

浅析烟台市鲜食葡萄贮运保鲜现状与对策

陆书童 田润东 中国农业大学烟台研究院 山东省烟台市 264670

摘要：鲜食葡萄因色泽鲜艳、鲜嫩多汁、酸甜可口、富含营养物质而广受人们喜爱。但是鲜食葡萄成熟采收期较为集中，含水量高，新陈代谢活动旺盛，采收后由于不当贮运等因素影响而发生腐烂变质。烟台市作为我国葡萄主要产区之一，鲜食葡萄产业发展迅速，销售方式以外销为主。但是受保鲜贮运条件的限制，在贮运保鲜过程中会造成高达 20% 以上的损失，严重制约着烟台市鲜食葡萄产业的发展。

关键词：鲜食葡萄；贮运保鲜；现状与对策

1 烟台市鲜食葡萄生产概况

烟台市属暖温带大陆性季风气候，四季分明，年平均日照时数 2656.2h，年平均降水量 627.6mm，土质多为沙壤土及丘陵砾石壤土，具有良好的通透性。环境条件适宜葡萄的生长和糖分积累，也是我国葡萄和葡萄酒的主要生产地区之一。近年来，烟台市鲜食葡萄栽培面积及产量均呈逐年增长趋势。2019 年烟台市葡萄栽培面积 30 万亩，产量达 43 万吨。烟台市鲜食葡萄品种主要有龙眼、巨峰、京亚、牛奶、秋黑、康太、里扎马特、夕阳红、玫瑰香、紫珍香、香悦、巨玫瑰、红提等。

2 烟台市鲜食葡萄贮运保鲜主要方式及问题

2.1 冷库贮藏保鲜

冷库贮藏是目前烟台市鲜食葡萄贮藏的最主要方式。据不完全统计，截至 2019 年，烟台市冷库存储吨位约 3.6 万吨。冷库贮藏是利用机械制冷设备调节冷库内温度稳定至 $-1\sim 0^{\circ}\text{C}$ ，从而降低葡萄果实与果穗的呼吸代谢、真菌侵染率和穗梗果粒腐

烂率，达到延长葡萄贮藏期的目的。库内的相对湿度应保持在 90% 左右。当相对湿度低时，容易造成果粒失水皱缩，干梗脱粒，品质降低。而湿度太高，又容易导致真菌病害侵染，从而引起腐烂。

冷库贮藏的优点是操作方便，能较快地提供适宜葡萄贮藏所需的环境。但贮藏期间要注意冷害和冻害的发生，且烟台市多为小型冷库，存储容积不足，管理较为粗放，建造年限较长，冷藏设备严重老化，无法高精度地控制贮藏所需的温湿度环境，一般只作为基本措施进行贮藏。目前烟台市多以冷库贮藏结合塑料保鲜膜包装及施用 SO_2 保鲜剂等手段来达到较好的贮藏效果。

2.2 化学方法贮藏保鲜

化学贮藏保鲜技术是通过喷涂化学药剂和加入保鲜材料，延长葡萄的贮藏时间。传统的化学贮藏方法主要是采用 SO_2 保鲜剂，虽然 SO_2 可以降低呼吸强度且对葡萄真菌病害有较强的抑制作用，但是此方法存在漂白伤害问题，降低了鲜食葡萄品质，影响安全食用。因此， SO_2 保鲜剂法正被其他化学保鲜剂所取代。



2.3 气调贮藏保鲜

气调贮藏是通过调节贮藏环境中二氧化碳、氧气及乙烯等各类气体成分的比例,从而延长鲜食葡萄贮藏期限。相较于SO₂保鲜剂,气调贮藏通过适当的降低氧气浓度提高二氧化碳的浓度,也可以有效地抑制呼吸作用强度,保持贮藏期间的营养成分,保证了果实食用的安全性。据不完全统计,截至2019年,烟台市共有气调库51个,气调库容量1.8万吨左右。

