



飞上太空，坐拥145亿元品牌价值的烟台苹果有了一个新头衔——太空苹果。而当烟台姑娘王亚平与家乡的代表性水果在太空相遇，则让这个场面显出了一种温情。王亚平用她“飘逸”的吃法，为家乡苹果“代言”，自然赋予了烟台苹果更多的流量。

解码“飞”上太空的烟台苹果

“神女”在空间站品味家乡味道，果业第一品牌开启全新赛道

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张琪 梁莹莹 秦雪丽

被全网围观的苹果

烟台苹果上了太空，烟台籍航天员王亚平吃到了家乡特产，这一场面获得全网围观。

在王亚平的家乡，苹果已经结束了又一个收获季。眼下，这份烟台特产正源源不断地通过各种物流渠道登上全国各地餐桌，满足人们的消费需求。

位于烟台栖霞的齐鲁泉源供应链有限公司，自收获季后接到了大批订单，这是一家十分具有代表性的果品企业，脆甜多汁的烟台苹果从这里发出，走进了千家万户。

齐鲁泉源供应链有限公司副总经理孙涛确认，搭乘神舟十三号载人飞船飞向太空的苹果，正是来自他们公司的栖霞豹山口基地。孙涛认为，烟台苹果之所以能飞上太空，得益于自身悠久的栽种历史、优良的品质，还有享誉海内外的百年品牌支撑。

“太空苹果大小控制在70—75规格（苹果直径70—75毫米），主要是担心太大了一次吃不完，苹果只是航天员的一种营养补给，小规格的方便食用和存放。”孙涛介绍，公司基地总计供应30多箱“太空苹果”，合计300多斤，每个苹果的糖度都在16度—17度，色泽鲜艳，果型端正，可谓“百里挑一”。

孙涛介绍，作为烟台苹果主产区，栖霞豹山口基地可谓“明星”基地，这里气候好，土壤里有丰富的微量元素，苹果都是半山腰向阳坡种植的，脆甜可口、营养丰富。孙涛说，基地苹果被选为“太空苹果”，是对烟台苹果品质的认可和肯定，也提振了企业信心。

近些年来，烟台苹果屡有高光时刻。

烟台苹果先后叩开过北京奥运会、上海世博会、G20峰会、青岛上合峰会等重大活动和会议的大门，它代表中国苹果，将最好的品质呈现给世界。

2016年9月4日—5日，二十国集团(G20)领导人杭州峰会举行。会前，经过层层筛选，烟台两家专业合作社生产的烟台苹果从众多竞争者中脱颖而出，成为峰会苹果食材仅有的两家供应商，“烟台味道”又一次获得世界认可。

“烟台苹果上太空，意义重大，我们既兴奋又骄傲。”烟台市苹果协会会长姜中武说，烟台苹果哺育了一代又一代烟台人，烟台姑娘王亚平在太空吃上家乡苹果，作为老乡，他们感到非常高兴。航天员给烟台苹果代言，说明烟台苹果的品质杠杠的。

品牌价值大增的苹果

11月6日，烟台市蓬莱区刘家沟镇常青园一棵百年果树，摘下了今年第一个苹果。据考证，这棵古树是1890年前后栽培的，原品种为大国光。40年前，新枝嫁接上了“红富士”，到现在约有130年树龄，这是目前中国栽培树龄最长的苹果树。

烟台是中国苹果栽培最早的地方，1871年美国传教士倪维斯将西洋苹果引进烟台，在烟台毓璜顶建起了“广兴果园”。

1899年，福山绍瑞口村果农唐殿功，看到“广兴果园”的苹果，便想方设法引种。他将这些枝条嫁接在自家的秋子海棠等苗木上，“青红香蕉”这个名字就此诞生，也成了几代烟台人儿时记忆中的味道。

