

灵武长枣产业高质量发展路径研究

杨勇 马强 王晓龙

灵武市大泉林场 宁夏 银川 751400

摘要：本研究从基层实践视角切入，针对灵武长枣产业高质量发展这一话题展开系统性研判。对产业发展现状开展梳理工作，表明了种植技术滞后、产业链结构不合理、市场竞争激烈及资源环境约束等现实制约因素，依靠新发展理念、价值链理论及区域经济理论搭建研究框架，借鉴日本静冈蜜瓜、赣南脐橙等国内外特色农产品发展所积累的经验，明确灵武长枣高质量发展要兼顾产品品质的提升、产业链的延伸、品牌价值的塑造以及生态可持续性，研究提出利用科技创新突破种植难题、依靠产业链现代化提升协作效率、凭借品牌运营强化市场竞争力、通过政策机制创新优化发展条件的具体路径，为基层促进产业升级提供理论借鉴与实践参考。

关键词：灵武长枣；产业规模；地域特色；市场份额；发展瓶颈

引言

作为宁夏灵武地区特色农业支柱产业的是灵武长枣这一品种，对带动农户提高收入、促进区域经济繁荣具有重要战略意义，因技术迭代速度慢、产业协同不到位、市场竞争激烈等因素影响，产业发展正面临着从规模扩张过渡到质量提升的关键挑战^[1]。现今学界针对特色农产品高质量发展的理论探究数量较多，但针对西北干旱地区枣产业的系统研究依旧不足，尤其欠缺结合基层实践状况的路径规划，鉴于这样的背景，本研究结合灵武长枣产业发展的实际情形，全面剖析限制因子，结合理论逻辑与实践经验，探索贴合区域特色的高质量发展渠道，既有助于特色农业产业升级理论的充实，也为基层政府与经营主体提供能操作的发展点子。

1 灵武长枣产业发展现状分析

灵武长枣作为宁夏灵武地区极具地域特色的农业主导产业，历经多年培育发展，已形成集种植、加工、销售于一体的产业体系，在区域经济中占据重要地位。当前，灵武长枣种植区域主要集中在灵武市沿黄河冲积平原地带，这里独特的气候条件与土壤环境为长枣生长提供了天然优势，种植面积常年稳定在6万亩以上，年产量突破1.5万吨，成为当地农户增收的重要来源。

在产业形态方面，灵武长枣产业已从单一种植向多元化发展转型。初级加工环节逐步完善，本地涌现出一批以长枣烘干、腌制为主的加工企业，年加工能力达3万吨左右，产品涵盖干枣、蜜枣等传统品类。市场销售网络初步形成，除本地及周边省份线下销售外，近年来借助电商平台拓展线上渠道，线上销售额占比逐年提升，“灵武长枣”地理标志产品的市场认知度不断扩大。

政策支持体系持续完善，当地政府通过出台产业扶

持政策、设立专项发展资金等方式，推动长枣产业标准化种植基地建设与品牌宣传推广^[2]。然而，在产业规模扩张的同时，仍存在种植技术标准化程度不足、深加工产品附加值偏低、市场竞争优势不突出等现实问题，亟待通过高质量发展路径实现产业升级。

2 灵武长枣产业高质量发展的制约因素

2.1 种植环节的技术瓶颈

就灵武长枣的种植领域而言，技术范畴存在的瓶颈问题十分显著，部分枣农还是沿用传统种植模式，对现代化种植技术的掌握与应用水平欠缺，在处理病虫害问题上，过分依赖化学农药，缺乏绿色防控技术的有效采用，不仅让生产所需成本增加，还或许对长枣品质与生态环境造成负面作用。在品种改良及选育环节，科研力量投入的规模小，引发新品种研发进程的滞后，难以符合市场对多样化、高品质长枣的期望，灌溉与施肥技术精准实施有欠缺，水资源浪费以及肥料利用率低的现象普遍可见，妨碍了长枣产量和质量的进一步增长。

2.2 产业链延伸的结构性短板

灵武长枣产业链暴露出明显的结构性短板，对产业的深度拓展形成限制，就加工环节而言，当地长枣加工企业大多规模不大，产品所带附加值少，多数企业仅能实施简单的烘干、腌制等初级加工活动，缺少对长枣营养成分的深入挖掘以及高附加值产品的研制，诸如枣类保健品、功能性的饮料等^[3]。在仓储物流这个范畴，冷链设施有缺陷，长枣保鲜维持的时间不长，较难实现远距离运输跟错峰销售，产业链各环节之间协同程度欠佳，种植户、加工企业、销售商彼此缺乏紧密的利益联结的有效机制，信息沟通存在阻滞，引发生产跟市场需求脱了节，造成产业整体效益受到波及。