气调贮藏从技术上通常分为自发气调贮藏和机械气调库贮藏两类,机械气调库贮藏存在成本较高、操作复杂等问题,在烟台地区暂未大规模使用。自发气调贮藏由于成本较低、操作简单,较为广泛应用于烟台市鲜食葡萄采收后处理贮藏保鲜中。自发气调贮藏通过对包装袋内气体成分的控制达到气调效果,在使用过程中经常配合化学保鲜剂使用达到保质保鲜的效果。

2.4 短途简易保冷运输模式

短途简易保冷运输模式是当前烟台市鲜食葡萄最主要的运输模式。其特点是鲜食葡萄在采收后立即通过汽车等运输工具运输到市场,主要采取在运输工具内加入冰块后盖上棉被等手段提供低温度环境。短途简易保冷运输模式的优势在于能够便捷的运输鲜食葡萄,对运输车辆设备要求比较低,成本低廉,在一定程度上延长保鲜时间。但其本身存在运输距离短、无法保证产品品质等问题。随着烟台市鲜食葡萄产业的不断发展及消费水平的提高,短途简易保温物流早已无法满足市场需要。

2.5 长途冷链流通模式

长途冷链流通模式是在采收、分级、贮藏、运输、分销、零售直到进入消费者手中,全程都保持在较低温的环境下进行,从而保证鲜食葡萄品质、减少损耗的流通模式。近年来烟台市冷链流通迅速发展,可实现远销新加坡、日本等地。烟台市现有的冷链物流企业共计50余家,但是还存在着冷链设施缺失、缺乏冷链技术型人才、技术落后、能耗成本居高不下等问题。

3 烟台市鲜食葡萄贮运保鲜发展对策

3.1 保证鲜食葡萄质量

鲜食葡萄的质量决定了贮运保鲜效果。目前烟台地区的葡

萄密度普遍高于世界平均水平,不利于葡萄正常生长,易引发病虫害。在运输采摘前,应注重整形与修剪,及时进行套袋处理,合理施用化肥,提升葡萄的品质等。通过一系列采前处理,可以显著提高葡萄耐贮藏性,有利于减小因其他变量引起的葡萄品质下降的问题,从而延长贮运时间。

3.2 进行规模化生产

烟台葡萄产量及销量呈逐年增加趋势,葡萄种植业发展较快。但是目前大多数的葡萄种植园总体实力不强,呈现出规模小、产能低的特点,在葡萄采摘高峰期,若人力资源不足,会造成大批葡萄积压,错过最佳采摘期,严重影响收益。因此,烟台政府应当与葡萄种植户进行协商、规划,推广大规模高品质种植,解决个体小户规划不足、生产效率低的问题。实现资源优化配置,推动鲜食葡萄的规模化发展。

3.3 形成标准化体系

目前,鲜食葡萄产业缺乏系统的冷链物流链以及相适应的专业管理体系。机械采摘虽降低了采摘成本,但是由于技术问题,会导致不同程度的损失。且成熟程度不一,不同时期葡萄的特性不同,所以采摘最佳时机不同。为了提高采摘效率和减少损失,应结合鲜食葡萄的生理变化特点,进行科学的分级,为冷链物流的贮运技术提供数据参考。

3.4 完善鲜食葡萄产业冷链物流配套设施

目前烟台市鲜食葡萄贮运保鲜主要方式能耗大、控制精度低、成本高,应用难以保证葡萄品质。应当通过研究鲜食葡萄贮运保鲜条件以及贮运过程中品质的变化,研发推广适合鲜食葡萄贮运的设备以及配套设施,从而实现精准调控贮运环境。

4 结语

烟台市作为我国葡萄主要产区之一,鲜食葡萄产业发展迅速,销售方式以外销为主。但是受保鲜贮运条件的限制,在贮运保鲜过程中会造成高达20%以上的损失。通过一系列采前处理、规模化生产、标准化体系建设、完善冷链物流配套设施,促进烟台市鲜食葡萄产业健康发展。■



