

土货走俏

上海、永康等地的游客慕名而来
3万斤桔子销售一空

10元/斤的太平桔
到底甜在哪？



□ 记者 谢佳俊

每年秋天我都想着这一口 ,满嘴桔香 ,这才是正宗太平桔的味道。进入太平乡牛头山柑橘基地 ,来自市区的王晓明就迫不及待地尝了一个桔子。近日 ,该基地20亩蜜桔迎来丰收 ,黄澄澄的桔子挂满枝头 ,引来不少游客前来采摘、购买。

10元/斤的太平桔受热捧

今年一共收了3万斤桔子 ,价格分为两个等级 ,精品密桔10元/斤 ,普通蜜桔5元/斤。基地负责人傅陈波告诉记者 ,上周六 ,基地迎来了上百名采摘购买桔子的顾客 ,许多上海、永康等地的游客慕名而来 ,仅一天就卖了上万斤桔子 ,今年卖得最好的是10元/斤的精品桔 ,短短两天时间内就被抢购一空。

记者了解到 ,市区桔子的售价普遍较低 ,许多小摊标价为10元7斤 ,在纳爱斯广场外的果蔬疏导点 ,挂着 太平桔 牌子的摊位标价为10元3斤。牛头山10元/斤的蜜桔为何受到追捧 ,它到底甜在哪里？

和普通的桔子比起来 ,牛头山蜜桔不仅甜 ,而且吃起来没有什么渣 ,口感更好。市民李益平说 ,他在太平乡竹舟村长大 ,从小便喜欢吃牛头山的桔子 ,这次他一口气买了几十斤精品蜜桔 ,今年的桔子品质特别好 ,而且还配了上档次的包装 ,很适合作为礼物。

记者了解到 ,10元/斤的精品蜜桔都经过仔细挑选、装箱。好的蜜桔个头不能太大 ,也不能太小 ,1个2.5两左右最佳。丽水市农业农村局经济作物总站农技推广研究员周晓音说 ,挑桔子有技巧 ,果实结实圆润 ,皮薄并且结块的桔子一般比较甜。

今年在农技专家的指导下 ,我们进行了科学疏果 ,60张叶子留一个果 ,确保果实营养充分。傅陈波笑着说 ,和普通蜜桔相比 ,今年的果实成熟期更长 ,瓢衣更薄 ,所以口感更佳 ,桔子一上市就被抢空。

寄托 乡愁 的桔子焕发新生

我已经好多年没有吃过正宗的太平桔啦 ,听说今年牛头山的桔子产出了 ,赶紧开车过来购买。市民王玉翠说 ,这些年市面上卖的 太平桔 多是外地的桔子 ,价格不贵 ,但味道十分寡淡。

记者了解到 ,前几年桔子市场价格走低 ,许多果农失去信心 ,有的砍倒了家里的老桔树换上别的水果 ;有的外出打工 ,果树失去管理。有几年桔子卖不出去 ,只能倒在河边 ,一年辛苦全部白费 。曾在家务农的刘小其告诉记者 ,此后他便外出打工 ,家里的果园也就荒芜了。

30年前 ,我们家是第一批种植桔子的大户 ,我从小便在桔林里长大。太平桔是很多丽水人的乡愁记忆 ,如果一直失管下去 ,实在太可惜了。 傅陈波是太平乡下垅村的水果种植大户 ,牛头山柑橘基地的衰败他看在眼里 ,疼在心里。

2017年底 ,傅陈波决定承包60亩牛头山柑橘基地 ,并且进行了品种改良 ,引进优质的温州蜜桔 ,进行科学种植管理。这个决定是艰难的 ,我当时下了很大的成本和决心。傅陈波介绍 ,水果种植需要一定的周期 ,前几年果园失管 ,恢复产出需要一定时间 ,我承包时付了4年租金 ,一共6.4万元 ,加上引进苗木 ,前前后后共投入了56万元。傅陈波说。

果园承包的前两年 ,基地只有20亩桔树有产出 ,其余40亩正经历品种更新 ,经过科学的管理、栽培 ,这20亩果园都有不错的产量 ,今年桔子的品质更是受到市场的认可。傅陈波说 ,明年40亩新树也将投产 ,预计产量能有10万斤。



