

西藏葡萄产业发展现状及对策建议

李艳锋¹, 张凯¹, 杨文渊², 赵李阳¹

(1. 西藏自治区农牧科学院蔬菜研究所, 西藏 拉萨 850032; 2. 四川省农业科学院园艺研究所, 四川 成都 610066)

摘要: 西藏葡萄产业已初步形成以鲜食与酿酒并重的产业格局, 在品牌建设、企业带动和农牧民增收方面取得阶段性成效。然而, 产业发展仍面临用地约束、基础设施薄弱、品牌影响力有限、市场渠道不畅、专业人才短缺和产业融合不足等多重挑战。针对上述问题, 建议从以下几方面系统推进: 一是强化政府引导与跨部门协同, 优化顶层设计与区域布局; 二是挖掘非耕地资源潜力, 拓展种植空间; 三是深化品牌内涵与文化叙事, 推动“葡萄+旅游”融合发展; 四是加快构建全产业链标准体系, 提升产品质量与安全水平; 五是加强区域公共品牌与企业品牌建设, 拓宽市场渠道; 六是完善农牧民培训与合作社运行机制, 提升经营主体能力; 七是通过“龙头企业+合作社+农户”模式增强产业组织化与带动效应。以期为推动西藏自治区葡萄产业高质量发展提供参考。

关键词: 葡萄产业; 持续发展; 对策建议; 西藏

中图分类号: S663.1

文献标识码: C

Development Status and Countermeasures of Grape Industry in Xizang

LI Yanfeng¹, ZHANG Kai¹, YANG Wenyuan², ZHAO Liyang¹

(1. Institute of Vegetable Research, Xizang Autonomous Region Academy of Agriculture and Animal Husbandry, Lhasa Xizang 850032, China; 2. Institute of Horticulture, Sichuan Academy of Agricultural Sciences, Chengdu Sichuan 610066, China)

Abstract: The grape industry in Xizang has initially formed a development pattern emphasizing both fresh consumption and winemaking, achieving phased results in brand building, enterprise-driven growth, and income increase for farmers and herders. However, the industry still confronts multiple challenges, such as land use constraints, inadequate infrastructure, limited brand influence, poor market access, a shortage of specialized talents, and insufficient industrial integration. To address these issues, the following systematic measures are proposed: first, strengthen government guidance and cross-departmental coordination, and optimize top-level design and regional layout; second, explore the potential of non-cultivated land resources to expand planting space; third, deepen brand connotation and cultural narration, and promote the integrated development of “grape+tourism”; fourth, accelerate the establishment of a comprehensive industrial chain standard system to improve product quality and safety levels; fifth, strengthen the construction of regional public brands and enterprise brands, and broaden market channels; sixth, improve farmer and herdsman training programs and cooperative operation mechanisms to enhance the capabilities of business entities; seventh, enhance industrial organization and driving effects through the “leading enterprises+cooperatives+farmers and herders” model. These measures are intended to provide a reference for promoting the high-quality development of the grape industry in the Xizang Autonomous Region.

Key words: grape industry; high-quality development; countermeasures and suggestions; Xizang

葡萄作为全球种植面积最大、产量最高的果树, 中国已成为世界最大的鲜食葡萄生产国和消费国^[1]。西藏高原因其独特的高海拔地理特征、

强烈的太阳紫外线辐射、多样化的微生态环境类型等环境条件塑造了当地葡萄的特异性状, 促使葡萄果实形成高饱和度的果皮色泽、薄而柔韧的

收稿日期: 2025-10-03

基金项目: 西藏特色果树设施栽培关键技术创新与示范项目(2024YFHZ0132); 昌都设施鲜食葡萄高产栽培技术研究与示范项目(CDKJ2024QY003)。

作者简介: 李艳锋(1981—), 男, 研究员, 主要从事果树育种与栽培研究, E-mail: lyf125566@163.com。

果皮结构、高含水量的多汁果肉及显著的甜味风味。这些品质优势使其在消费市场中表现出感官吸引力强、食用体验佳的特性,从而获得消费者较高的认可度。通过品牌溢价与需求扩张,西藏葡萄产业实现显著的经济效益,成为当地农牧民增收的新引擎,并逐步发展为推动西藏自治区乡村全面振兴的重要支撑产业^[2]。

1 发展现状

1.1 原料基地初步形成

西藏自治区现有葡萄种植面积约 1 388 hm²,主要集中在拉萨、昌都和山南三市。其中,拉萨市现有葡萄种植面积 58 hm²,建成葡萄种植基地 2 个;山南市的葡萄种植主要集中在桑日县,种植面积 600 hm²,建成葡萄种植基地 1 个;昌都市则以芒康县和左贡县为核心产区,辐射带动八宿、察雅两县,现有种植面积 730 hm²,共建成葡萄种植基地 13 个^[3]。

