

“红美人”能否成为海岛果农的致富果

海客谈 | 小小

定海隐心红美人基地有将近50亩“红美人”柑橘，今年总产量预计在2.5万~4万公斤，比去年增加不少；定海永乐家庭农场的20多亩“红美人”从月初就开始采摘，今年产量预计有4万多公斤……记者了解到，今年本地“红美人”提前近半个月开采，且产量喜人，价格也有所下降(据《舟山日报》11月16日报道)。价廉物美的“红美人”大量上市，自然可饱市民的口福，但愿同时也能鼓了果农的腰包。

来自市场的馈赠

得益于本地“红美人”的逐年增多，这种“高档柑橘”也变得越来越亲民。几年前，舟山市面上的“红美人”都来自外地，想尝这口又甜又爽的好味道价格可不便宜。即使有了本地产的“红美人”，价格也曾居高不下，每500克批发价都在30元以上，真可谓一分钱一分货。而随着本地种植量的增加，“红美人”逐渐低下了高贵的头颅。目前，本地“红美人”大果的批发价每500克一般在15元~20元，相比

种得好不如种得巧

最早种植“红美人”的那些果农，想必早已赚得盆满钵满。而眼下，哪怕种得再好，恐怕也种不出当年的利润了。没办法，水果的价格不只是取决于品质，更是受稀缺程度影响的。一些舶来水果价格高得吓人，真入了口感觉并不咋地，只能权当为稀罕买单了。可见，种得好不如种得巧，果农还真的不能光知道埋头种树，更重要的是看市场、灵信息。当然，这很大程度上有赖于有关部门的信息服务和技术指导。

每逢本地水果上市季节，总有一些果农遭遇“卖难”。媒体帮忙吆喝，各方施以援手，看似能帮忙销售一些，但终究卖不出好价格，果农想致富就显得难上加难。想当年此类水果一定也是深受市场欢迎的，否则谁会跟风种植呢？此一时彼一时，应该有不少经验教训值得总结。

对种植业影响最大的，莫过于市场形态的变化。从前交通不便、物流不畅，而水果的保质期又短，一般不适合长途贩运。正因大家都吃当地水果，也导致了果农啥都要种一点，这样才能满足市场需求。但眼下外地水果进入岛城，一些原本不错的

“好果子”需要“走出去”

一方水土养一方“果”，这是由气候、土壤等多种因素综合决定的。一些地方固然可以种植多种水果，但并非所有品种都具有竞争优势，最终有一两种闻名于世已属不易。舟山得天独厚的海洋性气候孕育了不少名优特产，但要面向更大市场，仍需进一步调整种植结构，专攻优势比较明显、市场前景广阔的精品。“红美人”能否成为海岛果农的致富果？大有探究必要。

从近年来的种植效果来看，“红美人”不仅能服舟山的水土，品质也显得越

来越稳定。眼下的价格之所以从最高位“跳水”，是因为本地市场的局限性造成的。“红美人”在舟山以及周边地区的产量虽然逐年增加，但只要能够“稀释”到全国乃至全球市场，依然有望保持稀缺性。果能如此，也就不愁卖不出好价钱。

“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳。”套用一句耳熟能详的广告词：并非所有柑橘都叫“红美人”。口味甘甜、营养丰富的“红美人”早已拥有美誉度，采摘旺季一般在11月中下旬，销售期可持续到次年1月，很适合保鲜运输，完全有条件“出远门”。既然如此，就该大胆尝试开辟外地市场，通过线上线下齐发力，积极推动“红美人”参与国内国际双循环。

思路变了，格局就得随之改变。“红美人”要实施“走出去”战略，显然不能靠一家一户小打小闹，而必须抱团取暖，形成“合作社+农户”之类的联合体，这样才能实现规模化种植、品牌化营销，以足够的体量进入大市场。政府有关部门应以“看得见的手”牵好头、搭好桥，促进海岛种植业走联合发展之路。在为种植户提供信息、技术服务的同时，更要通过跨区域政府间合作，为包括“红美人”在内的海岛名优特产开辟外地市场创造有利条件。



