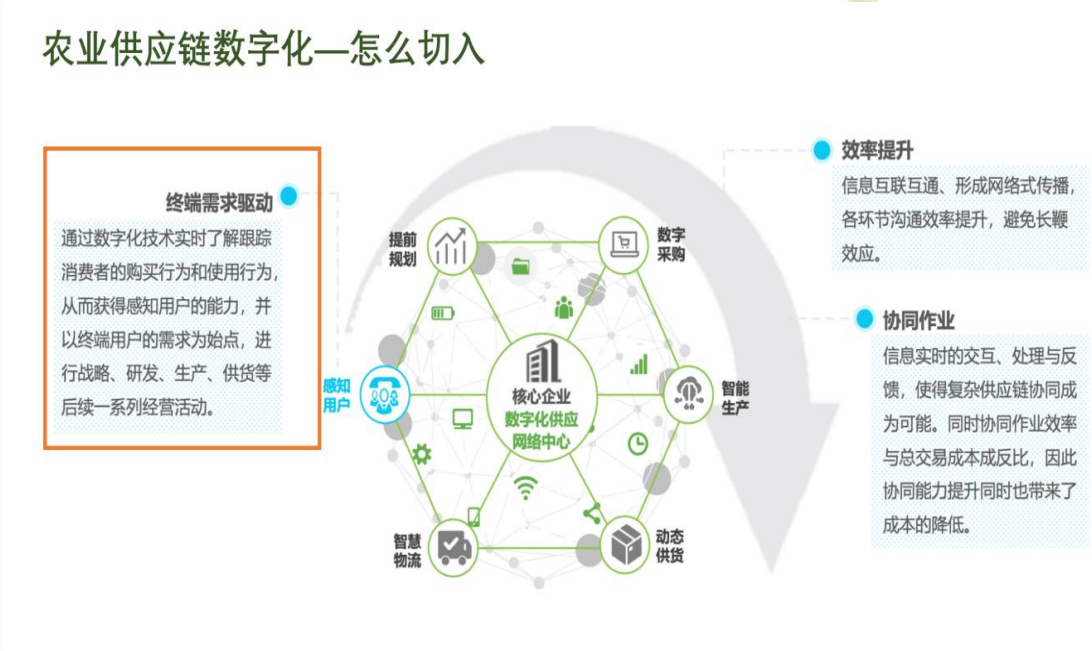
（3）资源优化与降本增效

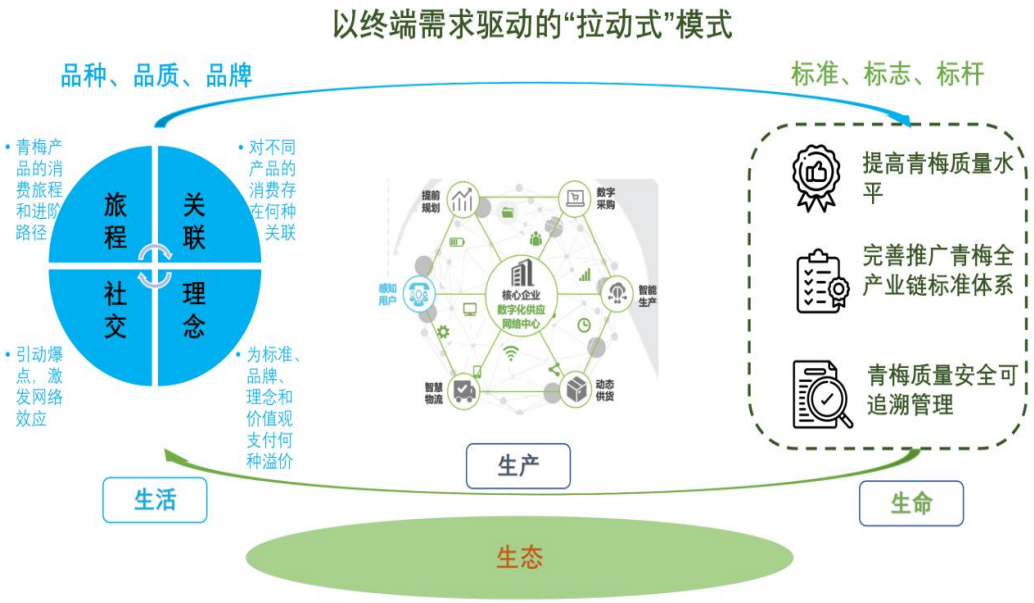
该模式通过精准匹配供需，减少中间环节的冗余成本。例如，极飞科技的“农田处方图”利用 AI 分析土壤与气象数据，结合终端需求制定变量施肥方案，减少 20%化肥用量，实现资源节约与品质提升的双重目标。福建南靖县通过碳汇交易机制，将农田固碳数据与市场需求对接，既优化种植结构，又创造额外收益。

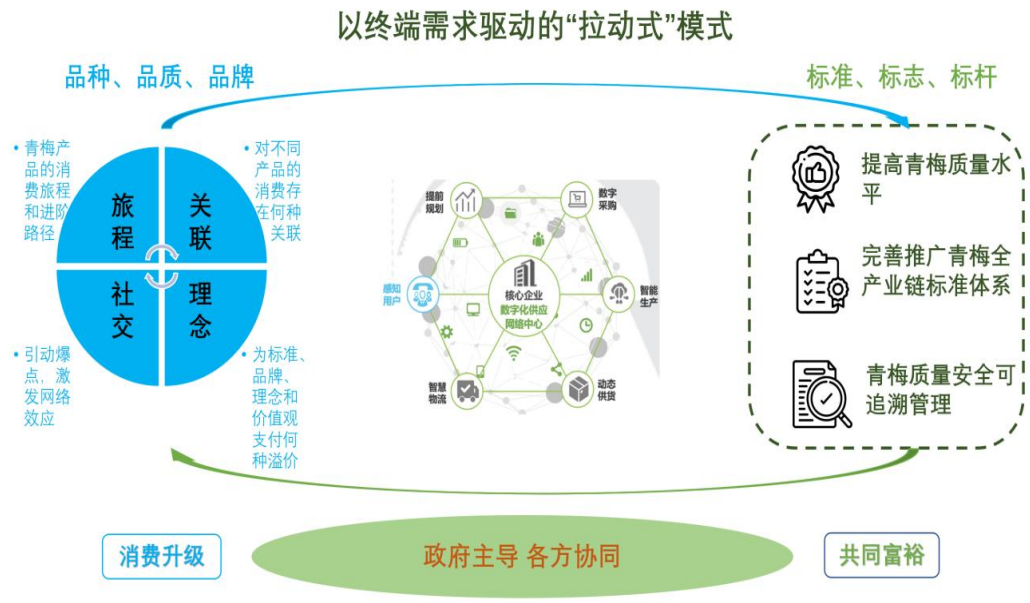
（4）挑战与适应性策略

农业应用拉动式模式面临生产周期长、自然风险高等制约。因此，实践中常采用“推拉结合”策略：前端（种植环节）根据气候规律与

长期需求预测布局（推动式），后端（加工、销售环节）根据实时订单灵活调整（拉动式）。例如，数智植物工厂通过环境调控实现草莓周年生产，前端标准化种植保证产量，后端按订单分拣包装，兼顾规模效应与市场敏捷性。







（三）发展潜力分析

陆河县，被誉为“中国青梅之乡”，凭借其得天独厚的自然条件与悠久的青梅种植历史，在青梅产业的发展上具有显著的优势和巨大的潜力。

1．种植历史悠久

青梅被人类栽培和利用历史长达 3200 年，而陆河县的种植历史也已有 2900 多年。悠久的种植历史不仅积累了丰富的青梅种植经验，也形成了独特的青梅文化，为青梅产业的发展奠定了坚实的基础。

2．土地资源分析

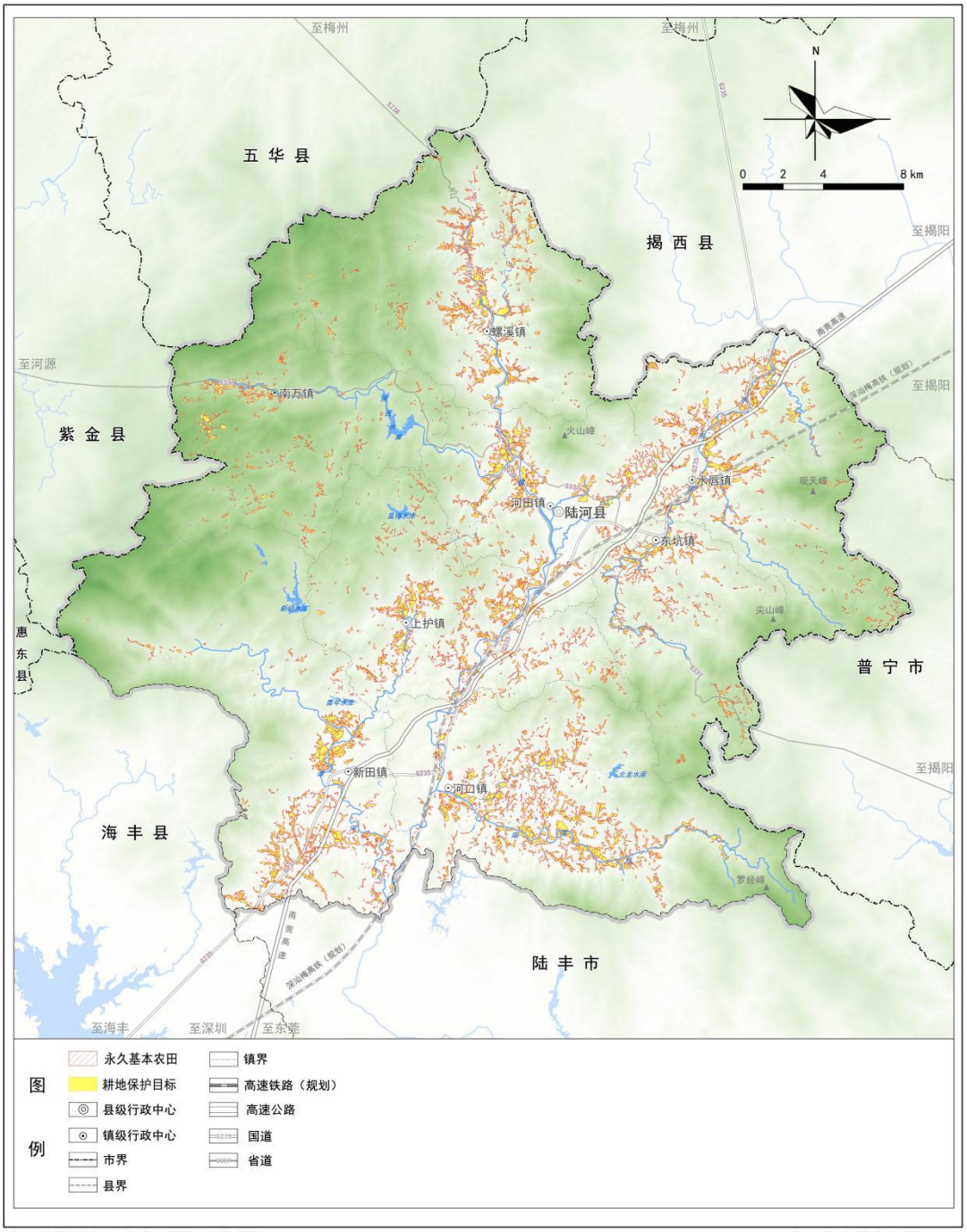
（1）现有种植规模与可利用潜力

种植面积：县域总面积 986 平方公里（147.9 万亩），其中城镇村及工矿用地和交通运输用地 7.81 万亩，县域耕地和永久基本农田 7.54 万亩，生态保护红线 37.8585 万亩，饮用水源保护区 9.1936 万亩，自然保护区 18.0881 万亩，榕江国家级水产种质资源保护区 0.33 万亩，且 2024 年陆河县青梅种植面积有 6.78 万亩，全县仍有约 53

万亩山地、丘陵适宜青梅种植，为青梅的大规模种植提供了广阔的空间。

陆河县国土空间总体规划（2021-2035年）

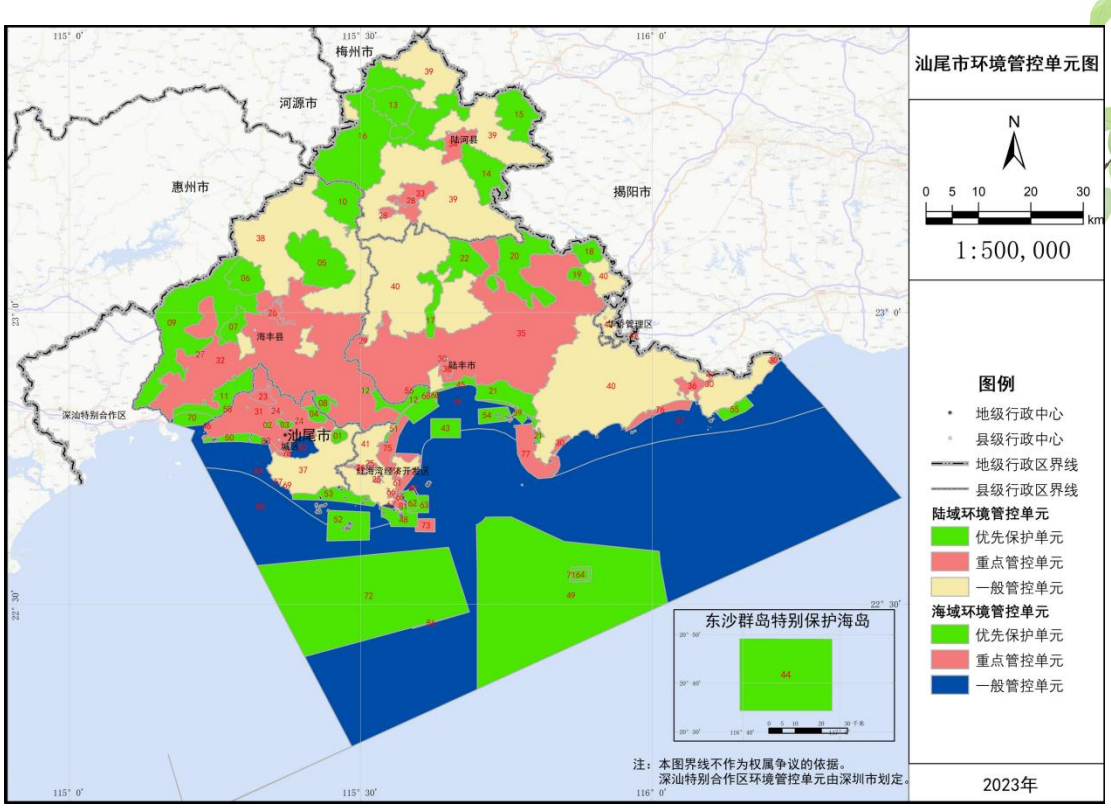
县域耕地和永久基本农田保护红线图



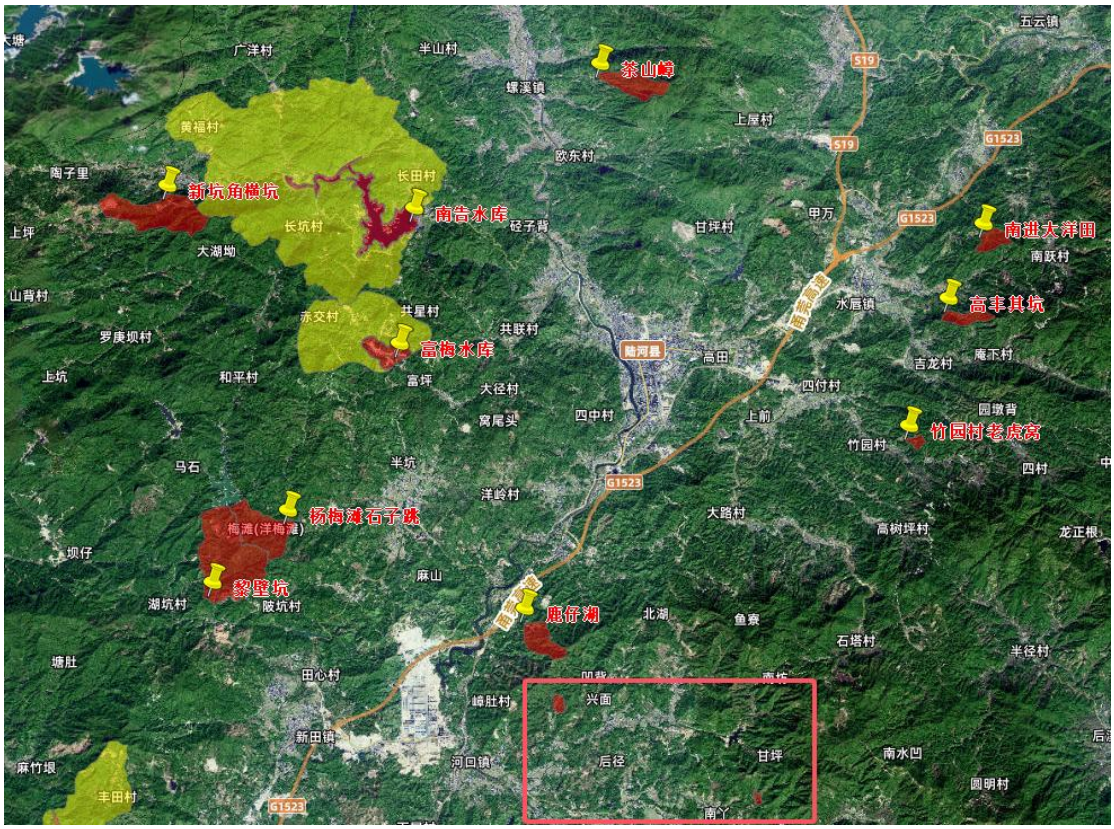
注：本图界线不作为权属争议的依据
陆河县人民政府　编制
2023年11月

陆河县自然资源局
广东省城乡规划设计研究院有限责任公司　制图
广东国地规划科技股份有限公司

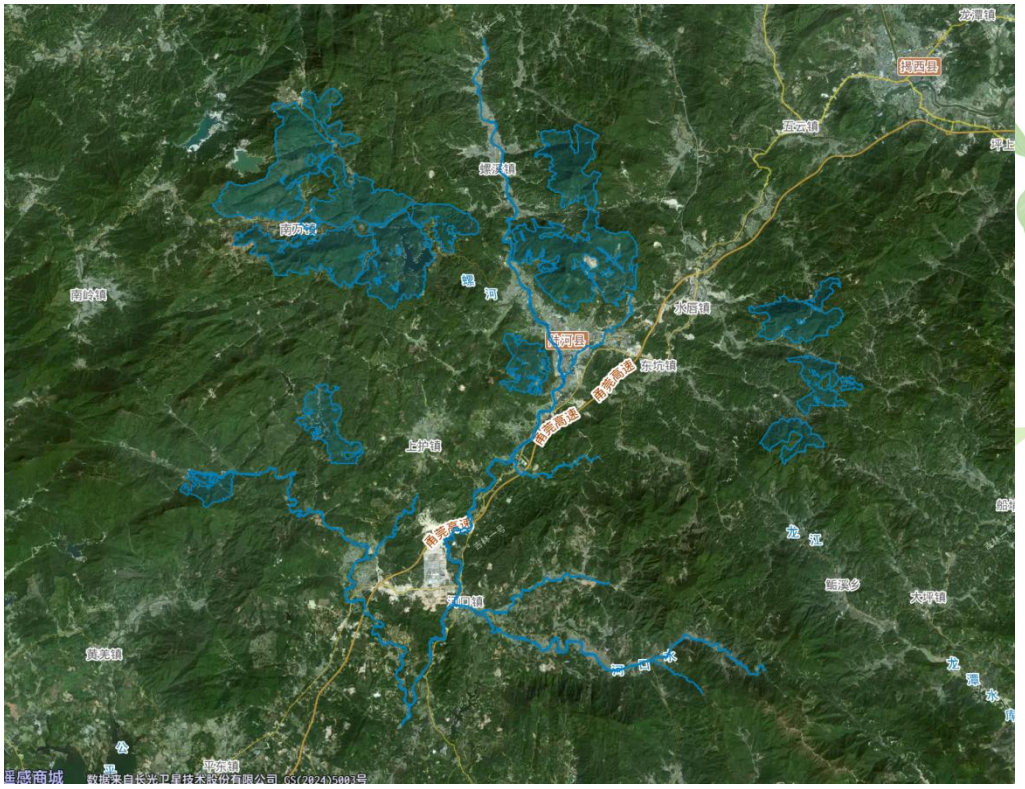
县域耕地和永久基本农田保护红线图（2021—2035 年）



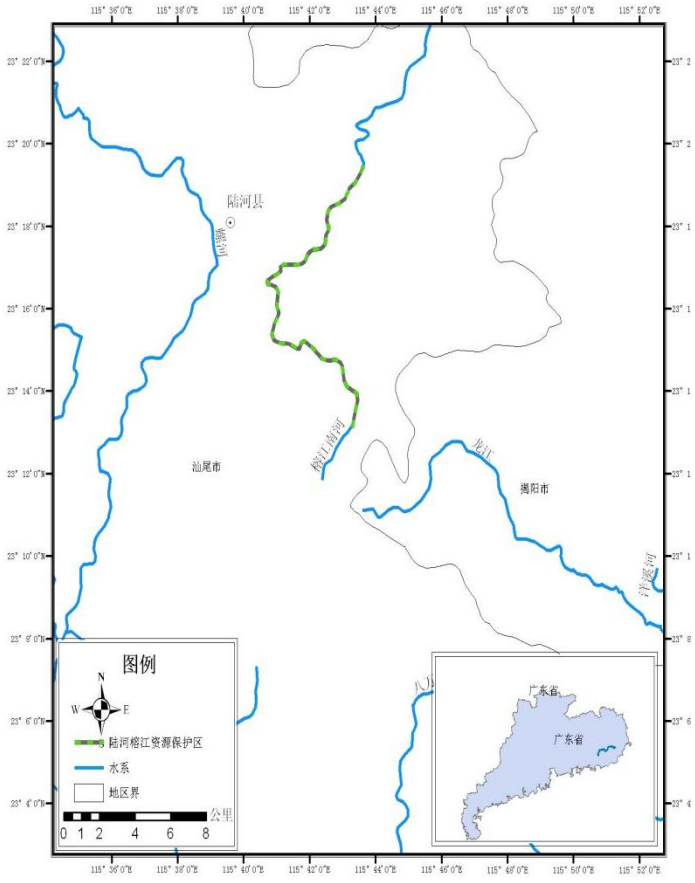
生态保护红线分布图



饮用水源保护区分布图



自然保护区分布图



广东陆河榕江国家级水产种质资源保护区分布图

土壤与气候适配性：陆河县地处亚热带季风气候区，年均温21.5℃，年降雨量超过2300mm，阳光充沛、昼夜温差大、雨水充足，红壤土pH值4.5-6.5，有机质含量≥2%，与青梅生长需求高度匹配，为青梅的生长提供了理想的自然环境。使得陆河县出产的青梅品种多、质量高，深受消费者喜爱。

（2）土地集约化利用

低效梅园改造：目前约30%梅园因品种老化（青竹梅、白粉梅为主）、管理粗放导致亩产不足400公斤。通过矮化密植（每亩25—30株增至50—60株）、土壤改良（增施有机肥至2吨/亩），可释放大量低效土地潜力。

3．单产潜力分析

（1）当前单产水平与差距

①现状：陆河青梅平均亩产约350公斤（高产果园亩产1500公斤），远低于福建诏安的800公斤/亩。

②制约因素

品种单一：95%为传统品种（青竹梅、白粉梅），抗病性差、果型不均；

技术落后：人工采摘成本占比超50%，机械化率不足10%；

病虫害损失：炭疽病、蚜虫导致年均减产15%～20%。

（2）单产提升路径

①品种改良：可引进“诏安胭脂梅”“日本南高梅”等高产抗病品种，建立良种繁育基地，优果率可从60%提升至85%。

②技术升级

智慧种植：推广滴灌系统（节水 30%）、无人机植保（效率提升 5 倍）；

矮化密植：通过修剪技术将树高控制在 2.5 米内，平均亩产可提升至 800 公斤；

4. 市场潜力分析

（1）国内市场

健康消费趋势：梅酒市场规模年均增长 22%；陆河县可创建青梅果酒区域公用品牌，抢占中高端市场。

新兴渠道：电商直播（如梅见直播间单场 GMV 超 500 万元）、社区团购，线上销售占比有望从 40%提升至 60%。

（2）国际市场

出口增量：对标福建诏安（年出口 5 万吨），陆河可通过欧盟有机认证、建设海外仓（如新加坡），将出口量从 5000 吨增至 2 万吨；

高附加值产品：梅精、青梅酵素等深加工产品出口单价可达鲜果的 10 倍（鲜果均价 3 元/公斤，梅精 200 元/公斤）。

（3）产业链延伸潜力

陆河县的青梅产业链已经涵盖了种植、加工、收储、物流、电商销售和休闲旅游等多个环节。青梅产品也从单一的生鲜水果拓展到了梅酒、梅醋、梅酱等深加工产品，大大提升了青梅的附加值。此外，陆河县还积极引进先进技术和运作模式，加强青梅产业的科技创新，提高了青梅产品的质量和竞争力。

①深加工增值

梅酒：陆河国泰青梅年产梅酒 3000 吨，若引入“冷冻发酵技术”（华南理工大学专利），产品溢价可提升 50%；

药用开发：与广药集团合作研发青梅提取物（如熊果酸），用于抗肿瘤药物原料，利润率超 60%。

②农文旅养融合

陆河县依托青梅资源，大力发展乡村生态休闲旅游产业。例如，螺洞世外梅园已成为粤东地区最大的梅花连片观赏基地，获评 4A 级景区，吸引了大量游客前来赏梅、画梅、摄梅。这种“青梅+旅游”的发展模式不仅带动了青梅产品的销售，也促进了当地旅游业的繁荣，为农民增收致富提供了有效途径。

梅旅 IP：依托“螺洞世外梅园”（4A 景区），开发“梅林汉服节”“梅酒 DIY 工坊”，可大大提升年接待游客量，带动综合收入。

二、陆河青梅产业的出路分析

（一）大健康赛道分析

人们对健康理念的追求在近年来呈现爆发式增长，这一趋势与全球疾病负担加重、老龄化加剧及疫情后健康意识觉醒密切相关。

从全球来看，健康食品市场规模从 2015 年的 7480 亿美元增长至 2023 年的 1.1 万亿美元，年复合增长率（CAGR）超过 8%。其中功能性食品（如益生菌、代餐）市场增速达 12%，远超传统食品（3%～4%）。而在中国，健康食品市场规模 2023 年达 8,000 亿元，增速超 15%（整体食品行业增速仅 5%）。有机食品消费占比从 2018 年的 1.2%上升至

2023 年的 3.5%，一二线城市渗透率达 20%以上。健康理念的追求已从“可选消费”变为“刚性需求”，全球健康产业增速是 GDP 增速的 2-3 倍。

在这健康理念以及大健康产业的浪潮中，青梅产品的独特地位和潜力不容忽视。青梅所蕴含的丰富营养和健康价值，使其在这个赛道上具有得天独厚的优势。其含有的多种维生素、矿物质以及有机酸等成分，对于促进消化、增强免疫力、抗氧化等方面都有着显著的效果。这些特性使得青梅成为大健康产业中一股潜力股。

为了适应大健康市场的需求，青梅产品的研发和创新显得尤为重要。传统的青梅食品，如青梅酒、青梅干等，虽然深受消费者喜爱，但在大健康赛道上，我们需要进一步挖掘青梅的深层次价值。例如，可以研发青梅提取物为主要成分的保健品，针对不同人群的健康需求，如调节肠胃、美容养颜、增强免疫力等，进行精准的产品定位和开发。

利用现代科技手段对青梅进行深入的研究，发现其更多的健康功效和营养价值，也是推动青梅产品在大健康赛道上发展的关键。通过与科研机构、高等院校的合作，探索青梅中新的活性成分，进而开发出具有创新性的健康产品，满足消费者对健康生活的追求。

我们还应关注到，大健康产业的消费者群体日益年轻化。因此，在青梅产品的营销和推广上，也需要与时俱进，采用更加符合年轻人喜好的方式。例如，利用社交媒体、网络平台等进行品牌推广，开展线上线下互动活动，增强消费者对青梅产品的认知和喜爱。

青梅产品在大健康赛道上具有巨大的发展潜力。通过深入挖掘青

梅的健康功效和营养价值，结合现代科技和创新理念，我们可以开发出更多符合消费者需求的健康食品和保健品，为人们的健康生活增添更多选择。

（二）康养保健品赛道融合的探索

陆河青梅，其独特的营养价值和健康功效，为康养保健品的开发提供了丰富的资源。青梅与康养保健品的融合，不仅是对传统食品的创新利用，更是对健康生活方式的深度探索。

青梅所含的丰富营养成分，如维生素 C、有机酸及多种矿物质，都是人体健康所必需的。其中，维生素 C 具有增强免疫力、促进铁元素吸收等多重功效，而有机酸则有助于促进消化、增进食欲。此外，青梅还富含多种天然抗氧化物质，能够有效清除体内的自由基，延缓衰老过程。这些独特的营养价值和健康功效，使得青梅成为开发康养保健品的理想原料。

