

守护葡萄园，守住大泽山特色

庄园化经营做活葡萄经济，“记得住乡愁”牵引葡萄旅游

特色小镇
探宝记

①

□文/半岛全媒体记者 付晓晓 图/半岛全媒体记者 张羽

巍峨的大泽山纵情绵延，将大泽山镇揽在怀中，浸润在山脉芳泽下的小镇温厚秀美。葡萄，是平度市大泽山镇最珍贵的物产，作为“中国葡萄之乡”“中国鲜食葡萄第一镇”，这里的葡萄种植历史长达几百年。大泽山人不仅能种出好葡萄，也通过经营方式的革新，做活了葡萄经济。漫山遍野的葡萄架，凝聚着果农与葡萄的情缘，也展现着这个小镇的魅力。日前，半岛都市报主办的市民心目中的“青岛十大特色小镇”评选结果揭晓，大泽山镇受到市民追捧。



大泽山镇的葡萄园，景色十分怡人。

从玫瑰香到金手指

在大泽山镇，种葡萄是家家户户的传统。尹家村村民尹华寿守护他的葡萄园将近40年，每天都要在9亩大的园区里走一圈才安心。马上又到葡萄成熟的时节，尹华寿迎来一年中最忙碌的日子，“一年到头就指望这个时候了，今年收成应该还不错。”尹华寿说。

“什么才是一个小镇的特色？就是别人没有的东西。来到大泽山镇，你首先看到的就是大片大片的葡萄园。”大泽山镇镇长窦伟志说，守护好葡萄园就守住了大泽山的特色。大泽山人对自家葡萄的品质颇为自信，这源于他们对好品质的执着追求。这里的果农信奉自然管理，不打农药，每串葡萄上都套着防污染的纸袋，施肥、除草、摘茬、修剪……所有细节都依靠人力，其中凝聚着果农对葡萄发自内心的爱护。

大泽山葡萄品种原本以龙眼为主，上世纪50年代，“葡萄夫妻”邵纪远和周君敏为了改变葡萄品种的单一，用龙眼和玫瑰香杂交培育新品种，同时引进了适合大泽山生长的新型玫瑰香葡萄推广试栽。经过培育和筛选，玫瑰香、泽玉、泽香等相继成为大泽山葡萄的当家品种。

果农们从未停止对育种的探索，大泽山葡萄的高端品种金手指是昌云军引进、培育出来的。金手指因其果实形似指尖、色泽黄绿而得名，昌云军托朋友从日本以1.5万元一棵葡萄苗的价格引进之后，通过嫁接、改良、选优，历经七八年的时间，不仅使其产量提高，甜度也大为提升，曾两次得过“全国最甜葡萄状元金奖”。如今，昌云军的葡萄大观园里已经引进、培育了200多个品种，包括红地球、早霞玫瑰、圣诞玫瑰、维多利亚……

喝着牛奶长大的葡萄

尹华寿的葡萄园不仅种葡萄，还在每年葡萄节期间开放，供游客采摘、观光。站在他家葡萄园的露台上向远处望去，尹家村所在的五龙埠的美丽风光尽收眼底，葡萄园一片连着一片，看不到尽头。

五龙埠是大泽山镇重点打造的一处大型葡萄观光园区，3000米的葡萄长廊覆盖了五龙埠的主干道，驱车行走其间，像是走进了一个巨大的葡萄迷宫。在这里，游客可以走进任何一个葡萄园亲手



高氏庄园的葡萄架上已结满果实。

摘葡萄吃，体验一把果农的乐趣，还可以到农家宴里尝尝大泽山菜品。

实际上，大泽山镇的葡萄园早已从单纯的葡萄种植基地变成了集种植、采摘、餐饮于一体的休闲庄园。全镇大规模葡萄庄园多达30多家。窦伟志告诉记者，“葡萄不再只是用来买卖的农产品，以葡萄为支撑延伸出采摘游、农家乐、民宿等服务业，也为果农带来了非常可观的收入。”

高氏庄园占地200多亩，是大泽山葡萄产业探索庄园化经营的前驱者。葡萄种植、深加工酿酒、采摘游的全面覆盖，使其成为融合一二三产业、实现产业升级的典范。高氏庄园创始人高竹亭告诉记者，“大泽山种葡萄的这么多，我怎么区别于他们？我就种最好的葡萄，种有机葡萄。”他不用任何含激素的肥料，给葡萄施有机肥，也喂豆子粉、鱼粉、葡萄皮、牛奶。高竹亭说，“我的葡萄是吃着水果、海鲜，喝着牛奶长大的。”