在种苗繁育方面,西藏自治区农牧科学院位于拉萨国家农业科技园区内的种苗繁育基地是全区唯一从事葡萄种苗培育的机构。该基地建于 2015 年,占地 448 m²,以繁育鲜食葡萄种苗为主,年繁育能力可达 1.5 万株。

目前,西藏酿酒葡萄种植品种以黑珍珠、赤霞珠、霞多丽、美乐、玛瑟兰和黑比诺为主;鲜食葡萄以红提、夏黑和茉莉香为主。西藏葡萄种植模式经历了从“点状试验示范”向“区域规模化推广”的渐进式发展路径。发展初期以小范围试验田为依托,通过技术验证与效益示范逐步辐射周边区域;后期在政策支持、产业链延伸及市场需求的推动下,种植范围从局部试点扩展为连片基地,形成了覆盖多生态区的标准化生产格局。

1.2 产业效益逐步显现

西藏自治区现有葡萄加工企业 11 家,主要集中在拉萨市、山南市和昌都市。其中,拉萨市曲水县拥有 2 家葡萄生产加工公司,分别为西藏华盛农业开发有限公司与曲水荣顺生物科技有限公司。西藏华盛农业开发有限公司已种植 1.5 万株野生黑葡萄;而曲水荣顺生物科技有限公司的葡萄园,于 2018 年被吉尼斯世界纪录认证为“世界海拔最高葡萄种植园”^[3],2021 年,该公司葡萄育苗销售约 800 万元,葡萄酒销售达 200 万元,委托加工葡萄酒产值 500 万元,葡萄采

摘收入近 40 万元。

山南市桑日县帕竹荣顺(净土)庄园有限公司,2022 年葡萄基地种植面积达 667 hm²。挂果后,预计可产出鲜食葡萄 133.33 hm²,每公顷产 6 000 kg 鲜食葡萄,按 60 元/kg 销售,产值将达到 4 800 万元;另有酿酒葡萄 400 hm²,每公顷产 5 250 kg 酿酒葡萄,年产葡萄酒约 105 支。该葡萄园总产值将达到 2.16 亿元。

昌都市目前已培育 8 家葡萄生产加工企业,推出“达美拥”“藏红甘露”“藏密 1865”等各类品牌葡萄酒,年产量约 600 t,预计年产值达 1.4 亿元。产业累计带动 1 621 户、9 403 名贫困群众增收,户均增收 1 万元^[3]。

全区通过“企业+合作社+农户”的利益联结机制,将分散的农牧民有效融入现代葡萄产业体系,使葡萄产业逐步成长为带动区域农牧民增收的核心特色产业载体。

1.3 品牌创建逐步形成

拉萨市曲水县的西藏华盛农业开发有限公司已取得绿色有机认证;同县的曲水荣顺生物科技有限公司所管理的葡萄园于 2018 年荣获吉尼斯世界纪录认证,被评为“世界海拔最高葡萄种植园”。2021 年,山南市桑日县超高海拔葡萄种植基地同样获得吉尼斯世界纪录认证,成为全球海拔最高的葡萄园。此外,山南市桑日县帕竹荣顺(净土)庄园有限公司已通过无公害农产品和绿色食品认证。

昌都市芒康县的“芒康葡萄”已获国家农产品地理标志登记,“盐井葡萄”也已注册地理标志证明商标。藏东珍宝酒业有限公司已有 5 个产品完成现场认证检查,并通过自治区级审核。目前,芒康县藏东珍宝酒业有限公司、芒康县藏香葡萄酒业有限责任公司、左贡县西鸽葡萄酒产业集团有限公司等企业已初具规模,并成功推出“达美拥”“藏红甘露”等特色品牌。

2 存在的问题

2.1 产业用地约束大

从全国国土空间规划的总体布局来看,中央明确了永久基本农田、生态保护红线和城镇开发边界“三条控制线”的划定与管控次序^[4]。在相关产业建设过程中,禁止占用永久基本农田,同时要求避让天然林、国家级公益林及自然保护区

等生态敏感区域。加之国家持续强化耕地保护,遏制耕地“非粮化”、防止“非农化”,严格执行耕地用途管制制度,产业项目面临用地难的现状^[3]。

2.2 基础设施薄弱

西藏自治区葡萄酒产业虽然有特色,但其基地建设进程较为缓慢,尚未形成规模化发展格局。该产业从培育到成熟周期较长,需要付出持续且加倍的努力,在政策扶持、资金投入与市场培育等方面予以长期支持。

