

夏天的“顶流”水果非水蜜桃莫属，当晶莹剔透、香甜多汁的水蜜桃在唇齿间绽开时，不由得让人发出“夏天就是桃子味”的感叹。然而，连续强降雨导致水蜜桃落果损失怎么办？销路该怎样拓宽？卖相不佳的桃子只能扔掉吗？……这些问题让不少果农忧心忡忡。好在，水蜜桃种植保险、多元电商直播、水蜜桃深加工合作将努力解决这些难题，让水蜜桃的“甜蜜事业”越来越有声有色。

专属保险、多元直播、果汁深加工 “甜蜜事业” 越来越有声有色



政府推动 种植保险为果农“兜底”

今年6月至7月，受强对流天气影响，无锡地区先后遭遇了几次狂风暴雨，水蜜桃也因此受到了一定损失。面对灾害性天气，滨湖区农业农村局立即联系平安财险理赔小组，奔赴田间地头查勘定损。工作人员确定损失率，再结合保险金额、损失面积等确定赔偿金额。“我看到雨打落了桃子，立刻上报情况，第二天就有人来现场解决了。这是我第一次通过水蜜桃种植保险渠道报案，没想到定损这么快，以后不用再为天气原因干着急了！”夏溇村桃农臧荣卫感激道，这也是自去

年滨湖区提高政策性水蜜桃保险保额以来开出的理赔“第一单”。

为了帮助果农更好地规避风险，滨湖区以“为民办实事”为出发点和落脚点，将该险种政府补贴比例由原来的85%上调至100%，单位保额由2000元提高至3000元，优化后的农险政策也更受果农欢迎。

据了解，胡埭镇今年政策性水蜜桃保险共有908户参保果农将获得赔付，占参保人员的90%，受灾果农将分别获得数千至上万元不等的赔付款。

直播带动 多元活动送“甜蜜”

保障到位了，如何拓宽销售渠道也是果农头疼的难题。近年来，桃农、合作社和政府部门纷纷借力“互联网+”模式，开展形式多样、内容丰富多元的农产品溯源直播以及爱心助农直播活动，拓宽销售渠道、推动品牌建设、助力桃农增收。

作为阳山水蜜桃直播界的佼佼者，“蜜桃匠”经过10年发展，已从一个年销售60万元的农场成长为年销售达2500万元的合作社，线上、线下头部商超供货渠道与电商直播齐头并进、多点开花，并利用电商和直播优势帮助百余家中小桃农托底销售3至5两小桃。其在某短视频平台的直播账号已拥有近10万粉丝，最高同时在线人数近1万人。

“蜜桃匠”主理人陆钰琳表示，要想做大做强，就得解决水蜜桃供货量少且有断档期、能否所有规格“大小通吃”、不好看的桃子怎么办这三个“痛点”。“一个果园里的桃子从3两到1斤的规格都有，怎么承托住所有规格的桃子，这件事我们用了3年才做到。其次，

微瑕疵、卖相不好的桃子损耗很大，也得想办法为果农销售出去。”为此，团队特别打造了一款叫“爱不完美的自己”的水蜜桃产品，引导粉丝接受不完美的桃子，在一次直播中，收获了仅30秒就卖出400单的傲人“战绩”。

桃农纷纷在直播赛道发力，政府部门也积极牵线搭桥。7月26日，一场由江阴市农业农村局主办、江阴市电子商务公共服务中心承办的“e路追寻 桃醉顾山”金顾山水蜜桃爱心助农专场直播在“最珍澄”小程序直播间开展。农技推广中心负责人与果园负责人在直播间通过看、闻、触、尝等多种方式全方位展现了金顾山水蜜桃的皮薄肉厚、甜蜜多汁，把“甜蜜”送到千家万户。

