

李子树苗包邮价格、李子树苗购买基地

产品名称	李子树苗包邮价格、李子树苗购买基地
公司名称	泰安高新区北集坡创隆园艺场
价格	4.50/棵
规格参数	品种:嫁接李子树苗 规格:一公分 高度:150
公司地址	山东省泰安市北集坡街道季家庄村
联系电话	18763831510 18763839889

产品详情

果树设施栽培作为果树栽培的特殊形式，是依靠科技进步而形成的高新技术产业，是果树由传统栽培向现代化栽培发展的重要转折、是实现果树高产、优质、高效的有效措施。近年来，随着人民生活水平的提高，以及果树矮密栽培技术的发展、设施园艺资材的改进和果品淡季供应的超高效益，果树设施栽培得到迅猛发展，产生了巨大的社会效益和经济效益。

一、中国果树设施栽培生产现状

当下我国果树设施栽培技术体系已经较为完善，基本步入了“积极发展，稳步提高，不断完善”的稳步发展阶段。目前，草莓、葡萄和桃等树种基本达到或超过露地栽培技术水平。草莓的周年生产，葡萄、桃及杏等的“三当”生产（即当年定植、当年扣棚、当年丰产）等技术已普遍推广应用。

中国果树设施栽培的模式主要包括促成早熟栽培、延迟晚熟栽培、避雨保护栽培和简易保护栽培4种栽培模式。其中，促成早熟栽培又分为冬促成早熟栽培和春促成早熟栽培，延迟晚熟栽培也分为秋延迟晚熟栽培和冬延迟晚熟栽培。在上述4种果树设施栽培模式中，以促成早熟栽培模式为主，避雨保护栽培模式次之，延迟晚熟栽培为辅，简易保护栽培略有发展。在中国果树设施栽培中。设施类型以日光温室为主，避雨棚和塑料拱棚次之，塑料薄膜简易覆盖最少。

二、果树设施栽培涉及的树种和品种

中国果树设施栽培所涉及的树种以不耐贮运、供应期短的果品为主，尤其以浆果类和核果类为主。主要有葡萄、草莓、桃、杏、李、樱桃(西洋樱桃和中国樱桃)、早熟梨、无花果、枣、毛叶枣、杏梅、佛手、柑橘和番木瓜等树种。其中，以草莓面积最大，葡萄和桃次之，樱桃和杏、李等居后，其他如早熟梨、无花果、枣、杏梅、佛手、柑橘和番木瓜等略有发展。

此外，近年来，南果北种在北方地区有所发展。如芒果、番石榴、莲雾、百香果、甜杨桃、香蕉和火龙果等南方果树在北方借助设施栽培获得了极大成功。截至目前中国果树设施栽培面积已达80000公顷左右，位居世界第一位，已形成了山东、辽宁、河北、宁夏、甘肃、湖南、广西、上海、江苏、北京、天津、内蒙古和新疆等较为集中的果树设施栽培产区。

三、中国果树设施栽培存在的问题

近年来，中国果树设施栽培发展迅速，但与一些先进国家相比，还有较大差距，在树种与品种结构、专用品种资源的引选育、设施结构、优质高效安全生产模型、果实品质、产期调控、连年丰产，以及生产的产业化等方面还存在诸多问题，亟待解决。

1、树种结构不合理，缺乏设施栽培适用品种，品种单一

目前，中国果树设施栽培树种结构不合理，草莓面积过大，葡萄和桃的面积过小，樱桃、杏、李、枇杷、柑橘和龙眼等发展缓慢，梨、苹果、柿、枣、猕猴桃和无花果等少有发展。为此，市场上出现了某些树种果实滞销、效益低下的现象。同时，中国果树设施栽培各树种普遍存在品种单一、花色少、早中晚熟不配套的问题，难以满足消费者的多样化需求，严重影响了中国果树设施栽培的经济效益和健康可持续发展。

2、设施结构不合理，缺乏设施栽培专用材料和设备，机械化水平低。工作效率差

中国大多数果树设施仍旧沿用蔬菜大棚的结构模式，以日光温室、避雨棚和塑料大棚为主。这些结构模式虽然棚架结构简单，成本低，投资少，保温性能好，但存在明显的缺陷。如建造方位不合理、前屋面角和后坡仰角较小、墙体厚度不够、通风口设置不当、空间利用率低、光照分布不均、操作费时费力、抵抗自然灾害的能力低等问题亟待解决。

3、果品质量差，产期过于集中

当前，中国果树设施栽培中大多数情况下对果品质量重视不够主要表现为经设施栽培后，果实含糖量降低、酸含量增加、风味变淡、着色较差、果个偏小和果实畸形率高等，除与种性有关外，还与栽培技术有很大关系。而且目前中国果树设施栽培产期过于集中，如桃、杏、李和葡萄等主要集中在4月~6月份成熟上市，大樱桃等主要集中在3月~4月份成熟上市，而元旦和春节前除草莓外，其余北方落叶果树如桃、杏、李、葡萄和大樱桃等均不能成熟上市。

4、“隔年结果”现象普遍存在，连年丰产技术体系尚未完善

果树经设施栽培后，“隔年结果”现象普遍存在，不能实现连年丰产，但不同树种、品种“隔年结果”现象的轻重有所差异。大多数品种经过一年设施栽培后，第二年基本上没有产量，桃、杏、李、中国樱桃等经过设施栽培后，棚内梢基本上不形成花芽，如连续生产，则造成第二年结果部位大量外移，产量锐减，品质低劣。

5、果树设施栽培产业化程度低

设施果树产业高投入、高产出、高技术和高风险的特点，决定了其必须走产业化发展之路。然而当前中国设施果树生产分布范围广而分散，规模化生产和集约化程度低，而且在实际操作中仅重视生产环节，对果品采后的分级、包装以及市场运作和品牌经营等不够重视，生产形式单一，以鲜食为主，并且还远没有形成产业化基础。龙头企业规模小，带动能力差，市场营销绩效差。