目前,产业发展面临水源和交通制约。多数葡萄种植区域地形复杂,土地开垦与水利设施建设投入成本较高,导致葡萄种植基地建设水平较低。同时,葡萄园架材结构不够规范,农机与农艺结合率低,栽培技术规范性较差,这些都制约着产业向高效化、专业化方向发展。

2.3 品牌知名度不高

西藏葡萄产业在生产基础和品牌建设方面仍面临一定挑战。部分已建成的葡萄基础设施尚不完善,管护水平不高,缺少灌溉、除草、施肥等配套设施和机械设备,影响了生产效率和标准化程度。

目前,全区虽有11家相关企业,但在区内外家喻户晓、耳熟能详的品牌并不多,仅芒康县藏东珍宝酒业有限公司1家被评为自治区级龙头企业。企业整体规模偏小,加工能力有限,品牌知名度不高,市场竞争力不强,企业带动能力较弱。

2.4 销售渠道不畅

在葡萄集中上市时,由于保鲜期较短,外运成本高,加之全区具备相应加工能力的企业只有10家,销售压力较为突出。尽管芒康县依托入选第二批国家电子商务示范县的契机,成功注册了昌都市第一家原产地商品天猫官方旗舰店,并通过完善电子商务平台机制及在昌都、拉萨、成都、丽江等地设立实体经销店,初步推动了“产品上行、农资下行”的双向流通,但完整的葡萄销售体系尚未建立。

尤其在葡萄丰产季节,农户集中采摘导致供应量陡增,而公司收购标准较高,无法完全满足群众的销售需求。目前,葡萄销售仍面临渠道单一、产品形式简单、加工能力薄弱等问题,产业整体抗风险能力和市场适应性有待进一步提升。

2.5 人才支撑能力弱

当前,西藏葡萄产业发展面临人才结构性短

缺的制约。一方面,现有农牧技术人员数量有限,专业知识覆盖面较窄,尤其在葡萄产业方面的知识储备严重不足。另一方面,葡萄产业链中经营管理环节人才缺口突出,既缺乏掌握精深加工技术、具备现代管理能力的复合型人才,也缺乏熟悉市场运作、擅长品牌建设和渠道拓展的专业营销人才。

与此同时,新型职业农民培育力度不强,现有技术人才整体水平有限,无法为产业发展提供强有力的支撑。加之高精尖人才引进困难,专业技术力量薄弱,进一步制约了葡萄种植与加工业的高效发展。

2.6 产业融合发展缓慢

西藏葡萄种植业目前正处于从传统生产模式向现代化经营转型的关键阶段,产业化发展速度相对滞后。在生产端,仍以分散经营为主,技术投入不足,管理方式依赖传统经验,呈现较为粗放的发展特征。具体表现为经营规模偏小、生产效率偏低,多数产品仅经过简单初加工便进入市场,高附加值的精深加工及二次加工环节的转化率较低。

龙头企业在加工能力和产业带动方面仍显不足,农民专业合作社普遍存在起点低、管理不规范、规模有限、服务形式单一等问题,与农户之间的利益联结机制不够紧密。整体来看,农产品市场竞争力不足,附加值偏低,经济效益尚未充分释放。

目前,除芒康县藏东珍宝酒业有限公司形成了较为完整的“企业+基地+农户”产业链模式外,其余多数项目的产业化、组织化程度仍处于较低水平,产业整体升级和协调发展仍有较大提升空间。

3 对策建议

3.1 强化组织管理

进一步强化政府在产业发展中的牵头引导作用,完善管理体系和跨部门联动机制,统筹推进政策、人才、资金、技术等支撑体系的建设。聚焦葡萄产业开展系统性顶层设计,全面分析产业优势与短板,明确发展定位,优化区域布局,进一步细化产业发展的具体思路、目标任务和工作措施,科学确定产业方向,理顺产业发展思路,形成可持续的推进机制。

3.2 探索发展潜力

西藏自治区现有葡萄种植面积约1 388 hm²,主要集中在拉萨、昌都和山南三市^[3]。为缓解酿酒原材料供应不足的问题,昌都地区可在坡度25°左右的荒山坡地上适度发展葡萄种植,通过科学规划和合理利用,确保不破坏耕地耕作层、不改变原有耕地地类的前提下^[5],有序推进葡萄产业布局,提升原料自给能力。