卸下“包袱” 轻装上阵 竞绘/丁页 漫画

诚信社会是怎样炼成的

海客谈 | 月湖

十多年前，在舟山打工的云南人张某因琐事与工友发生冲突并致人轻伤，被法院判处有期徒刑9个月并赔偿对方各项费用共计8000余元。但这笔赔偿金一直未能执行到位，直至最近张某因受不了“失信黑名单”的影响，主动还清了这笔赖了10年的陈年旧账(据《舟山日报》11月6日报道)。诚信社会是怎样炼成的？从一名失信人的改邪归正中看出端倪。

8000余元赔偿款10年不还，显然已不是“欠”而是“赖”了。现在张某为什么愿意连本带利主动还了？显然不是道德回归或良心发现，而是走投无路、被逼无奈。因为被列入“失信黑名单”，高消费场所无法涉足，飞机高铁不能享受，最近向银行申请一笔贷款又遭拒绝，这日子真的过不下去了。由此可见，有效的法治才能守住道德底线，才能维护社会诚信。

道德高尚的人自然不会做老赖，也不会知法犯法。只不过，一个社会的诚信程度并不是那些道德模范决定的，而

恰恰要看有多少人在做老赖。因此，在普遍加强诚信教育、提高道德水准的同时，更要依法惩治失信行为，让各种各样的老赖得不偿失、走投无路。只有这样，诚信才能习惯成自然，最终使诚实守信蔚然成风。

意大利刑法学家贝卡利亚早就说过，刑法的有效性不在于它的严厉程度，而在于它的及时性与必定性。也就是说，法律的权威性和公信力来自于不折不扣的执行到位。张某之所以能将8000余元赔偿款欠10年，不是因为法律有盲区，而是因为执行难到位。“要钱没有要命有一条”“光脚的不怕穿鞋的”，让一些躺平、摆烂的老赖无所顾忌，而法律常常在轻不得又重不得的无奈中陷入尴尬境地。

令人欣慰的是，最近几年法律对失信行为的追究力度不断加强，“围剿”老赖的社会合力也日渐形成，这不仅维护了法律的尊严，还抬高了整个社会的道德水准。诸如张某之类虽然很难说是发自内心的回头是岸，但能在法律威慑、社会惩戒之下不敢、不能继续“赖”下去，未尝不是一种进步。守

法底线升高了，诚信社会自然也就水涨船高。

对于每一起个案，人们尽可以谴责失信人的失德失信。然而，当失信成为一种现象时，则更应从社会治理上找问题、想对策。就比如，店家“卷”走消费者预付款后“人间蒸发”的事时有发生，对此仅仅谴责不良商家，或者提醒消费者擦亮眼睛，这都不是治本之策。互联网已为执法部门全域监管创造了条件，假如能将失信经营者列入“黑名单”严厉追究，谁还敢“打一枪换一个地方”？在推进文明创建的同时，持之以恒地完善监管网络、加强法治力度，炼成诚信社会并非难事。

本版署名文章不代表本报立场
每个人都应有话筒，欢迎争鸣

更要飞出低成本

点滴录 | 肖尚

11月6日下午，一架运载无人机从小干岛国际海事服务产业园腾空而起，将食品、海鲜及药品等邮政快件顺利运送至桃花岛。这是我市首次试飞至桃花岛无人机快递配送(据《舟山日报》11月7日报道)。从这次试飞看，无人机快递配送要比传统船舶运输减少60%时间，这显然有利于“急件”投送。但对于日常快递来说，恐怕更要飞出低成本。

我市发展低空经济利好不断。最近，舟山低空产业发展有限公司提交的无人机飞行空域使用申请获得有关方面批复，3个空域、14个野外起降点、8条岛际物流组合航线(实际可使用线路40余条)等空域航线获准使用(据《舟山日报》10月31日报道)，这无疑为低空经济打开了新赛道。

