

## 育良种、引良技,寻回小时候的味道

# “冠军”番茄“拼”出圈,走出火热“联农共富”路

孔珂依 文 树森 摄

“好卖是意料之中,但卖得这么好,真是大惊喜。”从事电商工作多年的曹辉不是第一次在线上卖农货,但不到3个月就把产品“打爆”了却着实是第一次。

这是一种个头比圣女果大,但又比普罗旺斯西红柿小的中型番茄——“嘉红100”,目前市面上并不多见。

前些年,曹辉与同事李斌去田间地头推广这一全新品种时,吃过不少村民的“闭门羹”。即使“嘉红100”接连在浙江省级比赛中获奖,是千里挑一的“冠军品种”,不少种植户依然心怀顾虑,好品种一定好卖吗?直至看到“嘉红100”在拼多多上供不应求,他们才算吃下了一颗“定心丸”。

“国内有很多蔬果新品种,但真正推广量产的新品种很少。”曹辉说,“我们不想让好品种‘沉睡’在抽屉里,而是要真正种到地里,卖到全国性的大市场上,造福消费者和种植户。”

### 智慧农场选育“冠军品种”

“嘉红100”最初是在5G温室里长大的。这座位于浙江乌镇国际互联农业博览园(简称“博览园”)的植物工厂里,温、光、水、气、肥……每个因子都被设置成了作物喜欢的“打开方式”。

先进的可变式补光灯装置会对照作物生长所需的最佳“光配方”来运作,温室“宿管”——全场景数据采集机器人忙前跑后,检测、收集各类环境数据,生长中的番茄“每天吃几顿、每顿吃多少”都被安排得明明白白。“技术人员会根据土壤的肥效数据调配水肥养料,再通过水肥自动一体化系统

实现精准的植保灌溉。”李斌介绍说,得益于物联网与5G技术的应用,这些日常种养操作、园区管理的跟进,只需通过一部手机就能完成。

这种不受限于自然条件的种植模式,不仅能让作物更好地表现品种特性,也大大提升了育种效率。

2018年,曹辉与李斌所在的浙江道济农业集团有限公司(下称“道济农业”)的创始人,在种了10年番茄的基础上,来到世界互联网大会的永久举办地乌镇,投建了这个博览园,次年又在园内落地了全国首个5G无人农场。



选育“嘉红100”的5G无人农场

除了常规的作物生产,农场更重要的工作是新品种的筛选与研发。据介绍,博览园内保存着3000多个茄果种质资源样本,园区4个占地1023亩的大型玻璃温室每年会试种公司自主研发或来自山东省农科院、浙江省农科院等科研院所的上百种番茄。

近些年,经过反复地筛选,个头不大不小、颜色正红、闻起来有橘子

的香味、咬下去番茄本味浓郁的新品种“嘉红100”脱颖而出。

此后,“嘉红100”作为种子选手被送往全国各个条件不同的种植基地,从连栋棚到棉被棚再到大田,广泛试种。可喜的是,“橘生淮南则为橘,生于淮北则为枳”的情况并没有出现。无论西北沙漠,还是江南水乡,这种番茄都能保持相近的口感和不错的产量。



博览园内的茄果种质资源样本墙

### 重新定义一颗好番茄

李斌们的努力是为了找回小时候的番茄味。

有业内人士指出,过去数十年,随着城市化进程的深入,为顺利出村进城,耐储运、高产量的番茄育种被更多地选择,番茄的风味在育种层面或多或少被牺牲了。

李斌们认为,当国内农产品营养和健康需求导向更加明显,风味番茄的赛道缺少代表性的品种。但是好吃的番茄容易裂,因此,影响品相、经济效益、安全性等的裂果率和抗病性

被他们看作是衡量“好番茄”的重要指标。此外,种植适应性也被他们列入考量指标,能在尽量多的区域实现高产的番茄,才具备更大的“联农共富”价值。

在“既要、又要、还要”的严苛要求下,李斌说,他们每年放弃的品种至少40-50个,“都被扼杀在科研与产业之间的鸿沟里”。不过,“嘉红100”的各项表现相当突出,在试吃时,广受各地的游学、考察乃至采摘团队的好评。

去年5月,“浙江农业之最”自2007年创建以来首次在省内举办“番茄王”擂台赛,“嘉红100”一举拿下可溶性固形物含量一等奖、综合品质一等奖和最佳人气奖3项奖项。今年,该品种又入选“2024年浙江十大优秀番茄新品种”。

摆在李斌们面前的只剩下一个问题:如何让优质品种在全国性的大市场中发挥示范引领作用、让科研成果在田间地头实现更大的价值。

### 市场转化的“试验田”

“这个番茄太好种了”,台州人老余种了40多年番茄,去年底试种“嘉红100”后,他感慨道,这个品种的抗病性比其它番茄强很多,节省了大量的种植精力。如今,老余的“嘉红100”种植面积已拓展到50亩。

老余是少数敢于吃螃蟹的人。在推广种植初期,被农户拒绝对李斌与曹辉来说是常事。事关生计,大多数农户是保守的。

为了打开销路、提升知名度,道济农业打造的番茄品牌“CWE番”于去年12月入驻拼多多,主销“嘉红100”番茄。此前,这些果子主要依托线下高端商场以及朋友圈口口相传进行销售,客户群狭窄。

“过去,我们更多面对的是浙江本地市场,而接入拼多多后,这个全

新品种才彻底掀起了‘红盖头’,直面全国消费者。”李斌说。

“嘉红100”的知名度不高,为助力科技成果加快向现实生产力转化,在了解该品种的优势和品质后,拼多多相关工作人员主动联系到曹辉,帮助店面优化了商品链接,从品牌打造的维度优化展示页面,并通过“百亿补贴”等平台资源的倾斜,迅速提升了“嘉红100”的曝光度。

受益于农产品零佣金的惠农政策以及平台对科研农产品的精准扶持,“嘉红100”在入驻拼多多2个多月的时间内便创下了销售佳绩。“我们起初担心卖不出去,想着半年之内达到日销500公斤就算‘达标’,出乎意料的是,在平台的帮扶下,我们精准找到了目标客群,2个月不到,链接

就突破了日销750公斤,直接奔着‘优秀’去了。”曹辉说。

消费者的反馈也令人欣喜,在商品评论区,不少留言显示“这是我吃过的最好吃的番茄”“番茄味很浓,像小时候自家种的”。

随着“嘉红100”销售火热,李斌正着手将种植基地从数百亩拓展到上千亩,在新疆、东北以及江浙沪更多的地区投建基地。同时,越来越多农民也加入了“嘉红100”的种植行列。据李斌介绍,“嘉红100”目前在全国的推广种植面积已有约1.5万亩,农户种植意愿高,“同个时间段,菜番茄的收购价一斤最多块把钱,而优质的小番茄也就两三块钱一斤”。

“在拼多多的成功,让我们对‘嘉红100’这个品种信心倍增。未来,



逐渐成熟的“嘉红100”

我们还计划做精深加工产品,比如番茄酱、番茄牛腩、番茄炒蛋、番茄饮品等,从初级农产品到精深加工农产品,围绕‘嘉红100’把整个链条做深做透。”曹辉说。