洋货汇聚

今年的侨博会上
近100家国内外咖啡类企业齐聚青田

青咖文化 打开
通往世界的窗口



□ 记者 谢佳俊 文/图

今年的侨博会 ,除了酒香 ,还有浓郁的咖啡香。在青田 ,33万名华侨旅居全世界120多个国家和地区 ,这些华侨将来自世界各地的咖啡豆、咖啡机、咖啡壶带到青田 ,天长日久 ,咖啡成了这里最醒目的美食文化标识。

青咖文化 影响力日渐扩大

磨好18克咖啡豆 ,准备一壶90℃的开水 ,然后把水缓缓倒入过滤器 。在与非咖啡摊位手冲体验区 ,咖啡爱好者孙洁正在为客人演示手冲咖啡 ,不同产区的豆子有不同的风味 ,加上咖啡豆不同的处理方法和烘焙水准 ,每一杯手冲咖啡都有不一样的口感。

孙洁是一名英语老师 ,曾经做过翻译、开过咖啡馆。一开始我在北京从事咖啡行业的翻译工作 ,慢慢地对咖啡文化产生了浓厚的兴趣 ,便一直钻研了下去。在青田 ,像孙洁这样的咖啡 发烧友 有很多 ,青田人对咖啡的喜爱也是有目共睹。

在这个小小的山区县城 ,一度开出300多家咖啡馆 ,在县城的临江东路 ,还形成了咖啡酒吧一条街。到咖啡馆喝咖啡 ,成为青田人的生活习惯 ,咖啡文化也日益被越来越多的青田人所接受。

经过短短几年的发展 ,青田咖啡的市场已经初具规模。原材料供应商、杰诺咖啡负责人郑晓健告诉记者 ,2015年开始 ,青田咖啡进入飞速增长阶段 ,每年新增三十多家咖啡馆。

青田人一直喝意式咖啡 ,一开始市民不太能接受手冲咖啡。与非咖啡负责人余菲说 ,经过多年的沉淀 ,青田人对咖啡的认识不断加深 ,青田咖啡文化日渐浓厚。

这次展会上 ,与非咖啡展示了自家烘焙的咖啡豆和一些周边产品。余菲告诉记者 ,近年来通过咖啡进机关、咖啡音乐节、咖啡赛事等一系列推广活动 ,青咖文化 的影响力已日渐扩大。

咖啡成侨乡文化交流新媒介

今年 ,多家国际顶级名牌企业、20个咖啡豆生产国、近100家国内外咖啡类企业齐聚青田 ,这些咖啡相关企业 ,形成一条配套的供应链 ,许多企业在交流的同时 ,达成了采购意向。

我们参加完进博会就来到了侨博会 ,这两天已经收到了很多潜在合作意向的企业名片。巴西伟思进出口有限公司负责人Ke Lin告诉记者 ,他们带来了哥斯达黎加、牙买加、哥伦比亚等多个著名咖啡豆产区的生豆、熟豆及咖啡饮品 ,希望能和青田的咖啡企业进行深度合作 ,进一步推广咖啡文化。

目前 ,中国的咖啡消费增速约为15% ,青田的咖啡消费是全国人均消费的20倍左右 ,市场潜力巨大。在云南普洱咖啡展区 ,云南国际咖啡交易中心市场部经理刘海峰告诉记者 ,他此前两次到青田考察对接展会工作 ,进一步认识了青田的咖啡文化 ,云南和青田都不是咖啡原产地 ,但都衍生出浓厚的咖啡文化。云南是咖啡种植区 ,青田是咖啡消费地 ,两地很适合交流互补。

丰富的咖啡产品 ,深远的咖啡文化 ,通过一杯杯咖啡 ,青田人再一次打开了认识世界、了解异域文明的窗口 ,透过这扇窗 ,也让更多人了解青田咖啡 ,了解青咖文化。



社会主义
核心
价值观

富强
民主
文明
和谐

自由
平等

公正
法治

爱国
敬业

诚信
友善

值班编委
 总编辑 吴祥柱
 副总编辑 王巷扉
 编委委员 蓝义荣
 范宁华 蓝 燕
 一版编辑 李 炬