

# 柑橘节办了好多年 人气就是不旺 崇明拟打“文化牌”吸引四方游客

柑橘丰产40%，价格却仅为去年的一半，且销量持续低迷。昨天，本报就崇明柑橘滞销贱卖，橘农愁眉不展进行了报道，而果农、政府、专家也是济济一堂共谋出路破解“丰年困局”。其中，有专家提议，“大力发展农业游，打造柑橘文化旅游线路，也不失为是一种打响品牌知名度的可行之路，结合生态旅游，让游客亲子下田头采摘柑橘，或是上海柑橘的出路之一”。

南汇品桃游、白鹤草莓游、马陆葡萄游……在记者采访中了解到，如今在上海围绕果品发展起来的农业游并不少见，却唯独不见“柑橘”。事实上，早在十多年前上海就有了柑橘节，并于4年前更名为“崇明柑橘节”。但问题是，受多种客观原因制约，很难积聚人气，即使眼下旺季，双休日定点橘园却几乎天天“白板”，难觅游客踪影。

本报记者 瞿艳花 罗丹妮



孩童在橘园体验采摘乐趣。

本报资料图 记者 吴恺 摄

## 》城市扫描

### 海派文化论坛 在徐汇滨江开幕

本报讯 记者 丁烨 拥有百年电影、百年唱片、百年建筑、百年教育、百年宗教等文化遗产的徐汇区是上海海派文化的发源地之一。400多年前，徐光启的中西学探寻之路又始发于此，更使徐汇成为本市的文化重镇。为了更好地传承与创新海派文化，日前本市第十一届海派文化论坛在徐汇滨江开幕。

论坛邀请了本市多所高校、科研院所、文化领域的专家学者，共同探讨上海传承海派文化文脉的可能性与未来展望。

### 长白山温泉游 线路启动

本报讯 记者 罗丹妮 到吉林滑雪、观雾凇、泡温泉，体验边关冬游特色。昨天，吉林省旅游局推介的冬季游线路、打造的吉林滑雪网和4S畅游吉林特惠卡与上海游客见面。

目前上海-吉林已增加至每天近16个航班，其中，上海-长白山每天一班，上海-延吉每周4班。

记者从春秋旅行社获悉，今年12月出发的长白山滑雪温泉旅游线路同去年整个东北游线路销量增加了50倍，如今已有600多人报名，其中个人游占80%。其他诸如上航假期旅行社则是以企业定制的长白山会游等线路为主。

### 旅游集散中心 嘉定分站月底开放

本报讯 记者 罗丹妮 上海旅游集散中心嘉定分站将于11月28日面向游客开放运行。该站运行的当天，旅游集散中心将新增2条嘉定分站专有的直发优惠线路：39元/人的沙家浜一日游、39元/人的天平山一日游线路，但仅限于嘉定分站出游上车。

此外，常州市旅游局、武进区旅游局携常州市六大景区（中华恐龙园、天宁寺、春秋乐园、嬉戏谷、中华孝道园、花都温泉等）在11月17日-12月16日期间，推出了包含3折门票价格的特惠产品。如常州武进嬉戏谷线（太湖湾中华孝道园+环球动漫嬉戏谷），套票售价320元，买一赠一。需要说明的是，活动仅限上海市持本人身份证参加。

## 》原因剖析

### 柑橘价值低 制约了线路开发

#### 采摘线路成本过高

崇明柑橘采摘游市场之所以反应冷淡，与柑橘自身的价值、稀有度低、采摘线路成本过高等因素有关。据上海旅游集散中心业务部相关负责人卢先生介绍，旅游集散中心几年前开过崇明柑橘采摘游线路，2010年国庆节前又赴崇明考察过相关情况，最终发现在上海开发相关线路的条件不成熟，从而改推了苏州西山、浙江南北湖的柑橘采摘线路。

卢先生说，游客报名西山、南北湖的柑橘采摘线路，并非像草莓、桃子等采摘线路一样，就是冲着水果本身而去，此类线路中的柑橘采摘项目多是附带送的，是为了增加游客出游的体验度。“草莓品种相对稀有，自己采很新鲜，摘起来会很有感觉，可是柑橘采摘是过剩的，自己采的与水果店买的一样，不存在更新鲜一说。”

与此同时，记者也走访了沪上

其他旅行社，针对柑橘采摘活动本身是否具有吸引力，有的旅行社表示，愿意为企业定制相关线路，但也有业内人士坦言，并不看好柑橘采摘游市场。“草莓15元/斤有人买，30元/斤也有人买，可柑橘卖出才一二元钱一斤，采摘体验的经济价值没法实现。”

#### 宣传不力配套欠缺

“没人给我们宣传，大家都不知道我们农场可以采摘游，会有谁过来？”作为合作农场的老板，陶永达认为，自己农场的交通还算便利，在崇明南门乘坐南建线、南牛线均可到达，地段也算不错，离西沙湿地保护区开车只要5分钟，而且附近有西来农庄等可以解决吃饭问题。而之所以农场经营一直没有起色，究其原因在于政府的宣传力度不够。

为此，昨天记者尝试通过百度搜索“崇明柑橘节”、“合作农场”等关键字，结果却发现始终没

有搜索到崇明可以提供采摘柑橘的场所，也未找到合作农场的联系方式。随后致电崇明县绿华镇政府，工作人员表示并不知道其联系方式，直到在拨通了农贸公司的联系方式后，才辗转联系到了合作农场。