150余年的现代苹果栽培史，造就了“烟台苹果”这个响当当的龙头品牌，截至2020年，品牌价值已超145亿元，连续12年蝉联中国果业第一品牌。

一组组数据凝聚成一块金字招牌，展示了烟台苹果的雄厚家底。

2020年，烟台苹果种植总面积280万亩，总产量606万吨，占全省苹果面积和产量的72%和63%，占全国苹果种植总面积和总产量的9%和14%。目前，烟台全市大约有81万户、172.5万人从事苹果种植，果农及相关产业收益颇丰。

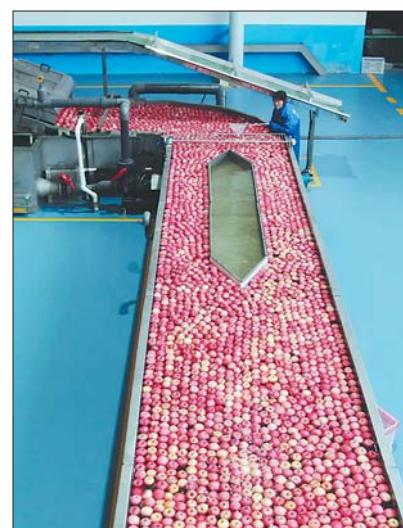
“富士”，是烟台苹果的“顶梁柱”，而



“咱也买几个烟台苹果吃，实现与宇航员的天地同步。”烟台苹果登上太空的消息一出，烟台人既兴奋又骄傲。冲向太空，破圈出阵，烟台苹果的高品质有了强力背书。高品质的背后，蕴藏了烟台苹果的不凡发展之路。去老求新，放大品牌价值，开启全新赛道，是当下苹果产业发展的写照。



王亚平在太空吃到了家乡苹果。视频截图



登上太空的烟台苹果来自齐鲁泉源供应链有限公司。

王亚平在太空吃的苹果名叫“富士王”，属于烟台苹果的早熟品种。

烟台红富士种植面积232.2万亩，产量501.06万吨，分别占全市苹果总面积和总产量的82.9%和82.6%，占绝对的优势地位。98%以上的新发展果园是优系富士品种，如烟富3号、烟富8号、烟富10号、2001富士、美乐富士、元富红、响富、众成1号、众成3号、紫弘、瑞香红、首富系列等。

借助得天独厚的气候优势和地域特征，烟台赢得了“中国苹果看山东，山东苹果看烟台”的行业口碑。飞上太空，是中国果业第一品牌多年来的积淀和厚积薄发。

“随着烟台苹果飞上太空，可以预见的是，品牌价值肯定会大增。”姜中武说，烟台

烟台苹果品牌价值超145亿元，连续12年蝉联中国果业第一品牌。全市约有81万户、172.5万人从事苹果种植。

苹果作为响当当的中国果业第一品牌，不是徒有虚名的，这是几代人不懈努力的结果，相信以后“烟台苹果”品牌会更响亮。

与此同时，烟台把品牌建设作为烟台苹果提升市场竞争力的关键，聚力提升烟台苹果“中国果业第一品牌”价值。深挖“烟台苹果”品牌文化内涵，放大区域公用品牌价值和效用，成功举办两届“中国·山东国际苹果节”，获准筹建首批国家地理标志产品保护示范区。

“地理标志”是地域文化的“代言人”，是质量信誉的“集合体”，也是国际贸易的“硬通货”。如此一来，烟台苹果面向欧盟、俄罗斯等境外出口渠道将更加畅通，国际竞争力进一步增强，这对于农民增收、企业增效，全面振兴县域经济，构建“双循环”新发展格局都具有重要意义。

去老换新的苹果

作为中国果业第一品牌，烟台苹果一直引领产业发展。作为老品牌老产区，烟台也从未骄傲和停止前进的步伐。

苹果产业是烟台农业品牌支柱产业，发展水平在全省、全国长期保持领先地位。但面临的矛盾和问题也日益突出：外有其他苹果产区的你追我赶，内有“人老、树老、品种老”“用工高、消耗高、成本高”的“三老”“三高”等问题。