在康养保健品赛道中，青梅的应用形式也呈现出多样化的趋势。例如，青梅酵素作为一种新兴的保健品，凭借其独特的发酵工艺和丰富的营养成分，受到了消费者的广泛关注。青梅酵素不仅保留了青梅原有的营养价值和健康功效，还通过发酵过程产生了多种对人体有益的活性物质，如酶、益生菌等，这些物质能够进一步促进人体的新陈代谢和免疫功能。

除了青梅酵素外，青梅精华素也是康养保健品赛道中的一大亮点。青梅精华素可通过先进的提取技术从青梅中提取出的高浓度营养成分，具有更高的生物利用度和更显著的保健效果。例如，一些青梅精

华素产品富含天然抗氧化剂和多酚类物质，能够有效对抗氧化应激和炎症反应，从而保护心脑血管健康、预防慢性疾病的发生。

陆河青梅与康养保健品的融合还可体现在个性化健康解决方案的提供上。随着消费者健康意识的提高和个性化需求的增加，康养保健品市场正逐渐向着个性化、定制化的方向发展。而陆河青梅凭借其独特的营养价值和多样的应用形式，能够为不同消费者提供针对性的健康解决方案。例如，针对肥胖人群，可以开发以青梅为原料的减脂保健品；针对老年人群体，可以推出富含青梅精华的抗衰老保健品等。

陆河青梅产品与康养保健品的融合具有广阔的市场前景和发展潜力。通过深入挖掘青梅的健康功效和营养价值，结合现代科技手段和创新理念，我们可以开发出更多符合消费者需求的康养保健品，为人们的健康生活提供更加丰富的选择。同时，这也将为陆河青梅产业的发展注入新的活力，推动其在大健康赛道中实现更长远的发展。

（三）“赣南脐橙”成功经验借鉴

1．赣南脐橙的成功经验对陆河青梅的启示

赣南脐橙的成功，无疑为陆河青梅产业的发展提供了宝贵的借鉴。品牌建设、营销策略以及品质保障，这三个方面是赣南脐橙脱颖而出的关键，也是陆河青梅可以汲取经验的重要领域。

在品牌建设方面，赣南脐橙巧妙地融合了地域特色与文化元素，创造出一个深入人心的品牌形象。对于陆河青梅来说，同样可以依托其独特的地理环境和悠久的栽培历史，打造出一个富有文化内涵和地域特色的品牌形象。通过讲述陆河青梅的故事，传递其健康、高品质

和传统特色的价值理念，从而提升品牌认知度和吸引力。

在营销策略上，赣南脐橙采用了线上线下相结合的方式，有效地拓展了销售渠道和市场。陆河青梅也可以借鉴这一策略，利用电子商务平台、社交媒体营销以及线下推广活动等多渠道进行销售和推广。通过与大型电商平台合作、开展直播带货、打造特色旅游体验等方式，让更多的人了解和喜爱陆河青梅。

品质保障是赣南脐橙成功的基石，也是陆河青梅必须重视的方面。通过建立完善的生产管理体系和质量追溯体系，陆河青梅可以确保产品的品质和安全性，从而赢得消费者的信任和忠诚。此外，还可以加强与科研机构的合作，研发新品种、新技术，不断提升青梅产品的营养价值和口感品质。

2．赣南脐橙的市场拓展策略

赣南脐橙作为成功的水果品牌，其市场拓展策略值得深入剖析。除了传统的销售模式外，赣南脐橙还积极探索新的市场拓展途径，以实现更广泛的市场覆盖和消费者触达。

赣南脐橙巧妙地利用了农产品博览会和展销会等平台。这些活动不仅为赣南脐橙提供了一个展示自身品质与特色的舞台，还通过与其他地区、国家的农产品交流，进一步提升了其国际知名度。在这些博览会上，赣南脐橙凭借其独特的口感和优良的品质，往往能够吸引大量的关注和好评，从而有效地提升了品牌的影响力。

赣南脐橙与电商平台和连锁超市的紧密合作，也是其市场拓展策略中的一大亮点。借助电商平台的广泛覆盖和便捷服务，赣南脐橙能

够迅速触达全国各地的消费者。而与连锁超市的合作，则使得赣南脐橙能够更加贴近消费者的日常生活，满足他们随时随地的购买需求。这种线上线下的全方位布局，无疑为赣南脐橙打开了更广阔的销售空间。

旅游营销也是赣南脐橙市场拓展策略中不可或缺的一环。通过打造脐橙采摘园、脐橙文化节等活动，赣南脐橙成功地将品牌文化与地方特色相结合，吸引了大量游客前来体验和购买。这种亲身体验的方式，不仅让消费者更加直观地感受到赣南脐橙的品质与魅力，还进一步拉近了品牌与消费者之间的距离。

（四）开拓新出路，快速破圈

赣南脐橙的成功经验无疑为陆河青梅产品的发展提供了宝贵的借鉴。从品牌建设、营销策略创新到品质保障，每一个环节都值得我们深入探讨和学习。陆河青梅在突破产业瓶颈、实现提质升级的过程中，不仅需要加大研发创新投入以提升产品附加值，更需要构建“品牌-营销-品质”三位一体的协同发展体系，方能突破当前初加工产品主导的产业困境。

1．高附加值新产品研发

陆河县青梅产业想实现快速出圈，关键在于突破传统初加工模式，提升新产品高附加值并拓展市场。当前，以盐渍、蜜饯为主的初级加工仍占主导，高附加值品类（如保健食品、药用提取物、青梅酒等）开发不足，限制了品牌溢价能力。未来需深化产学研合作，打造高附加值产品研发中心，开发功能性食品（如青梅酵素、冻干提取物）及

便捷化快消品（例如果饮、果酒），同时结合“青梅+文旅”IP 打造沉浸式消费场景，以科技赋能与生态叙事双轮驱动，突破同质化竞争，抢占健康消费新赛道。

2. 品牌建设

品牌建设是提升产品知名度和美誉度的关键。目前陆河青梅多以企业自营品牌为主，缺乏区域公用品牌。陆河青梅产品应该深入挖掘自身的地域特色和青梅文化内涵（如客家饮食文化、药食同源理念），打造独特的品牌形象和差异化品牌故事。结合年轻消费群体需求推出“陆河青梅”区域公用品牌，同时建立可视化溯源体系强化“有机种植”等品质标签。这不仅仅是一个商标或是一个口号，更是一种对消费者承诺的品质保证。通过有力的宣传策略，如社交媒体营销、线上线下广告投放等，可以让更多的消费者了解并记住陆河青梅，从而增加市场份额。

3. 营销策略

营销策略的创新对于拓展销售渠道和市场至关重要。在数字化时代，传统线下批发渠道占比过高导致溢价空间受限，我们不能仅仅依赖传统的销售模式。需加速布局电商平台、社交直播、会员定制等新零售场景，开展线上销售活动，例如与盒马鲜生、小红书等平台合作开发“青梅季”主题营销，利用社交媒体进行产品推广。同时，线下活动如农产品博览会、展销会等也是展示产品并吸引潜在客户的好机会。并建设青梅产业交易集散中心，吸引全国各青梅产区和企业到陆河县进行青梅交易。

另外，可联名茶饮品牌推出季节限定产品，拓展都市白领、新中产等核心客群；或联合“奥城冰雪”等知名品牌，打造联名款青梅酒，扩展销售渠道，提高陆河青梅的知名度。

4．品质保障

品质保障是赢得消费者信任的基础，是支撑长期发展的根基。陆河青梅产品需建立从种植标准（如农药残留控制）、加工工艺（如无菌车间认证）到产品检测（如酸度、营养成分指标）的全流程品控体系，确保从种植到加工的每一个环节都符合质量标准。并且建立质量追溯体系，让消费者追溯到产品的来源和生产过程，从而增加他们对产品的信任感。此外，通过申请绿色食品、有机食品、欧盟 SGS 认证等提升市场信任度。唯有将品牌文化植入消费者心智、以精准营销触达目标市场、用严苛品质筑牢竞争壁垒，陆河青梅才能真正从区域性农产品升级为具有全国影响力的健康消费符号。

5．农文旅养结合

赣南脐橙的旅游营销策略也为陆河青梅产品提供了新思路。陆河县拥有优美的自然风光和丰富的文化资源，完全可以通过打造青梅主题公园、青梅采摘园、青梅文化节等活动吸引游客。游客在体验青梅采摘的乐趣的同时，也能更深入地了解陆河青梅的文化和历史。这种旅游营销策略不仅能增加产品的销售量，还能提升品牌的知名度和影响力。

第三篇　陆河青梅产业规划篇



第一章 规划的背景和依据

一、政策背景

2025 年中央一号文件强调“持续增强粮食等重要农产品供给保障能力”“健全新型农业经营主体扶持政策同带动农户增收挂钩机制”，深化农村改革、推进乡村全面振兴的战略部署。

近年来，国家深入贯彻党的二十大精神，对乡村振兴与产业振兴工作给予了前所未有的高度重视，并出台了一系列旨在引领和推动地方产业发展的最新政策措施。党的二十大明确指出，农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题，是党和国家事业发展的重中之重。在此背景下，国家不仅重申了实施乡村振兴战略的重要性，还进一步强调了要将解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重，确保农业农村现代化与全面建设社会主义现代化国家同步推进。

党的二十大报告还提出，要全面推进乡村振兴，坚持农业农村优先发展，坚持城乡融合发展，畅通城乡要素流动。这为地方产业发展提供了更为明确的方向和指引，要求各地要立足自身资源禀赋，因地制宜发展特色优势产业，推动农村一二三产业融合发展，构建现代农业产业体系、生产体系和经营体系。

2024 年，中共中央、国务院印发了《乡村全面振兴规划（2024—2027 年）》，进一步细化了乡村全面振兴的重点工作任务，明确了要全方位夯实粮食安全根基、推动乡村产业高质量发展、加快和美乡村建设等目标。这些政策为陆河县青梅产业的发展提供了宏观指导和政策支持。

在产业振兴方面，国家强调要以农业供给侧结构性改革为主线，推动农村一二三产业融合发展，培育乡村新产业新业态，提升农业产业链、价值链。青梅产业作为陆河县的传统特色产业，具有广阔的发展前景和巨大的市场潜力，符合国家政策导向，有望在国家政策的支持下实现跨越式发展。

2021 年，广东省政府印发了《广东省农业特色产业发展规划（2021—2025 年）》，规划提出，要立足广东资源禀赋和市场需求，以优势特色产业为重点，优化区域布局，强化科技支撑，推动产业集聚发展，构建现代农业产业体系、生产体系和经营体系。青梅作为广东的传统特色产业之一，具有鲜明的地域特色和市场竞争优势，被列入了重点发展对象。

同时，广东省政府还注重加强农业科技创新和人才培养，推动农业科技成果转化和推广应用。这为陆河县青梅产业的科技创新和人才培养提供了重要机遇。通过引进和推广先进的种植技术和管理经验，陆河县青梅产业有望实现提质增效和可持续发展。

陆河县被誉为“中国青梅之乡”，这是对陆河县农业主导产业青梅宣传和提升的大机遇。为抓住此次机遇，陆河县要借助实施乡村振兴战略和推进农业供给侧结构性改革的东风，巩固和深化“中国青梅之乡”称号带来的成果，大力发展青梅特色产业，在青梅的品种、品质、品牌上下功夫，向高质量发展进军，向全链条要效益、要附加值，并锚定主导产业，整合资源，重点打造特色产业，把青梅产业做大做强。

在此基础上，为挖掘陆河县资源潜力，推动青梅产业跨越式发展，释放和形成青梅产业新的生产力，达到较高的青梅生产水平，形成较大的市场规模，创新经营模式，进一步理清发展思路，明确发展目标，特制定《陆河县青梅产业发展总体规划》，重点调优品种、提高品质、做强品牌和营销，科学、高效地推进陆河县青梅产业建设，全面加快青梅产业发展进程，促进青梅产业持续、健康、快速发展，进一步提高陆河县青梅的市场竞争力，提升青梅产业对陆河县经济社会发展的贡献。

二、指导思想

民以食为天。党的十八大以来，习近平总书记多次强调“要树立大农业观、大食物观，农林牧渔并举，多途径开发食物来源，构建多元化食物供给体系。保障粮食和重要农产品稳定安全供给始终是建设农业强国的头等大事，要让中国人的饭碗牢牢端在自己手中。”“发展特色产业是实现乡村振兴的一条重要途径，要着力做好“土特产”文章，以产业振兴促进乡村全面振兴。”

以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，深入贯彻党的二十大精神及历届全会要求，积极响应国家乡村振兴战略与生态文明建设号召，遵循习近平总书记关于“三农”工作的重要论述，紧密围绕《全国农业绿色发展先行区创建名单》及《关于加快推进农业供给侧结构性改革大力发展粮食产业经济的意见》的总体部署，以“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念为指引，以陆河县青梅产业的可持续发展为核心，以现代农业技术、先进物质装备及完善产业体

系为基石，以制度创新和政策扶持为保障。我们坚持创新驱动发展战略，致力于高质量发展，紧扣供给侧结构性改革主线，聚焦“十四五”规划目标，强化“六稳”工作，落实“六保”任务，弥补产业发展短板，构建青梅产业特色发展蓝图。

坚持市场导向与科技创新双轮驱动，充分利用陆河县独特的自然资源与区位优势，紧密结合国家绿色发展战略，全面提升青梅产业的国际竞争力。在政府的有力引导和社会各界的广泛参与下，依托龙头企业和农民专业合作社的引领作用，加速青梅产业集群的形成，深化品牌建设，将陆河县青梅产业打造成为现代化、标准化、智能化的现代农业标杆产业，是农村经济发展的支柱产业，以及生态农业循环经济的典范，逐步将陆河县塑造为青梅种植的高标准示范区、青梅产品加工与出口的核心基地。

三、基本原则

（一）坚持以市场需求为引领

陆河县青梅产业发展必须紧密贴合市场经济规律与农业产业发展趋势，面向国内外广阔市场，精准捕捉现实需求与潜在机遇。从市场需求容量出发，以满足消费者多元化、高品质需求为核心，优化青梅品种结构与种植布局，注重提升青梅的口感品质与营养价值，顺应“大健康”消费趋势，确保青梅产品的安全健康。重点发展市场占有率高、潜力大的青梅产品，优先稳固并拓展国内重点市场，同时积极寻求以东亚、东南亚及欧洲地区为重点的国际市场突破，掌握青梅产业发展的战略主动权。

（二）坚持发挥区域资源优势

陆河县凭借得天独厚的自然环境，适宜的气候条件与便捷的交通网络，为青梅产业发展提供了坚实基础。产业发展应充分利用这些优势资源，综合考虑自然条件、生产基础、市场环境及资金技术等因素，依托资源禀赋，因地制宜，科学规划，优先发展青梅种植基础良好、竞争优势明显的区域，实现规模化、集约化生产，打造青梅产业特色优势区。

（三）坚持尊重农民主体地位

在青梅产业区域化布局与合理规划过程中，必须充分尊重农民的意愿与市场主体地位，保障其生产经营自主权。通过政策激励、市场导向、典型示范、信息服务等多种手段，激发农民参与青梅生产的积极性与创造性，形成政府引导、市场主导、农民参与的良性发展格局。

（四）坚持以科技创新为核心驱动力

以青梅基地建设为支撑，构建完善的支撑保障体系，深入贯彻创新驱动发展战略，集聚科技创新资源，充分发挥科技作为“第一生产力”的关键作用。一方面，推广青梅优良品种及节水灌溉、水肥一体化、病虫害绿色防控等现代农业技术，提升青梅种植管理水平，实现高产高效；另一方面，加强与高等院校、科研机构如中国农业大学、广东省农业科学院、华南理工大学、华南农业大学、仲恺农业工程学院等的合作，开发新品种、新技术，提升青梅产业的科技含量与竞争力。

（五）坚持推进三产深度融合

着眼于青梅产业的全产业链发展，加快青梅种植、加工、流通一体化进程，培育壮大青梅专业合作社，促进青梅产业集群形成。注重青梅相关二、三产业的协同发展，实施绿色生产方式，推动青梅产业与休闲旅游、文化创意等深度融合。以青梅为媒介，利用现代信息技术，拓展创意农业、生态旅游等产业链条，构建青梅产业生态体系，实现经济效益、社会效益与生态效益的和谐统一。

四、规划编制依据

1．2025 年中央人民政府一号文件《中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》；

2．《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》；

3．党的十九大报告《决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利》；

4．党的二十大报告《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而奋斗》；

5．《国务院办公厅关于推进农村一二三产业融合发展的指导意见》国办发〔2015〕93 号；

6．《赣闽粤原中央苏区振兴发展规划（2014—2020）》；

7．《广东省推进农业农村现代化“十四五”规划》；

8．《广东省农业可持续发展规划（2016—2030）》；

9．《广东省现代农业发展规划与功能区划（2016—2025）》；

10. 《汕尾市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》；

11. 《汕尾市乡村振兴大会战工作方案》；

12. 《陆河县国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》。

五、规划的范围及规划时限

规划范围：本次规划建立在陆河县前期青梅产业发展的基础之上，根据陆河县各镇青梅产业发展现状和资源情况，包括陆河全县 8 个镇，分别为河田镇、东坑镇、螺溪镇、新田镇、上护镇、水唇镇、河口镇、南万镇，国土面积 986 平方公里。

规划时限：2025—2035 年。

第二章 品种结构规划与区域布局

一、品种结构规划

（一）品种选择依据

规划选择陆河县青梅产业未来的主导品种，需综合多方面因素考量。从市场需求趋势来看，消费者对高品质、特色化的青梅产品需求日益增长，如口感更佳、营养更丰富的青梅品种在加工和鲜食市场都更具潜力。当地自然条件适应性也是关键，陆河县的土壤、气候等条件决定了品种能否良好生长。需挑选能充分适应当地环境，抗逆性强的品种，以降低种植风险、提高产量。产业发展战略方面，要着眼于提升产业竞争力，选择有利于延长产业链、提升附加值的品种。例如，适合深加工成高附加值产品的品种，能推动青梅产业从初级加工向精深加工转变，实现产业的可持续发展。综合这些因素，才能选出契合陆河县青梅产业未来发展的主导品种。

（二）主导品种结构规划

结合青竹梅、白粉梅两大传统品种优势，规划构建“3+3+N”主导品种结构体系，即三大核心品种、三大特色品种和若干创新品种协同发展。

1．核心品种（占 60%产能）

（1）青竹梅

青竹梅以其独特的口感和外观，一直是陆河县青梅产业的明星品种。其果实大小适中，形状规整，色泽翠绿，成熟后转为胭脂色，非常诱人。口感上，青竹梅酸度适中，既保留了青梅的清新酸爽，又不

会过于刺激喉咙，非常适合大众口味。

青竹梅是一种极具加工适应性的水果，其果实可以被腌制成多种风味独特的梅子制品，如咸水梅、糖腌梅等，这些制品保留了青竹梅原有的酸甜口感，并增添了新的风味，成为餐桌上的美味佳肴，同时也可作为调味品，为烹饪菜肴增添独特的酸味和香气。此外，青竹梅还可以加工成果汁、果酱、果酒等饮品和调味品，其中果汁酸甜可口，富含维生素和矿物质，果酱和果酒则分别以其浓郁的果香和独特的口感，成为烘焙食品和酒类市场的新宠。青竹梅还被加工成蜜饯、干果等休闲食品，便于携带和保存，且保持了大部分营养成分和风味。最后，青竹梅的酸味和天然成分还可用于制作调味品和食品添加剂，为食品增添风味和改善口感。总之，青竹梅的加工适应性广泛，可开发出多种美味可口的产品。



规划继续保留青竹梅的主导地位，通过技术创新和科学管理，提高青竹梅的产量和品质。同时，加强青竹梅的品牌建设，提升其在国内外市场的知名度和美誉度。

（2）白粉梅

白粉梅以其肉多核小、酸度超高而著称。其果实较大，皮薄肉厚，酸度适中偏高，非常适合制作脆梅、泡梅酒等深加工产品。此外，白粉梅的颜值也非常高，可以作为家居装饰，增添生活情趣。

白粉梅果实饱满多汁，适合腌制成风味独特的梅子制品，如白粉梅干、糖渍白粉梅等，这些制品不仅保留了白粉梅原有的酸甜风味，还增添了新的口感层次，是旅行、休闲时的理想零食。此外，白粉梅还可加工成果汁、果酱，其果汁酸甜适中，富含维生素与矿物质，是夏日解暑的优选饮品；果酱则可用于烘焙，为面包、蛋糕等增添一抹独特的酸甜与果香。更值得一提的是，白粉梅的天然果酸和纤维质可提取用于制作食品添加剂，既能改善食品的口感，又能提升营养价值，满足现代人对健康饮食的追求。



规划继续扩大白粉梅的种植面积，提高产量。同时，加强白粉梅的加工技术研发，开发更多以白粉梅为原料的深加工产品，满足消费者对青梅产品多样化的需求。

（3）软枝大粒梅

软枝大粒梅果实个头较大，相较于现有的青竹梅和白粉梅，单果重量更重。其形状近似圆形，饱满圆润，外观十分诱人。色泽上，成熟时呈现出清新的黄绿色，表皮光滑，富有光泽。口感方面，酸甜比例恰到好处，肉质鲜嫩多汁，咀嚼起来脆爽可口，无论是鲜食还是加工后食用，都能给人带来美妙的味觉体验。与青竹梅相比，软枝大粒梅的酸度稍低，甜度略高，口感更加平衡；和白粉梅相比，其果实更大，肉质更厚实。

软枝大粒梅在青梅加工各环节都表现出良好的适应性。腌制时，因其果实大、肉质厚，能充分吸收盐分和调味料，腌制后风味浓郁，口感爽脆，制成的盐渍青梅深受消费者喜爱。用于酿酒，其丰富的果香和适中的酸度赋予青梅酒独特的风味，酒液清澈透亮，口感醇厚绵柔，回味悠长。在制酱方面，软枝大粒梅的果肉细腻，制成的梅酱质地均匀，酸甜可口，可用于涂抹面包、制作甜点等多种用途。



2．特色品种（占 35%产能）

（1）矮白梅

矮白梅果实大小适中，形状偏椭圆，果型端正。色泽洁白，表面覆盖一层薄薄的果粉，宛如裹了一层轻纱，极具特色。口感上，酸度较高，能带来强烈的酸爽刺激，回味悠长。与现有品种相比，矮白梅的酸度明显高于青竹梅和软枝大粒梅，在追求高酸度的产品应用中优势显著，而在果实大小和形状上则与它们有所差异，形成独特的品质特点。

矮白梅由于酸度高、色泽好，在腌制环节能快速入味，腌制出的产品酸度纯正，色泽洁白诱人，提升了产品的品质和卖相。在酿酒过程中，高酸度有助于抑制杂菌生长，保证酒的品质稳定，酿出的酒具有浓郁的梅香和清爽的口感。制酱时，其良好的色泽能使梅酱呈现出自然的白色，且酸度能赋予梅酱独特的风味，增加食欲，在市场上具有较强的竞争力。

（2）富硒梅

富硒梅，顾名思义，是指富含硒元素的梅子。其果实通常较大，形状规整，色泽鲜艳，表皮光滑，富有光泽。果肉质地细腻，多汁，口感酸甜适中，风味独特。硒是人体必需的微量元素之一，具有抗氧化、增强免疫力、预防疾病、防癌抗癌等多种健康功效。除了富含硒元素外，富硒梅还含有多种维生素、矿物质和膳食纤维等营养成分。其中，维生素 C 和维生素 E 的含量尤为突出，具有很强的抗氧化作用，有助于延缓衰老、保持皮肤健康。富硒梅不仅继承了传统梅子的优良

品质，如酸甜可口、果肉饱满、香气浓郁等，更因富含硒元素而备受青睐。

富硒梅不仅可以直接食用，还非常适合进行各种加工处理，以满足不同消费者的需求。在腌制加工时，富硒梅的果肉饱满、质地细腻，非常适合进行腌制加工。腌制后的富硒梅能够保持其原有的风味和口感，同时增加了一些新的风味元素，如咸味、甜味等。在制作成干果后，不仅便于携带和保存，而且能够保持富硒梅的大部分营养成分和风味。此外，干果还可以作为烘焙原料、零食等。在做成果汁饮料时，富硒梅含有丰富的果汁和风味物质，不仅能够保留富硒梅的原有风味和营养成分，还能够为消费者提供清凉解渴的饮品选择。酿酒时，富硒梅的香气和风味物质能够充分溶解在酒液中，为酒类增添独特的风味和口感。此外，硒元素还能够增强酒类的保健功效，提高酒类的品质和价值。

除了以上几种常见的加工方式外，富硒梅还可以用来制作果酱、蜜饯、糕点等食品。这些加工方式不仅能够丰富富硒梅的用途和口感，还能够为消费者提供更多的食品选择。

（3）观赏梅

观赏梅，在中国传统文化中占有重要地位，被誉为“花中四君子”之一。其特征如下：

花色多样：从纯白到粉红、淡粉、深红、紫红，甚至还有淡淡的黄绿色，种类繁多，每种颜色都散发着独特的韵味。

形态各异：观赏梅的树形优美，既有婆娑曼妙的小巧玲珑型，也

有古老沧桑的大型老树。其树冠多呈圆形或卵圆形，满树的梅花在冬日的阳光下显得格外迷人。此外，观赏梅的叶片形状也各异，通常为卵形或椭圆形，边缘带有细密的小锯齿，为整棵树增添了别样的美感。

香气宜人：观赏梅散发出淡淡的清香，带有一丝冷冽的韵味，这种香气既不像桃花那样甜腻，也不像兰花那样清幽，而是独具一格，让人心旷神怡。

花期独特：观赏梅的花期主要在冬春季节，2 到 3 月是最佳观赏时间。这一时期，其他花卉大多还未绽放，而观赏梅却已傲然挺立于枝头，展现了其不畏风雪、傲骨铮铮的精神风貌。

虽然观赏梅主要以观赏价值著称，但其仍具有一定的加工适应性。主要体现在以下几个方面：

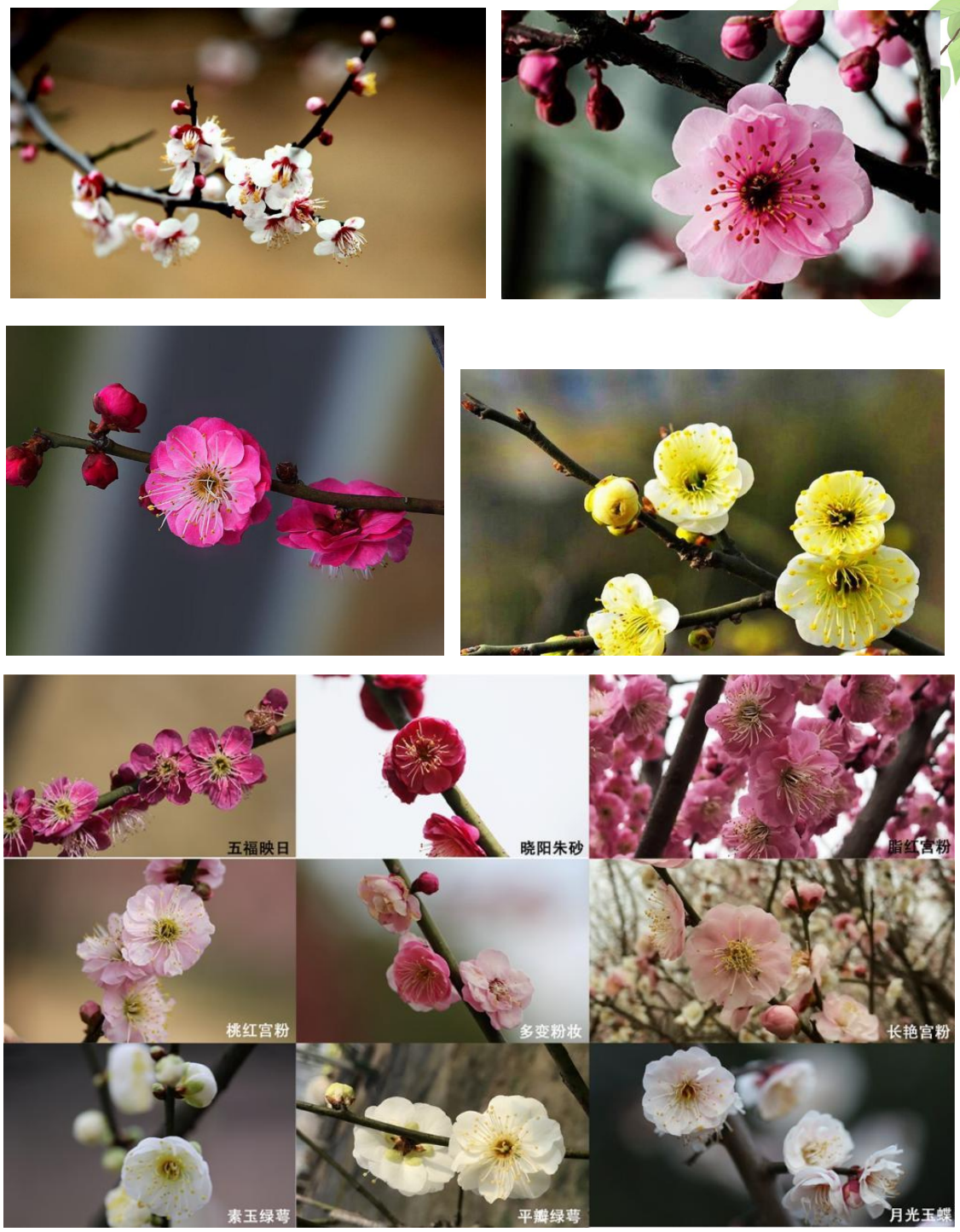
切花材料：观赏梅的花朵美丽动人，可以作为切花材料，用于装饰家居、会场等场所。其优雅的花姿和宜人的香气，能够为室内环境增添一份别样的韵味。