在农场主的眼中，宣传不给力是个大问题；但在旅行社专业人士看来，崇明发展柑橘游的相关配套同样有待改善。

“对比地理位置，崇明的柑橘产地位于西边的绿华镇与长兴岛，市区游客去一趟还不如到南北湖近。车辆过长江桥隧最先到达东滩，再从东开到西，油费消耗严重，车费成本很高。”上海旅游集散中心业务部的卢先生认为，目前最需要解决的旅行社在农家橘园的停车问题。“那边的橘园都是农民自己承包的，停车场比较小。从团队接待方面来说，停车接待服务规模过大，农民吃不消，规模过小，我们又不放心，游客的体验度也会大打折扣。”

## 》出谋划策

### 整合资源 打出“组合拳”

#### 崇明县农委：

##### 挖掘柑橘文化价值

崇明县农委综合科科长茅德飞告诉记者，崇明柑橘节可以开拓出更大的文化价值，现在的情况是游客觉得好玩，采完买些柑橘就直接回去了，其实完全可以有更广义的宣传。“柑橘全身都是宝，皮可入中药，橘瓣外面白色的橘络有清热解火的功能，榨的油已经用于航天飞机的洗涤剂……”

与此同时，崇明也在考虑将传统的柑橘打成一个时尚品牌。据悉，今年崇明柑橘节期间，柑橘采摘就被设计成了“一米单车”白领骑行活动中的一个环节。“去年我们并没有柑橘采摘的安排，但是很多客人都要求到橘园摘橘子，虽然这些橘子价格比市场上翻了两三倍，但是他们要的就是这种采摘体验。所

以今年我们特意加入了这一行程，效果还不错。”活动负责人石勇告诉记者，虽然骑行和柑橘本身花不了多少钱，但是前来参加骑行的很多都是高级白领，对当地食宿等拉动效应可以放大数百倍。

#### 绿华镇政府：

##### 柑橘、毛蟹联动销售

在绿华镇上，崇明老毛蟹和柑橘曾是一对“难兄难弟”，如今长大了个头的老毛蟹不仅声名鹊起，而且身价飙升，指导价甚至和阳澄湖蟹“不相上下”。而崇明柑橘，依然在秋风里苦苦挣扎。为此绿华镇考虑，明年将柑橘节和毛蟹节合并在一起，搞一个“橘黄蟹肥”节，把声势再造得大一点，打组合拳吸引更多游客前来。

“我们在努力，但柑橘节的效果并不是立竿见影的。”崇明县绿华镇

负责农业的副镇长曹俊告诉记者，2009年开始，首届崇明柑橘节开幕，柑橘节期间，绿华镇共有合作农场这1家农场和西来农庄等六七家农庄提供采摘活动。而相对于绿华镇6.5万吨的产橘量，几十吨的采摘游所消化的橘子量实在有些微不足道。

#### 专家建言：

##### 发展柑橘采摘公益旅游

尽管柑橘有不是上海的品牌产品，亦非名贵品种，吃多了还会上火等诸多“不是”，可在复旦大学旅游学系教授顾晓鸣看来，它完全可以反其道而行之，发展公益旅游项目。

“一方面以人们的善心为驱动力，让世人享受参与柑橘采摘游，帮助橘农的快乐；一方面产业内部有新的营销策划手段，即可推广柑橘游线路的知名度。”顾教授建议。



### 柑橘丰年 破解困局

崇明县绿华镇的合作农场是崇明柑橘节期间，绿华镇唯一定点的采摘农场，然而生意清淡得让老板陶永达也颇不淡定。

“采摘入园费只要10元，游客拿着剪刀进入橘园后随便怎么吃都不花钱，如果想将摘下来的橘子带回去也只要一元一斤。”昨天，在接受记者采访时，陶永达表示，采摘游并不赚钱，只是希望通过这样的途径吸引人气，如果游客“看得上”，可以选购农场里老毛蟹、红梗芋艿这些高价农产品。

然而，推出采摘游四五年来，农场却始终无法积聚起人气。据他介绍，今年崇明柑橘节开幕到现在两个月时间，最多的一天就一百来个人，平时双休日平均只有三四十个人，到工作日更是几乎天天“白板”。

“前天就来了十来个印度人，两对夫妻带着他们的孩子，我还好奇问他们怎么找到这里的，他们说在张江工作，在一个论坛里看到的。”陶永达一五一十地告诉记者：“4天前，还有一个康桥的老板开车过来订了1000斤橘子，说是给员工发福利。这两天就没人来了。”

据陶永达粗略统计，柑橘节两个月，前来采摘的游客不到千人，很多时候连一桌圆台面的人都凑不出。陶永达坦言，合作农场共有1078亩橘园，以亩产8000斤计算，今年产量起码有4000吨。然而通过柑橘节采摘销售掉的不足1%。由于农业旅游模式无法带动销售，不得不沿循老路，等小贩上门，将柑橘以每斤四毛五的批发价卖往山东等地的北方市场。

上海市协力律师事务所  
合同纠纷 公司顾问  
股权纠纷 公司解散  
公司清算 破产清算  
电话：021-88880490 传真：88880490  
电子邮箱：guobei148@163.com  
《青年报》常年法律顾问