种植冰葡萄是高竹亭的一项创举。冰葡萄对生长条件要求极为苛刻，在所有业内专家都不看好的情况下，高竹亭闷头尝试。葡萄自然成熟后，将其继续保持在葡萄树上，利用温度的变化，使其在-8℃至-11℃冻上，再在2℃至4℃时融化，通过“冻—融”的过程自然脱水，一般在1月中旬以后至春节前将其采摘，酿出冰葡萄酒。经过8年的摸索，高竹亭终于成功种出了冰葡萄。如今，冰葡萄酒已经成为高氏庄园的当家品牌。由于维持高品质、低产量种植的成本过高，高氏庄园多年来一直亏本经营，近两年才实现收支平衡。这在一定程度上得益于采

摘游的火热，葡萄节期间，高氏庄园平均每天接待游客四五百人。

“乡愁”牵引葡萄旅游

来到大泽山镇，除了采摘葡萄，还能看什么、做什么？窦伟志说，“葡萄是大泽山镇的支柱产业，围绕这个起点，还有丰富的文化和旅游资源可以挖掘。”在一望无际的葡萄园之外，雄壮巍峨的大泽山脉、源远流长的岳石文化、珍贵的天柱山魏碑、古朴的山村民居，都是大泽山镇的亮丽名片。

小镇发展旅游也要从自身的特色着手，在窦伟志看来，“望得见山、看得见水、记得住乡愁”就是大泽山镇在旅游上的特色。“游客采摘完葡萄，在村民家里住宿，经常有人问有没有大炕。他们来这里不是为了享受，追求的也不是高级，而是原生态。他们想找回的一种乡愁。”

大泽山镇以“乡愁”作为旅游资源整合的主线，把“乡愁”留在景区的每一处细节上，借入选山东省首批特色小镇的东风，将打造集特色文化、自然生态于一体的大泽葡萄旅游古镇。

以大泽山风景区为核心，大泽山镇整合岳石文化、天柱山魏碑等资源，推进大泽记忆综合展示服务中心、抗日战争纪念馆等项目建设。同时，以响山潘家村为中心，辐射周边村庄，打造民俗游，以淄阳河水系整治为依托，构建“一河两湖”生态湿地公园，以大泽山路风貌及岳石古村整治为核心，打造古村街区，叫响“山水大泽 平度原乡”旅游品牌。

■创新 葡萄“触网”拓展销路

在大泽山镇，葡萄种植面积达3.5万亩，年产葡萄5万吨，为全镇带来5.5亿元收入。这里的葡萄不愁产量，也不愁销量。每到葡萄成熟时，除了慕名而来的各地游客，货运车在一个个葡萄园前排队采购，再将葡萄运往四面八方。

据尹华寿回忆，这些年来，大泽山葡萄的价格是从几毛钱慢慢地涨到几块钱的，在这个过程中，大泽山镇政府部门的宣传推广起到了很大的作用。

没有品牌就没有竞争优势。可是早在1994年，“大泽山葡萄”商标便被某企业注册，外地葡萄冒充大泽山品牌的现象也十分突出，毁坏了大泽山葡萄的声誉。2005年，大泽山镇政府在平度市政府与工商部门的协调下，斥资15万元把“大泽山葡萄”商标品牌买了回来，大泽山葡萄的名气、销量从此双双上涨。

葡萄不易保存，运输过程中不经压，过去只能就近销售，近年来，随着运输条件的改善，大泽山葡萄的销路越来越广，遍及全国。与此同时，为了让家乡的优质资源走得更远，大泽山人也在探索新的市场，电商便是路径之一。

尹海舟是泽山惠农商贸有限公司的负责人，这家电商平台承担着周边十几个村子葡萄的网络外销，采购价格略高于市场价，受到了很多果农的欢迎。娇贵易腐的葡萄怎么运送？尹海舟告诉记者，“我们和顺丰合作，保证24小时送达，在产品的包装上，也和顺丰一起研究，改进了好几次。现在用的是真空充气包装，大枝分成小枝分装，送达后一般不会压坏或腐烂。”

运营近三年，泽山商贸葡萄销量成倍增长，2015年销售2万多斤，去年4万多斤，今年预计能达到8万斤。此外，镇上很多年轻人通过微商等渠道销售自家葡萄，也大大拓展了大泽山葡萄的销路。



扫码观看
本新闻精
彩视频。