2.3 市场竞争与品牌运营困境

就目前的市场环境而言,灵武长枣面临着激烈竞争与品牌运营上的难题,伴随各地特色农产品的崛起,市场上枣类产品日益充盈,消费者可选择的范围扩大,灵武长枣的市场份额被挤压侵占,就品牌建设而言,虽然“灵武长枣”已具备一定的社会知名度,但品牌宣传推广方面力度欠缺,缺少统一的品牌形象规划与营销方案,品牌影响力仅覆盖本地及周边区域,市场上隔三岔五就有假冒伪劣产品出现,引起了灵武长枣品牌声誉的损害,只是品牌保护机制存在缺陷,难以有效维系品牌的市场竞争地位和消费者的信任水平^[4]。

2.4 资源环境与可持续发展挑战

资源环境问题让灵武长枣产业的可持续发展面临挑战,长时间过度种植加上不合理的灌溉操作,造成土壤肥力降低、盐碱化加重,影响到长枣的生长环境及其品质,水资源短缺问题日趋明显化,然而节水灌溉技术推广应用的节奏迟缓,进一步加大了水资源供需的矛盾^[5]。就生态环境保护而言,传统种植模式里大量施用农药、化肥,造成周边生态环境出现污染,违背绿色发展这一理念,因气候变化产生的极端天气,诸如干旱、暴雨之类,同样使长枣种植存在不确定性,增添了产业发展的隐患,拖慢了灵武长枣产业可持续高质量的发展节奏。

3 灵武长枣产业高质量发展的理论逻辑跟经验参考

3.1 高质量发展的理论支撑

产业高质量发展理论体系为灵武长枣产业升级起到了重要的引导作用,新发展理念聚焦创新、协调、绿色、开放、共享,在长枣产业发展进行阶段,创新就是要打破种植技术的瓶颈,协调要求产业链各环节达成均衡发展态势,绿色契合生态可持续种植的要求,开放意在扩大市场的空间,共享反映在产业收益的合理分配上。产业经济学里的价值链理论讲道,若提升产品附加值,就要对产业链各环节开展优化工作,从种植、处理到售卖,各个环节价值提升均能增强产业的整体竞争能力,按照区域经济学理论,按照本地状况发展特色产业,结合灵武当地自身的资源,可形成与众不同的产业优势,助力长枣产业在区域经济方面发挥更大效能。

3.2 国内外特色农产品发展经验

国外诸多特色农产品发展案例有可借鉴之处,拿日本静冈蜜瓜做例子,采用严格的品质控制、细致的品牌营销以及高端的市场定位,把平常的农产品打造成高附加值商品,静冈蜜瓜从种植环境监测、品种筛选到包装出售,每一个环节均采用严格标准,品牌形象为众人熟知,产品售价甚高,却呈现供不应求局面,赣南脐橙产

业借助组建产业联盟,把种植、加工、销售这些资源整合,实施品牌的统一宣传,完善冷链配送体系,实现了由分散经营朝规模化、品牌化发展的转变,市场份额稳步扩大,成为区域经济发展的关键支柱。

3.3 经验启示与适用性分析

国内外这些经验对灵武长枣产业发展能产生深刻启示,说到品质管控方面,日本静冈蜜瓜的事例说明,严格的标准体系是提高产品质量与市场竞争力的要点,灵武长枣可打造从种植到销售全流程的质量标准体系,于品牌营销的层面,静冈蜜瓜和赣南脐橙依靠精准定位及有效宣传提高品牌影响力,灵武长枣也必须打造独一无二的品牌形象,开辟市场渠道,就产业整合而言,赣南脐橙产业联盟的模式可作借鉴,通过设置紧密的利益关联机制,促进产业链各环节协同配合,增大产业整体效益,灵武长枣产业可依据本地实际情形,灵活采用这些经验,探索出契合自身发展的路径^[6]。

3.4 灵武长枣高质量发展的内涵界定

灵武长枣产业高质量发展的内涵十分丰富,涉及多个维度范畴,就产品质量而言,规定长枣品质上乘,依照绿色、健康标准,凭借技术创新提升口感及营养价值,从产业结构的角度讲,推进产业链往高端伸长,增大加工环节的附加值,完备仓储物流体系。就市场竞争潜力方面,打造具有大范围影响力的品牌,增进产品的市场占有率与消费者的认可度,就可持续发展层面而言,重视资源的合理利用及生态环境的呵护,实现产业进步与生态优化的良性互促,最终实现产业经济效益、社会效益连同生态效益的统一。