3.3 挖掘产品内涵,讲好品牌故事

在推进西藏葡萄品牌建设的过程中,应积极支持企业围绕品牌故事展开系统策划,重点做优、做响、做强“三品一标”。鼓励深入挖掘与高原葡萄有关的历史沿革、传统技艺、传说典故、民风民俗等文化内涵,培育具有人文温度和地域特色的产品系列,打造“有故事、有乡愁”的产业形象。

结合318国道的战略区位优势,可系统设计“葡萄产业+生态旅游”的融合发展路径。积极发展庭院葡萄经济与盆栽葡萄观赏业态,将其塑造为乡村旅游的基础吸引力。同时,整合自然生态资源(如森林、湿地、田野)与文化遗产(如古迹、民俗),构建“基础—进阶—创新”三层旅游产品体系:基础层提供采摘、鲜食品鉴等服务;进阶层推出家酿工坊体验、葡萄文化博物馆参观等项目;创新层探索VR种植模拟、葡萄主题文创等数字化、跨界业态。通过“采摘—品鉴—文化—创意”全链条体验设计,形成具有市场号召力的乡村生态旅游路线,并借助品牌IP化运营推动产业可持续发展。

在宣传推广方面,应充分运用各类新闻媒体与信息网络,加强品牌曝光;争取在《源味中国》《舌尖上的中国》等知名节目中推出专题内容。同时,通过组织品牌推介、评优等活动,支持企业参加全国及地区性农产品博览会,持续提升西藏葡萄品牌的知名度和美誉度。

3.4 做好区域规划

1)在昌都地区,可充分利用317、318国道沿线区位优势,围绕“临城、临路、临园、临景”的布局思路,积极推进休闲农业与乡村旅游融合发展。重点开展葡萄园观光、鲜食葡萄采摘、葡萄酒酿造体验、葡萄酒品鉴、葡萄酒文化培训等业态,实现休闲农业与乡村旅游业的深度融合,促进农业增效与农民增收,推动农村剩余劳动力向

非农产业有序转移。

2)在品牌结构调整上,着力培育绿色食品、有机农产品、地标农产品和名特优新产品,引导品牌发展合理布局,突出雪域高原的葡萄在资源、品质和功能方面的独特优势。

3)在发展布局上,既突出重点,又推进各县区平衡发展,力求在保护现有资源的基础上,依据区域条件和市场需求科学规划基地分布,充分发挥各基地优势,提高不同区域的产业经济效益。

4)加强项目推进与申报管理,加快已安排项目的实施进度,对已列入国家现代农业产业园的项目实行动态监督。同时,积极申报农业产业强镇、优势特色产业基地等项目,为项目储备和产业持续发展提供支撑。

3.5 建立产业链标准体系,确保产品质量安全

1)加快构建覆盖葡萄全产业链的标准体系,制定并修订与葡萄相关的农业行业标准和地方标准,完善与种植、施肥、病虫害防治等关键环节的生产操作技术规程^[6],实现全过程标准化管理。

2)持续完善自治区、地市、县(区)三级农产品质量安全检测体系,加强农产品质量安全风险(例行)监测和监督,逐步提升农产品质量监测覆盖率。全面推进从种植、原料采购到销售的全过程质量管理。

3)逐步建立重要农产品进入批发市场、农贸市场和加工环节前的质量安全追溯机制,实现从种苗、田间管理、仓储物流到终端市场的全过程追溯。通过严格执行种植与加工标准,推动形成覆盖“从农田到餐桌”的质量安全保障体系。

3.6 加大区域公共品牌的建设力度

打造地域特色突出、产品特性鲜明的“地球第三极”区域公共品牌,积极推动品牌加入“地球第三极”官方平台。按照“地球第三极”品牌认定使用与管理办法,以“地球第三极”作为区域公用母品牌,加快构建“地球第三极母品牌+子品牌”的协同运营体系,培育一批具有鲜明地域特色和产品特质的“地球第三极”子品牌。

同步推进农业生产“三品一标”的申报工作,培育一批“乡字号”“土字号”的特色知名品牌,打造若干“小而美”的地方品牌。引导企业、新型经营主体增强品牌意识,重视商标注册与品牌建设,重点突出高原特色,着力打造有影响的企业品牌和产品品牌。

在品牌葡萄及葡萄酒的销售方面,促进加工企业与连锁经营企业、网络交易平台“联姻”,加强农超对接,畅通销售渠道,切实打通从产地到市场的“最后一公里”。

3.7 加强专业队伍建设

专业队伍是推动产业稳定与高质量发展的重要保障。为充分发挥区内外人才资源优势,可采取“请进来、送出去”模式,通过交流学习引进先进的示范经验与适用的技术模式,整合各类资源,加快构建政府主导、多元力量共同参与的高素质农牧民教育培训体系。重点培育兼具文化素养、技术能力、经营意识与管理水平的复合型农牧民群体,通过系统提升其基础文化素养、专业技术水平、市场经营思维和组织管理能力,最终打造一支符合现代农业发展需求的高素质农牧业从业队伍。