盆景制作：观赏梅的树形优美，非常适合作为盆景材料。通过修剪整形，可以制作出各种造型独特的盆景，既可用于观赏，也可作为艺术品收藏。

花卉提取：虽然观赏梅的主要价值不在于此，但其花朵中的香气成分仍可以被提取出来，用于制作香水、精油等产品。这些产品能够保留观赏梅的香气特征，为消费者提供独特的嗅觉体验。

文化衍生品：观赏梅在中国传统文化中占有重要地位，因此可以开发一系列文化衍生品，如梅花图案的服饰、文具、家居用品等。这

些产品不仅具有实用价值，还能传播和弘扬中国传统文化。



2022 年获得国家林草局授权的梅花新品种

3．创新品种（占 5%产能）

规划引进新的青梅品种，如大青梅、胭脂梅等，并且积极开展育种试验，培育四季青梅，实现错季供应。试点种植青梅新品种，丰富

陆河县青梅产业的产品线，提升产业竞争力。同时，加强对新品种的宣传和推广，提高其在消费者中的知名度和接受度。

二、区域布局

根据陆河县青梅产业发展现状和优势区域布局规则，按照资源和区位条件进行区域布局，扩大种植面积，提高果园质量，到 2035 年，规划新增种植面积 20 万亩，逐步由东坑镇、水唇镇的主产区，向南万镇、河口镇等延伸扩展。结合各镇的情况以及品种的生长特性，建立规模化种植基地，形成特色鲜明的区域化种植结构。通过科学布局与技术创新，陆河县将逐步形成“一镇一品、多品联动”的青梅产业格局，推动生态资源转化为经济优势。以下是基于各镇资源禀赋与青梅品种特性的种植区域布局规划：

1.东坑镇（青梅主产区）

主要种植品种：青竹梅、白粉梅、软枝大粒梅、创新品种。

区域特性：东坑镇地处榕江源核心区，土壤以红壤为主，富含有机质，昼夜温差大、光照充足，适合需水量较大且喜温凉的品种。

2.水唇镇（生态旅游与种植结合区）

主要种植品种：观赏梅、矮白梅

区域特性：水唇镇螺洞村等地以山地为主，土壤偏酸性，结合生态旅游（螺洞世外梅园 4A 级景区）打造梅园景观。

3.河口镇（富硒土壤与加工原料基地）

主要种植品种：富硒梅、青竹梅

区域特性：河口镇部分区域土壤富含硒元素，气候湿润，适合加

工专用品种种植。

4. 南万镇（高海拔晚熟品种区）

主要种植品种：黄梅、软枝大粒梅

区域特性：海拔较高（部分区域达 700 米），气温略低，成熟期稍晚，适合错峰上市。

第三章 陆河青梅产业发展的战略定位

一、发展思路

《陆河县青梅产业发展总体规划》以“双核驱动、全链升级”为核心，构建了**“2+8”**的发展战略框架（**两大核心组织机构+八大重点建设工程**）。围绕“国际青梅产业联盟”和“青梅未来研究院”两大核心机构构建发展框架。**“国际青梅产业联盟”**聚焦品牌国际化与市场拓展，通过打造“陆河青梅”区域公用品牌、建设跨境电商平台和中国青梅交易集散中心，深化线上线下联动销售，并联合国内产区推动跨区域协作；**“青梅未来研究院”**则立足科技创新，建设国家级种质资源圃，开展品种改良与精深加工技术研发，并与华南农业大学等高校合作培养技术人才，推动“青梅+大健康”产业融合。二者协同形成“品牌引领+科技驱动”的现代化体系，支撑青梅产业从种植到加工的全链条升级。

规划同步构建**“八大工程”**，覆盖陆河青梅一二三产全产业链，推动产业全链条升级。“八大工程”包括国家级青梅种质资源圃建设工程、标准化青梅果园建设工程、果品采后初加工处理建设工程、青梅精深加工项目工程、中国青梅产业集散中心建设工程、品牌建设及营销体系建设工程、青梅产业农文旅养结合及产业融合建设工程、科技支撑与服务体系建设工程，涵盖了品牌、市场、科技、生态等维度。将陆河县打造为全国青梅产业标准化制定者、全球市场核心参与者和全球青梅价值创新中心，确立“**世界青梅看中国，中国青梅看陆河**”的全球青梅产业地位。



二、发展战略框架

（一）战略定位升级：从“中国青梅之乡”到“全球青梅价值创新中心”

当前陆河县被定位为“中国青梅之乡”，这一定位虽然体现了地域特色，但局限于国内视野，制约了产业发展的上限。现规划将陆河县青梅产业战略定位升级为**“全球青梅价值创新中心”**，从三个维度重构陆河青梅的战略价值：

（1）**价值链主导者：**从青梅原料供应商转型为全球青梅产业链

的规则制定者和价值分配主导者；

（2）**生态系统构建者：**构建“青梅产业+科技创新+文化体验+健康生活”的复合型生态系统；

（3）**标准与文化输出者：**制定并推广青梅种植、加工、品质认证的全球标准，输出以青梅为核心的中国健康生活方式。

（二）战略思维转变：从供给导向到面向未来的消费驱动

1．未来消费趋势预判

当前规划不仅关注产品和产业本身，更是以终为始，从未来消费趋势反向推导产业发展路径：

（1）**健康个性化消费：**2030 年全球健康食品市场规模将达 2.5 万亿美元，消费者将从被动接受标准化产品转向主动定制个性化健康方案；

（2）**情感体验消费：**产品的文化故事和体验价值将超越其物质属性成为溢价关键；

（3）**可持续负责任消费：**环境友好、社会责任、全链条透明将成为高端消费者的基本要求。

2．从未来消费反推产业重构

基于未来消费趋势，陆河青梅产业需要进行四大转型：

（1）**产品定位转型：**从单一农产品向多元化健康解决方案转变；

（2）**生产方式转型：**从规模化标准生产向智能化柔性生产转变；

（3）**价值链定位转型：**从价值链中低端向高附加值环节跃升；

（4）**商业模式转型：**从产品销售模式向平台服务+会员订阅模式

转变。

（三）核心战略思路：全球青梅产业智慧生态系统构建

1．资源整合：建设全球青梅资源汇聚平台

（1）组建“国际青梅产业联盟”

依托“国际青梅产业联盟”的成立，陆河县应确立品牌运营中心和交易中心的战略定位。并致力于打破地域界限，整合全国青梅产区资源，建立利益共同体，形成强大的产业合力，共同面对市场挑战。承担起统一保价收购、鲜果调配、加工订单分配、品牌推广及营销等核心职能，确保青梅资源的高效利用和市场的有序竞争。同时，联盟还将发挥桥梁与纽带作用，促进政府、企业、科研机构及消费者之间的沟通与合作，为青梅产业的持续健康发展提供有力保障。

通过联盟内部的协作机制，以陆河为核心节点，串联广东普宁、福建诏安、浙江萧山等主要产区，构建“两小时产业协作圈”，实现资源共享、技术交流和市场拓展，还能进一步辐射全国，向全球扩展，形成青梅产业的“命运共同体”。这种跨区域的合作模式，将有效促进青梅产业的规模化、标准化和品牌化发展，提升中国整个青梅行业的国际竞争力。

（2）成立“青梅未来研究院”

依托“青梅未来研究院”的成立，陆河县应确立全国青梅产业标准制定中心、技术创新中心的战略定位。并致力于建设国家级青梅种质资源库，牵头制定青梅产业的标准与规范，推动青梅种植、加工、销售等环节的标准化、专业化，提升青梅产品的整体品质。同时，通

过联合顶尖科研机构（如华南理工大学、南京农业大学等），聚焦青梅在健康、食品、医药、美妆等领域的跨学科应用研究，突破传统加工局限。例如，基于陆河青梅高有机酸、维生素等天然成分特性，研究院可探索青梅酵素、药用提取物等高附加值产品研发，并开发功能性护肤品或保健食品，延伸产业链至大健康领域。承担起种植技术指导、产品研发、产品检测、培养人才等核心职能。

（3）设立“国家级青梅种质资源圃”

系统性整合全球资源，强化生物资产掌控。通过建设国家级青梅种质资源圃，系统性收集全球青梅种质资源（如参照南京农业大学国家果梅杨梅种质资源圃已保存 2000 份资源的经验），建立全球青梅基因库，掌握青梅核心生物资产，为品种改良与功能成分研究奠定基础。例如，陆河现有青梅品种以青竹梅、白粉梅为主，而资源圃引入的国内外优质种质（如四川大白梅、广西稀有母树品种）可提升抗病性、加工适性，助力筛选出高有机酸、高营养价值的优势品种。

保障生态与经济双效益。国家级青梅种质资源圃通过保护濒危种质（如国家二级保护植物青梅），维护生物多样性，同时可优化本地品种结构，提升“中国青梅之乡”的品牌竞争力。例如，螺洞梅园等基地已通过规模化种植带动农民增收，而国家级青梅种质资源圃的种质创新可进一步支撑“青梅+文旅”IP 打造，将生态优势转化为“美丽经济”增长点。

（4）创建“青梅数字资源库”

整合全产业链资源，提升协同效率与决策精准度。通过建立覆盖

“生物数据-生产加工-市场消费”的青梅全产业链数据中心，可系统性归集青梅种质资源信息（如品种特性、种植适应性等）、生产加工数据（如深加工技术参数、产能分布）及市场消费需求（如电商销售趋势、健康产品偏好），打破传统农业“信息孤岛”问题。“青梅数据资源库”的创建，可优化资源配置（如精准匹配种植端与加工端产能）、指导产品研发（如基于市场需求开发功能性食品），并推动“青梅+文旅”等业态数据联动（如螺洞梅园游客偏好与产品营销协同），最终实现从分散经营向全链智能化升级的转型。

2．品牌营销：打通线上、线下和私域运营等全流程营销渠道

线上赋能：构建全渠道数字营销矩阵；

线下拓展：构建体验式营销生态圈；

品牌战略：从区域特色到全球价值。

3．价值链重塑：构建高附加值产业生态圈

（1）“功能性青梅+”产品矩阵

在“青梅未来研究院”的框架下，建设“青梅产品研发中心”，推动青梅产业升级转型。汇聚农业、食品科学、生物技术等多领域专家，专注于青梅高附加值产品的研发与创新，开发针对不同健康需求的功能性食品、保健品、化妆品。从青梅精深加工产品，如青梅酒、青梅醋、青梅精油等，到青梅功能性食品，如青梅保健品、青梅美容品等，研发中心将不断拓展青梅产品的应用领域，满足消费者对健康、美味、便捷的多重需求。同时，通过引入现代食品工艺和包装设计，提升青梅产品的外观品质和食用体验，增强产品的市场吸引力。

（2）“青梅体验+”服务体系

打造全球青梅农文旅中心，构建集康养、旅游、教育、文创于一体的体验经济生态，需从多维度业态融合与资源整合切入。

康养场景升级：依托青梅富含有机酸、维生素等天然健康属性，开发青梅温泉疗愈中心、青梅酵素 SPA 工坊等康养项目（如借鉴云南洱源“梅好生活”模式，将千年梅文化与中医养生结合），同时结合陆河温泉资源，打造“泡温泉、品梅饮、享疗愈”的沉浸式康养闭环；

全域旅游联动：以万亩梅园（如陆河螺洞世外梅园、共光万亩梅园）为核心，设计“青梅四季游”路线——春赏梅、夏摘果、秋研学、冬康养，配套建设青梅主题民宿集群，并开发青梅果酒品鉴、古法腌制体验等互动项目；

教育研学赋能：设立青梅文化学院，联合高校开展青梅种植科技研学，同时打造“青梅非遗工坊”，复原客家梅酱制作、梅染技艺等传统工艺，吸引亲子及文化研学客群；

文创 IP 破圈：以“千年梅韵”为内核，设计 IP 形象及系列衍生文创产品，举办国际青梅艺术节、梅食创意大赛，推动青梅文化从地域符号升级为全球性文化消费 IP；

数字生态构建：搭建“青梅云体验”平台，通过 VR 梅园漫游、直播认养青梅树等数字化手段，打通线上线下消费场景。

4．全球化布局：塑造“陆河青梅”世界品牌

构建“区块链+物联网”全球质量追溯体系：实现青梅产品全流程透明化；

打造“东方生活美学”青梅文化 IP：将青梅文化融入现代生活美学，创造全球文化影响力；

建立全球化的“青梅生活方式”分享平台：通过社交媒体、短视频等渠道，输出以青梅为核心的东方健康生活方式。

（四）全域营销战略框架：打造千亿级品牌生态体系

1．战略定位

将陆河青梅打造成为“中国农业第一品类品牌”，通过标准制定、文化输出和价值创新，从区域特色品牌转型为全球知名的健康食品领导品牌。

2．“五位一体”营销体系

构建品牌矩阵、渠道网络、内容生态、数字平台和人才体系五位一体的全域营销生态系统：

品牌矩阵：以“陆河青梅”区域公共品牌为核心，培育 4 大子品牌，覆盖高端文化、健康功能、时尚创意和亲子家庭四大细分市场。

全渠道网络：构建“直播电商+社交媒体+线下体验店+传统渠道”的全域渠道布局，实现线上线下融合发展。

内容生态：建立青梅文化 IP 体系，通过故事化叙事、跨界合作和用户共创，打造多层次内容生态。

数字平台：建设青梅产业数字营销平台，应用大数据和 AI 技术实现精准营销和智能决策。

人才体系：培养本地直播电商人才、品牌运营人才和内容创作人才，构建三层人才梯队。

三、发展目标

到 2035 年，陆河县青梅产业将实现以下目标：

1、青梅种植面积稳定在 20 万亩以上，年产量达到 16 万吨以上。

2、青梅深加工产品种类达到 30 种以上，形成青梅酒、青梅醋、青梅酱、青梅精、青梅粉等多元化产品体系。

3、青梅品牌影响力显著提升，打造 2—3 个具有全国影响力的青梅品牌，提高陆河青梅的知名度和美誉度。

4、青梅产业链进一步延伸，形成青梅种植、加工收储、科技创新、物流集散、电商销售、休闲旅游于一体的完整产业链。

5、青梅产业带动农民就业增收，青梅产业从业人员达到 2 万人以上，农民人均青梅综合收入达到 5 万元以上。

第四章 两大核心组织机构建设

一、国际青梅产业联盟

定位：全球青梅产业资源整合与市场拓展平台。

核心职能：

品牌建设：以“陆河青梅”区域公用品牌为核心，联合企业、行业协会打造“中国青梅之乡”特色 IP，通过“青梅节”“直播带货”等活动提升品牌国际影响力。

市场拓展：建设中国青梅产业交易集散中心与跨境电商平台，对接粤港澳大湾区、全国及国际市场，依托“直播基地+展厅”形成线上线下联动的销售网络。

产业协同：整合供应链、物流、仓储资源，联合国内其他产区形成跨区域合作，探索“订单农业+集中采购”模式，降低流通成本。

二、青梅未来研究院

定位：青梅产业技术研发与标准化制定中心。

核心职能：

种质资源保护：建设国家级青梅种质资源圃，收集国内外优质品种，开展基因改良与抗病性研究，培育适应本地气候的高产优质品种。

精深加工研发：开发青梅果酒、保健品、化妆品等高附加值产品，突破加工技术瓶颈（如保鲜、去核机械化），推动“青梅+大健康”产业融合。

整合全球科研资源：通过链接哈佛大学、新加坡国立大学等国际顶尖高校的科研力量，建立智能加工技术标准体系。形成“技术攻关

—成果转化—产业应用”闭环，为陆河青梅产业提供科技支撑与可持续发展动能。

技术人才培养：与高校科研院所共建产学研基地，开设青梅种植、加工技术培训课程，定向输送产业技术工人和管理人才。

第五章 八大重点建设工程

一、国家级青梅种质资源圃建设工程

（一）总体目标

国家级青梅种质资源圃建设工程致力于系统性收集并保存陆河县以及国内外优质青梅种质资源，构建涵盖主要栽培品种、野生近缘种及特色突变体的种质资源库，为青梅品种的改良与产业升级奠定坚实基础。在此基础上，项目通过对比试验、遗传分析等手段，精心筛选高产、抗逆性强、加工特性优良的青梅品种，并且选育试种新品种，形成科学的良种繁育技术体系，推动青梅产业向标准化、品牌化方向发展。

同时，青梅种质资源圃可以构建产学研合作平台，吸引科研院所深度参与种质研究，并广泛开展农业科普教育，有效提升青梅产业的科技含量与社会影响力，为青梅产业的持续健康发展贡献力量。

本工程将打造成为国家级青梅种质资源圃。为此，拟规划建设研发实验中心、智慧大棚等基础设施及种质资源圃 1000 亩，建设示范推广种植基地 4000 亩，引进 100 个以上品种，建立种质资源档案库；并且选育新品种 4—6 个；选育具有推广潜力的品种，实现优质品种苗木供给能力达到 400 万株左右。

（二）实现路径

1．国家级青梅种质资源圃及新品种选育建设项目

（1）一期规划

1）一期目标：完成建设研发实验中心、智慧大棚等基础设施以

及种质资源圃 500 亩；示范推广种植基地 2000 亩；引进新品种 50 个；选育新品种 2 个并试种；年提供优质种苗 200 万株。

2）建设内容

①基础设施与研发设施建设

● 智慧大棚（200 亩）

采用轻钢结构，配备温湿度自动调控系统（精度±1℃）、双层遮阳网及补光 LED 设备，实现青梅幼苗周年育苗及抗逆性试验。设置物联网传感器（空气/土壤温湿度、二氧化碳浓度、光照强度），数据实时上传至中央控制平台，确保种质资源最佳生长环境。

● 水肥一体化灌溉系统（覆盖 500 亩）

建设智能滴灌与微喷灌管网，集成土壤墒情监测模块，覆盖种质资源圃 500 亩，根据青梅不同生长期需水需肥规律（如花期控水、膨果期增肥），实现精准灌溉（节水 30%以上）。配套蓄水池（800 立方米）与过滤系统，保障水质安全。

● 研发实验中心（600 平方米）

实验室功能区规划：

组培室（200 平方米）：配置超净工作台、光照培养架，用于青梅茎尖脱毒、快速繁殖。

生理生化检测室（150 平方米）：配备 HPLC（高效液相色谱仪）检测有机酸、黄酮含量，便携式测糖仪、酸度计等快速检定设备。

分子育种室（100 平方米）：引进 PCR 仪、电泳系统及基因测序仪，开展 SSR 分子标记辅助育种，筛选抗病（炭疽病、疮痂病）基因

位点。

育苗温室（150 平方米）：采用双层中空玻璃结构，配备移动苗床、补光系统及潮汐式灌溉，实现嫁接苗、组培苗的集约化培育。

● 道路与电力网络

硬化青梅资源圃主干道（宽 4 米，混凝土结构），支路（宽 2.5 米，砂石路基），满足机械通行；铺设地下电缆及太阳能路灯，实现全园区电力覆盖与低碳运维。

②示范推广种植基地建设（2000 亩）

● 新品种试种与观测区（1400 亩）

国内外品种引进试种：从日本（南高梅、莺宿梅等）、国内主产区（广东普宁软枝大粒梅、福建诏安白粉梅等）引进 50 个优良品种，按生态适应性分区种植（每品种 5 亩），记录萌芽期、花期、果实成熟期等物候数据。

表型数据库构建：通过无人机多光谱成像技术，每月采集树冠形态、叶绿素含量等数据，结合人工测定单果重、可溶性固形物（目标≥12%）、酸度（目标≥5.5%），建立品种特性档案库。

● 老旧果园改造试种示范区（600 亩）

高接换种技术应用：对低产老树（树龄＞15 年）进行高位嫁接，替换为高酸加工型或鲜食低酸型新品种，配套树形改造（开心形整形）、土壤改良（增施有机肥至 5 吨/亩）。

绿色种植模式示范：推广“行间生草+有机肥替代”（化肥减量 30%）、生物防治（释放捕食螨控制红蜘蛛），打造生态果园样板，

目标实现农药残留达标率 100%。

③种质资源保护与创新体系

● 青梅种质资源档案库建设

资源数字化管理：对引进的 50 个品种进行 DNA 条形码鉴定，建立包含基因型、表型、产地环境的“一品种一档案”数据库，支持在线检索与资源共享。

离体保存库：采用液氮超低温保存青梅茎尖、花粉等遗传材料，确保种质资源长期（30 年以上）安全备份。

● 本地化新品种选育（2 个）

杂交育种计划：以本地主栽品种为母本，与引进的新品种进行人工授粉，创制杂交组合 20 个，筛选后代优良单株。

分子标记辅助选育：针对陆河气候特点（高温高湿），利用已定位的耐涝基因标记（如 GmNARK 基因），加速选育抗逆性强的新品种，目标果实酸度≥6.0%，亩产≥1500 公斤。

区域试种验证：在示范基地内划设 100 亩试验区，连续 3 年观测新品种的适应性、稳定性及一致性，同步申请国家非主要农作物品种登记。

（2）二期规划

1）二期目标

完善基础设施；扩展种质资源圃 500 亩；扩展建设示范推广种植基地 2000 亩；引进新品种 50 个；选育新品种 3 个并试种；年提供优质种苗增加 200 万株。

2）建设内容

①基础设施升级与种质资源圃扩展

● 智慧大棚扩容（新增 200 亩，累计达 400 亩）

引入 AI 环境调控系统，基于历史数据（如近 3 年物候期、病虫害发生规律）优化温光水肥模型，增设二氧化碳增施装置和抗台风加固结构，适应极端气候。

● 灌溉系统升级（新增 500 亩，累计达 1000 亩）

扩展新增种质资源圃 500 亩，累计达到 1000 亩，部署“5G+边缘计算”网关，实现灌溉策略动态优化（如花期遇雨自动暂停灌溉），新增雨水收集循环系统，水资源利用率提升至 90%。

● 区块链溯源平台

集成物联网监测数据与生产档案，生成青梅种苗“数字身份证”（品种来源、生长环境、检测报告），对接电商平台，增强消费者信任。

②示范推广基地拓展与模式创新

● 高标准示范园（新增 2000 亩，累计达 4000 亩）

品种对比试验：新增引进日本“古城青梅”（高黄酮）、台湾“胭脂梅”（果皮红色素）等 50 个特色品种，设置“加工型”“鲜食型”“观赏型”示范带，建立多维评价体系（经济性、生态性、景观性）。

绿色生产技术集成：推广“智慧果园”模式：部署果园机器人（自动除草、精准施药）、生物防治无人机（释放赤眼蜂防治蛀果蛾），化肥农药减量 40%，目标通过 GAP（良好农业规范）认证。

③种质资源深度开发与育种体系强化

● 种质资源档案库升级

表型组学数据库：对引进品种进行 3D 建模（激光扫描树体结构）、近红外光谱分析（无损检测果实内在品质），数据整合至“国家热带果树种质资源平台”。

功能基因挖掘：联合中科院华南植物园，对高抗性种质开展全基因组测序，定位耐涝基因（如_AMT1_）、高柠檬酸合成基因（如_CitSAT_）。

● 新品种选育 2.0（3 个）

分子设计育种：利用 CRISPR-Cas9 技术编辑候选品种，定向改良果实酸度稳定性（控制_PEPC_基因表达），同步导入抗炭疽病基因（_RGA2_），缩短育种周期。

多点试验网络：在广东（陆河）、福建（诏安）、广西（贺州）建立 3 个区域试验站，验证新品种的生态适应性，目标亩产≥1800 公斤，加工出品率（梅坯/鲜果）提升至 35%。

（三）青梅种质资源圃的利用方向

1．遗传多样性分析

基因组测序：通过高通量测序技术，研究青梅的基因组结构，揭示其遗传多样性。

分子标记开发：利用 SSR、SNP 等分子标记，分析不同青梅品种的遗传差异，为育种提供依据。

2. 品种改良

杂交育种：通过不同品种间的杂交，选育出具有优良性状的新品种，如抗病性强、产量高、果实品质好等。

3. 抗病性研究

筛选和鉴定抗病性强的青梅品种，研究其抗病机制。

4. 果实品质研究

营养成分分析：研究不同青梅品种果实中的营养成分，如维生素、矿物质、有机酸等。

风味物质分析：分析青梅果实中的风味物质，如香气成分、糖酸比等，提升果实品质。

5. 生态适应性研究

生态适应性评价：研究不同青梅品种在不同生态环境下的适应性，筛选适合特定地区种植的品种。

栽培技术优化：研究不同栽培技术对青梅生长和果实品质的影响，优化栽培管理措施。

6. 种质资源保存与利用

种质资源评价：对保存的青梅种质资源进行系统评价，筛选出具有特殊利用价值的种质。

7. 分子生物学研究

基因功能研究：研究青梅中重要基因的功能，如与果实发育、抗病性、抗逆性相关的基因。

代谢途径研究：研究青梅中重要代谢途径，如次生代谢产物的合

成途径。

8．其他方向

品种历史研究：研究不同青梅品种的历史渊源和传播路径，了解其文化背景。

传统利用研究：研究青梅在传统医药、食品加工等方面的利用方式，挖掘其潜在价值。

（四）建设要求

1．统一标准，科学选址，严守生态红线

依据农业农村部《国家级农作物种质资源库（圃）管理规范》及广东省特色果树种质资源保护要求，青梅种质资源圃选址需满足以下条件：

生态隔离：远离现有青梅种植区（建议距离≥5 公里），优先选择背靠自然林地、周边无污染源的区域，避免基因混杂与病虫害传播。

自然条件：地势平缓（坡度≤15°）、土层深厚（≥1 米）、土壤 pH 值 5.5-6.5，灌溉水源充足且排水通畅，交通便利但避开主干道以减少人为干扰。

环境适配：优先选择腐殖质含量高的地块，利于青梅根系发育及种质资源长期保存。

2．统一规划，集中繁育，坚持资源自主可控

根据《国家级农作物种质资源库（圃）管理规范》目标，青梅种质资源圃建设需遵循“分类保存、集中管理”原则：

集中繁育：由资源圃统筹种质资源收集、保存与繁育，划分核心

保存区、扩繁区及备份区，实行分区管控，确保种质纯正性与繁育效率。

自繁自育：建立青梅种苗自给体系，优先采用本地优良砧木嫁接繁育，减少外部引种风险，保障种质资源安全。

3．统一规范，精准育苗，强化品种配套

严格执行广东省青梅苗木质量标准：

技术标准化：规范嫁接、扦插、组培等繁育技术流程，配套水肥一体化、物联网监测等智能化设施，确保苗木健壮无病虫害。

品种科学配置：按加工型、鲜食型等用途分类保存，优化早、中、晚熟品种组合，延长原料供应期，支撑产业链协同发展。

4．严格监管，全程溯源，保障种质安全

参照《植物检疫条例》及国家种质资源库管理要求，建立闭环管理体系：

质量管控：实行“一苗一档”溯源制度，由省级植检部门定期抽检，确保无检疫性病虫害；种苗出圃前需通过生理指标检测与基因纯度鉴定。

规范流通：资源圃种苗统一调配供应，严禁私自外流；对外提供种质资源需经农业农村主管部门审批，并签订生物安全协议。

二、标准化青梅果园建设工程

（一）总体目标

标准化青梅果园建设工程的建设目标是聚焦于标准化、生态化及高效益的现代化发展路径。首要目标是打造成为全国标杆的青梅标准

化种植示范基地，通过推广绿色栽培技术和矮化密植模式，实现青梅产量增长，并确保优质果比例不低于 85%。为进一步巩固全产业链基础，规划建设集约化、机械化管理的青梅种植基地，为青梅深加工产品提供稳定且高质量的原料供应，同时强化“陆河青梅”地理标志品牌的市场影响力。在追求经济效益的同时，亦重视生态效益，通过实施水土保持措施及推广有机肥替代化肥策略，力求将果园生态化覆盖率提升至 90%以上。此外，还致力于形成一套可推广的“矮化密植+智能管理”的青梅果园建设模式。

因此，为提高陆河县青梅产量，以及标准化种植，推行矮化密植技术模式。本工程拟规划按照高标准建设高标准青梅种植示范园 4000 亩，其中核心示范区 1000 亩，打造全国青梅产业高标准种植示范推广的标杆；并以此为基础，打造 4—5 个千亩级标准化核心示范区，推行标准化、规模化模式，引导全县合作社或农户扩种青梅面积 60000 亩；此外，对全县现有果园进行评估，选择产量较好的果园 40000 亩，引导分批进行矮化密植，提高其亩产。

（二）实现路径

1．高标准青梅种植示范园建设项目

（1）建设目标

建设 4000 亩高标准青梅种植示范园，重点打造 1000 亩科技集成、生态高效的核心示范区，通过智能水肥一体化、物联网监测及机械化作业体系建设，示范推广矮化密植、绿色防控等现代化种植技术，实现亩均产量提升 20%、优质果率达 85%以上，形成可复制的标准化生

产模式，打造成为全国青梅产业高标准种植示范推广的标杆，辐射带动区域青梅产业升级，助力农业增效、农民增收和乡村产业振兴。

（2）建设内容

本项目以打造全国青梅产业现代化种植标杆为目标，通过系统性整合智能技术、生态理念与产业资源，构建“科技驱动、绿色高效、辐射引领”的高标准示范园体系，具体建设内容如下：