4 灵武长枣产业高质量发展的具体路径

4.1 科技创新驱动路径

科技创新是突破种植技术难题瓶颈的核心动力,为化解品种选育滞后的困境,当地不妨联合科研院校创建长枣种质资源库,采用现代生物技术开展新品种创制,培育出更能在市场竞争中胜出的优质品种,在种植技术革新这件事上,推广实施智能灌溉系统,按照土壤墒情与枣树生长需求精准给水,减少水资源的无谓浪费;采用生物治虫手段,拿害虫天敌与微生物制剂替换化学农药,进而降低了环境受到的污染,也保障了长枣质量安全,构建数字化种植管理平台,凭借物联网设备对枣树生长状态开展实时监测,为枣农给出科学种植决策方面的依据,助力传统种植模式向现代化、智能化迈进。

4.2 产业链现代化提升路径

助力产业链现代化需全面改进各环节发展水平,在长枣的加工环节里,政府可拿出扶持政策,指引企业引

进先进生产设备,加大对长枣深加工技术研发的财力投入,开发枣脯、枣酒、枣肽保健品这类高附加值产品,拓展产业的链条范畴,针对仓储物流暴露出的短板,筹备建设大型冷链物流中心,安排先进的冷藏保鲜装备,创建覆盖产地、销地的冷链运输体系,降低长枣损耗的水平,完成错峰售卖,经由建立产业协会或龙头企业牵头的联合组织,搭建信息互通平台,强化种植户、加工企业和销售商彼此间的协作,形成紧紧捆绑的利益共同体,增进产业链整体协同成效。

4.3 品牌价值与市场竞争力提升路径

增强品牌价值跟市场竞争能力是突破市场困窘的关键,一开始就要系统规划品牌形象,查找灵武长枣的地域文化特色,设计一套统一的品牌标志、包装及宣传语,增进品牌辨识度,在宣传推广层面,充分借助新媒体平台,经由短视频、直播带货等形式呈现长枣种植及加工过程,讲说品牌的故事,扩大品牌的认知度,创建严格的品牌准入及监管机制,打击仿冒伪劣的产品,维持品牌的声誉形象,主动着手开拓多元化市场,参与国内外农产品展销的相关展会,跟电商平台实现对接,开辟线上线下的销售渠道,提高产品市场的覆盖范围及占有额度。

4.4 政策保障与体制机制创新路径

政策助力与体制创新给产业发展提供坚实后盾,政府应出台针对性扶持政策,在资金投入、税收优惠、土地使用等方面实施政策倾斜,激发企业及农户参与产业升级的积极性,设置针对长枣产业发展的专项资金,用于推进技术研发、品牌打造与基础设施完善。实现产业发展体制机制的创新,采用“政府引导+企业主导+农户参与”的发展方式,规划合理的利益分配格局,保证各方的收益落实,把产业发展服务体系完善好,增进农业技术培训,提高枣农及从业者的素养;构建产业风险

预警体系,应对自然降临的灾害和市场形势波动风险,为灵武长枣产业高质量发展营造有利局面。

结论

本研究针对灵武长枣产业进行了多维度分析,打造出“理论支撑—经验借鉴—问题诊断—路径设计”的完整研究架构,若想突破产业发展瓶颈,需依靠科技创新带动种植技术革新,凭借建立种质资源库、推广智能灌溉及生物防治技术实现标准化生产;依靠对产业链的整合提升价值创造能力,促进加工环节往高附加值产品拓展,充实冷链物流体系;采用品牌战略扩大市场空间,结合地方文化塑造品牌模样,构建多种类销售通路;用政策机制创新为发展生态“提质”,采用专项扶持、利益联结及风险防控机制保障产业稳定发展,未来要进一步强化理论同实践的结合,推动研究成果于基层落地扎根,为西部特色农业的高质量发展给出示范样板。

参考文献

- [1]李光明.宁夏回族自治区灵武长枣纺锤形整形修剪技术应用研究[J].世界热带农业信息,2025,(05):131-134.
- [2]樊悦,宋丽华,曹兵,等.设施栽培环境下灵武长枣开花的生物学特性观察[J].农业科学研究(中英文),2025,46(01):91-96.
- [3]朱丽燕.宁夏灵武长枣产业发展的对策建议[J].时代经贸,2020,(28):36-37.
- [4]伍梅霞,唐文林,张宏霞.灵武长枣产业发展中存在的问题及转型升级的思路与对策[J].山西果树,2019,(04):30-32.
- [5]谢志强,夏湛河,杨勇.灵武长枣产业发展存在的问题及对策[J].现代农业科技,2019,(13):87+90.
- [6]马兴国,唐志涛,周丽红.灵武市灵武长枣产业发展与前景的几点思考[J].农业科学研究,2012,33(01):80-82.