(上接 115 页)

品质之上，是品相。品相是消费者接触白酒品牌的第一关，也是尤为重要的一关。品相的雕琢，就需要挖掘和深析白酒品牌的文化特点，将传统与现代的审美完美融合，为消费者提供具有审美愉悦感的产品。

3.2 讲好故事，强化培育

一句广告语打天下的时代已经一去不复返，当下的媒体形式越来越多，消费者每一天要面对的信息相较过去已是海量。对于白酒企业来说，如果还是停留在运用晦涩的专家语言去描述自己的产品，就一定会被消费者所排斥。

白酒是社交属性的精神嗜好品，白酒的消费培育是在饮用场景之中，做好意见领袖的培育工作。在上述场景之中，故事是最有穿透力的，也是最容易被记忆和广泛传播的。白酒品牌的高效建设就是要运用消费者易懂的方式，通过故事化、场景化的描述，来表达品牌自身的魅力。

一个白酒品牌最好有 3 个浓缩了品牌核心价值、拥有抑扬顿挫、起承转合的情节、切中消费者需求痛点的品牌故事，让故事成为消费培育和开辟市场的利器。

3.3 做好传播，高聚势能

企业讲究“势”，势即势能，就是在发展过程中凝聚的市场、商业、消费者等的信心。势能的形成需要通过品牌传播，持续不断地发声，成为白酒市场中占据流量 C 位的品牌。

如何做好传播？首先要坚持不断为品牌战略服务，这就需要在传播过程中，规划好前置性的投入和战略性的投入，不能只是围绕企业今天的一亩三分地去建设品牌，而是要为未来和更大的市场做准备。其次，要做整合营销传播。传播不只是做媒体或者其他点上的工作，而是要以 IP 类的公关活动为中心，匹配传统媒体和新媒体资源，运用各种交互性的传播方式，极力放大 IP 类活动的声量。最后是要坚持，坚持一个主色调，坚持几个品牌故事，坚持做 IP 活动，坚持不动摇，让品牌在持续的传播中，给消费者塑造清晰的认知和形象。

3.4 选好模式，差异竞争

没有正确的模式，只有合适的模式。营销模式的选择，是

一个需要考量白酒企业自身优劣势之后，结合自身优势和市场情况，进行选择或者二次创新的工作。模式的选择，核心关键是差异化竞争，就是要扬长避短，发挥企业自己的竞争力。譬如：以渠道价值为导向的掌控终端模式适合渠道执行能力极强的企业，以用户教育为导向的沉浸式体验模式适合擅长品牌搅动的企业。而模式选定之后，更需要围绕战略模式去强化模式下的各个动作细节，让模式落地才至关重要。

3.5 抓好管理，精细执行

无论品牌的建设，还是营销的运用，最后都是要人来执行的。归根到底，管理是每一个企业发展的源头。白酒市场是一个服务市场，白酒企业的营销工作本质上是服务工作，服务于经销商，服务于终端，服务于消费者。服务工作的好与坏，关键就在于精细化管理。

白酒企业要摒弃传统的风气和理念，在企业文化塑造、生态环境构建、考核激励清晰、流程机制简化等方面持续精进努力，像现代化企业看齐，才能够打造强大的执行能力，让服务到位，让模式落地，让企业发展，让品牌崛起。

4 结语

本文通过对白酒行业品牌建设和营销管理的现状进行分析，指出我国白酒企业在品牌建设和营销管理之中存在的问题，并提出了相应的解决对策。从品质、品相的雕琢，到品牌话语体系的创新，到聚焦整合营销传播，再到模式和管理，每个方面都是白酒企业健康发展的核心要素，缺一不可。面对越来越激烈的竞争，白酒企业的竞争力已经不再是单点突破，而是由点到面的系统化竞争力，拥有这种竞争力才能在当下取得优势，成为发展者和破局者。■