1）现代化种植技术集成

①标准化种植模式

推广矮化密植栽培技术，优化株行距布局，提升土地利用效率与果园通风透光性。选用抗逆性强、丰产性优的新品种，配套脱毒育苗技术，确保种苗品质与成活率。

②绿色生态管理

实施病虫害绿色综合防控，通过生物防治（天敌释放、诱虫板）、物理阻隔（防虫网）与生态调控（间作绿肥）减少化学农药依赖。推广有机肥替代化肥、节水灌溉等可持续农艺措施，促进土壤健康与生态平衡。

③机械化与智能化作业

引入智能农机装备，覆盖耕作、植保、采收等环节，显著提升作业效率与标准化水平。试点应用采摘机器人、智能修剪设备等前沿技术，推动劳动力密集型环节向自动化转型。

2）智能化基础设施建设

①土地整治与基础配套

对示范园区土地进行全域平整与土壤改良，完善道路、沟渠、电力等基础设施，为规模化、机械化种植奠定基础。建设智能水肥一体化系统，集成环境传感器与物联网设备，实时监测土壤墒情、气象变化及作物生长状态，实现水肥精准调控与资源高效利用。

②数字化管理平台

搭建示范园区智慧农业管理系统，整合物联网数据、无人机巡检与 AI 分析技术，形成从种植决策到生产管理的全链条数字化支持。通过可视化大屏与移动终端，实现远程监控、智能预警与动态调度。

3）功能分区与示范体系构建

①核心示范区（1000 亩）

集中展示智能灌溉、精准施肥、数字化管理等先进技术，设置品种对比试验区、机械化作业示范区与生态种植样板区，形成可观摩、可学习的标杆场景。

②辐射推广区（3000 亩）

作为核心示范区的规模化实践载体，通过“企业+合作社+农户”联动模式，推广应用核心示范区的标准化种植技术与管理经验，承接新品种、新技术的中试与生产转化，构建稳定高效的青梅原料供应基地。同时，带动周边老旧果园改造升级。建立统一的技术服务、品牌营销与质量追溯体系，推动区域产业协同发展。

4）长效推广机制

①技术标准输出

总结示范园建设经验，编制涵盖种植技术、设施建设、质量管控

等环节的标准化操作手册，为全国青梅产区提供可复制的技术模板。

②人才培训与科普推广

建设田间培训基地与数字化教育平台，面向农户、企业及行业人员开展技术培训与科普宣传。定期举办产业论坛与现场观摩会，促进经验交流与技术扩散。

2．标准化青梅基地扩种建设项目

（1）建设目标

本项目以推动青梅产业提质增效为核心，由政府和企业牵头，打造 5 个千亩级标准化核心示范区，引导全县合作社及农户扩种青梅 60000 亩，全面推行标准化种植体系和矮化密植技术，建立“统一品种、统一管理、统一收购”的规模化发展模式，打造连片种植示范基地，形成区域产业集聚效应；通过“企业+合作社+农户”联农带农机制，配套技术培训与政策支持，确保扩种区域亩均收益提升 20%以上，带动农户稳定增收，助力乡村振兴与农业现代化转型，将县域打造为全国青梅标准化种植示范区。

此目标将分两期完成，每期完成扩种青梅 30000 亩。

（2）建设内容

1）规模化基地布局与种植推广

①分阶段扩种计划

分两期完成扩种目标，优先布局水土条件优良、产业基础扎实的区域，推动连片种植，形成规模化产业集聚区。

整合零散土地资源，通过土地流转、合作社托管等方式，优化地

块连片性，提升机械化与集约化管理水平。

②核心示范区建设

打造 4—5 个千亩级标准化核心示范区，集成矮化密植、绿色防控等技术，作为技术推广和培训的实体样板。

2）标准化种植技术体系应用

①矮化密植技术推广

全面推行矮化密植栽培模式，优化树形结构，提升果园通风透光性，降低管理难度，提高土地利用效率。

制定《青梅标准化种植技术规程》，统一水肥管理、修剪、病虫害防治等操作规范。

②统一品种与优质种苗供应

优选适应当地气候、高产优质的青梅品种，由种质资源圃提供脱毒种苗，保障种源品质与供应稳定性。

3）联农带农机制与组织化运营

“企业+合作社+农户”协作模式：

订单农业：与加工企业签订保底收购协议，按品质分级定价，稳定农户收益，降低市场风险。

社会化服务：合作社统筹提供统防统治、机械化作业、采后处理等服务，降低农户劳动强度。

4）政策支持与资源保障

①政府补贴与扶持

种苗补贴：对参与扩种的农户和合作社提供种苗购置补贴，优先

使用种质资源圃提供的优质种苗。

基础设施支持：对连片种植区配套灌溉设施、道路硬化等基础建设给予资金补助。

金融支持：联合金融机构推出专项低息贷款，支持农户和合作社前期投入。

②技术培训与推广

组织农技专家、企业技术人员开展田间培训，覆盖种植技术、绿色防控、采后管理等环节，提升农户技能水平。

开发数字化培训平台，提供在线课程、专家答疑，扩大技术覆盖范围。

3．青梅果园矮化密植改造项目

（1）建设目标

本项目以提升现有果园生产效益为核心，通过对全县青梅果园综合评估，筛选出 40000 亩基础条件优、增产潜力大的果园，分批次引导企业、合作社及农户实施矮化密植改造，优化树形结构与种植密度，集成标准化管理技术，实现亩均产量提升 30%以上；同步配套技术培训、政策扶持及社会化服务，推动果园管理向集约化、机械化转型，带动农户增收，促进产业可持续发展。

此目标将分两期完成，每期完成矮化密植改造 20000 亩。

（2）建设内容

1）果园筛选与改造规划

①果园综合评估与筛选

对全县青梅果园种植面积、产量、青梅品质、土壤肥力、树龄结构、病虫害现状等进行综合评估，筛选出 40000 亩基础条件优、增产潜力大的果园纳入改造计划。

根据果园区域分布和农户意愿，分两期（每期 20000 亩）推进改造，优先支持连片面积大、合作社组织化程度高的区域。

②差异化改造方案设计

树形优化：针对不同树龄果园制定改造策略，老龄果园采用“高接换种”技术，中幼龄果园通过修剪整形控制树高，改善通风透光条件。

密度调整：将传统粗放稀植（亩均 25—30 株）提升至矮化密植（亩均 50—60 株），优化株行距，提升土地利用效率。

2）矮化密植技术集成与标准化管理

①技术体系推广

矮化密植技术包：推广“主干分层形”或“自然开心形”树形，配套支撑架固定树体，降低倒伏风险。

绿色生产标准：制定《青梅矮化密植管理规范》，统一水肥调控（滴灌/微喷）、病虫害生物防治（释放天敌、诱虫板）及有机肥替代等技术标准。

②机械化与智能化应用

引入多功能果园管理机（修剪、除草、施肥一体）、自走式植保机等。

部署物联网监测设备（土壤墒情传感器、小型气象站），实现环

境数据实时采集与智能决策支持。

3）联农带农与社会化服务支撑

①“企业+合作社+农户”协作机制

订单绑定：与加工企业签订改造果园定向收购协议，按果品等级（酸度、果径）溢价收购，保障农户收益。

托管服务：合作社组建专业服务队或与陆河县供销联社合作，提供修剪、植保、采收等环节的托管服务，降低农户管理成本。

②技术培训与示范带动

田间学校：在核心示范区设立实训基地，每年开展现场培训，覆盖修剪技术、绿色防控、机械化操作等内容，培训农户。

示范户培育：遴选 500 户种植能手，通过“以点带面”辐射带动周边农户参与改造。

4）政策支持与长效保障

①财政补贴与金融支持

改造补贴：对参与改造的农户按面积给予一次性补贴，优先支持合作社连片改造区域。

贷款贴息：联合金融机构推出“果园改造贷”，对购买农机、架材等投入提供低息贷款，以及财政贴息。

②风险防控机制

农业保险兜底：将改造果园纳入政策性保险范围，覆盖风灾、冻害等自然灾害，保费由财政补贴。

技术兜底服务：组建专家团队，对改造果园提供全程技术跟踪指

导，确保改造成功率≥90%。

（三）建设要求

1．新建青梅果园以标准化、规模化、智能化为核心目标

新建青梅果园以机械化作业、土壤生态改良、种植标准化、管理智能化为核心目标。统筹果园建设与自然生态保护，优先利用现有山地、水系、林带及道路资源，科学规划种植区与生态缓冲区，实现生产效能与生态涵养协同发展。

2．新建果园遵循“最小干预、高效利用”原则

保留原有地形地貌，依托自然坡面建设梯田或缓坡种植带（坡度≤15°），仅对零散破碎地块实施局部平整；

保护现有池塘、水库、成片林地等水土保持系统，同步增设排水沟、沉沙池等设施，构建“蓄-排-防”一体化生态防护网络。

3．低产果园改造以提质增效为导向

对规划区内低效老果园实施“品种更新+土壤修复”工程，淘汰劣质品种，推广优良品种；

开展土壤酸化改良（增施有机肥、生石灰调酸）、根系更新（断根促新）及基础设施升级（滴灌系统、物联网监测），集成无公害栽培技术，提升亩均产量。

4．推行精准化、绿色化生产管理技术

制定青梅营养诊断标准，依据土壤监测数据动态调整施肥方案，推广“有机肥+微生物菌剂”替代化肥模式；

强化树体管理，综合运用矮化修剪、疏花疏果、果实套袋等技术，

配套果园生草覆盖（种植白三叶草）、绿色防控（太阳能杀虫灯、性诱剂），确保优质果率。

5．推动“产业+生态+文旅”融合发展

在核心示范区嵌入观光采摘、青梅文化体验等功能，建设青梅主题步道、科普展示园等设施，打造“冬赏花、春摘果”的生态旅游场景；

结合陆河客家文化，开发青梅文创产品，举办青梅节庆活动，提升“陆河青梅”品牌附加值。

三、果品采后初加工处理建设工程

（一）总体目标

果品采后初加工处理建设工程以“标准化、高效化、融合化”为核心目标，通过建设规模化腌制池、现代化晒梅场和集约化加工厂房，全面提升青梅等果品的采后初级处理能力。规划建设标准化腌制池集群及配套自动化清洗分拣系统，结合晒梅场，全县年处理能力将提升10000 吨以上，降低采后损耗率，显著提升果品资源利用率。在品质管控方面，通过标准化清洗流程、温湿度可控的晾晒工艺，确保果品符合国家食品安全标准（如 GB 14881、GB 5084），满足梅酒、脆梅等深加工产业链及生鲜市场的品质需求，为后续产品增值奠定基础。通过腌制池集群、烘干房、晒梅场和集约化加工工厂的协同布局，标准化腌制池集群可辐射全县各镇各村，并整合县域内青梅种植、加工、销售资源，形成“产供销一体化”链条，实现产业增效与乡村振兴的双重目标。

通过本工程的实施，将陆河县打造成全省青梅产业绿色转型标杆示范区。项目将在全县建设 200 个标准腌制池，配套烘干房，总占地面积 50 亩，预计能处理青梅 10000 吨，单个梅池集群处理青梅不低于 3000 吨；并建设 100 亩晒梅场，配套废水处理系统，集中处理初加工排出的废水；同时，在农产品集散中心建设 2 栋分 4 区 6 层的集约化加工厂房，占地 20 亩，配备分级分选设备、自动清洗设备等，通过招商引资，吸引有加工能力的加工企业入驻，给予减免税收、减免租金等相应的扶持政策。

（二）实现路径

1．陆河县青梅初加工厂房及配套腌制池集群建设项目

（1）建设目标

聚焦产业升级、产能提升与环保配套，计划建设占地 20 亩的集约化加工厂房（2 栋分 4 区 6 层），通过税收减免、租金优惠等扶持政策吸引优质加工企业入驻，配套分级分选、自动清洗等智能设备，推动初加工自动化、集约化水平。同时，在青梅 3 个主要生产镇统一建设标准化青梅腌制池集群及配套烘干房，总计 200 个，总占地面积 50 亩，单个腌制池集群的处理能力不低于 3000 吨，并且配套建成 100 亩集中晒梅场以满足规模化晾晒需求。通过配套建设废水处理系统（根据梅池的处理能力配套），实现初加工废水的集中无害化处理。

项目工程完成后，预计全县青梅年处理量增加 10000 吨，为后续产业链延伸奠定基础。通过“硬设施+软管理”双驱动，将打造全省青梅初加工绿色示范基地，解决传统加工散乱、污染难题。



（2）建设内容

项目以“标准化、规模化、绿色化”为导向，从基础设施、环保配套到生产流程全面落地，具体实施内容如下：

1）集约化加工厂房建设

厂房结构：建设 2 栋分 4 区 6 层的集约化厂房（占地 20 亩），吸引有能力的加工企业入驻，用于青梅初加工、包装、成品仓储等，并配置货梯。

智能装备配套：

分级分选线：引入 AI 视觉分选机（精度±0.1mm），按果径、色泽、瑕疵自动分级，分选效率达 10 吨/小时。

自动清洗线：采用涡流气泡清洗+超声波去农残工艺，每小时处理量 8 吨，节水率 40%。

2）标准化腌制池集群及烘干房建设

腌制池工艺：在 3 个青梅主要生产镇，建设 200 个钢筋混凝土结

构的标准化青梅腌制池，形成 3 个腌制池集群，池体内部涂覆食品级环氧树脂防腐层，底部设置防渗漏隔离层（HDPE 膜+混凝土复合结构），配备液位传感器、温控监测和 pH 值监测装置，实现腌制过程实时数据化管理。

烘干房配置：配套 3 个腌制池集群建设 20 座模块化节能烘干房，单座面积 200 平方米，采用空气源热泵技术（COP 值≥3.5）及余热回收系统，搭配智能温湿度调控设备（误差±1℃），确保青梅脱水效率提升 40%，能耗降低 30%。同步配套青梅预处理流水线，包含自动清洗、去杂、沥水等工序，减少人工干预。

3）玻璃晒梅场建设

场地工程：配套平整硬化 100 亩玻璃晒梅场，根据腌制池集群的处理能力分配，地面采用透水混凝土+防滑石英砂复合铺装，坡度设计≤0.5%以利排水；配置轨道式自动翻晒机（覆盖宽度 8 米）及智能气象监测站，根据温湿度、光照数据自动调节晾晒节奏，日均处理鲜梅 600 吨。

4）环保处理系统配套

废水处理站：根据腌制池集群的处理量（不低于 3000 吨），配套建设一体化污水处理设施，采用“混凝沉淀+厌氧好氧+膜过滤”组合工艺，确保废水达标排放，出水水质达《污水综合排放标准》（GB8978-1996）一级标准，中水回用率≥60%，用于场地清洗与绿化灌溉。同步配套污水管网及实时监测平台，实现生产废水全流程闭环管理。

固废管理：配套青梅果核、果渣分类收集装置，与本地有机肥厂合作实现资源化利用；设置异味处理系统（活性炭吸附+生物滤池），确保生产全过程无异味扰民。

5）产业招商与政策扶持

企业入驻激励：对首批入驻企业拟提供“前 2 年税收减免 50%+租金全免，后 2 年租金减半”等政策，配套一站式证照代办、技术培训服务。

产业链协同：定向引进青梅蜜饯、果汁浓缩等深加工企业，与一期腌制半成品无缝衔接，形成“初加工-深加工-终端产品”闭环。

6）产能与产业链协同提升

加工流程标准化：制定青梅初加工操作规范（涵盖清洗、腌制、烘干、分选四环节），引入自动化传输带与智能分选机（基于 AI 图像识别技术），实现青梅品质分级（特级、一级、二级），半成品合格率提升至 98%。

产能衔接：通过“集中腌制+分散晾晒”模式，整合县域内零散加工户，统一原料收购与工艺标准，年处理量新增 10000 吨，占全县青梅产量 45%以上，为后续果脯、蜜饯等深加工企业提供稳定半成品原料供应。

（三）建设要求

1．质量标准

腌制池需符合《食品工业用设备卫生标准》（GB 14881-2013），晒梅场地面坡度≤0.5%，确保排水通畅。

2．环保要求

污水处理达到《农田灌溉水质标准》（GB 5084-2021），废弃物综合利用率≥90%。

3．安全规范

晒场周边设置消防栓及应急通道，配备防雷设施，符合《建筑设计防火规范》（GB 50016-2014）。

四、青梅精深加工项目工程

（一）总体目标

陆河县青梅精深加工项目工程的总体目标是以科技创新为核心驱动，通过建设青梅精深加工研发中心、产品检验中心、升级企业智能化生产线、强化产业链招商等举措，全面推动青梅产业的产品研发能力和加工能力升级，联合科研单位攻克高附加值产品研发技术瓶颈，提升青梅资源利用率，开发可量产的高价值青梅精深加工产品，延伸至生物医药与大健康领域，丰富精深加工产品数量；同时，推动现有加工企业设备升级并引入领军企业，提升资源利用率与产品附加值，构建“研发-加工-检验-应用”全链条体系，实现青梅产业从传统初加工向高科技、高效益的精深加工转型，全面增强产业竞争力与综合效益。

通过本工程的实施，陆河县将打造一个中国青梅产品研发中心，以及中国青梅产品检验中心，与华南理工大学食品科学与工程学院、广东省农业科学院蚕业与农产品加工研究所等科研院所合作，联合研发 30 款以上青梅精深加工产品，并申请专利；组建一支检验员队伍，

提供青梅产品的农残、营养物质等检验服务。同时，对果田生态、陆河国泰、清绿农业等龙头企业进行加工设备的升级改造；并引进 3-4 家有能力的领军企业入驻集约化初加工厂房。

（二）实现路径

1．陆河县青梅产品研发及检验中心建设项目

（1）一期规划

1）一期目标

一期目标聚焦基础平台搭建，规划在中国陆河青梅产业科创园综合楼内建设青梅产品研发中心、青梅产品检验中心，占地面积 2000 平方米；配套建设标准化实验室，配置研发产品所需的试验设备，以及精密检测设备，联合华南理工大学食品科学与工程学院、广东省农业科学院蚕业与农产品加工研究所等科研院所成立联合实验室，为本地企业提供技术支撑，形成集“技术攻关-品质检测”于一体的研发检验体系，为青梅高附加值产品开发、食品安全管控及产业升级提供核心技术支持，助力产业链向生物医药、健康食品等高价值领域延伸。通过 CMA 认证并对外提供检验服务。

2）建设内容

①基础设施构建

在中国陆河青梅产业科创园综合楼其中一层（2000 平方米）划分两大功能区：

青梅产品研发中心：设产品研发实验室（800 ㎡）、中试车间（600 ㎡），配备超临界二氧化碳萃取设备、分子蒸馏仪、真空冷冻干燥机

等研发专用设备，聚焦果胶、多酚、黄酮等生物活性成分提取技术开发。

青梅产品检验中心：设农残检测室（300 ㎡）、营养分析室（300 ㎡），配置高效液相色谱仪（HPLC）、气相色谱-质谱联用仪（GC-MS）、原子吸收光谱仪等精密仪器，覆盖 50 种农药残留及 12 项营养指标（如维生素 C、有机酸、氨基酸）检测能力。

②产学研联合实验室建设

与华南理工大学食品科学与工程学院、广东省农业科学院蚕业与农产品加工研究所共建“青梅高值化利用联合实验室”，成立技术攻关小组，合力研发青梅精深加工产品，突破批量生产的技术瓶颈。同时，组建一支检验员队伍，对外提供青梅产品的农药残留、营养成分分析等检验服务。

③检测资质与服务体系

完成检验中心 CMA 资质认证，对外提供农残检测（GB 2763-2021 标准）、营养成分分析（GB 5009 系列标准）及微生物检验服务，年检测能力达 3000 批次，服务覆盖全县 80%青梅加工企业。

（2）二期规划

1）二期目标

二期目标聚焦产业化与创新链延伸，在一期研发检验体系基础上，深化与科研院所合作，突破青梅多肽提取、发酵制品稳态化等核心技术，联合开发 30 款以上精深加工产品（如果胶医用敷料、青梅酵素饮品等），完成中试优化及量产工艺标准制定；同步扩展检测能力至

功能性成分认证（如抗氧化活性检测），推动 20 项专利技术产业化应用，实现研发成果向生物医药、特医食品等高附加值领域转化，全面构建“技术攻关-产品量产-市场验证”闭环，支撑青梅产业链价值提升。

2）建设内容

①研发平台扩展与核心技术升级

实验室功能延伸：在一期超临界二氧化碳萃取、真空冷冻干燥等设备基础上，新增超临界流体色谱分离系统、纳米微囊包埋等所需设备，攻克青梅多肽高效提取、青梅酵素稳态化技术等核心技术，申请发明专利 20 项。

青梅精深加工产品可研发方向：

康养产品：利用果胶提取技术，开发青梅果胶医用冷敷贴（可与医院合作临床验证）；

保健品：基于多酚研究成果，研制青梅多酚片剂、青梅多酚复合益生菌片等；

健康饮料：结合浓缩汁工艺，推出青梅发酵气泡水、青梅电解质运动饮料（添加青梅多肽，靶向补充氨基酸）等；

护肤品：延伸果胶面膜基材，量产青梅多肽抗皱精华液、青梅发酵（控油祛痘）面膜等（可与化妆品代工厂合作）。

联名产品开发：联合奥城冰雪推出联名款“奥城冰雪—青梅酒”、联合喜茶、茶百道等茶饮品牌推出“青梅冰酿”“青梅芝士”等季节限定产品，借力其万家门店渠道实现全域曝光；





与知名品牌联名合作能够从多维角度实现品牌价值的跃升。首先，在标签层面，联名可快速提升品牌调性，借助对方的行业地位强化自身“高端”“创新”等核心标签；曝光度方面，头部品牌的全域流量池将带来指数级传播效应，实现社交媒体、线下渠道的多维触达；而品质与服务的强背书，则通过联名产品标准化流程的渗透，显著提升消费者对品牌专业度的信任感；联名方成熟的品控体系和售后保障，更能降低市场风险形成双保险。

从战略维度看，联名合作将品牌拉升到行业高度，通过资源整合构建差异化竞争壁垒；在用户运营深度上，可共享对方忠实客群并建立情感共鸣，增强用户粘性；市场广度的拓展尤为突出，借助联名方的渠道网络与国际化基因，品牌能快速突破地域圈层，触达全新消费群体。这种立体化赋能既能实现短期爆发，更在消费者心智中埋下长期价值锚点。

②研发与企业中试联动体系

中试模式创新：通过企业加工设备的升级改造和流程优化，与企业共建“研发-中试-量产”共享平台。

企业合作试点：与果田生态、陆河国泰等企业签订协议，将其现有生产线升级改造为“中试兼容量产线”，例如：

果田生态：升级改造一条饮料灌装线，用于青梅酵素饮品中试与量产无缝切换；并且联合奥城冰雪推出联名款“青梅酒”。

陆河国泰：升级改造一条面膜生产线，支持青梅多肽精华液小试至量产灵活调整。

③检测体系与功能性认证升级

检测能力扩展：在一期农残、营养检测（CMA 认证）基础上，新增功能性成分检测模块。配置 DPPH 自由基清除率检测仪、人体皮肤模型保湿测试平台等，建立抗氧化、保湿等功效评价体系，并通过 CNAS 认证。

服务范围延伸：检测能力覆盖青梅原料、半成品、终端产品全链条，年检测量提升至 5000 批次，服务粤东地区企业。

④产学研合作与产业化落地

联合实验室深化：在一期华南理工大学、广东省农科院合作基础上，联合江南大学（食品发酵）、中山大学（生物医药）成立“青梅高值化产业创新联盟”，重点攻关青梅果渣制备膳食纤维、青梅多肽靶向递送技术；推动 20 项专利技术产业化。

⑤市场验证与成果推广

建立青梅健康饮品试制线（兼容小批量定制），联合电商平台开展新品预售测试；

举办“青梅大健康产品发布会”，推出“陆河青梅”区域品牌，重点推广 3-5 款爆品（如青梅酵素饮品、多肽面膜等）。

2．陆河县青梅加工企业升级改造项目

（1）建设目标

本项目通过对果田生态、陆河国泰、清绿农业等龙头企业进行智能化生产线升级改造，如引入自动分选、无菌灌装线、面膜生产线等设备，提升青梅精深加工效率与产品品质。

（2）建设内容

➢ **龙头企业智能化升级改造**

1）果田生态改造方向

饮料生产线升级：新增 1 条全自动无菌灌装线，配备 UHT 瞬时杀菌系统、PET 瓶吹灌旋一体机，重点生产青梅酵素饮品及青梅多肽运动饮料。

果胶提取线优化：引入低温逆流萃取设备，配套膜过滤系统，提

高果胶纯度，满足医用敷料原料标准。

2）陆河国泰改造方向

面膜基材生产线：建设青梅果胶纳米乳化车间，配置高压均质机、无菌分装系统，量产青梅多肽抗皱精华液及果胶医用冷敷贴，与研发中心联合制定《青梅护肤品生产规范》。

自动化分选线：引入 AI 视觉分选机，按果径、色泽分级青梅原料，提高分选效率，提升原料利用率。

3）清绿农业改造方向

发酵制品升级：扩建智能化发酵车间，新增不锈钢发酵罐（带 PH/溶氧在线监测），优化青梅酵素发酵工艺。

副产品利用线：增设果渣破碎压榨设备，将青梅果渣转化为膳食纤维粉，供应健康食品企业。

（三）建设要求

实验室及研发中心：按 BSL-2 级生物安全实验室标准建设，配置独立通风系统、防震实验台及三废处理设施。

设备先进性：基础实验室须配备精密仪器，满足成分分析与基础研究需求，确保检测精度符合国家及行业标准。中试车间需配置智能化生产验证系统，覆盖从实验室到产业化生产的全流程验证。

功能分区标准化：严格划分研发区、中试区、检测区、废弃物处理区，避免交叉污染，符合 ISO 9001 质量管理体系及 GMP 车间标准。危化品及有机废液分类存放，委托专业机构合规处置。

标准化生产：制定青梅精深加工产品的加工原料验收、生产工艺、

包装储运等全环节企业标准，确保符合国家食品安全及质量监管要求。

生态环保：加工企业需配套污水处理设施，推广可降解绿色包装和清洁能源应用。

五、中国青梅产业集散中心建设工程

（一）总体目标

中国青梅产业集散中心建设工程以陆河青梅产业科创园与交易集散中心为双核载体，旨在构建“科技赋能+全链整合+文化驱动”的现代农业发展新模式。通过打造集文化展示、技术研发、质量检测、展销交易、电商直播于一体的综合服务体系，该工程不仅推动青梅产业从传统种植加工向高附加值精深加工跃升，更以标准化建设、产学研协同和数字化营销为抓手，重塑青梅产业链生态。其核心在于以科技创新激活产业内生动力，以品牌文化提升市场竞争力，以集散枢纽强化资源配置效率，从而形成“产地经济”向“集群经济”的转型。这一战略布局不仅是乡村振兴与县域经济高质量发展的关键实践，更是中国农业现代化进程中“三产融合”的标杆示范，通过全产业链升级带动区域就业、农民增收和产业辐射，最终实现从地方特色产业向国家级青梅产业高地的跨越，为中国农业供给侧结构性改革提供可复制的创新路径。

通过本工程的实施，规划建设集青梅文化展厅、产品研发及检验中心、青梅展销交易、直播、办公等多功能于一体的中国陆河青梅产业科创园，占地面积 2000 平方米；并且结合研发创新、品质检验、品牌建设、市场营销、集中展示展销青梅初加工及精深加工产品，打

通产业全链条资源，将陆河打造成为全国青梅产业的交易集散中心，实现从生产到消费、从文化传播到商业价值的全方位升级。

（二）实现路径

1．中国陆河青梅产业科创园工程建设项目

（1）建设目标

中国陆河青梅产业科创园工程建设项目以整合青梅产业全链条功能为核心，重点建设一栋 5 层综合楼及配套基础设施，规划利用现有 2000 平方米未开发用地，打造集青梅文化展厅、产品研发与检验中心、青梅初/精深加工产品展销区、电商直播基地、企业办公空间及交易服务平台于一体的综合性青梅产业科创园区，实现产业资源集聚、技术升级与商贸流通协同发展，推动陆河成为全国青梅产业创新与交易核心枢纽。





（2）建设内容

本项目以全产业链整合为目标，以 2000 平方米综合楼为核心，统筹周边用地规划，打造功能完善、生态集约的科创园区，具体建设内容如下：

1）基础设施建设

①综合楼建设（5 层，占地 2000 平方米）

功能分层建议：

一楼：青梅文化展厅（青梅全产业链文化、品牌等展示）及交易集散中心（集中交易、供应链对接等）；

二楼：电商直播基地（直播间、产品拍摄、选品中心等）与运营中心（宣传推广、市场营销、数据分析等）；

三楼：企业办公区（中小企业孵化空间）及多功能会议室（行业交流、培训）；

四楼：科研院所合作实验室（联合高校开展品种改良、深加工技术研发等）；

五楼：产品研发中心（新品开发、中试、量产工艺优化等）与产品检验中心（农残检验、营养物质分析、功能性检验、品质认证等）。

②配套设施用地（建议预留 2000-3000 平方米）

交通物流：规划园区道路（宽 6—8 米）及独立货运通道，设置装卸货区；

生态景观：建设园区绿化、生态停车场及休闲步道等；

公共设施：配套员工食堂、污水处理站（小型一体化设备）及智能化安防系统。

2）用地分配建议

总用地规模：建议科创园区总用地面积约 4000-5000 平方米（含综合楼及配套），确保建筑密度≤50%、绿地率≥20%，符合科创园区集约化与生态化标准。

2．中国青梅产业交易集散中心建设项目

（1）建设目标

本项目旨在将陆河打造为国家级乃至全球青梅产业资源配置枢纽，通过构建全要素聚合平台，集成青梅初加工及精深加工产品展示展销、全链条交易撮合、供应链金融等功能，依托线上线下融合的交易体系，整合种植、加工、流通资源，形成覆盖全国、辐射国际的定价权中心，赋能企业协同创新与跨境商贸，推动陆河从区域产业节点跃升为中国青梅产业的心脏地带，引领行业迈向价值链高端，为乡村

