

走出去引进来
农产品

农户正在采收成熟的柠檬

2026年重庆农产品出口额达13.4亿元,同比增长58.1% 重庆农产品出海的三重蝶变

数据显示,2026年重庆农产品出口额达13.4亿元,同比增长58.1%——不仅远高于全市外贸整体增速,更在笔记本电脑、汽车等传统优势出口品类之外,为重庆外贸版图增添了一抹亮眼的“农业绿”。

不靠海、不沿边,重庆农产品出口为何能实现跨越式增长?记者深入潼南、云阳、万州等主产区走访企业、园区、行业协会发现,亮眼增速不是短期行情红利,而是产业模式迭代的必然结果。

从“单果外销”到“全链出海” 一条产业链拉长出口“增长曲线”

过去很长一段时间,重庆农产品出海存在明显短板:高度依赖鲜果初级出口,产业链短、附加值低、抗风险弱。一旦遇到鲜果集中上市、行情波动、运输受限,出口规模便起伏不定,“一季热闹、半年冷清”是常态。

如今,这一局面彻底改写,全产业链出海成为重庆农产品出口最大增量引擎。

在潼南区农投集团加工厂区,记者看到截然不同的产销场景:同样一颗柠檬,在这里被“吃干榨净”。品相完好的优质鲜果经过标准化包装直接出口东南亚、中东地区;次果、小果不再废弃,全部送入深加工生产线,提炼果胶、精油、冻干果片,原本低价的边角料变身高附加值的加工产品,远销欧盟、日韩市场。

“几年前我们只有鲜果一条出口路,利润薄、竞争卷、风险大。”重庆市柠檬产业协会会长、潼南区农投集团董事长胡泽江深有感触地说,现在企业打通了种植、分选、保鲜、精深加工、跨境销售全链条,鲜果出口稳底盘,深加工产品提利润,产品品类丰富、全年不断供,今年上半年柠檬出口量和出口均价实现双增长。

柑橘出口的蝶变更具代表性。深耕柑橘出口8年的重庆耕田而食电子商务有限公司负责人王晨宇告诉记者,过去重庆柑橘出口最大痛点就是“窗口期太短”,集中上市、集中外销,不仅价格被压低,还容易出现扎堆滞销。

今年以来,企业主动调整种植和出口结构,大力发展晚熟柑橘,搭配早中熟品种,将柑橘出口周期从3个月拉长至8个月,实现错峰出海、四季供货。与此同时,企业配套建设小型加工生产线,将残次果、落地果加工成橙汁、橙蓉、果干,有效盘活存量产能。“以前靠天吃饭、靠季赚钱,现在靠链条增值、靠结构增收。”王晨宇说。

从“借船出海”到“造船出海” 自主拓市掌握外贸话语权

作为内陆城市,重庆农产品出海曾长期受制于渠道短板。过去绝大多数中小涉农企业没有自营出口资质,不熟悉国际规则、不接触海外终端客户,只能依托沿海贸易商接单分销,典型的“借船出海”模式。

近两年,随着西部陆海新通道持续畅通、重庆跨境贸易服务体系不断完善,越来越多本土农业企业跳出依赖思维,从“借船出海”全面转向“造船出海”,主动搭建自有渠道、直面全球市场。

“以前是中间商挑我们的货,现在是我们主动跑市场、对接采购商、定制新产品。”王晨宇告诉记者,今年企业彻底摆脱第三方依赖,独立办理自营出口权,组建专业外贸团队,主动对接东盟商超、海外生鲜平台,直接签订长期供货协议。没有中间商层层加价,企业利润更高、供货更稳定、市场反馈更及时。

为了开拓海外市场,潼南多家柠檬企业主动走出国门,奔赴越南、泰国、德国参加国际食品博览会,面对面推介重庆柠檬系列产品,积累稳定海外客群。从坐等订单到主动拓市,企业真正掌握了市场主动权。

通道赋能,为“造船出海”保驾护航。针对生鲜农产品保鲜难、损耗高、时效要求高的痛点,陆海新通道运营重庆有限公司精准施策,推出中老泰全程铁路冷链班列,实行全程恒温、在途监测、锁鲜运输,创新“物流+贸易+海外仓”运贸仓一体化服务。

“以前鲜果海运时间长、损耗大,不敢接远距离订单。现在冷链班列直达、海外仓前置备货,损耗大幅下降,覆盖市场更广。”多位出口企业负责人表示,稳定、高效、低成本的内陆出海大通道,让重庆农产品有底气自主开拓全球市场。

从“低价走量”到“品牌溢价” 巴渝好物凭品质站稳高端市场

量大质优、有名无牌,曾是重庆农产品出海的尴尬现状。过去,不少山地特色果蔬品质不输进口产品,但因为缺乏品牌影响力、标准不统一,只能以低价走量的方式抢占市场,陷入“优质不优价”的困境。

今年上半年农产品出口58.1%的增幅,深层次折射出重庆农业从拼产量、拼价格向拼品质、拼品牌的根本性转变。

在潼南柠檬出口专区,记者发现,同样规格的柠檬,带有“潼南柠檬”区域公用品牌、拥有国际质量认证的产品,海外售价明显高于普通散装货品,且复购率更高。

“海外消费者越来越认可重庆品牌。”胡泽江介绍,过去外商只关心价格高低,现在更看重产地、标准、溯源和品牌口碑。依托统一的生产标准、严苛的质检体系、成熟的品牌运营,潼南柠檬摆脱低价内卷,实现稳定品牌溢价。

品牌出圈,靠的是硬核标准支撑。近年来,重庆持续夯实出口农产品质量体系,全面推行农产品三品一标认证和承诺达标合格证制度,对出口果园、加工厂实行常态化监管,每一批出海农产品都可实现从“田间到餐桌”全程溯源。

在云阳柑橘出口基地,每一颗出口柑橘都经过严格筛选:果径、糖度、色泽、果形全部达标,农残指标严格对标国际标准,从源头守住重庆农产品的品质口碑。标准化生产、品牌化运营,让“三峡柑橘”“潼南柠檬”等巴渝特色IP在东南亚、中亚、欧洲市场认可度持续攀升。

不止传统优势品类,重庆农产品出口品类持续扩容。高山蔬菜、特色中药材、预制菜、调味品、生态鱼等新品类陆续出海,多元化产品矩阵对冲单一市场风险,让出口增长更稳、后劲更足。

上游财经综合重庆日报

相关新闻

连续三年出口大增,重庆农业做对了什么?

今年上半年,重庆农产品出口13.4亿元,同比大增58.1%。这不是偶然,2025年,重庆农产品出口增长47.4%,2024年增长39.8%。我们是怎么做到的?结合多年来的观察,笔者认为主要得益于三个方面——

第一,重庆没跟平原比产

量,而是注重特色,并实现了精准的市场匹配。过去评判农业,先看亩产高低、规模大小。但重庆换了个思路。规模比不过,就不跟平原打价格战,而是把山地特有的气候、生态、品种拿到全球市场去对价。

第二,先看市场要什么,再决定地里种什么。传统农业的流程,是先种出来,再找地方卖。重庆把这个顺序颠倒过来了。海外订单要什么规格、什么标

准、什么时间交货,重庆就按什么去种、去加工、去包装。

第三,没有让企业和农户赤手空拳闯世界,而是把城市的开放能力变成农业的出海口。对大多数农业企业来说,海外客户在哪、准入怎么办、标准怎么接、货怎么运到,每一个都是门槛。指望企业自己去摸,出不了这样的增长速度。重庆把所有资源打包成一个体系,帮企业打通全链条。

种植基地的工人将青菜头串起准备晾晒