在此之前，无人机已广泛应用于城市管理、电力巡检、飞播造林、环境检测、物流运输等各个领域。不同航线的试飞也在刷新纪录，近的如将岱山长涂养殖场的黄鱼

直送高亭的酒店，远的如从定海将海鲜礼包运至上海金山。从这个角度说，这次隔空送快递的成功并无太大悬念，关键还看飞得是否经济实惠，这才是决定普通快递能否常态飞递的关键。

低空飞行要成就低空经济，就得飞出低成本。对于岛屿众多、海域辽阔的舟山来说，发展低空经济意义重大且刻不容缓。而从眼下的试飞情况看，完全可以做到安全、快速、准确，更需要考虑的应该是成本控制。投送救命药品、高档海鲜之类当然可以忽略成本，但日常快递恰恰需要计较成本。否则，我市多方努力促成的“客货邮”快递进岛，岂不可以被无人机机松替代？

但问题并非如此简单，快递费一旦因此上涨，“快递贵”又将成为新的民生问题。因此，无人机不但要越飞越稳、越飞越快，还得越飞越便宜，这就需要在新增生产力赋能下不断提升综合性能。海洋城市是低空经济的理想试飞场，定能不断飞出更高技术、更低成本。

“海上直播间”有望成为渔业发展新蓝海

点滴录 | 陈斌

在波涛起伏的嵎山渔场，一艘作业渔船上呈现出一幅别样的热闹景象。淘宝“嵎泗搞鱼俱乐部”直播间如同传送门，将活蹦乱跳的鲣鱼、银光闪闪的带鱼、巴掌大的竹节虾等透骨新鲜的海味呈现在广大观众眼前(据《舟山日报》11月15日报道)。这一创新的直播形式，不仅为观众带来了新奇的体验，更奏响了嵎泗县黄龙乡渔业发展的新乐章。

将惠渔直播间搬到渔船上是一种创新的举措。黄龙乡作为渔业大乡，有着丰富的渔业资源。在过去，这些优质的海货受限于传统的销售渠道和宣传方式，只能在有限的范围内流通；如今，通过网络直播，打破了地域的限制，黄龙乡的鱼货走向了更广阔的市场。无论是身处内陆渴望品尝海鲜的食客，还是对海鲜品质有要求的消费者，都有机会通过这个直播间了解并购买到黄龙乡的特色海鲜。这无疑为当地渔业经济注入了新的活力，拓展了销售渠道，增加了渔民收入。

从品牌建设层面看，直播活动是打

响黄龙海鲜品牌的有力举措。在市场竞争日益激烈的今天，品牌的力量不容小觑。过去，黄龙乡的海鲜可能只在周边地区小有名气，但缺乏一个在全国乃至国际范围内叫得响的品牌。通过线上推广活动，在直播中展示鱼货从捕捞到分拣的全过程，让消费者亲眼看到海鲜的新鲜度和品质，也感受到渔民们的辛勤劳作和对大海的敬畏之情。消费者购买的不仅仅是海鲜，更是一种对品质和新鲜度的认可。这种品牌意识的塑造，将为黄龙乡渔业发展提供有力支撑。

海上直播还需要多平台推送。在主流社交平台同时创建“海上直播间”，即时发布捕捞现场画面，展示即将在直播间出现的鲣鱼、带鱼、竹节虾等海鲜在大海中的生存环境和被捕捞时的鲜活场景，引发消费者兴趣。

黄龙乡海上惠渔直播间是渔业发展与现代科技结合的一次成功尝试，在拓展渔业经济、建设渔业品牌和传播海洋文化等方面都有着积极的意义。希望此类创新模式能够得到进一步推广和完善，让更多的渔业乡镇从中受益，让大海的馈赠通过网络走向更广阔的市场。