振兴与“双循环”经济格局注入核心驱动力。

（2）建设内容

1）高端展销中心

在中国陆河青梅产业科创园一楼建设现代化展示展销大厅，划分青梅初加工（盐渍青梅、果脯等）与精深加工（青梅酒、保健品、生物提取物等）产品专区，配备数字化展台、加工工艺体验、品牌文化互动屏，打造集产品陈列、品牌传播、消费体验于一体的国际化展销窗口，用地 1000 平方米；

融入智能溯源系统，通过二维码、区块链技术实现产品全生命周期可视化追溯，增强市场信任度。

2）智能化交易办公集群

装饰标准办公空间，配备模块化办公家具、智能会议系统（视频会议、同声传译等）及高速数据网络，满足企业、跨境贸易团队交易洽谈需求；

部署云端交易平台，集成大宗商品竞价、电子合同签署及物流跟踪功能，实现线上线下无缝衔接。

（三）建设要求

1．主体建筑结构建设要求

符合《民用建筑设计统一标准》（GB 50352）及《产业园区规划建设规范》，建筑结构安全等级为一级，抗震设防烈度≥7 度，耐火等级不低于二级。

2．配套设施建设要求

绿色建筑技术：达到国家《绿色建筑评价标准》（GB/T 50378）二星级以上要求。

设置垃圾分类处理站，绿化覆盖率≥25%。

物流与交通组织：园区道路按城市支路标准建设，货运通道独立设置，配备智能停车管理系统；

无障碍与国际化标识：公共区域符合《无障碍设计规范》（GB 50763），设置盲道、无障碍电梯及多语言导视系统；消防设施、应急疏散通道按国际 NFPA 标准设置，安全出口标识全天候可视。

六、品牌建设及营销体系建设工程

（一）总体目标

以打造中国青梅产业标杆品牌为愿景，构建陆河青梅“品牌+文化+科技”三位一体的全产业链生态体系。通过创建具有国际辨识度的区域公用品牌，统一品牌战略输出与视觉资产体系，构建覆盖“直播电商+新媒体矩阵+体验空间”的全渠道营销网络，开展青梅产品的宣传推广，提升青梅产品的市场竞争力，以及青梅品牌的知名度、美誉度和品牌影响力。引领青梅产业向高端化、品牌化、国际化方向发展。同步推进中国陆河青梅产业科创园载体建设与 IP 文化赋能工程，形成以品牌溢价驱动产业升级、以数字营销拓展全球市场、以文化 IP 激活文旅融合的创新发展格局，力争将陆河青梅打造成为代表中国优质农产品品质标杆的产业集群，实现“世界青梅看中国，中国青梅看陆河”的战略定位，全面赋能乡村振兴与县域经济高质量发展。

（二）实现路径

1．陆河县青梅产业运营中心建设项目

（1）建设目标

以打造国家级青梅产业数字化运营标杆为核心，建设集品牌中枢、直播电商、文化体验、科创孵化于一体的陆河县青梅产业运营中心。通过打造区域公用品牌，构建标准化品牌视觉体系与全媒体传播矩阵，形成“线上直播基地+线下体验空间”联动的全渠道营销网络；以中国陆河青梅产业科创园为载体，打造集主播孵化、电商平台运营、产品展销、文化 IP 演绎等功能于一体的产业赋能中枢，同步推进“节庆活动+赛事营销+城市地标广告”立体化品牌攻势，全面激活“中国青梅之乡”的文化价值与商业势能，建成粤港澳大湾区特色农产品三产融合示范高地，辐射带动青梅产业向百亿级产业集群迈进，实现区域公用品牌国际竞争力和产业价值链双提升。

（2）建设内容

围绕打造国家级青梅产业数字化运营标杆目标，构建“品牌中枢+直播电商+文化体验+科创孵化”四位一体的产业生态，具体建设内容如下：

1）打造“陆河青梅”区域公用品牌，构建品牌体系

建立标准化区域公用品牌体系：统一产品包装、VI 视觉、品牌口号及形象标识，制作品牌宣传册及高质量宣传视频，强化“陆河青梅”和“中国青梅之乡”品牌 IP 核心价值输出。

①差异化品牌主张

核心价值主张：“天然生态、营养功效、传统文化、创新体验”四位一体；

目标人群定位：健康生活追求者、文化价值认同者、品质生活体验者；

品牌性格塑造：传统而创新、自然而精致、健康而时尚。

②品牌矩阵架构设计方向

● 主品牌战略

“陆河青梅”作为区域公用品牌，定位为品质与文化背书，实行严格的品牌授权和使用管理。统一视觉识别系统、品质标准和品牌传播语调，确保品牌形象的一致性和专业性。

● 四大子品牌差异化定位

针对不同细分市场和消费需求，构建四大子品牌体系：

➢ “梅香国韵”——高端文化品牌

目标人群：35—55 岁高净值人群、传统文化爱好者；

产品系列：限量版礼盒、文创产品、高端青梅酒等；

核心价值：文化传承、精工制作、礼仪场合；

价格带：300-3000 元/件；

设计风格：传统意境、雅致高贵、文化符号。

➢ “梅力源”——健康功能品牌

目标人群：30-50 岁健康生活追求者、都市白领；

产品系列：青梅酵素、青梅膳食纤维、青梅保健饮品等；

核心价值：科学配方、功能明确、日常保健；

价格带：100-500 元/件；

设计风格：简约科技、健康专业、功能图解；

➢ **“梅好时光”——时尚创意品牌**

目标人群：18-35 岁年轻消费者、社交媒体活跃用户；

产品系列：创意青梅零食、青梅饮品、跨界联名产品等；

核心价值：创意体验、社交分享、时尚表达；

价格带：30-200 元/件；

设计风格：活力时尚、色彩明快、潮流元素。

➢ **“梅小萌”——亲子家庭品牌**

目标人群：25-40 岁年轻父母、6-14 岁儿童；

产品系列：儿童零食、益生菌青梅产品、趣味包装等；

核心价值：天然安全、趣味互动、亲子共享；

价格带：20-100 元/件；

设计风格：卡通可爱、互动游戏、安全认证。

2）直播电商生态建设

①建设数字化直播基地：在中国陆河青梅产业科创园综合楼内规划 2000 平方米空间，建设直播间、摄影间、办公室等功能区，配备专业直播设备、拍摄设备、办公设备等，打造集产品拍摄、直播带货、电商运营、数据监测于一体的直播中心；

②培育本土电商人才：建立“青梅直播学院”，孵化青梅产业主播团队，搭建电商平台并吸引第三方电商企业入驻，形成“直播+电商+供应链”闭环。

③重点提升三类本地人才

返乡青年电商主播：招募有创业意愿的返乡大学生，培养成为产品讲解型专业主播；

农村女性带货达人：招募本地农村女性（含留守妇女、梅农家属等），培养为情景展示型直播人才；

梅农技术型主播：从种植大户和技术能手中选拔梅农，培养为种植技术分享、产品溯源讲解型主播，提升产品信任度；

④培训内容涵盖：直播话术、镜头表现、产品知识、销售技巧、短视频制作等，邀请头部 MCN 机构专业讲师授课，实行“理论+实战”培训模式。

⑤“一村一播”计划

在全县 8 个镇、20 个重点村开展“一村一播”计划：

村级直播点：每个重点村建设 1 个村级直播点，配备基础直播设备。

村级主播队：每村培养 3-5 名本地主播，负责日常直播活动。

特色内容：结合各村特色农产品和人文景观，打造差异化直播内容。

直播内容差异化矩阵：

针对不同平台和消费群体，规划四类直播内容。

种植技术类：展示青梅种植全过程、病虫害防治、品种特点等专业内容；

生活方式类：青梅美食制作、养生方法、家庭保健等实用内容；

文化体验类：梅花观赏、青梅采摘、民俗体验等沉浸式内容；

产品销售类：新品发布、限时特惠、节日促销等商业内容。

3）线下体验网络布局

拓展品牌体验场景：在北上广深等一线城市开设青梅主题体验店，融合产品展销、文化展示、沉浸式消费功能，构建线下流量入口。

4）立体化品牌传播矩阵

全媒体推广计划：线上以抖音、小红书、微博、视频号、公众号等平台为核心，开展内容营销、事件营销与精准投放；线下通过地铁、公交广告及城市地标等宣传推广，强化品牌曝光；



文化 IP 深度运营：每年举办青梅文化节、汉服节、陆河青梅文化周等主题活动，策划短视频、摄影、诗词创作等官方赛事，形成“节庆引流+赛事破圈”的传播势能。





5）科创载体功能升级

打造产业赋能中枢：依托中国陆河青梅产业科创园载体，整合产品研发、数据管理、品牌运营功能，提供电商孵化、供应链对接等配套服务，推动三产融合。

实施支撑：通过“品牌标准化+营销数字化+体验场景化+运营平台化”协同推进，构建青梅产业从生产端到消费端的全链条升级，实现区域品牌价值与产业集群规模双突破。

（三）建设要求

1．品牌形象规范

需制定《陆河青梅区域公用品牌视觉识别系统（VI）技术规范》，明确品牌主标识、辅助图形、标准色（CMYK/PANTONE 色号）、字体使用等设计要求；

产品包装须通过国家绿色食品包装材料认证，统一印制地理标志标识（GI）及“中国青梅之乡”官方 IP 授权码，实现“一物一码”溯源管理；

2．IP 管理要求

“陆河青梅”区域公用品牌、“中国青梅之乡”文化 IP 须完成国家版权局著作权登记及商标全类别注册，非授权使用追究法律责任；

3．场景安全规范

空间设计符合 GB 50016-2014《建筑防火规范》，消防通道宽度≥1.5 米，紧急疏散标识 100%覆盖；

七、青梅产业农文旅养结合及产业融合建设工程

（一）总体目标

以青梅产业为核心，推动农业、文化、旅游、康养深度融合，构建“生产+加工+文旅+康养”四位一体的产业生态圈。整合陆河县休闲旅游资源，以青梅为特色，打造“中国青梅之乡”国家级文化 IP，形成全国知名的青梅主题旅游目的地，吸引全国甚至全球游客观光旅游，带动青梅衍生品消费，促进全县旅游综合收入。通过三产联动，实现“以梅兴产、以梅促旅、以梅彰文”，全面推进陆河青梅产业的持续发展，将陆河青梅打造为具有一定国际影响力的知名品牌，把陆河青梅农文旅养打造成为全国农文旅融合发展的典范，把陆河打造为国际青梅文化交流中心。

（二）实现路径

1．陆河青梅产业文化展厅建设项目

（1）建设目标

本项目以系统展示和宣传推广青梅文化为核心目标，通过 1000 平方米展厅空间的创意设计，集中呈现陆河青梅的起源、种植历史、加工工艺及产业创新成果。项目通过场景化空间营造、多媒体互动装置及实物展陈相结合的方式，构建集文化展示、品牌推广、科技体验于一体的产业文化地标，着力打造彰显地域特色的沉浸式文化展厅，

助力青梅产业价值提升与三产融合发展。

（2）建设内容

1）展厅装饰装修

空间布局：基于中国陆河青梅产业科创园一楼 1000 平方米场地，规划青梅产业“历史溯源、生态种植、工艺传承、品牌创建、销售网络、文旅结合、科创未来”等主题展区，融入客家建筑元素及青梅主题视觉符号，打造兼具地域特色与现代美学的空间氛围。

场景营造：通过仿古村落微缩景观、工厂实景还原、青梅林光影装置等沉浸式场景设计，强化文化体验感。

2）展示内容设计与制作

文化脉络梳理：系统整合陆河青梅起源文献、古法种植工具、传统加工技艺（如腌渍、酿酒）等实物展品，结合动态工艺流程图解、非遗传承人纪录片等内容，构建“历史-技艺-创新”全链条展示体系。

科创成果展陈：设置深加工产品展柜（如青梅酒、保健品）、产业专利技术模型及数据可视化展墙，突显科技赋能产业升级成果。

3）展示媒介设备配套

多媒体交互装置：部署全息投影重现青梅古法酿造场景、触控屏互动查询青梅文化知识、VR 虚拟体验“青梅采摘-加工”全流程，增强趣味性与参与感。

数字沙盘：利用数字沙盘动态演示陆河青梅产业链布局。

4）功能规划与用地整合

空间功能集成：在 1000 平方米展厅内统筹规划文化展示区、品

牌展销区、研学活动区及商务洽谈区，推动“文化+产业+旅游”深度融合。

产业联动设计：通过展厅与科创园其他功能区（如研发中心、直播中心）的动线衔接，形成“展示-体验-合作”闭环，助力三产融合发展。

2．陆河青梅产业农文旅结合及产业融合建设项目

（1）一期规划

1）一期目标

聚焦“中国青梅之乡”IP 打造与产业融合，通过建设地标性青梅主题景观建筑打造城市文化名片，同步塑造具有地域特色的青梅 IP 形象体系；完成农文旅宣传视频摄制及全媒体传播矩阵搭建；开发系列青梅主题文创产品及伴手礼；沿省道 S335 等环城路主要干道以及火嶂山主干道建设“十里梅花长廊”生态景观带；整合陆河县现有景点资源规划 1 条初级青梅主题旅游线路，形成“农业种植+文化体验+生态观光+休闲康养”的三产联动发展格局，夯实陆河青梅产业融合发展的基础框架。并初步构建“以梅为媒、三产互促”的融合发展样板，为陆河青梅产业升级提供核心驱动力。

2）建设内容

聚焦“中国青梅之乡”IP 打造与产业融合发展，一期建设以文化赋能、品牌 IP 升级、三产联动为核心，重点推进以下内容：

①城市地标与文化名片建设工程

“中国青梅之乡”标志性建筑群建设：选址高速出口门户区域，

建设融合青梅文化、客家建筑元素与现代设计理念的地标性景观建筑，包含陆河县游客综合服务中心（导览、休憩、特产展销）。配套建设景观绿化带、青梅主题雕塑及夜间灯光秀，打造城市文化会客厅。





②青梅 IP 形象体系塑造工程

IP 形象设计与推广：设计以“中国青梅之乡”为核心的文化 IP 形象（例如拟人化吉祥物），延伸开发系列角色形象（种植农人、非遗匠人等），形成 IP 矩阵。配套制作表情包、短视频动画及虚拟数字人，构建 IP 授权体系，覆盖文创、文旅、农产品包装等领域。举办“IP 形象发布会”及线上线下联动营销活动，强化品牌认知。

③农文旅数字传播矩阵建设

全媒体宣传视频摄制与传播：拍摄制作《中国青梅之乡》主题宣传片，聚焦生态种植、非遗工艺、民俗节庆、产业发展、生态旅游等主题。策划微场景短视频（例如梅园采摘体验、青梅酒酿造工艺、客家青梅宴），适配抖音、微信视频号等新媒体传播。

④青梅文创产品开发

文创产品与伴手礼体系开发：开发 IP 衍生文创：包括手办盲盒、主题文具、潮玩周边等轻量化产品。打造非遗联名产品：与本地手工艺人合作推出青梅纹样陶瓷、客家刺绣青梅香囊等高端收藏品。推出快消伴手礼：青梅果脯文创礼盒、青梅酒 DIY 体验套装等，布局景区、电商双渠道销售。

⑤“十里梅花”生态景观带建设

梅花主题廊道：沿省道 S335 等环城路主要干道以及火山嶂主干道与原有绿化带套种观赏梅，打造 10 公里梅花生态景观带，配套建设 3 处青梅主题驿站（提供休憩、特产展销）、8 个梅花摄影打卡点及夜间光影秀。



环城路等主要干道



火山嶂主干道

⑥青梅主题旅游线路试点

初级青梅主题旅游动线规划：串联万亩青梅种植园（采摘体验）、青梅加工厂（果脯/酿酒工艺研学）、青梅产业文化展厅（产业文化

体验）、螺洞村世外梅园、上护温泉等节点，设计 2—3 日游线路。

摄影写生基地：在梅林密集区搭建观景平台，提供四季摄影主题路线。

⑦产业融合联农带农机制建设

三产联动基础框架搭建：培育 20 家青梅主题民宿示范点（提供梅园观景、果酒品鉴、青梅养生温泉等特色服务）。

（2）二期规划

1）二期目标

以“全域景观提质、产业深度互融、品牌价值跃升”为核心，二期重点沿 S335 省道等主要干道打造融合 IP 灯牌、青梅主题驿站及梅花摄影节点的沉浸式廊道；同步建设青梅主题公园及溪谷生态栈道，构建全域梅花景观体系，配套发展青梅主题农家乐集群及全域旅游标识系统。开发“青梅全链体验”精品旅游环线，串联种植采摘、加工研学、文化展示、生态休闲及青梅农家乐集群，形成“春赏梅、夏摘果、秋酿制、冬养生”四季旅游产品体系。实现“以梅塑景、以链兴业、以游富民”，全面打响“中国青梅之乡”品牌，推动三产深度联动与县域经济提质增效，打造全国首个青梅三产融合示范标杆。

2）建设内容

以“全域景观提质、产业深度互融、品牌价值跃升”为核心，二期聚焦青梅全产业链升级与全域旅游场景深化，系统推进以下内容：

①全域旅游标识系统升级工程

IP 形象灯牌建设：在全县主干道、景区入口及交通节点设置“中

国青梅之乡”主题灯牌，融入青梅 IP 形象及客家文化元素，打造沉浸式品牌视觉体系。

②青梅主题休闲设施建设工程

青梅主题公园：建设集文化展示、亲子娱乐、户外拓展于一体的综合性公园，设置特产展销区、梅林露营区及儿童梅花主题乐园。

溪谷生态栈道打造：沿螺河支流建设 5 公里亲水木栈道，串联滨水观梅台、青梅诗词石刻、生态湿地科普区，配套休憩凉亭与夜间灯光系统。

③青梅全链体验精品线路开发

“四季梅香”主题旅游环线：串联种植端（共光村万亩梅园采摘体验）、加工端（果脯/酿酒工艺研学）、文化端（青梅文化展厅）、生态端（螺洞世外梅园、温泉度假区）及消费端（青梅主题农家乐集群），设计“春赏花—夏摘果—秋酿制—冬养生”四季主题行程。

青梅农家乐升级计划：培育 50 家特色农家乐，推出“青梅宴”菜品体系（如青梅酒焖鸭、梅子酥）、青梅果酒品鉴、家庭酿酒体验项目，形成“吃住游购”一体化服务链。

户外露营营地开发计划：利用山地地形开发青梅林户外露营、休闲赏景等户外项目。

④智慧文旅配套提升工程

全域导览系统建设：开发“陆河青梅之旅”智慧小程序，集成 AR 实景导航、语音讲解、线路预约功能，实现“一部手机游梅乡”。

（3）三期规划

1）三期目标

以“智慧赋能、服务提质、品牌长效”为核心，三期聚焦智能化升级与可持续发展，全面推广 AI 导览机器人、虚拟现实互动等智慧旅游服务，构建数据驱动的精准营销与游客体验优化体系；持续迭代“四季全链”主题旅游线路，融入沉浸式文化体验与定制化产品；深化“中国青梅之乡”品牌全球传播，建立产学研协同创新平台，推动青梅产业数字化、文旅服务精细化、三产融合生态化，打造全国农文旅融合标杆示范区与乡村振兴可持续发展典范。

2）建设内容

以“智慧赋能、服务提质、品牌长效”为核心，三期聚焦全域智能化升级与可持续发展生态构建，系统实施以下内容：

①智慧文旅服务升级工程

AI 智能服务全域覆盖：在游客服务中心、旅游景区、青梅产业文化展馆等部署 AI 导览机器人，提供多语言讲解、路线规划、实时问答服务。

数据化运营平台建设：构建“青梅文旅大数据中心”，整合游客行为、消费偏好、流量热力数据，实现精准营销推荐、景区承载力预警及服务质量动态优化。

②文旅产品迭代与体验深化工程

“四季全链”旅游线路升级优化：推出“青梅文化剧本游”“定制微度假”等主题产品，串联种植、加工、文化、康养节点，新增夜间梅林光影秀、青梅主题温泉疗愈项目。

③可持续发展生态构建工程

低碳景区示范行动：在梅园、栈道等区域铺设光伏步道，推广电动观光车全覆盖；建设“零废弃梅园”试点（果核回收制炭、果肉堆肥返田）。

三产融合生态化模式：建立“企业+村集体+农户”碳汇积分体系，鼓励游客参与青梅种植碳减排行动。

（三）建设要求

1．加快基础设施建设，提高综合服务能力

按照旅游景点建设相关标准，完善与休闲农业配套的城镇公共旅游服务设施，建设标志性建筑物、设施与专业标志牌与告示牌，做好景区（点）衔接，并与陆河县世外梅园、万亩梅园等资源整合，发展果业休闲观光旅游。

2．打造青梅观光亮点，塑造果业旅游特色

在省道沿线重点打造现代果业观光走廊，充分展示陆河青梅产业的独具特色的农业景观。

3．发展休闲农业新形式，丰富休闲旅游观光内容

在国道沿线，客家人聚居或青梅种植集中的路段发展客家特色的农家乐、采摘园和农趣园，将餐饮住宿与地方民俗、民间美食、农业生产结合起来，让游客在品尝农家美食、欣赏地方特色文化表演的同时，体验丰收的喜悦。

4．依托观光旅游平台，强化青梅品牌效应

围绕青梅品牌宣传，在全县旅游景点布局和旅游宣传方案制定的

同时，采取适当的形式，在适当的地点配置青梅的宣传元素，精心设计青梅旅游的品牌形象与广告发布方式，全面提升观光果业的展示效应，强化文化与产业发展相结合的互动意识，放大陆河青梅品牌传播推广的效果。

八、科技支撑与服务体系建设工程

（一）总体目标

打造中国青梅产业高质量发展的战略引擎，以完善体系、增强能力为着力点，加快技术支撑、科技推广服务、质量安全监管、社会化服务及产业化组织建设。通过构建“陆河—华南地区—全国—国际”四级进阶式产业联盟体系，以科技创新驱动全产业链标准化、数字化升级。聚焦全流程质量追溯监管、标准体系研发及国际认证；依托“政产学研用”协同创新生态，培育标准化种苗培育、精准农艺培训体系及复合型人才矩阵，赋能青梅产业全周期技术规程；同步打通高端商超渠道与国际出口通路，形成“技术标准引领—品质品牌增值—全球市场辐射”的产业闭环，全面抢占全球高附加值农产品价值链制高点。最终形成与陆河青梅产业发展相适应，结构完整、机制灵活、保障有力、运转高效的科技支撑与服务体系。

（二）实现路径

1．成立“国际青梅产业联盟”

（1）建设目标

以“陆河县—华南地区—全国—国际”四级进阶式体系为战略中枢，汇聚全广东、全国乃至全球青梅产区、加工企业、科研机构等

多方力量，形成强大的产业联盟，共同推动中国青梅产业的协同发展。最终构建中国青梅产业发展的权威统筹平台，通过全链条品质监督机制强化种植、加工标准化执行与质量管控，加强行业自律，规范市场秩序，提升青梅产业的整体竞争力。同时，整合高端商超渠道资源与国际出口网络，打造“品质认证—品牌赋能—全球布局”的产业生态闭环，推动青梅产业向高端化、标准化、全球化方向跨越式发展，全面确立陆河县在中国青梅价值链中的引领地位。

（2）建设内容

1）构建四级进阶式产业联盟体系

第一阶段：成立“陆河青梅产业联盟”，统筹陆河县青梅种植、加工资源，拓展商超渠道（如山姆、OLE、盒马）及出口销路渠道，形成区域引领效应。

第二阶段：升级为“华南地区青梅产业联盟”，联动广东普宁市、福建诏安县等华南青梅主产区，整合标准化种植基地与加工集群，建立跨区域产销协同平台，强化高端商超与出口网络布局。

第三阶段：扩展为“中国青梅产业联盟”，汇聚全国青梅产区及龙头企业，构建国家级产业协同网络，统一质量标准与品牌战略，主导全球市场拓展。

第四阶段：扩展为“国际青梅产业联盟”，汇聚全球青梅产区及先进技术，构建全球青梅产业协同网络，统一质量标准与品牌战略，主导全球青梅市场。

2）构建多方协同治理架构

建立以政府主管单位为主导、龙头企业为核心、合作社及农户代表深度参与的联盟治理机制，明确核心成员权责清单：

政府主管单位：负责政策引导、标准制定及跨区域资源协调；

龙头企业：牵头技术研发、品牌运营及市场渠道开拓；

合作社与农户代表：反馈基层生产需求，参与标准优化与利益分配决策，确保产业链利益共享。

通过定期召开联席会议、设立专项工作组，形成“政策链—技术链—供应链”协同发力的闭环决策链，实现从顶层设计到田间地头的全要素贯通，保障联盟决策的科学性与执行力，同时通过普通成员参与行业培训、技术推广等活动，激活全产业链协同创新活力。

3）全链条品质监督与标准化管理

建立覆盖种植、加工、流通的全程质量监督体系，对农残管控、加工工艺、产品分级等环节实施动态监测，确保标准执行；

4）高端市场与全球渠道整合

联盟内部设立专项工作组，对接山姆、OLE、盒马等高端商超，推动优质青梅产品认证入驻，打造“陆河青梅”高端品牌 IP；

拓展“一带一路”及欧美出口通道，建立国际认证体系，通过跨境展销、贸易洽谈会打通全球供应链，形成“国内高端+国际出口”双轮驱动格局。

2．成立“青梅未来研究院”

（1）建设目标

打造全球青梅产业科研高地：整合全球科研资源，建立跨学科、

跨地域的协同创新平台，形成覆盖青梅种植、加工、产品研发、产业升级的全链条研究体系，建成国家级青梅产业技术创新中心，主导国际行业标准制定。推动陆河青梅产业成为国际领先的标杆。

推动产业技术革新与成果转化：聚焦青梅产业“卡脖子”技术难题，如种植病虫害防治、加工工艺优化、废弃物资源化利用等，通过技术攻关提升产业竞争力，助力陆河青梅品牌国际化。

构建开放型全球合作网络：联合国内外高校（如日本青梅研究机构）、企业及国际组织，搭建“产学研用”一体化平台，每年举办国际青梅产业科技论坛，促进技术交流与项目合作。

服务乡村振兴与可持续发展：通过技术赋能推动青梅产业三产融合，带动农民增收，助力陆河县“百县千镇万村高质量发展工程”和新型城镇化建设，打造绿色低碳循环经济示范。

（2）建设内容

1）全球科研资源整合机制

国际专家智库：聘请全球青梅领域顶尖科学家担任顾问，建立“柔性引才”机制，吸引海外科研团队参与联合攻关。

跨境合作项目：与日本、东南亚等青梅主产区开展技术合作，引进优质品种与加工技术，推动本地品种改良。

2）技术攻关重点领域

种植技术：研发抗逆性强、高产优质的青梅新品种，推广智能灌溉与生态种植模式。

加工技术：突破青梅提取物、功能性食品开发等技术瓶颈，延伸

产业链条。

循环利用：探索青梅核、果渣在生物质能源、化妆品原料等领域的应用技术。

3）产业服务与成果转化体系

企业孵化器：为中小型青梅加工企业提供技术咨询、中试生产线共享等服务，加速科研成果产业化。

4）人才培养与交流机制

校企联合培养：与高校共建青梅产业学院，定向培养技术人才。

国际研修计划：选派本土科研人员赴海外交流，引进国际先进经验。

（3）实施保障

政策支持：依托陆河县“十四五”规划及“百县千镇万村高质量发展工程”等政策，争取专项资金与税收优惠。

监测评估：建立年度技术攻关成果考核机制，定期发布《青梅产业科技发展白皮书》。

3．陆河青梅产业标准体系建设项目

（1）建设目标

以科技赋能全产业链标准化升级为核心，构建覆盖种苗选育、生态种植、果品分级、精深加工等全环节的标准化体系，通过研发制定与国际接轨的技术规范及质量认证标准，并配套农技农艺培训体系推广矮化密植、精准施肥等先进技术，形成“标准研发—应用培训—动态优化”的闭环管理机制，全面提升青梅产业标准化水平与产品附加

值，打造全国青梅产业标准化示范标杆，为“陆河青梅”品牌全球化布局奠定核心技术话语权与质量竞争壁垒。

（2）建设内容

1）全链条标准研发与认证

联合广东省农业科学院、华南农业大学等科研院所，开展产学研协同创新，围绕种苗基因筛选、生态种植规程（如土壤改良、病虫害绿色防控）、果品分级指标（糖酸比、果径等）、加工工艺（发酵、保鲜技术）等环节，制定覆盖“种苗—种植—采收—加工”的全链条标准图谱，推动标准对标国际 ISO、欧盟 GAP 认证体系。