无锡市农业农村局相关负责人表示，将加速农产品与电商、新媒体融合，挖掘和培育优秀的直播人才，不断拉动地区就业和电商消费，为行业注入新活力，推动水蜜桃及各类名优特产进一步走出无锡、走向全国。

科技驱动 让世界“喝上”阳山桃

从雨花露到白凤桃再到湖景桃，盼了300多个日夜才等来的“甜蜜期”却只有短短1个月时间，让吃货们直呼没吃够。如今，错过、没吃够也不用再等一年了——全国首款以阳山水蜜桃为原料生产的NFC(非浓缩还原汁)桃汁已于7月24日起在盒马鲜生全国同步上线。这款无任何添加的桃汁正是无锡市农业龙头企业江苏润宝食品有限公司历经四年时间研发而成的。

桃汁上线首周就交出了5000箱、6万瓶销量的亮眼“成绩单”，不少消费者给出的评价是“最大程度还原了阳山水蜜桃的口感，就像用吸管插在桃子里喝一样”。

“将水蜜桃加工成NFC果汁是从零开始摸索，因为此前没有一家企业做过，前后投入了近千万元的研发资

金。”该公司市场负责人沈家略说，阳山水蜜桃果形大、含糖量高、有机酸多、汁水充足、桃香味明显等优点，到了生产端全是缺点，需要一一攻克。

水蜜桃表皮轻薄易撕却给清洗和去皮带来很大麻烦，设备上稍有磕碰就容易烂，去皮也不像苹果之类的用设备一滚就好。如果采用常规水果加工工艺，经过高温杀菌后色泽会因氧化变深发棕，香气难保留，风味也会流失；榨汁难度大、微生物易超标、易产生黑点、易生虫、易产生核味、难以储存；此外，由于原料成熟不均匀，风味受环境变化影响大，不同批次原料差异可能很大，所以风味难以标准化……为此，润宝研发团队针对阳山水蜜桃进行设备、技术工艺的创新性改进与改造。比

如，为了降低对果核的破坏，减少果肉带出和微生物风险，首创双道软去核技术；清洗系统也专门针对水蜜桃设计改进，在不造成机械伤的前提下，降低表皮温度、去虫、去毛、臭氧杀菌，达到多道深度清洗；为解决黑点、核味残留、果纤维的问题，对过滤系统也进行了改进，经过5道过滤从浆到油汁、油汁再到清汁；参考酒类混配工艺，用动态保鲜混配工艺将桃浆和清汁按比例微调混合，这样就能做到每批次风味统一。值得一提的是，通过全程保鲜、实时监控、动态调整维护品质，延长原料供应期，确保水蜜桃从摘下开始到整个加工全过程最后到消费者手中都是保持在低温状态下，尽最大努力呈现阳山水蜜桃的美好风味。

既然研发如此困难，为什么还要生产这款产品呢？沈家略表示，在前期调研中发现，阳山水蜜桃种植浪费大、利用率低，符合标准的、可作为商品桃的种植平均比例仅为28%，即使是种植技术很高的桃农，商品桃比例也不超过50%。特别是外观略有瑕疵的次级桃数量巨大，却没有产品化途径，造成大量浪费。“作为本土农业龙头企业，我们有责任通过深加工来提高阳山水蜜桃的附加值和种植利用率，为滞销桃提供再利用方式、为次果提供产品化途径，从而降低损耗，实现桃农经济增收，助力完善阳山品牌建设。”沈家略说，该项目因此还获得了江苏省农村创新创业项目创意大赛优胜奖、无锡市农业创新大赛一等奖。据悉，今年公司预计将完成水蜜桃采购1000吨，帮助阳山桃农实现增收至少600万元。“我们也希望通过加大水蜜桃深加工力度，做活做强‘小桃子，大产业’，解决现存的一些阻碍水蜜桃产业发展的问题，让世界‘喝到’阳山水蜜桃。”

(晚报记者 潘凡/文、摄部分图片由受访者提供)



水蜜桃NFC果汁上市。