勇于面对问题，脚踏实地，进行产业升级，近年来，烟台掀起一轮火热的“苹果革命”，彰显果业担当。

今年苹果季，烟台市蓬莱区65岁的果农曲洪生作出一个“狠心”的决定，他伐掉自己5亩地里种了20多年的老果树，换种新品种。

曲洪生说，之前之所以没对老果园进行改造，一是不舍得，而且自己年龄大了，不想再折腾。另外一个原因是，改造成本大，新树要过三四年才能结果，这段时间是没有收入的。“现在即便不舍得也得伐，留着也没用了，优质果极少，卖不上价。”

与之形成鲜明对比的是，同村果农曲福生栽种的果树，好果子每斤卖到了6元。乐得合不拢嘴的曲福生说，他在四五年前对老果园进行了改造，栽种了苹果新品种——响富，“这种苹果果形好、上色快、表光也好”。

一叶知秋。果农的变化，折射出烟台苹果革命的一角。不比产量比质量，随着“苹果革命”号角吹响，实实在在的效益，倒逼了果农种植观念的转变。

在此背景下，2020年，烟台市委、市政府统筹考虑国际国内市场形势，提出了高质量发展规划，通过提高苹果生产质量，打造世界一流水平的苹果产业，再通过第三产业的流通，提高全产业链的发展效益，实现整个苹果产业的高质量发展。两年来，烟台市矢志不渝推动苹果产业高质量发展，支持苹果产业专项资金累计达到3.15亿元。

一组漂亮的数据，展现了苹果革命的

斐然成绩。

近两年，9个主产区市共改造老龄果园93.25万亩，建设提升现代示范果园297处、6.6万亩，连续两年超额完成改造计划。

放眼烟台，一大批理念新、模式新、技术新的现代化果园脱颖而出，近百万亩果园重新焕发生机，夯实了烟台苹果产业发展基础。

更加“智慧”的苹果

在苹果市场百花齐放的背景下，烟台苹果如何保持优势，坐稳果业的“头把交椅”？

那势必要蹚出一条高质量发展的创新之路。不比面积比科技，不比产量比质量，紧跟市场多元化需求，加大创新步伐，延长产业链条，增加苹果附加值，进一步增强品牌价值。

孙涛开玩笑说，如果基地没有早熟品种，就可能与“太空苹果”失之交臂。神舟十三号载人飞船发射时，烟台苹果大部分都还没有成熟，而“太空苹果”是红富士系列中的早熟品种“富士王”。

“这也说明了品种多元化的重要性。”孙涛说，在消费升级的大环境下，消费者的需求也更加多元化和复杂化，这对苹果品质和品种都提高了要求，早中晚、红黄绿都得有才行。

烟台果业要加快转型升级，更离不开人才科技的助力。在烟台高新区蓝海路，一栋标有“中国苹果谷”的大楼格外显眼，这是山东苹果·果业产业技术研究院，也是烟台苹果的“智囊团”。

研究院内专家如云，从苗木育种、栽培、机械、用药、品牌建设等多方面，给予苹果产业智力支持。

在科技创新成果的推动下，烟台苹果全产业链迎来新一轮变革。

“苹果科技创新中心”已搜集新疆野苹果等国内外特色珍稀种质资源171份，定植黄绿色苹果新品系35份，开展6个苹果、4个梨品种的脱毒快繁工作。“苹果大数据中心”完成全市97万农户、4万多家经营主体的数据采集工作。

实现苹果产业的高质量发展绝非一蹴而就，国家苹果工程技术研究中心工程产业部主任杨杰在接受采访时曾表示，烟台苹果在产业集群、物流、品牌、产业链加工制造等方面，都具有不可比拟的优势，苹果产业的发展是个大民生问题，需要各个方面、各个行业齐心聚力才行，烟台苹果还有很大的发展空间，未来大有可为。



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:于梅君 美编:马秀霞 组版:洛菁