2）科技驱动的培训体系

农技人才培训：依托科研院所技术资源，开发青梅矮化密植、施肥、修枝等数字化农艺课程，通过“线上专家课堂+田间实训基地”双轨模式，面向农户、合作社开展精准培训。

设立“标准示范园区”，以龙头企业为试点，推广标准化种植技术，形成可复制的“科技+标准”应用样板。

政府产业治理人才培训：联合中山大学、暨南大学开设“青梅产业政策研修班”，为陆河县农业农村局、市场监督管理局等职能部门培养懂技术、通市场、善管理的青梅产业方向复合型干部；

3）标准动态优化与监督机制

成立标准化技术委员会，联合第三方检测机构（如 SGS、华测检测）定期抽检青梅产品质量，结合市场反馈与技术创新，每两年迭代升级标准体系，确保技术领先性。

构建“政府监管+联盟自查+社会监督”三位一体监督网络，对违规使用农药、加工添加剂等行为实施“红黑名单”公示与奖惩联动。

4）标准化成果转化与品牌赋能

推动陆河青梅标准纳入国家地理标志产品保护名录，申请“生态原产地”认证，以标准背书提升品牌溢价能力。

联合跨境电商平台（如亚马逊、阿里巴巴国际站），推出“标准认证专区”，以“陆河标准”为核心卖点开拓欧美、东南亚高端市场，建立全球消费者对“中国青梅”的品质信任。

4．陆河县招商引资项目

（1）建设目标

引进 5-6 家领军企业入驻集约化初加工厂房，重点布局青梅酵素、果胶提取等高附加值领域，通过税收优惠、租金减免等政策支持，形成“初加工-精深加工-终端产品”协同体系，推动全县青梅精深加工产品延伸至生物医药、健康食品等高价值赛道，构建粤东地区青梅产业集群示范区。

（2）建设内容

➢ 招商引资与领军企业引入

1）招商方向

目标企业：重点引进青梅酵素生产、果胶医用材料开发、健康食品研发等 5-6 家领军企业。

2）政策支持方向

税收优惠：前 2 年企业所得税减免 50%，增值税地方留存部分返

还 30%；

租金减免：入驻集约化初加工厂房的企业，前 2 年租金全免，第 2～3 年按 50%收取；

设备补贴：对采购智能化设备（如超临界萃取仪、无菌灌装线）的企业，给予设备投资额 20%的补贴（设置上限）。

5．陆河青梅产业智慧化大数据平台建设项目

（1）建设目标

以“数字孪生+AI 赋能”为核心战略，打造全国首个青梅全产业链智能决策中枢，通过构建覆盖种植、加工、销售、农文旅全场景的产业级数据资产平台，深度融合区块链溯源、物联网感知与 AI 算法集群，实现生产流程精准调控、供应链资源全局优化及消费需求实时响应。同时，研发采摘机器人、智能加工机械臂等“青梅智造”装备矩阵，形成“数据驱动决策—机器替代人力—智能重塑生态”的产业升级范式，全面激活青梅产业数字化生产力，推动陆河从传统农业产区向全球青梅智慧经济新高地跨越式跃迁。

（2）建设内容

1）陆河青梅产业大数据平台开发

智慧种植管理系统：基于卫星遥感、无人机巡检与田间物联网传感器（土壤墒情、气象站、病虫害监测设备），构建青梅种植数字孪生模型，实时监控果园环境参数，动态优化灌溉、施肥策略。

智能加工协同系统：集成 MES（制造执行系统）与 AI 视觉质检模块，对清洗、去核、发酵等关键工序进行全流程数字化管控。

青梅产业一张图：融合 GIS 地理信息、供应链物流数据及市场消费热力分布，打造产业全景动态可视化平台，支持政府“一图统管”产能调度、企业精准匹配产销需求。

青梅产业数字供应链模型：以物联网、区块链、大数据等技术为核心，整合种植、加工、流通、销售全链条的智能化体系。模型通过物联网传感器实时监测土壤、气候数据并指导精准种植，结合区块链实现青梅从果园到消费者的全流程溯源（如农残检测、加工记录透明可查）；依托大数据平台汇聚市场需求信息，反向驱动加工企业定制化生产，并通过智能物流调度缩短流通时间，降低腐损率；同时整合供应链金融为农户和企业提供资金支持，形成“订单农业+数据驱动+生态协同”的闭环，最终实现资源高效配置、质量全程可控及产业附加值提升。

区块链溯源认证系统：依托联盟链技术，串联种植户电子档案、加工质检报告、冷链物流轨迹等数据，生成不可篡改的“青梅身份证”，消费者扫码即可追溯果源农残检测、碳足迹标签等核心信息，赋能高端市场信任背书。

2）智能机器人研发与场景落地

多模态采摘机器人：搭载高精度双目视觉识别系统与柔性夹爪，通过迁移学习算法适配不同果径青梅的成熟度判别，夜间作业可通过红外传感与补光系统无缝衔接。

柔性加工机械臂集群：基于工业互联网平台开发自适应控制算法，实现去核、分选、包装等工序的“一键换产”，支持青梅酒、酵素、

果脯等 20 类产品的柔性化生产。

AI 带货机器人：集成自然语言处理（NLP）与情感分析技术，在直播间实时解析消费者互动数据，动态优化带货话术；

景区智能导览系统：部署 UWB 室内定位机器人+AR 全景导览头盔，游客可虚实交互体验千年青梅文化。

3）智能决策中枢与场景化应用

病虫害 AI 预警平台：构建病虫害图像数据库，通过无人机巡检影像智能分析，实现溃疡病、炭疽病等病害的早期识别与防治方案推送，减少农药使用量。

（三）建设要求

1．总体要求

围绕青梅产业高质量发展目标，以科技创新为核心驱动力，构建覆盖全产业链的科技支撑与服务体系，强化技术研发、标准引领、数字赋能、人才培育等关键环节，推动产学研深度融合，全面提升产业核心竞争力与可持续发展能力。

2．科技支撑体系

核心技术攻关：聚焦种质优化、智能装备、绿色加工等领域，突破一批制约产业升级的“卡脖子”技术，形成具有自主知识产权的核心技术体系。

数字技术应用：推动大数据、物联网、人工智能等新一代信息技术与产业深度融合，搭建覆盖种植、加工、流通的全链条数字化平台，实现精准化决策与智能化管理。

标准质量提升：构建与国际接轨的青梅产业标准体系，强化质量安全监管与溯源能力，提升产品品质与市场公信力。

3．服务体系构建

技术推广服务：建立覆盖县、镇、村的三级农技服务网络，普及先进种植技术、智能装备应用及标准化生产模式，推动科技成果向一线转化。

人才支撑体系：加强产学研合作，培育跨学科研发团队及复合型产业人才，打造专业化、梯队化的人才队伍。

产业协同生态：整合政府、企业、科研机构等资源，搭建资源共享平台，推动产业链上下游协同创新与利益共享。

4．保障机制

政策支持：制定专项扶持政策，引导社会资本投入科技创新与服务体系建设，优化产业发展环境。

资金保障：设立科技研发与成果转化专项基金，支持关键技术攻关、数字平台建设及服务网络拓展。

组织协同：强化跨部门协作机制，建立动态评估与反馈机制，确保工程建设高效有序推进。

第六章 投资估算、资金筹措及效益分析

本规划依据国家计委和建设部联合颁布的《建设项目经济评价方法与参数》（第三版）和中国农业工程研究设计院与建设部标准定额研究所共同编制的《农业建设项目经济评价方法》中所规定的有关方法和参数进行投资估算，并参考了下列资料：《建设工程工程量计价规范》（GB50500-2013）、《广东省建设工程造价管理规定》）、《广东省园林绿化工程综合定额（2018）》等。

一、投资估算

（一）总投资估算

规划重点工程与项目总投资 115929 万元，其中国家级青梅种质资源圃建设工程投资 17814 万元，标准化青梅果园建设工程投资 11615 万元，果品采后初加工处理建设工程投资 19740 万元，青梅精深加工项目工程投资 10000 万元，中国青梅产业集散中心建设工程投资 10150 万元，品牌建设及营销体系建设工程投资 10300 万元，青梅产业农文旅养结合及产业融合建设工程投资 15140 万元，科技支撑与服务体系建设工程投资 21170 万元。重点项目及投资详见下表。

陆河青梅产业发展建设资金筹措分项目预算表　单位：万元

序号	项目名称	合计	国家资金	省级资金	汕尾市财政资金	陆河县整合财政资金	企业或农户自筹
1	国家级青梅种质资源圃建设工程	17814	/	/	/	/	/
2	标准化青梅果园建设工程	11615	/	/	/	/	/

3	果品采后初加工处理建设工程	19740	/	/	/	/	/
4	青梅精深加工项目工程	10000	/	/	/	/	/
5	中国青梅产业集散中心建设工程	10150	/	/	/	/	/
6	品牌建设及营销体系建设工程	10300	/	/	/	/	/
7	青梅产业农文旅养结合及产业融合建设工程	15140	/	/	/	/	/
8	科技支撑与服务体系建设工程	21170	/	/	/	/	/
合计金额		**111929**		/	/	/	/

规划紧紧配合国家对青梅产业发展的投资建设和本规划实际发展进度，资金筹措上争取国家重点投资部分、地方财政整合支农资金，并以此为示范导向和支撑保障，引导和带动企业或农户更大的投资。项目建设总投资 115929 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。陆河县整合财政资金，主要通过捆绑项目的方式，将老建、水保、林业、水利、农业综合开发、退耕还林等涉农资金捆绑使用，重点扶持现代青梅产业发展。

（二）分年度投资计划

《陆河县青梅产业发展总体规划》分年度投资计划，见下表。

青梅产业发展总体规划分年度投资估算表　　单位：万元

年度	2025	2026	2027	2028	2029	2030
投资额	21600	21440	17304	15830	18700	9305
年度	2031	2032	2033	2034	2035	**合计**
投资额	4705	2305	2160	1290	1290	**115929**

（三）各重点建设项目投资计划

1．国家级青梅种质资源圃建设工程

国家级青梅种质资源圃建设 17814 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。

国家级青梅种质资源圃建设工程投资计划

项目名称	建设内容	数量	单价（万元）	所需经费（万元）
青梅种植资源圃及新品种选育建设项目（一期）	轻钢结构智慧大棚	200 亩	28	5600
	配套物联网设备	1 项	200	200
	水肥一体化灌溉系统	500 亩	0.4	200
	蓄水池	800 立方米	0.18	144
	配套道路与电力系统	1 项	1500	1500
	研发实验中心	1 项	600	600
	配套实验设备和器材	1 项	200	200
	新品种试种与观测区	1400 亩	0.5	700
	老旧果园改造试种示范区	600 亩	0.2	120

	青梅种质资源档案库	1 项	300	300
	本地化新品种培育	2 个	150	300
青梅种植资源圃及新品种选育建设项目（二期）	智慧大棚扩容	200 亩	28	5600
	配套物联网设备	1 项	200	200
	水肥一体化灌溉系统	500 亩	0.4	200
	高标准示范园	2000 亩	0.7	1400
	种质资源档案库升级	1 项	100	100
	新品种选育	3 个	150	450
合计				**17814**

2．标准化青梅果园建设工程

标准化青梅果园建设 11615 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。

标准化青梅果园建设工程投资计划

项目名称	建设内容	数量	单价（万元）	所需经费（万元）
高标准青梅种植示范园建设项目	核心示范区（种植青梅树）	1000 亩	0.25	250
	辐射推广区（种植青梅树）	3000 亩	0.2	600
	土地平整	4000 亩	0.4	1600
	智能水肥一体化	1 项	800	800
	配套物联网监测设备	1 批	200	200
	配套智能化作业设备	1 批	300	300
	数字化管理平台	1 项	200	200
标准化青梅基地扩种建设项目（一	千亩级标准化核心示范区	2000 亩	0.2	400
	配套物联网设备	1 项	200	200
	水肥一体化灌溉系统	1 项	400	400

期）	种苗补贴（55 株/亩）	2000000 株	0.0008	1600
	矮化密植技术推广培训	1 项	10	10
标准化青梅基地扩种建设项目（二期）	千亩级标准化核心示范区	4000 亩	0.2	800
	配套物联网设备	1 项	200	200
	水肥一体化灌溉系统	1 项	400	400
	种苗补贴（55 株/亩）	2000000 株	0.0008	1600
	矮化密植技术推广培训	1 项	25	25
青梅果园矮化密植改造项目（一期）	果园综合评估	1 项	50	50
	矮化修枝工程补贴	20000 亩	0.02	400
	密植种苗补贴（25 株/亩）	500000 株	0.0008	400
	矮化密植技术培训	1 项	15	15
	青梅收购保障补贴	1 项	150	150
青梅果园矮化密植改造项目（二期）	矮化修枝工程	20000 亩	0.02	400
	密植种苗补贴（25 株/亩）	500000 株	0.0008	400
	矮化密植技术培训	1 项	15	15
	青梅收购保障补贴	1 项	200	200
合计				**11615**

3．果品采后初加工处理建设工程

果品采后初加工处理建设 19740 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。

果品采后初加工处理建设工程投资计划

项目名称	建设内容	数量	单价（万元）	所需经费（万元）
陆河县青梅初加工厂房及配套腌制池集群建设项	腌制池	200 个	4	800
	烘干房	20 个	18	360
	玻璃晒梅场	100 亩	40	4000

目	废水处理站（日处理量 500 吨）	3 个	200	600
	配套监测设备	1 项	80	80
	集约化加工厂房（2 栋 4 区 6 层）	2 栋	5000	10000
	分级分选设备	1 项	100	100
	自动清洗线	1 项	60	60
征地费用	工业园区征地费用	170 亩	22	3740
合计				**19740**

4. 青梅精深加工项目工程

青梅精深加工项目建设 10000 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。

青梅精深加工项目工程投资计划

项目名称	建设内容	数量	单价（万元）	所需经费（万元）
陆河县青梅产品研发及检验中心建设项目（一期）	研发实验室	1 项	500	500
	中试车间	1 项	300	300
	配套实验设备及器材	1 项	350	350
	农残检测室	1 项	150	150
	营养分析室	1 项	150	150
	配套检测设备及器材	1 项	200	200
	建立联合实验室（科研院所合作经费）	1 项	500	500
陆河县青梅产品研发及检验中心建	实验室升级	1 项	200	200
	研发青梅精深加工产品	40 款	150	6000
	实验设备和检测设备升级	1 项	150	150

设项目（二期）	联合实验室深化（科研院校合作经费）	1 项	500	500
陆河县青梅加工企业升级改造项目	饮料生产线升级（果田生态）	1 项	200	200
	果胶提取线优化（果田生态）	1 项	300	300
	面膜基材生产线（陆河国泰）	1 项	300	300
	自动分选线（陆河国泰）	1 项	80	80
	原有设备升级（清绿农业）	1 项	120	120
合计				10000

5. 中国青梅产业集散中心建设工程

中国青梅产业集散中心建设 10150 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。

中国青梅产业集散中心建设工程投资计划

项目名称	建设内容	数量	单价（万元）	所需经费（万元）
中国陆河青梅产业科创园工程建设项目	基础设施	2000 平方米*5 层	0.8	8000
	配套消防设施	1 项	500	500
	配套道路及绿化	1 项	800	800
	配套公共设施	1 项	200	200
中国青梅产业交易集散中心建设项目	高端展销中心装饰装修	1000 平方米	0.3	300
	配套办公家具	1 项	50	50
	日常运营管理	10 年	30	300
合计				10150

6．品牌建设及营销体系建设工程

品牌建设及营销体系建设 10300 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。

品牌建设及营销体系建设工程投资计划

项目名称	建设内容	数量	单价（万元）	所需经费（万元）
陆河县青梅产业运营中心建设项目	打造“陆河青梅”区域公用品牌	1 项	300	300
	直播基地装饰装修	1 项	200	200
	培育本土主播/电商人才	1 项	500	500
	建设青梅主题体验店（北上广深等城市）	1 项	500	500
	全媒体投放推广（抖音、小红书、视频号等）	10 年	300	3000
	实体广告	10 年	80	800
	活动推广（青梅文化节、汉服节、陆河青梅文化周）	10 年	400	4000
	日常运营管理	10 年	100	1000
合计				**10300**

7．青梅产业农文旅养结合及产业融合建设工程

青梅产业农文旅结合及产业融合建设 15140 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。

青梅产业农文旅养结合及产业融合建设工程投资计划

项目名称	建设内容	数量	单价（万元）	所需经费（万元）
陆河青梅产业文化展厅建设项目	展厅装饰装修	1000 平方米	0.4	400
	展示内容设计与制作	1 项	150	150
	配套展示媒介设备	1 项	250	250
	日常运营管理	10 年	30	300
陆河县青梅产业农文旅养结合及产业融合建设项目（一期）	“中国青梅之乡”标志性建筑	1 项	50	50
	陆河县游客综合服务中心	1 项	100	100
	IP 形象设计与推广	1 项	400	400
	全媒体宣传视频摄制与传播	1 项	300	300
	青梅文创产品开发	1 项	180	180
	梅花主题廊道	1 项	2500	2500
	青梅主题旅游线路规划	1 项	30	30
	青梅主题民宿示范点	20 家	200	4000
陆河县青梅产业农文旅养结合及产业融合建设项目（二期）	IP 形象灯牌建设（主干道、景区）	1 项	1000	1000
	青梅主题公园	1 项	1500	1500
	溪谷生态栈道	1 项	1200	1200
	“四季梅香”主题旅游环线规划	1 项	40	40
	青梅农家乐培育	50 家	10	500
	户外露营营地开发	1 项	200	200
	“陆河青梅之旅”智慧小程序	1 项	150	150

陆河县青梅产业农文旅养结合及产业融合建设项目（三期）	AI 智能服务覆盖（AI 导览机器人等）	1 项	150	150
	青梅文旅大数据平台	1 项	200	200
	旅游路线升级	1 项	40	40
运营管理	线上线下旅游运营	10 年	150	1500
合计				**15140**

8．科技支撑与服务体系建设工程

科技支撑与服务体系建设 21170 万元，申请中央财政资金扶持/万元，省级财政资金扶持/万元，汕尾市财政资金/万元，陆河县整合财政资金合计/万元，企业或农户自筹/万元。

科技支撑与服务体系建设工程投资计划

项目名称	建设内容	数量	单价（元）	所需经费（万元）
成立“国际青梅产业联盟”	第一阶段：陆河青梅产业联盟，政策补贴	1 项	800	800
	第二阶段：华南地区青梅产业联盟，政策补贴	1 项	1500	1500
	第三阶段：中国青梅产业联盟，政策补贴	1 项	3000	3000
	第四阶段：国际青梅产业联盟，政策补贴	1 项	6000	6000
成立“青梅未来研究院”	技术攻关、人才培养、科研资源整合	10 年	200	2000
陆河县青梅产业标准体系建设项目	青梅产业全链条标准体系制定	1 项	500	500
	培训体系（技术人才、政府产业治理人才）	10 年	50	500

陆河县招商引资项目	招商引资（政策补贴）	1 项	6000	6000
陆河青梅产业智慧化大数据平台建设项目	智慧种植管理系统	1 项	50	50
	智能加工协同系统	1 项	50	50
	青梅产业一张图	1 项	80	80
	青梅产业数字供应链模型	1 项	150	150
	区块链溯源认证系统	1 项	100	100
	病虫害 AI 预警平台	1 项	40	40
	其他系统	1 项	100	100
	智能机器人研发	1 项	300	300
合计				**21170**

二、资金筹措

依据农业农村部、财政部关于农业生产发展项目扶持的相关政策，结合广东省农业厅及汕尾市、陆河县关于农业生产发展的具体实施办法，《陆河县青梅产业发展总体规划》的资金筹措渠道主要包括：《农业农村部办公厅 财政部办公厅关于做好 2025 年农业产业融合发展项目申报工作的通知》；《国家发展改革委关于印发乡村振兴（和美乡村建设及农村产业融合发展方向）中央预算内投资专项管理办法的通知》；《中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》；《广东省农业农村厅贯彻落实〈广东省深入推进乡村绿化三年行动计划（2024—2026 年）〉的实施方案》；《广东省村庄绿化果树种苗供应保障指引》；国家绿色高效农业转型专项基金；农业机械购置补贴；国家级现代农业产业园创建专项支持；基层农业技术推广与服务体系建设补助；《农业品牌精品培育计划(2022—2025

年)》；果蔬茶产业有机肥替代化肥专项基金；农村产业融合发展示范项目资金；农作物重大病虫害防控补助；乡村振兴战略实施专项经费；市、县级财政配套资金；企业及农户自有资金投入；以及通过社会捐赠、金融支持等多渠道筹集的社会资金，共同为陆河县青梅产业的蓬勃发展提供坚实的资金保障。

（1）国家级战略赋能农业现代化

国家现代农业产业园申创：《农业农村部办公厅 财政部办公厅关于做好 2025 年农业产业融合发展项目申报工作的通知》明确提出，在已建成的省级现代农业产业园基础上，陆河县可申创国家现代农业产业园项目，项目通过竞争遴选，原则上每个国家现代农业产业园奖补资金总额 1 亿元，按照批准建设，通过第一次绩效评估和通过第二次绩效评估，分别奖补 0.3 亿元、0.3 亿元、0.4 亿元安排。奖补资金主要支持现代化规模化种养、科技创新平台建设、智慧农业建设、产业链供应链完善提升、农产品认证与品牌培育、联农带农增收等方面。

优势特色产业集群申报：《农业农村部办公厅 财政部办公厅关于做好 2025 年农业产业融合发展项目申报工作的通知》明确提出，原则上每个优势特色产业集群奖补资金总额 2 亿元，按照批准建设、通过第一次绩效评估和通过第二次绩效评估，分别奖补 0.6 亿元、0.7 亿元、0.7 亿元。奖补资金主要支持主导产业全产业链建设，促进上中下游各环节横向协同、纵向贯通、融合发展，重点围绕种养生产、加工流通、品牌营销、质量标准、科技服务、联农带农等环节领域，

建强公共基础设施、提升产业水平。

国家农业产业强镇申报：《农业农村部办公厅 财政部办公厅关于做好 2025 年农业产业融合发展项目申报工作的通知》明确提出，原则上每个农业产业强镇奖补资金总额 1000 万元，按照批准建设、通过绩效评估，分别奖补 300 万元、700 万元。奖补资金主要支持发展镇域主导产业关键薄弱环节，提升标准化种养、产地加工等设施装备水平，打造乡土特色品牌，拓展营销渠道，促进转型升级、做优做强；统筹培育发展一批产业强村，因地制宜开发农业多种功能，充分挖掘农业产业、乡村资源、生态文化等多元价值，促进农业增效、农民增收。

农村产业融合发展方向的支持：国家发展改革委关于乡村振兴（农村产业融合发展方向）的政策，农村产业融合发展项目，每个项目县可安排的中央预算内投资规模不超过 4000 万元，中央预算内投资不超过总投资的 50%。重点支持依托当地农业农村资源，补齐农业发展短板，延伸农业产业链条，拓展农业多种功能，实现乡村多元价值，联农带农机制健全的农村一二三产业融合发展项目，优先支持国家乡村振兴重点帮扶县、大型易地扶贫搬迁安置区周边和相关部门联合认定（含纳入第四批创建名单）的国家农村产业融合发展示范园范围内的项目，以点带面促进乡村产业高质量发展。

乡村振兴战略的全面覆盖：《中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》明确提出“支持脱贫地区打造区域性优势特色产业”，陆河作为广东省乡村振兴重点帮扶县，可申

请中央财政衔接推进乡村振兴补助资金，优先用于青梅产业基础设施建设、冷链物流体系完善等领域。例如，建设青梅标准化种植基地可获每亩 2000 元的专项补贴，配套灌溉设施建设可申请 50%的财政补助。

农业现代化示范区创建支持：国家发展改革委等五部门联合开展的“农业现代化示范区创建”计划，对青梅这类特色产业给予重点扶持。陆河可申报“青梅三产融合示范区”，获批后可获得中央财政每年 3000 万元连续 3 年的专项资金，用于建设数字化种植管理系统、青梅精深加工中心等项目。

（2）省级政策精准聚焦特色农业

省级现代农业产业“补改投”计划：省级“补改投”资金以奖补方式拨付到粤东粤西粤北地区（含惠州、江门、肇庆市）试点地市政府，原则上每个地市每年申报不超过 1 个主导产业，申请支持额度不超过 5000 万元，第一批申请拨付资金不超过 3000 万元。项目实施完成后，达到预期效果且仍有进一步发展前景的项目可持续支持。

广东省“百县千镇万村高质量发展工程”：该工程明确要求每个县域培育 1—2 个主导产业，陆河青梅已被列入汕尾市“一县一业”重点清单。政策提供三方面支持：**①财政倾斜：**省级财政每年安排 5000 万元专项资金，支持青梅产业园扩容提质；**②用地保障：**对青梅加工企业优先供应工业用地，土地出让金可按 60%缴纳；**③人才支撑：**实施“青梅产业博士工作站”计划，引进加工技术专家可获每人 30 万元安家补贴。

广东特色农产品优势区建设政策：凭借“国家地理标志产品”资质，陆河可申请省级特优区建设资金（单个项目最高 3000 万元），重点用于：①建立青梅质量安全追溯体系，实现从种植到销售全程区块链溯源；②建设青梅产业大数据中心，实时监测全省青梅市场价格波动；③打造“陆河青梅”区域公用品牌，每年获 500 万元品牌推广补贴。

（3）金融保险政策降低产业风险

“青梅贷”专属金融产品：汕尾农商行推出专项贷款：①种植户可凭承包合同申请最高 50 万元信用贷款，利率低至 3.85%；②加工企业以设备抵押可获得最高 3000 万元贷款，政府贴息 2 个百分点；③创新“碳汇收益权质押贷款”，青梅合作社凭碳汇预期收益可贷 100 万元。

“青梅 e 贷”：中国农业银行陆河县支行推出青梅 e 贷，在陆河县从事青梅行业相关的个体工商户、私营企业等经营主体家庭成员，包括不限于青梅种植、加工及销售等。最高可贷 30 万元，贷款期限最长 5 年。



三、效益分析

（一）经济效益

1．产业链延伸与产值提升

种植端：通过建设国家级种质资源圃（1000 亩）和标准化果园（新增 60000 亩+改造 40000 亩），预计优质品种苗木年供应能力达 400 万株，带动全县种植面积突破 20 万亩。结合矮化密植技术，亩产可提升 20%～30%，按当前亩产约 350 公斤计算，总产量有望增至 4.5 万吨以上，年产值超 10 亿元。

加工端：集约化初加工厂房，包括 200 个腌制池+烘干设备和精深加工项目（研发 30 款新产品+专利申报）将推动青梅附加值跃升。

参考现有产业园成果（34 项专利产品），深加工产品（如梅酒、梅醋）利润率可达传统腌渍产品的 3—5 倍。若引入 3—4 家领军企业，预计加工产值占比将提升至总产值的 60%以上。

流通端：中国青梅产业集散中心（2000 平方米科创园）和数字化营销体系（直播、电商）可打通全国销售网络，预计年交易额达 10 亿元，带动物流、仓储等配套产业发展。

2．投资与收益平衡

政府补贴与税收减免：通过招商引资政策吸引企业入驻初加工厂房，短期内税收减免可能影响财政，但长期可通过企业规模化生产、品牌溢价及出口创收实现收益回补。

三产融合收益：农文旅融合项目（四季旅游产品、智慧旅游服务）预计年接待游客 50 万人次，旅游收入超 2 亿元，推动县域经济提质增效。

（二）社会效益

1．就业与农民增收

种植基地扩建和加工厂建设可直接创造 5000 个以上就业岗位（含季节性用工），覆盖合作社、农户及返乡青年。通过“企业+合作社+农户”模式，农户人均年收入预计增长 30%～50%。

科技培训体系（农技推广、标准化种植）将提升农民技能，减少传统种植对劳动力的依赖，推动农业现代化转型。

2．品牌与文化赋能

“中国青梅之乡”品牌建设（国家级认证+全球传播）可增强区

域文化认同感，吸引人才回流。沉浸式文化体验项目（如梅园旅游、非遗展示）有助于传承青梅文化，提升县域知名度。

产业联盟和产学研平台（与华南理工大学等合作）将促进技术共享，培养本地科研及管理人才，形成可持续发展的人才储备。

（三）生态效益

1．绿色生产与资源循环

初加工废水处理系统和生态种植技术（精准施肥、矮化密植）可减少化肥使用量 20%，降低土壤污染风险。集中晒梅场和烘干房替代传统分散晾晒，节约土地资源并减少露天污染。

种质资源圃建设（1000 亩）有助于保护生物多样性，优化本地青梅品种抗病虫害能力，减少农药依赖。

2．生态旅游与碳汇效益

梅园景观（春赏梅、冬养生）和低碳旅游路线（AI 导览、虚拟现实）可推动生态保护与经济效益协同发展。青梅林作为碳汇载体，预计年固碳量达 1.2 万吨，助力碳中和目标。