3.8 强化农民组织化程度

强化农牧民专业合作社的主体能力建设,通过完善内部治理结构与资源整合能力,重点构建“多元主体协同参与、多样化利益联结、科学化管理决策”三位一体的新型运行机制。鼓励农户、企业、技术服务机构等多方主体加入合作社,建立“按股分红+按劳分配+风险共担”相结合的利益分配模式,并形成“民主协商+专业评估+数据驱动”的科学决策流程。同步实施“标杆社培育工程”,通过政策扶持与能力赋能,打造一批运行规范、竞争力强的示范性合作社。

不断壮大农业产业化龙头企业,引导企业健全现代企业制度,打造知名企业品牌;支持龙头企业深度参与全产业链建设,增强其在乡村产业发展中的带动力。通过“龙头企业带动、专业合作社组织、农户参与并受益”的联动机制,实现家庭经营与多种形式适度规模经营的有机衔接,充分发挥小农户在乡村振兴中的积极作用。

合阳县南沟村和安塞区南沟村依托产业发展,实现脱贫攻坚与乡村振兴的有效衔接,“小葡萄”发展成为“大产业”,群众增收与集体经济壮大实现双赢,生动体现了“合作社+”模式在推动特色产业、带动群众致富方面的显著成效^[7]。

4 结论与展望

三都葡萄产业坚持以科技赋能为核心驱动力,贯穿品种改良、技术创新、产业组织优化、品

牌塑造与产业链延伸等关键环节,形成全链条协调发展路径,有效推动产业向标准化、集约化和市场化方向转型升级^[8]。兴安县葡萄产业在政策扶持、科技融合与龙头企业(含专业合作社)的带动下,实现了规模持续扩张与品质不断提升^[9]。

为实现西藏葡萄产业的可持续发展,需精准识别当前发展中存在的问题,并采取针对性措施。首先,明确种植标准,优化品种结构,合理规划区域布局,强化品牌建设,建立覆盖全产业链的标准体系。其次,加强专业队伍建设,着力培养高素质农牧民,建强农牧民专业合作社,推动产业规模化发展。最后,在政府的引导下,推动葡萄产业与旅游、文化的深度融合,突出地方特色,提升消费者体验与产品感知质量^[10]。同时,在政策的推广下,发展乡村产业,有效带动区域经济与农户增收,切实助力乡村振兴^[11]。

参考文献:

- [1] 刘柯含,张芮,高彦婷,等.中国葡萄产业现状分析及其发展对策[J].中国果树,2024(7):132-138.
- [2] 熊丽娟.走优势农业发展之路助推乡村振兴——以山东莱西葡萄产业为例[J].山东经济战略研究,2019(8):24-26.
- [3] 史祥宾,李艳锋,姜淑苓,等.西藏水果产业发展现状及优化对策研究[J].中国果树,2025(1):134-138.
- [4] 严一博,卢加华,段国辉,等.关于农村乱占耕地建房问题的探讨[J].地矿测绘,2022,38(1):56-59.
- [5] 朱君玉,谭春婵,孙伟杰,等.耕地恢复实施路径调查与思考——以广东省耕地恢复示范点为例[J].自然资源情报,2024(1):25-30.
- [6] 宣景宏,王海波,郭印山,等.辽宁省葡萄产业发展态势及对策[J].中国果树,2025(5):4-10.
- [7] 张宗勤,张华海,薛亚勤,等.“合作社+”模式助力葡萄产业高质量发展[J].中国果树,2025(1):107-112.
- [8] 潘洪涛,蒙祥周,常钦,等.三都葡萄产业现状及高质量发展对策[J].中外葡萄与葡萄酒,2025(4):1-5.
- [9] 贲黄文,韦远明,吴勋,等.兴安葡萄产业现状及高质量发展对策和建议[J].中外葡萄与葡萄酒,2024(4):1-5.
- [10] 张红梅,梁昌勇,徐健,等.特色旅游目的地形象对游客行为意愿的影响机制研究——以贺兰山东麓葡萄产业旅游为例[J].中国软科学,2016(8):50-61.
- [11] 马彩虹,袁倩颖,文琦,等.乡村产业发展对农户生计的影响研究——以宁夏红寺堡区为例[J].地理科学进展,2021,40(5):784-797.