（四）绩效评估

1．短期目标（1～3 年）

种植标准化覆盖率提升至 70%，初加工产能达标率 100%，完成 40 款深加工产品研发及专利申请。

品牌知名度进入全国前五，三产融合示范区初步建成，旅游收入突破 1 亿元。

2．中期目标（3～5 年）

青梅产业总产值突破 30 亿元，出口占比提升至 20%，形成“陆河标准”并获国际认证。

数字化平台（区块链溯源、AI 决策中枢）覆盖全产业链，生产效率提升 40%。

3．长期目标（5～10 年）

青梅产业总产值突破 100 亿元，成为全国青梅产业技术高地，主导国内青梅产业标准制定，青梅产品全国市场占有率超 50%。

生态效益持续释放，实现“零污染”加工和全域绿色种植认证。

第七章 组织管理与运行机制

一、组织管理

（一）成立陆河县青梅产业发展工作专班

陆河县青梅产业的发展必须遵循市场经济规律，按照现代产业发展方式进行管理运作，产业化经营，协同管理，才可能达到规划的目标。为加强对陆河县青梅产业发展的组织领导，统筹推进青梅种植、品牌建设、产品研发、科技支撑、产品销售及农文旅融合发展等工作，经县委、县政府同意，决定成立陆河县青梅产业发展工作专班。

1．工作专班及办公室组成人员

组　　长：程永东（县委书记）

常务副组长：王维斌（县人大常委会主任）

黄定宁（县政协主席）

李振坚（县委副书记）

蔡秋茂（县委副书记）

郑志坚（县委常委、县政府常务副县长）

副 组 长：曾玮玮（县委常委、宣传部部长）

蔡燕群（县委常委、组织部部长）

吴振炼（县委常委，县纪委书记、监委主任）

颜依林（县委常委、统战部部长）

连燕峰（县委常委）

周文敏（县委常委、人武部政委）

罗　斌（县委常委、政法委书记）

刘兴熬（县政府副县长）

卢杭棍（县政府副县长）

叶小彬（县政府副县长）

黄礼政（县政府副县长）

彭培生（县政府副县长）

贾　鹏（“双百行动”驻县服务队队长）

雷聪聪（“双百行动”驻县服务队副队长）

成员：彭俏茹（县人大常委会党组成员、县委组织部常务副部长）

刘德颂（县政府办公室主任）

叶国球（县委办公室副主任）

欧阳碧绸（县委宣传部常务副部长）

彭伟通（县发展改革局局长）

游永健（县财政局局长）

余代治（县农业农村局局长）

谢锐潜（县林业局局长）

丘伟忠（县市场监管局局长）

吴少航（县税务局局长）

彭嘉炜（县文化广电旅游体育局局长）

郑飞跃（县人力资源社会保障局局长）

陈灵光（县自然资源局局长）

彭志远（县科技工业和信息化局局长）

邱志雄（县供销联社理事会主任）

朱丽捷(陆河高新区管委会主任)

钟带河(县司法局局长，县代建项目事务中心负责人)

刘志斌(县科协主席)

彭晋团(县工商联党组书记)

林瑜灵(县投资促进事务中心主任)

罗载新(陆河农村商业银行监事长)

林岳光(中国农业银行陆河县支行行长)

陈燕柳(河田镇党委书记)

罗国辉(南万镇党委书记)

彭娘江(螺溪镇党委书记)

叶伟振(水唇镇党委书记)

朱武城(东坑镇党委书记)

林永锐(上护镇党委书记)

叶镜旋(河口镇党委书记)

彭伟镇(新田镇党委副书记、镇长)

工作专班下设办公室，办公室设在县农业农村局，具体负责专班日常工作及统筹协调等工作。办公室主任由雷聪聪同志兼任，常务副主任由叶小彬同志兼任，副主任由余代治同志兼任。

2．工作职责

工作专班负责制定陆河县青梅产业发展战略和规划，研究并出台支持青梅产业发展的政策措施，及时协调解决产业发展进程中的重大问题。同时，指导开展青梅品牌建设工作，大力推动青梅产业技术创

新以及科技成果转化，积极整合全局资源，全力推动青梅种植、加工、销售、科研以及文旅等环节协同共进。

（二）坚持规划的政府主导与组织推动

由陆河县青梅产业发展工作专班主导，负责陆河县青梅产业发展规划的组织和实施，并统筹安排资金运行和管理。工作专班不纳入县级议事协调机构管理。

组建基地工作班子。各镇要成立与县对应的青梅产业提升发展工作小组，根据县工作专班的指导，加强对本辖区青梅产业提升发展工作的落实，做好山地流转、规划设计、落实经营主体，确保开发进度和质量等工作。指定一名镇领导负责，协调落实整地机械调度、油料准备等后勤保障工作。层层落实责任，建立考核制度，做到领导到位、责任到位、考核奖惩到位。

（三）建立完善的陆河县青梅产业组织体系

加强产业组织体系建设。成立陆河县青梅产业联盟，联盟应为一个非营利性的合作社组织，财产由成员共同拥有，在市场运作上采取公司管理模式，实行职业化和专业化经营管理，聘用专职总经理。联盟组织结构由社员大会、董事会、总经理、员工 4 个层次组成。联盟使用统一的种植标准、统一的品牌商标，统一价格，避免成员之间的价格竞争。联盟运作资金主要来自政府对果农的退税和对农业的预算补贴，以及会员缴交的会费。联盟的运作模式以“合同制”为主，果农及果园管理公司、加工厂、包装厂等自愿加入成为股东之一，将产前、产中和产后各环节形成合同制的利益分配机制。

联盟的主要任务是负责发展会员、技术推广、协调收购价格、统一组织销售等，联盟需重点完善以下三个方面：

1．实行完善的信息化、数字化产销管理

联盟需要建立起区域性乃至全球性的销售网络信息体系及客户管理系统，同时还需建立起果树信息档案管理系统，对每 1 株果树的品种、品质特性及成熟期都有记录，其中成熟期能够精确到周，这样将会大大提高果品收购速度。

2．积极进行技术应用与推广

为了适应市场的需求，通过新技术的应用与推广、品种改良等手段，优化青梅种植结构，采用现代化的种植管理手段，如精准施肥、灌溉等。

3．重视质量

确保质量，采用先进的生产设备和工艺，遵循严格的质量管理体系，确保每一批青梅产品都能达到高标准的质量要求。从原料筛选、清洗消毒、到深加工制作，每一步都须经过精心操作与严格检验，力求保留青梅的自然风味与营养价值。再者，对加工成品进行多轮质量抽检，确保产品符合市场准入标准。

同时，推广“农户+合作社+行业协会+龙头企业或市场”等模式，推进农民合作社规范化建设，鼓励农民合作社开展信用合作试点，实行标准化生产，规范化经营。通过以陆河县青梅产业联盟作为主体的合作制青梅产业组织体系来实现陆河县青梅区域品牌的整合与打造。

二、运行机制

（一）落实扶持政策

1．加强政策扶持

认真贯彻落实中央、省、市有关扶持农业产业发展的优惠政策，对陆河县青梅仓储、物流、深加工建设用地审批给予政策倾斜。

2．加大财政支持力度

整合农口专项资金，重点扶持陆河县青梅产业发展。以县为单位，整合农业综合开发、乡村振兴、林业发展等各方面的专项资金，重点扶持青梅一二三产业融合发展。每年在县级农业发展专项资金中安排专门经费用于陆河县青梅产业的提升发展。专项资金主要用于：陆河县青梅产业提升技术攻关、宣传培训、市场策划补助；创建标准化青梅果园补助；青梅种质资源圃种苗补助；支持企业拓展市场和品牌建设。

建立违法失信“黑名单”管理制度，并依法依规实施联合惩戒。

3．创新发展模式

可与乡村振兴、村庄绿化、美丽乡村建设工作结合起来，由政府主导种植一定数量的青梅树，助力青梅产业发展。

4．贷款和贴息扶持

农业银行、农村商业银行要大力筹措资金，积极支持陆河县青梅产业的发展，对青梅种植户，符合贷款条件的，可采取农户小额信用贷款或农户联保等方式给予扶持。同时简化手续，优质服务，在贷款利率上给予优惠。对青梅加工龙头企业在产品收购和扩大加工能力所

需贷款要加以重点支持，主动为其服务。县财政专项资金要向青梅的种植、加工贷款贴息倾斜。

5．路、电、水扶持

连片开发较大规模的种植基地果园主干道、至果园基地中心点的电网建设，按有关政策给予扶持或优惠。果园生活、灌溉用水原则上由经营者投资自建，县级尽可能安排项目资金给予扶持。

6．保险产品支撑

要针对果农特别关心的自然灾害风险、市场风险，加快推出青梅农业保险新产品，增强农民抵御风险的能力。

（二）落实宣传工作

1．引导树立正确的产业发展理念

发展陆河县青梅是做大做强青梅产业的需要，是抢抓发展机遇的需要，是农民致富增收的需要，是乡村振兴的需要。要纠正陆河县青梅可以粗放管理的错误理念，强化发展陆河青梅必须走规模化开发、产业化经营、标准化生产、低成本管理、品牌化运作，以加工带种植、以种植促加工的发展理念。

2．大力宣传推广

要编写好宣讲提纲，运用各种方式，进行广泛的宣传发动。要针对果农关心的问题，解疑释难，注重实效，防止形式主义，营造良好的舆论环境。

3．有效利用新媒体进行品牌打造

有传播胜无传播，摆脱旧思维，利用新媒体进行陆河青梅品牌传

播，享受传播红利。先传播胜后传播，先入为主，鼓励各个经营主体积极运用新媒体打造陆河青梅品牌。强媒体胜弱媒体，主流媒体成就主流品牌。有定位胜无定位，广告设计需要定位准确，针对不同人群不同需求设计具有吸引力的广告。大传播胜小传播，运用话题进行营销。新媒体孕育新品牌，陆河青梅品牌的建设离不开新媒体（抖音、小红书、微博、微信、视频号、今日头条、大众点评等）。由文字到视频，陆河青梅品牌传播要顺应时代的趋势，完成信息化、视频化和娱乐化改造。

（三）落实经营主体

要坚持以农民开发为主体，同时积极鼓励和引导企业、个体工商户等社会力量参与陆河青梅产业开发。

在落实年度开发计划和山地流转的同时，要落实好经营主体。可与县供销联社合作，或成立果园管理公司，实行委托经营、承包经营、全程技术服务和生产资料供应服务等方式，为不同的经营主体提供服务。

引导适度规模经营。鼓励引导经营规模不少于 30 亩的单户，降低成本，提高效益。

（四）落实产业服务业体系

1．加强技术服务体系建设

按照产业发展需要加强技术服务体系建设，配备基地技术员负责基地建设指导、服务。基地技术员的主要职责是发展协会会员、协助山地流转、指导开发设计、保证开发质量、推广节本技术、组织病虫

害联防联治、现场培训指导果园管理人员等。

2．加强产业服务体系内生机制的培育

产业服务体系要采取政府大力主导、果农广泛参与、加工企业积极支持的方法，逐步培育起内生机制。产业发展初期的技术攻关、推广、培训，协会和合作社的运行，信息收集和发布等方面的经费，主要由县政府在产业发展资金中安排，形成生产加工规模后，加工企业要按照一定比例从营收中提取，作为产业服务方面的主要经费来源。

3．加强农资供应服务体系建设

推广测土配方施肥技术，建立陆河青梅专用肥料、农药联销供应网络，降低用药和用肥成本。

（五）落实技术培训和服务

1．加强技术攻关

以华南理工大学食品科学与工程学院、广东省农业科学院果树研究所、广东省农业科学院蚕业与农产品加工研究所、华中农业大学及华南农业大学为技术依托，由广东省农业科学院负责开展陆河县青梅栽培技术、产品研发技术攻关研究，突出解决如何降低成本、提高产量、提高品质的技术难题。同时，要加强与国内外科研机构的合作，引进先进实用生产模式、栽培技术和产品研发技术，搞好示范，努力建立符合陆河实际的标准化生产技术模式。

2．大力推广标准化栽培技术

加强技术攻关，制定陆河青梅生产标准，按照实用、简化、直观的要求制作教材和光盘，开展全面培训。防止产生陆河青梅可以粗放

管理的错误观念，确保所有经营者掌握标准化栽培技术，确保技术路线上不走弯路。

3．加强技术培训

技术培训必须做在开发设计之前，培训对象包括经营主体、实际操作人员、基地技术员和挖机操作手等，使经营主体和实际操作者事先掌握陆河青梅基地建设的基本要点和栽培管理技术，在开发设计时按照简化、省力、节本、生态的管理理念和技术模式来设计果园的布局，避免重复建设。

4．改进培训方式

由农业部门牵头、龙头企业配合、协会参与，采取课堂讲解与现场演练相结合，系统培训与单项技术培训相结合的方法，提高培训实效。县培训到镇技术骨干，镇培训到基地，培训率要达到100%，合格率达到90%以上。培训内容要根据农事季节分阶段安排，开发之前的培训主要是基地规划、果园设计、整地开发等，如隔离带设置、排水竹节沟、一次性整带、反坡条带、道路系统、灌溉系统、生活设施、沼气地、养殖场等永久性设置和设施。完成整地后，应结合生产季节系统地开展实用管理技术培训。

（六）落实果园管理

1．全面实行病虫害综合防控

以基地（或合作社）为单位，与各经营主体签订合同，推广病虫害综合防治技术，实行群防群治。建立危险病虫害监控机制，采取有力措施，控制检疫性病虫的传入和扩散。

2．建立果园道路统一维修的机制

由基地（合作社）统一组织，采取以果农为主、政府补助的方式，统一维修果园道路。

3．建立果园管理档案

组织专家编制果园管理系统，包括果农管理系统和县（镇）管理系统，实行电脑化、网络化、规范化管理，提高管理的系统性、针对性、实效性。

4．建立果园评级体系

每年由县组织对所有果园进行一次评级，帮助果农发现管理中的问题，指导果农改善管理。

（七）落实营销体系

不仅要注重陆河青梅的生产及技术，也要注重陆河青梅的管理和营销，两手都要抓，不能偏废。在国内市场的开拓方面，要建立覆盖全国的营销网络体系。在国际市场的开拓方面，要扩大自营出口，加大对陆河青梅出口的支持、鼓励与帮扶服务。在互联网+果业方面，要有效运用网络新媒体推介对接电商平台，进行线上线下同步销售。

第八章 环境影响分析

一、环境影响

在规划建设和具体运行期间，涉及国家级青梅种质资源圃、标准化青梅果园、果品采后初加工处理、青梅精深加工、中国青梅产业集散中心、品牌建设及营销体系、青梅产业农文旅养结合及产业融合、科技支撑与服务体系建设等八大工程重点建设内容，对环境的主要影响包括果园环境影响、果品采后初加工处理、精深加工环境影响和品牌建设及营销环境影响四个方面。

（一）果园环境影响

标准化青梅果园建设方面可能产生的环境问题主要集中在建设工程中老果（残次）园改造升级、新果园开发建设等环节。其主要表现在：果园改造和建设中不合理的开发对土壤的破坏、果园建设挂果后以及果园管理中不适度的施肥、喷药等所造成的土壤破坏以及空气污染。

在改土建园时，整地、挖穴、开沟等对土壤的扰动可能产生新的水土流失。幼龄树期，土地覆盖率较低，增加了水土流失的风险可能性。青梅树成龄后，覆盖率增加，土壤耕作与扰动减少，对防治水土流失将会产生积极的作用。

果园施肥、喷药、覆盖薄膜等农用化学物质的大量使用，对促进增产、增收起到了重要作用。但与此同时，也使水体、土壤遭受到极其严重的农业面源污染。例如，有的果园因不科学使用化学药剂除草，导致果园寸草不生，进而引发土壤冲蚀与污染。

在防治诸如蚜虫、红蜘蛛、食心虫以及白粉病等常见病虫害时，若依赖化学农药进行大规模喷洒，这些农药的有效成分可能不仅会直接作用于目标害虫和病菌，还可能残留在土壤、青梅叶片和果实表面。长期累积下，这些化学残留物可能通过食物链传递给人类，带来健康风险。此外，雨水冲刷或灌溉过程中，农药还可能流入附近的水体，对水生生态系统造成毒害，影响水质安全和生物多样性。

（二）果品采后初加工处理环境影响

果品采后初加工处理主要包括食盐锁鲜、晾晒等作业工序。本规划对果品采后初加工处理的环境影响主要表现在：食盐锁鲜、晾晒过程中所产生的废水、废渣、烂果引起的环境污染问题。

陆河县青梅产业规划与发展主要涉及青梅种植、加工、流通及休闲观光等不同产业，皆与陆河县环保建设任务息息相关。而果品采后初级处理作为陆河县青梅采摘后的重要一环，其保鲜作用与环境影响都不容小觑。

果品采后初加工处理主要会产生废水、废渣、烂果，以及在初级处理过程中食盐的过多使用等，如处理不当会在一定程度上造成水体、土壤、空气等环境污染。

（三）精深加工环境影响

青梅精深加工过程中，涉及清洗、浸泡、发酵、蒸馏等多个环节，这不仅导致水资源的大量消耗，还可能因废水处理不当引发水体污染，影响水生生态系统和饮用水安全；同时，加工过程中产生的废气、烟尘和挥发性有机物若排放不当，将污染大气环境，影响空气质量；此

外，青梅加工还会产生大量果渣、果皮、废液等固体废弃物，处理不当会占用土地资源并可能污染土壤和地下水。

（四）品牌建设及营销环境影响

品牌建设及营销主要涉及品牌建设、营销体系与电商平台建设工程中产地批发市场和物流配送中心配套、青梅产业农文旅养结合及产业融合建设工程中青梅文化展厅、青梅主题公园等。本规划对品牌建设及营销的环境影响主要表现在：品牌培育和营销推广进程中所导致的生产、生活污水等对生态环境的污染和破坏。

品牌建设及营销是立足陆河青梅优势产业的独特地位，积极推进农业“接二连三”，大力发展乡村旅游业、休闲农业，助推农旅深度融合，实现陆河青梅产品溢价销售的关键举措。但如何实现生态经济与生态保护的协调发展，其中所涉及的环保问题尤为重要。

青梅产业农文旅结合及产业融合发展过程中，尤其是以青梅产业为纽带所形成的农旅结合休闲观光业中，主要涉及住、食、行、游、娱、购六个核心要素，对环境的影响主要为生活污水、垃圾等污染物未经处理而就近直接排放，这会在一定程度上造成水体污染和空气污染，严重影响人们的身心健康。

二、环境保护与治理措施

（一）果园环境保护与治理措施

多年生作物的青梅树，在种植过程中对基地生态环境造成的影响，可以采取以下几点控制措施来实现对基地环境的保护与治理。

在定植时，采用沿等高挖沟改土，增施农家肥、分层覆土等措施，

降低水土流失。幼龄期，采用间作、套种豆科作物、秸秆覆盖、园艺地布覆盖等措施，增加土壤的覆盖度，提高降雨渗入，降低水分蒸发，控制水土流失及径流污染。成龄园，采取科学合理的水肥和病虫管理技术，如滴灌、水肥一体化管理以及病虫害物理和生物防治等技术。

推广节药节肥技术，通过“精、调、改、替”等措施，推进有机肥替代化肥、测土配方施肥和水肥一体化等措施，使化肥用量由快速增长向零增长转折过渡，提高农药、化肥的使用效率，减少农业生产对土地、水源的污染，保证土壤肥力和农作物的产量和质量。

病虫害防治过程中，以培育无病毒苗木、防治传播媒介等为手段，注重推行生物防治，禁用高毒高残留农药，减少农业有害投入物，引导和鼓励农户使用高效、低毒、低残留农药如生物源农药等，不断优化防控措施，以减少各种农业面源污染。

通过综合利用先进的应用技术和科学合理的管理方法，减少陆河县基地果园 50%以上的肥料和农药用量。

（二）果品采后初加工处理环境保护与治理措施

青梅应在保证鲜食销售的基础上，通过处理和深加工提高青梅的全方位利用，延长其产业链条的同时提高陆河青梅的附加值。当然，在初级处理的过程中应严格按照国家“三废”排放标准，配套建设相应的环保设施，及时进行污染监测和有效控制。

废水处理：本工程的废水主要来源为青梅初级处理的锁鲜盐水和青梅加工产生的生产用水和清洁用水。要尽量减少废水的乱排乱放，污水处理站应采用能显著降低能源消耗的新型处理工艺，经过滤、生

化处理以及分离处理后实现水的循环使用，减轻对环境造成的污染。

废渣、烂果、废弃物处理：青梅加工的废渣可加工成饲料利用或制成生物肥料，实现其二次循环高效利用。烂果因量少可选择就地深埋而包装废弃物可运到垃圾处理厂进行集中处理。

（三）精深加工环境保护与治理措施

水资源节约与循环利用：针对水资源消耗与污染问题，应积极采用节水技术，如闭路循环用水系统、废水回收利用系统等，减少水资源消耗。同时，应建设完善的废水处理设施，确保废水达标排放。

废气治理：加强废气排放管理，对发酵、烘干、蒸馏等环节产生的废气进行收集和处理。可采用生物滤池、活性炭吸附、催化氧化等废气处理技术，减少有害气体的排放。同时，优化生产工艺，减少废气产生量，提高废气处理效率。

固体废弃物处理：对于青梅加工过程中产生的固体废弃物，应进行分类处理和资源化利用。果渣、果皮等有机废弃物可作为生物质燃料或堆肥原料，废液可通过厌氧消化等方式生产沼气等生物能源。同时，应建立完善的废弃物收集、运输和处置体系，防止废弃物对环境造成二次污染。

化学添加剂处理：在青梅的精深加工过程中，应在保证产品质量安全的前提下注意合理、适量使用添加剂。采用技术手段实时监控、检测、检验过量添加剂的超标使用，并注重防范化学添加剂对人体和环境的不良影响。

（四）品牌建设及营销环境保护与治理措施

在建设青梅品牌及营销的进程中，应注意在此过程中所产生的生活污水等环境污染问题的防范和治理。

规划区内的建筑物鼓励采用经过国家检验推广的节水设备，且规划区内生活及加工生产每天产生的大量污水可直接输送至市政设施处理后循环使用。

监管部门通力合作，加强对环境保护工作的宣传和监督工作。品牌建设及营销发展过程中涉及的产业相对比较多，影响范围比较广泛，不仅有生产销售过程中的垃圾污染问题，还包括观光旅游业中所产生的垃圾乱扔、污水乱放问题。主管部门应加强生态环保宣传，提高生产者和消费者的环保意识；制定完善相关监督管理政策措施，加大环保监督和奖惩力度。

第九章 风险分析和防范预案

一、自然风险及防范措施

青梅产业的发展面临着诸多自然风险的挑战，这些风险不仅影响青梅的产量和品质，还可能对青梅产业的可持续发展造成威胁。因此，必须采取有效的防范措施，降低自然风险对青梅产业的影响。自然风险主要是指由于气象灾害（干旱、洪涝、低温霜冻、强风等）以及病虫害造成的青梅减产或无收。

（一）自然风险分析

1．气象灾害

干旱：干旱天气会导致青梅树水分供应不足，影响果实的正常发育，降低产量和品质。

洪涝：暴雨和洪水可能导致青梅园积水，影响根系呼吸，甚至造成树体死亡。

低温霜冻：青梅树对低温敏感，霜冻天气可能导致花朵受损，影响授粉受精，从而降低坐果率。

强风：大风天气可能吹落青梅果实，造成减产。

2．病虫害

病害：如白粉病、炭疽病、疮痂病、褐腐病等，会危害青梅树的叶片、果实和枝干，影响青梅的产量和品质。

虫害：如蚜虫、天牛（星天牛/褐天牛）、介壳虫、红蜘蛛、食心虫等，会吸食青梅树汁液，破坏果实，造成减产甚至绝收。

3．土壤退化

长期过度耕作和不合理施肥可能导致土壤结构破坏，肥力下降，影响青梅树的生长和产量。

（二）防范措施

1．加强气象监测与预警

建立青梅产业气象监测站，实时监测气象数据，及时发布干旱、洪涝、低温霜冻、强风等气象灾害预警信息。

制定气象灾害应急预案，指导青梅园采取灌溉、排水、防寒保暖、防风固树等措施，降低气象灾害对青梅产业的影响。

2．推广病虫害绿色防控技术体系

加强病虫害监测，掌握病虫害发生动态，及时发布预警信息。推广生物防治和物理防治相结合的绿色防控技术，如利用天敌昆虫、黄板诱虫等方法控制害虫数量，减少对化学农药的依赖。加强青梅园管理，合理修剪、施肥、灌溉，提高青梅树的抗病虫害能力。

结合当地气候特点和主要病虫害种类，制定绿色防控技术体系：

（1）绿色防控技术体系

1）农业防治措施

清园与修剪：冬季清园，剪除病虫枝、枯枝，刮除老翘树皮，集中焚烧或深埋；全园喷施石硫合剂（3-5 波美度）消毒。生长期修剪，改善通风透光，减少病害发生，及时摘除病果、病叶。

土壤与肥水管理：增施有机肥（腐熟农家肥或生物有机肥），配施磷钾肥，增强树势抗病力。雨季开沟排水，避免积水诱发根腐病；

旱季覆盖秸秆保墒。

果园生草栽培：种植白三叶草、紫云英等绿肥植物，调节温湿度，吸引天敌（瓢虫、草蛉）控制蚜虫。

2）生物防治技术

释放天敌：蚜虫高发期释放瓢虫、食蚜蝇或草蛉卵（每亩 500—1000 头）。天牛幼虫期释放肿腿蜂或花绒寄甲（每株挂蜂卡 2—3 张）。

生物农药应用：针对虫害可以喷施苏云金杆菌（Bt）防治鳞翅目幼虫，或印楝素、苦参碱防治蚜虫、介壳虫。针对病害，萌芽期喷枯草芽孢杆菌（100 亿孢子/克）预防炭疽病；花期喷多抗霉素防治褐腐病。

3）物理与机械防控

人工捕杀：天牛成虫期（5-7 月）人工捕杀，幼虫期用铁丝钩杀蛀道内幼虫。

阻隔保护：针对高价值的青梅，可以采取果实套袋（幼果期使用无纺布袋），阻隔蛀果蛾产卵。

4）生态调控

间作驱避植物：果园周边种植薄荷、万寿菊、除虫菊等驱虫植物，驱避蚜虫、果蝇。

生态缓冲带：保留或种植香樟、杉木等乔木作为防护林，吸引鸟类捕食害虫。

5）科学监测与预警

安装太阳能诱虫灯（针对夜蛾类害虫）和信息素诱捕器（针对天

牛等），实时监测虫口密度。

结合当地农业部门预警，在病虫害发生初期精准施药（优先选择生物农药）。

（2）化学农药应急技术

若病虫害暴发，选择高效低毒农药（如 25%吡虫啉悬浮剂防治蚜虫，限用 1 次/季）。

（3）技术保障措施

加强技术培训：联合农技部门组织果农学习绿色防控技术。

技术示范推广：建立绿色防控示范基地，推广生物防治、生草栽培等实用技术。

（4）关键时间节点

9-10 月（休眠期）：清园消毒、刮治天牛卵。

1-2 月（花期）：喷枯草芽孢杆菌预防病害，悬挂黄板。

3-4 月（幼果期）：果实套袋，释放天敌，灯光诱杀天牛。

5-8 月（采果后）：清理落果，施有机肥恢复树势。

3．实施土壤改良与保护

采用测土配方施肥技术，根据土壤养分状况合理施肥，提高肥料利用率，减少化肥使用量。

推广有机肥料和生物肥料的使用，改善土壤结构，提高土壤肥力。

加强青梅园水土保持工作，采取植树种草、修建梯田等措施，防止水土流失。

4．建立青梅产业保险机制

政府应引导保险公司开展青梅产业保险业务，为青梅种植户提供气象灾害、病虫害等风险保障。

鼓励青梅种植户参加保险，降低自然灾害对青梅产业的经济损失。

5．加强科技支撑与人才培养

加强与高校、科研机构的合作，引进和推广先进的青梅种植技术和病虫害防治技术。

开展青梅种植技术培训，提高青梅种植户的科技素质和管理水平。

培养青梅产业专业人才，为青梅产业的可持续发展提供人才保障。

总的来说，陆河县青梅产业面临着气象灾害、病虫害和土壤退化等自然风险的挑战。为了降低这些风险对青梅产业的影响，必须采取有效的防范措施，加强气象监测与预警、推广病虫害绿色防控技术、实施土壤改良与保护、建立青梅产业保险机制以及加强科技支撑与人才培养。通过这些措施的实施，保障陆河县青梅产业的健康稳定发展。

二、技术风险及防范措施

青梅产业在快速发展的过程中，技术风险日益凸显，成为制约其进一步壮大的重要因素。为有效应对这些技术风险，必须采取一系列科学、系统的防范措施，其中，加大研发投入、引进先进技术、提高自主创新能力、降低技术依赖风险尤为关键。通过这些措施的实施，可以推动陆河县青梅产业的技术创新与进步，提升产业竞争力，实现青梅产业的可持续发展。

（一）技术风险分析

1．技术落后与更新滞后

随着现代农业科技的飞速发展，青梅种植、加工技术日新月异。若陆河县青梅产业不能及时跟进，采用新技术、新方法，将导致生产效率低下，产品质量难以提升，市场竞争力减弱。

2．技术依赖外部引进

长期依赖外部技术引进，不仅增加了生产成本，还可能因技术封锁、专利限制等原因，导致技术获取受限，影响产业自主发展能力。

3．技术创新能力不足

青梅产业技术创新体系不完善，研发投入不足，导致新技术、新品种研发进展缓慢，难以满足产业转型升级的需求。

4．技术普及与应用不到位

新技术、新成果的普及与应用存在滞后，青梅种植户对新技术接受程度不一，影响了技术转化效率，制约了青梅产业的整体提升。

（二）防范措施

1．加大研发投入，提升自主创新能力

政府应加大对青梅产业技术研发的投入，设立专项研发基金，支持青梅种植、加工关键技术的攻关，推动产业技术创新。

鼓励企业、高校、科研机构建立产学研合作机制，共同开展青梅产业技术创新，提升产业自主创新能力。

2．引进先进技术，促进产业升级

积极引进国内外先进的青梅种植、加工技术，通过消化吸收再创

新，形成适合陆河县实际情况的技术体系。

建立青梅产业技术引进与转化平台，加速先进技术的本土化应用，推动青梅产业升级。

3．构建技术创新体系，降低技术依赖风险

完善青梅产业技术创新体系，加强技术创新平台建设，提升产业技术创新能力。

培养和引进青梅产业技术人才，加强技术培训与交流，提升产业技术人员的专业素养和创新能力。

推动青梅产业技术创新成果的转化与应用，降低对外部技术的依赖，增强产业自主可控能力。

4．加强技术普及与应用，提升产业整体水平

加大对青梅种植户的技术培训力度，提升其对新技术的接受能力和应用能力。

建立青梅产业技术示范点，通过示范带动，促进新技术、新成果的普及与应用。

加强青梅产业技术标准的制定与推广，提升产业标准化水平，保障青梅产品质量与安全。

三、经济风险及防范措施

随着市场经济环境的不断变化，青梅产业发展也面临着诸多经济风险。为了保障青梅产业的持续健康发展，必须深入分析这些经济风险，并采取相应的防范措施。包括加强市场调研与预测、控制生产成本、拓宽融资渠道、加强国际贸易合作、发展深加工以及建立风险预

警机制等防范措施。通过这些措施的实施，可以有效降低经济风险对青梅产业的影响，推动青梅产业实现高质量发展。

（一）经济风险分析

1．市场需求波动

青梅产品的市场需求受季节、消费者偏好、替代品竞争等多种因素影响，容易出现波动。若市场需求下降，将导致青梅产品销售困难，价格下跌，影响种植户收益。

2．成本上升压力

随着劳动力、化肥、农药等生产成本的上升，青梅种植成本不断增加，挤压了种植户的利润空间。若成本上升速度超过青梅价格上涨速度，将导致种植户收益下降。

3．融资难题

青梅种植、加工企业需要大量的资金投入，但受信用评级、抵押物不足等因素影响，往往难以获得银行贷款等金融支持，导致资金链紧张，影响企业正常运营。

4．国际贸易风险

陆河县青梅产品部分依赖出口市场，若国际政治经济形势发生变化，如贸易壁垒、汇率波动等，将对青梅出口造成不利影响，影响产业收益。

（二）防范措施

1．加强市场调研与预测

建立健全青梅产品市场调研机制，密切关注市场动态，准确预测

市场需求变化。根据市场需求调整青梅种植结构、优化产品种类，提高市场竞争力。

2．控制生产成本，提高效益

推广高效节能的种植技术和管理模式，降低化肥、农药等投入品的使用量，减少生产成本。同时，加强青梅种植户的技术培训，提高其生产技能和效益意识。

3．拓宽融资渠道，缓解资金压力

政府应出台相关政策，鼓励金融机构加大对青梅产业的信贷支持力度，降低融资成本。同时，引导青梅种植、加工企业加强与金融机构的合作，探索多样化的融资方式，如股权融资、债券融资等，拓宽融资渠道。

4．加强国际贸易合作，降低贸易风险

积极拓展青梅产品的国际市场，加强与主要贸易伙伴的沟通与合作，降低贸易壁垒对青梅出口的影响。同时，关注国际汇率变化，合理利用金融工具进行汇率风险管理，降低汇率波动对青梅出口收益的影响。

5．发展深加工，提高产品附加值

鼓励青梅加工企业加大研发投入，开发青梅深加工产品，如青梅酒、青梅酱、青梅干等，提高青梅产品的附加值和市场竞争力。同时，加强青梅品牌建设，提升青梅产品的知名度和美誉度，提高市场占有率。

6．建立风险预警机制

建立健全青梅产业经济风险预警机制，密切关注国内外经济形势、政策变化等因素对青梅产业的影响。一旦发现潜在风险，及时采取措施进行应对，降低经济风险对青梅产业的冲击。

四、社会风险及防范措施

在青梅产业的发展过程中，一系列社会风险将逐渐显现，影响青梅产业的持续健康发展，需要引起高度重视并采取有效防范措施。可采取加强劳动力培训与引进、优化土地利用结构、加强质量监管与品牌建设、完善利益分配机制、加强社会宣传与教育以及建立风险预警与应对机制等防范措施。通过这些措施的实施，有效降低社会风险对青梅产业的影响，推动青梅产业实现可持续发展。

（一）社会风险分析

1．劳动力流失与老龄化

随着城市化进程的加速，农村青年劳动力大量外流，导致青梅产业面临劳动力短缺和老龄化问题。这直接影响青梅的种植、管理和采摘等环节，降低生产效率和质量。

2．土地资源紧张

随着人口的增长和城市化扩张，土地资源日益紧张。青梅种植需要占用大量土地，而土地资源的有限性可能限制青梅产业的扩张和发展。

3．社会信任危机

在青梅产业的发展过程中，若出现产品质量问题、环境污染事件

等，将严重损害消费者信任，影响青梅产品的销售和品牌形象。

4．利益分配不均

青梅产业的利益分配涉及种植户、加工企业、销售商等多个环节。若利益分配不均，可能导致种植户积极性受挫，影响产业的稳定发展。

（二）防范措施

1．加强劳动力培训与引进

政府应加大对青梅产业劳动力的培训力度，提升种植户的技术水平和管理能力。同时，通过政策引导，鼓励青年劳动力返乡创业，参与青梅产业的发展。

2．优化土地利用结构

合理规划土地资源，优先保障青梅产业的用地需求。通过土地流转、土地整理等方式，提高土地利用效率，为青梅产业的扩张和发展提供土地保障。

3．加强质量监管与品牌建设

建立完善的青梅产品质量监管体系，加强对青梅种植、加工、销售等环节的监管力度。同时，加强品牌建设，提升青梅产品的知名度和美誉度，增强消费者信任。

4．完善利益分配机制

政府应引导青梅产业各利益相关方建立公平、合理的利益分配机制，确保种植户、加工企业、销售商等各方的合法权益得到保障。通过政策扶持、税收优惠等措施，鼓励企业加大投入，提高青梅产业的附加值和竞争力。

5．加强社会宣传与教育

通过媒体宣传、公益活动等方式，加强对青梅产业的宣传和推广，提高公众对青梅产品的认知度和接受度。同时，加强环保、质量意识等方面的教育，提升公众的环保意识和质量意识，为青梅产业的可持续发展营造良好的社会环境。

6．建立风险预警与应对机制

政府应建立健全青梅产业发展的风险预警与应对机制，密切关注市场动态、政策变化等因素对青梅产业的影响。一旦发现潜在风险，及时采取措施进行应对，降低社会风险对青梅产业的冲击。

五、环保风险及防范措施

随着青梅产业的快速发展，一系列环保风险将逐渐显现，如农药化肥过度使用、水资源污染、土壤退化等，这些问题不仅影响青梅品质，还可能对当地生态环境造成长期损害。因此，加强环保风险防控，确保青梅产业可持续发展，成为亟须解决的问题。为了确保青梅产业的可持续发展，必须采取加强环保法规宣传、推广生态农业、加强废水处理与资源循环利用、实施生态补偿机制、加强监管与执法力度以及推动青梅产业绿色发展等防范措施。通过这些措施的实施，可以有效降低环保风险对青梅产业的影响，促进青梅产业与生态环境的和谐共生。

（一）环保风险分析

1．农药化肥过度使用

青梅种植过程中，为了提高产量和防治病虫害，农户可能会过度

使用农药和化肥，这不仅导致土壤污染，还可能通过食物链影响人体健康。

2．水资源污染

青梅种植和加工过程中产生的废水，如果未经妥善处理直接排放，可能污染河流、湖泊等水资源，影响水生生态系统。

3．土壤退化

长期种植青梅可能导致土壤养分失衡、结构破坏，加之化肥的过度使用，加速土壤退化，降低土地生产力。

4．生态破坏

青梅种植园的扩张可能占用自然生态用地，破坏生物多样性，影响生态平衡。

（二）防范措施

1．加强环保法规宣传

通过举办培训班、发放宣传资料、利用新媒体平台等方式，加强对青梅种植户和加工企业的环保法规宣传，提高其环保意识。重点宣传《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》等相关法律法规，确保青梅产业从业者了解并遵守环保规定。

2．推广生态农业

鼓励青梅种植户采用生态农业技术，如有机肥料施用、生物防治等，减少化肥和农药的使用量。通过生态农业技术的应用，提高土壤肥力，改善土壤结构，增强青梅树的抗逆性，从而提高青梅的产量和品质。

具体措施包括：选择适宜的土壤和气候条件进行种植，定期对青梅树进行修剪以形成良好的树形结构，采用科学配比的有机肥料以提高土壤肥力和果实营养成分，实施病虫害综合防治措施以减少农药使用。

3．加强废水处理与资源循环利用

青梅加工企业应建立完善的废水处理系统，确保废水在排放前达到环保标准。同时，探索废水资源的循环利用途径，如将废水处理后用于农田灌溉等，减少水资源浪费。

4．实施生态补偿机制

政府应建立生态补偿机制，对保护生态环境、减少污染排放的青梅种植户和加工企业给予一定的经济补偿或政策优惠，激励其积极参与生态环境保护。

5．加强监管与执法力度

环保部门应加强对青梅种植和加工环节的监管力度，定期开展执法检查，对违反环保法规的行为进行严厉处罚。同时，建立环保信息公开制度，接受社会监督。

6．推动青梅产业绿色发展

政府应出台相关政策，引导青梅产业向绿色、低碳、循环方向发展。鼓励青梅加工企业采用先进的生产工艺和设备，提高资源利用效率，减少污染物排放。同时，加大对青梅产业绿色发展的资金扶持力度，推动青梅产业转型升级。

第十章 规划实施的保障措施

一、组织保障措施

为确保陆河县青梅产业发展规划的高效实施，必须构建一套全面、系统的组织保障体系。陆河县应在成立的“陆河县青梅产业发展工作专班”的统一领导下，统筹兼顾、突出重点，合力打造“陆河青梅”品牌。只有建立全面、系统的保障体系，才能确保规划的高效实施，推动青梅产业成为陆河县经济发展的新引擎。

（一）切实加强组织领导，确保规划顺利实施

从战略和全局的高度，进一步增强责任感和紧迫感，明确工作目标、任务和职责，精心组织，周密部署，采取强有力措施，推动陆河青梅产业提升工作。

1．成立陆河县青梅产业发展工作专班

由陆河县委、县政府主要领导亲自挂帅，成立陆河县青梅产业发展工作专班，负责统筹协调青梅产业发展的各项工作。工作专班下设办公室，负责日常工作的推进和协调。

2．明确职责分工

工作专班要明确各成员单位的职责分工，确保各部门各司其职、各负其责，形成工作合力。同时，要建立定期会议制度，及时研究解决青梅产业发展过程中遇到的问题。

3．制定实施方案

根据青梅产业发展规划，制定详细的实施方案，明确各阶段的工作目标、任务和措施。实施方案要注重可操作性和实效性，确保规划

能够顺利落地实施。

（二）落实分工负责，优化工作机制

1．细化任务分解

将青梅产业发展规划的各项任务细化分解到具体部门、具体责任人，确保每项任务都有人抓、有人管。同时，要建立任务清单和责任清单，明确时间节点和完成标准。

2．建立工作协调机制

加强部门间的沟通协调，建立青梅产业发展工作协调机制。定期召开协调会议，及时通报工作进展，协调解决工作中遇到的问题，确保各项工作有序推进。

3．优化资源配置

根据青梅产业发展的需求，优化资源配置，确保资金、技术、人才等要素向青梅产业倾斜。同时，要加强项目管理，提高资金使用效率，确保每一分钱都用在刀刃上。

（三）加强检查指导，及时推进工作

1．建立检查指导制度

工作专班要定期组织相关部门对青梅产业发展情况进行检查指导，及时发现和解决工作中存在的问题。检查指导要注重实效性和针对性，确保问题能够得到及时解决。

2．强化督促落实

对青梅产业发展规划的实施情况进行定期督促落实，确保各项工作按照时间节点和完成标准有序推进。对进度滞后或工作不力的部门

和个人，要进行通报批评并督促整改。

3．加强宣传引导

充分利用媒体、网络等渠道，加强对青梅产业发展规划的宣传引导，提高全社会对青梅产业的认知度和支持度。同时，要及时总结推广好的经验和做法，形成示范效应，推动青梅产业持续健康发展。

二、资金保障措施

为确保陆河县青梅产业发展规划的高效实施，资金保障是不可或缺的关键环节。建立和完善以政府投资为引导、龙头企业和农户投资为主体、信贷资金为支柱，广泛筹集社会资金和吸收利用外资为重要来源的多元化、多渠道、开放式的金融支持及资金投入新机制。积极争取国家和省级财政和项目的产业投入支持，形成国家、省、市和县四级财政投入和社会化资金的投资合力。只有建立健全的资金保障体系，才能为青梅产业的快速发展提供有力的资金支撑。

（一）拓宽融资渠道，广泛吸收各类资金

1．政府财政支持

积极争取国家、省、市和县各级政府对青梅产业的财政扶持政策，包括专项补贴、税收优惠、贷款贴息等，为青梅产业发展提供稳定的资金来源。

2．金融机构合作

加强与农商银行、农业银行、农村信用社、广东省农业供给侧结构性改革基金等金融机构的合作，争取更多的信贷支持和金融服务。通过创新金融产品和服务模式，如青梅产业专项贷款、供应链金融等，

满足青梅种植、加工、销售等各环节的资金需求。

3．社会资本引入

鼓励社会资本通过股权投资、风险投资、产业基金等形式参与青梅产业发展。政府可设立青梅产业发展引导基金，吸引社会资本跟投，共同推动青梅产业的快速发展。

4．国际合作与交流

积极寻求与国际青梅产业组织、跨国公司的合作机会，争取外资投入和技术支持。通过国际合作项目、技术引进等方式，提升陆河县青梅产业的国际竞争力。

（二）强化资金监管与绩效评估，确保资金使用效益

1．建立资金监管机制

建立健全青梅产业发展资金监管机制，明确资金使用的范围、标准和程序。加强对资金使用情况的跟踪、评估和审计，确保资金专款专用，防止挪用、浪费等现象的发生。

2．强化绩效考核

将青梅产业发展资金的使用效果纳入政府绩效考核体系，对资金使用情况进行定期考核和评价。对资金使用成效显著的单位和个人给予表彰和奖励，对资金使用不当或效果不佳的进行问责和整改。

3．提升资金使用效率

加强对青梅产业发展资金的管理和调度，优化资金配置，提高资金使用效率。通过引入先进的财务管理系统和信息化手段，实现资金的精准投放和高效利用。

4．加强风险防控

建立健全青梅产业发展资金风险防控机制，加强对市场、政策、自然灾害等风险的预警和应对。通过制定应急预案、建立风险准备金等方式，降低资金损失风险，保障青梅产业的稳健发展。

三、科技保障措施

为确保陆河县青梅产业发展规划的高效实施，加强科技创新和人才引进工作是推动青梅产业技术升级和持续发展的关键。通过深化与高校、科研院所的合作，引进和培育青梅产业的专业人才和创新团队，为青梅产业的可持续发展提供坚实的科技支撑和人才保障。

（一）强化科技创新引领，推动青梅产业技术升级

1．设立科技创新专项基金

政府应设立青梅产业科技创新专项基金，用于支持青梅种植技术、加工技术、产品研发技术、质量控制技术等方面的研究与开发。鼓励企业、高校和科研院所联合申报项目，形成产学研用紧密结合的创新体系。

2．搭建科技创新平台

建立青梅产业技术创新中心，整合行业资源，聚焦青梅产业发展的关键技术难题，开展联合攻关。同时，加强与国内外知名科研机构、高校的合作，引进先进技术和理念，提升青梅产业的科技创新能力。

3．推动科技成果转化

建立科技成果转化机制，鼓励和支持科研成果的产业化应用。通过政策扶持、资金引导等方式，推动科技成果在青梅产业中的广泛应

用，提升青梅产业的整体效益和竞争力。

（二）深化人才引进与培育，壮大青梅产业人才队伍

1．实施人才引进计划

制定青梅产业人才引进政策，吸引国内外青梅产业领域的优秀人才来陆河县工作。提供具有竞争力的薪酬待遇、职业发展机会和生活保障，确保人才引得进、留得住。

2．加强人才培养与合作

与高校、科研院所建立长期合作关系，共同开展青梅产业人才培养项目。通过设立奖学金、实习实训基地等方式，吸引和培养一批青梅产业方面的专业人才。同时，鼓励企业派遣员工到高校、科研院所进行深造和培训，提升员工的专业技能和创新能力。

3．组建创新团队

依托青梅产业技术创新中心和重点企业，组建一批青梅产业创新团队。团队成员应包括科研人员、技术人员、管理人员等，形成跨学科、跨领域的创新合力，共同推动青梅产业的技术创新和产业升级。

（三）加强与高校、科研院所的合作与交流

1．建立产学研用合作机制

政府应积极推动青梅产业与高校、科研院所的产学研用合作，形成利益共享、风险共担的合作机制。通过签订合作协议、共建研发平台等方式，促进科技成果的快速转化和应用。

2．开展学术交流与技术研讨

定期举办青梅产业学术交流会、技术研讨会等活动，邀请国内外

知名专家、学者举办讲座和交流。通过学术交流和技术研讨，拓宽行业视野，了解最新科技动态和发展趋势。

3．推动人才培养与就业合作

与高校建立人才培养与就业合作关系，为青梅产业输送高素质的专业人才。同时，鼓励企业为高校毕业生提供实习、就业机会，促进人才培养与产业发展的深度融合。

四、其他政策保障措施

为确保陆河县青梅产业发展规划的高效实施，除了组织保障、资金保障、科技保障外，还需加大政策扶持力度，制定出台一系列扶持青梅产业发展的政策措施。为青梅产业的持续健康发展提供良好的政策环境。

（一）财政扶持

1．积极争取上级专项扶持资金

积极争取上级青梅产业发展专项扶持资金，用于支持青梅种植基地建设、新品种引进与培育、技术研发与创新、市场拓展与品牌建设等关键环节。

2．奖补政策

制定青梅种植奖补政策，对达到一定种植面积和产量标准的农户或企业给予奖励和补贴，鼓励青梅产业的规模化、标准化发展。

3．政府采购支持

政府将优先采购本地青梅产品，支持青梅企业拓展市场，提高产品知名度和竞争力。

（二）税收优惠

1．减免增值税

对青梅种植户和销售自产青梅产品的企业，继续实行免征或减征增值税的优惠政策，减轻企业税负。

2．所得税优惠

对青梅加工企业，根据其研发投入、技术创新成果等给予所得税减免或加计扣除的优惠。

3．再投资退税

鼓励青梅企业将利润再投资于青梅产业，对符合条件的再投资部分给予退税优惠。

（三）金融支持

1．创新金融产品

金融机构将针对青梅产业特点，创新金融产品和服务，如青梅产业供应链金融、青梅种植保险等，满足青梅产业链各环节的资金需求。

2．降低融资成本

政府将引导金融机构降低青梅产业贷款利率，减轻企业融资成本。同时，设立青梅产业贷款风险补偿机制，降低金融机构贷款风险。

3．信用体系建设

加强青梅产业信用体系建设，提高青梅企业信用等级，为青梅企业获得更多金融支持创造有利条件。

（四）土地保障

1．优先保障用地

在土地利用总体规划中，优先保障青梅产业发展用地需求。对青梅种植基地、加工园区等建设项目，给予用地指标倾斜。

2．土地流转政策

鼓励和支持农民以转包、出租、互换、转让、股份合作等形式流转土地承包经营权，发展青梅规模种植。政府将加强对土地流转的指导和监管，确保土地流转合法、有序进行。

3．土地整治与复垦

对青梅种植区域进行土地整治和复垦，提高土地利用效率。同时，加强对青梅种植用地的保护和管理，防止土地退化和污染。

（五）其他创新支持措施

1．市场拓展与品牌建设

支持青梅企业参加国内外知名展会、博览会等活动，提高青梅产品知名度和影响力。同时，加强青梅品牌建设，打造具有陆河特色的青梅品牌体系。

2．政策宣传与解读

加强对青梅产业发展政策的宣传和解读工作。通过举办政策宣讲会、发放宣传资料等形式，让青梅企业和农户充分了解政策内容和操作流程，确保政策落到实处、发挥实效。

第四篇　陆河青梅分阶段规划篇



第一章 近期规划（2025—2027 年）

一、2025 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	成立“国际青梅产业联盟”—陆河	政策补贴	2025 年	800	
2	中国陆河青梅产业科创园工程建设项目	基础设施、配套消防设施、配套道路及绿化、配套公共设施	2025 年	9500	
3	陆河县青梅产业农文旅养结合及产业融合建设项目（一期）	“中国青梅之乡”标志性建筑、陆河县游客综合服务中心、IP 形象设计与推广、全媒体宣传视频摄制与传播、青梅文创产品开发、梅花主题廊道、青梅主题旅游线路规划、青梅主题民宿示范点	2025 年	7560	
4	征地费用	工业园区征地费用	2025 年	3740	
合 计				**21600**	

二、2026 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	成立“国际青梅产业联盟”—华南地区	政策补贴	2026 年	1500	
2	中国青梅产业交易集散中心建设项目	高端展销中心装饰装修、配套办公家具	2026 年	350	
3	陆河县青梅产业运营中心建设项目	打造“陆河青梅”区域公用品牌、直播基地装饰装修、	2026 年	1500	

		培育本土主播/电商人才、建设青梅主题体验店（北上广深等城市）			
4	陆河青梅产业文化展厅建设项目	展厅装饰装修、展示内容设计与制作、配套展示媒介设备	2026 年	800	
5	陆河县青梅初加工厂房及配套腌制池集群建设项目	腌制池、烘干房、玻璃晒梅场、废水处理站（日处理量 500 吨）、配套监测设备、集约化加工厂房（2 栋 4 区 6 层）、分级分选设备、自动清洗线	2026 年	16000	
合 计				**20150**	

三、2027 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	成立“国际青梅产业联盟”—中国	政策补贴	2027 年	3000	
2	青梅种植资源圃及新品种选育建设项目（一期）	轻钢结构智慧大棚、配套物联网设备、水肥一体化灌溉系统、蓄水池、配套道路与电力系统、研发实验中心、配套实验设备和器材、新品种试种与观测区、老旧果园改造试种示范区、青梅种质资源档案库、本地化新品种培育	2027 年	9864	
3	陆河县青梅产品研发	研发实验室、中试车间、配	2027 年	2150	

	及检验中心建设项目（一期）	套实验设备及器材、农残检测室、营养分析室、配套检测设备及器材、建立联合实验室（科研院所合作经费）			
4	陆河县青梅产业标准体系建设项目	青梅产业全链条标准体系制定、培训体系（技术人才、政府产业治理人才）	2027 年	1000	
合 计				16014	

第二章 中期规划（2028—2030 年）

一、2028 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	成立“国际青梅产业联盟”—国际	政策补贴	2028 年	6000	
2	高标准青梅种植示范园建设项目	核心示范区（种植青梅树）、辐射推广区（种植青梅树）、土地平整、智能水肥一体化、配套物联网监测设备、配套智能化作业设备、数字化管理平台	2028 年	3950	
3	陆河县青梅产业农文旅养结合及产业融合建设项目（二期）	IP 形象灯牌建设（主干道、景区）、青梅主题公园、溪谷生态栈道、“四季梅香”主题旅游环线规划、青梅农家乐培育、户外露营营地开发、“陆河青梅之旅”智慧小程序	2028 年	4590	
合 计				14540	

二、2029 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	青梅种植资源圃及新品种选育建设项目（二期）	智慧大棚扩容、配套物联网设备、水肥一体化灌溉系统、高标准示范园、种质资源档案库升级、新品种选育	2029 年	7950	

3	标准化青梅基地扩种建设项目（一期）	千亩级标准化核心示范区、配套物联网设备、水肥一体化灌溉系统、种苗补贴（55 株/亩）、矮化密植技术推广培训	2029 年	2610	
4	陆河县青梅产品研发及检验中心建设项目（二期）	实验室升级、研发青梅精深加工产品、实验设备和检测设备升级、联合实验室深化（科研院校合作经费）	2029 年	6850	
合 计				17410	

三、2030 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	青梅果园矮化密植改造项目（一期）	果园综合评估、矮化修枝工程补贴、密植种苗补贴（25 株/亩）、矮化密植技术培训、青梅收购保障补贴	2030 年	1015	
2	陆河县青梅加工企业升级改造项目	饮料生产线升级（果田生态）、果胶提取线优化（果田生态）、面膜基材生产线（陆河国泰）、自动分选线（陆河国泰）、原有设备升级（清绿农业）	2030 年	1000	
3	陆河县招商引资项目	招商引资（政策补贴）	2030 年	6000	
合 计				8015	

第三章 长期规划（2031—2035 年）

一、2031 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	标准化青梅基地扩种建设项目（二期）	千亩级标准化核心示范区、配套物联网设备、水肥一体化灌溉系统、种苗补贴（55 株/亩）、矮化密植技术推广培训	2031 年	3025	
2	陆河县青梅产业农文旅养结合及产业融合建设项目（三期）	AI 智能服务覆盖（AI 导览机器人等）、青梅文旅大数据平台、旅游路线升级	2031 年	390	
合 计				3415	

二、2032 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	青梅果园矮化密植改造项目（二期）	矮化修枝工程、密植种苗补贴（25 株/亩）、矮化密植技术培训、青梅收购保障补贴	2032 年	1015	
合 计				1015	

三、2033 年规划启动

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	陆河青梅产业智慧化大数据平台建设项目	智慧种植管理系统、智能加工协同系统、青梅产业一张图、青梅产业数字供应链模型、区块链溯源认证系统、病虫害 AI 预警平台、其他系统、智能机器人研发	2033 年	870	
合 计				870	

第四章 配套运营管理规划（2025—2035 年）

序号	工程项目	建设内容	启动时间	投资估算（万元）	备注
1	中国青梅产业交易集散中心建设项目	日常运营管理	10 年期	300	
2	陆河县青梅产业运营中心建设项目	全媒体投放推广（抖音、小红书、视频号等）、实体广告、活动推广（青梅文化节、汉服节、陆河青梅文化周）、日常运营管理	10 年期	8800	
3	陆河青梅产业文化展厅建设项目	日常运营管理	10 年期	300	
4	成立“青梅未来研究院”	技术攻关、人才培养、科研资源整合	10 年期	2000	
5	运营管理	线上线下旅游运营	10 年期	1500	
合 计				12900	

第五章 投资估算汇总表

序号	规划阶段	投资估算（万元）	备注
一	近期规划（2025—2027 年）	57764	
二	中期规划（2028—2030 年）	39965	
三	长期规划（2031—2035 年）	5300	
四	配套运营管理（10 年期）	12900	
估算总投资		**115929**	

结 语

未来十年，无疑是陆河县青梅产业迈向高质量发展的至关重要时期。这一时段内，青梅产业不仅要面对国内外市场的激烈竞争，还需应对消费者日益增长的品质需求和环境保护的挑战。因此，只有坚定不移地秉持创新驱动、绿色发展、开放合作的发展理念，才能为陆河县青梅产业的持续健康发展注入不竭的动力。创新驱动意味着要不断引入新技术、新工艺和新管理模式，提升青梅产业的科技含量和附加值；绿色发展则要求在青梅种植、加工和销售等各个环节中，注重节约资源和保护环境，实现经济效益与生态效益的双赢；开放合作则强调要加强与国内外相关产业和地区的交流合作，拓宽市场渠道，提升青梅产业的国际竞争力。

本规划作为陆河县青梅产业未来十年发展的蓝图，不仅明确了发展目标、发展路径和重点任务，还为各部门、各企业和广大农户提供了具体的战略指导和行动方案。期望通过各部门、各企业和广大农户的共同努力和紧密协作，能够将规划中的美好愿景变为现实，共同推动陆河县青梅产业实现质的飞跃。在此过程中，政府将一如既往地提供政策支持和服务保障，为企业和农户创造良好的发展环境。同时，呼吁社会各界广泛关注和支持陆河县青梅产业的发展，共同见证和分享青梅产业繁荣发展的丰硕成果。一起携手并进，共创陆河县青梅产业更加辉煌的未来！

附 件

1. 《中共陆河县委办公室 陆河县人民政府办公室 关于成立陆河县青梅产业发展工作专班的通知》陆河委办字〔2025〕8 号；

2. 《农业农村部办公厅 财政部办公厅关于做好 2025 年农业产业融合发展项目申报工作的通知》农办计财〔2025〕2 号；

3. 《国家发展改革委关于印发乡村振兴（和美乡村建设及农村产业融合发展方向）中央预算内投资专项管理办法的通知》发改农经规〔2024〕1723 号；

4. 《农业农村部计划财务司关于做好 2023—2025 年中央预算内投资农业建设项目储备工作的通知》农计财便函〔2022〕401 号；

5. 《广东省农业农村厅 广东省财政厅关于印发 2024—2026 年省级现代农业产业“补改投”试点实施方案的通知》粤农农函〔2024〕1322 号；

6. 《青梅文化知识库》。

“梅”好生活·“梅”好未来

