

抗病强的红颜草莓苗 红颜草莓苗丰产技术

产品名称	抗病强的红颜草莓苗 红颜草莓苗丰产技术
公司名称	泰安市泰山区华勤园艺场
价格	.50/棵
规格参数	华勤种苗:品质保证 组培脱毒:无菌种苗 品种纯正:根系发达
公司地址	泰安市泰山区泰前街道
联系电话	18954889323

产品详情

抗病强的红颜草莓苗 红颜草莓苗丰产技术

华勤种苗基地是国家工商管理部门认证三证齐全，大型种苗繁育育苗场，也是市级果树苗木推广单位，也是省农科院果树新品种种植推广，老品种改良试验推广单位，依托先进的技术支持所供应的果树纯度高，品种齐全，基地80亩脱毒草莓苗育苗示范田常年大量供应，红颜草莓苗，章姬草莓苗，甜查理草莓苗，奶油草莓苗，法兰地草莓苗，全明星草莓苗，丰香草莓苗，妙香7号草莓苗，品种纯正，根系发达，苗木粗壮，本基地郑重承诺所出售的所有果苗都为客户终身免费提供技术服务另为客户免费代办全国保湿邮寄，检验检疫证明。

红颜草莓苗

日本品种。植株生长势旺，株型直立。果实圆锥形，果实表面和内部均呈鲜红色，有光泽，果心红色，果形端正整齐，着色一致，畸形果少；单株平均单果重18.6克，最大果重36.4克。酸甜适口，香味浓，品质极佳。果实硬度适中，耐贮运性较好。该品种各花序发生的间隔时间短，连续结果性强，丰产性好，品种耐热耐湿和耐旱能力较弱，育苗困难，耐低温能力强，在冬季低温条件下连续结果性好；田间表现抗白粉病能力较“丰香”强，对灰霉病、炭疽病抗性较弱。适于保护地各种形式栽培。红颜草莓苗

红颜草莓苗是日本最新品种，植株长势强，株态直立易于栽培管理。叶片大，新茎分枝多。连续结果能力强，丰产[亩产3000公斤以上]、品质[味好于丰香具有典型的草莓香味]、果个大，最大果120克，圆锥形，硬度大于所有日本品种，果面红色、有光泽。果形果色明显优于丰香。红颜草莓苗又称红颊，是日本静冈县用章姬与幸香杂交育成的早熟栽培品种良种。根系生长能力和吸收能力强，休眠浅，可抽发4次花序，各花序可连续开花结果，中间无断档。植株直立高大，长势强，叶片而厚，叶色淡绿，有光泽。果实整齐，果大，短圆锥形，鲜红色，商品果率高，1、2、3级花序果个平均单果重24-28克，最大单果重135克以上。果肉白色，味甜，风味浓，有香气，可溶性固形物百分之12-14，品质优。果实较硬，耐贮运。丰产性能好，每亩产量达约2吨

3、跨界产业模式

草莓跨界模式的常用的方法：美食。比如，冰激凌+草莓、面包+草莓等等。

玩草莓跨界做得好的企业，我们认为是星巴克。

2018年，日本星巴克提出草莓快手店，草莓大棚限时店对外开放的当天人潮涌动，率先进入眼帘的是一辆披着草莓外衣的巴士。如果进入店中的话，你会发现快闪店的外观和真正的草莓农场如出一辙，外表是塑料透明大棚一样的建筑，门口两边都有种植草莓。让你一踏入店里仿佛置身于真正的草莓园中，芬芳的气味沁人心脾，硕大又新鲜的草莓令人忍不住想要轻尝缓味。

4、新商业模式

日本草莓种植园的新商业模式就是跳出草莓产品打造出一种礼品和文化类品，此举开辟了草莓渠道销售的新通路。

根据日本农林水产省给出的数据，目前，日本的草莓种类已经达到312种，在市场上流通的就将近有50种。

我们也发现：日本草莓与中国草莓商业化大的区别就是日本草莓可以变成礼品。同时，日本超市里的草莓都是按颗卖的，曾有天价草莓，一颗就要上万。

比如，美人姬草莓一颗就要3000元，也是因为15年才能种出一个。

由于稀少，水果在日本成了好的礼品选择对象，它们的水果从生下来的定位就和中国的水果有一定的区别，大部分是为了送礼而不是平常的食用。

5、旅游模式

该模式就是把草莓采摘当做旅游线路的一个环节，从而可以带动整个产业的发展。

比如，日本东京旅游局就推出过多条采摘旅游线路，其中有2条线路值得称赞，第一条旅游线路是日本富士山麓赏樱+摘草莓+猪肉涮涮锅午餐一日游。游客可以欣赏富士山的风景还可以参与草莓采摘和试吃等活动；另外一条旅游线路就是日本千叶县鸭川海洋乐园+草莓采摘一日游，此条线路特别适合亲子旅游。

总结一下

其实，说了这么多日本草莓种植园的商业模式，看似很简单，也很容易理解，但为何日本能做成功，中国的草莓种植经营者为何很难搞呢？

我们先说，日本草莓种植园为何能成功？有原因有3个：

1、品种的优势

日本的草莓品种培育很成功，而且很有新意。日本的草莓竞争建立在技术上，用过技术创新通过提高自己的草莓在市场的的话语权。

2、经营权分离

日本农业有产业协会，这些协会是主要帮助会员做销售和品牌，农民主要做好技术研发和产品创新。

此组织结构减轻农民的压力，有利于提供种植户专注技术，种植户而不用疲于渠道压力。

3、产业融合成熟

日本的六产融合非常成熟，一二三产业在整个产业链条里相互依存、相互激励，尤其是日本二三产业围绕着农业建设内容，农业是整个六产里面重要的产业。

比如，日本千叶县的草莓园，草莓园不仅仅是一个种植园而是以草莓为主的产业园，内部含有采摘区、购物区、休闲区等等完整的商业或产业体系。

那么，中国的草莓种植园需要怎么做呢？当然，让我们欣喜的丹东港草莓产区、江苏句容草莓产区已经在模式草莓的商业化之路，但我们认为还有2个点需要拔高：

第一个、品种研发

中国农产品想要与世界竞争，核心就是品种研发。通过研发出差异化、个性化的品种，从而打造自己的核心竞争力。

这个怎么做呢？我认为就是产学研一体化。

比如，草莓产区可以与科研单位、大学建立草莓产学研一体化，通过人才培养和技术研发提高草莓单品的话语权。

第二个、建立产业思维

目前，中国草莓种植经营者商业变现2个方面：1) 采摘变现；2) 产品销售。我们走访过许多草莓种植园90%的都是靠这2个方面赚钱或营收。

所以，我们是否可以跳出传统的经营思路，借助跨界思维、产业思维拓宽或者转变草莓营收方式。

当然，还有一些无奈的就是中国的草莓种植者几乎都是小农户类型，规模就是10几亩的大棚房而已，还是没有草莓产业巨头，一旦有草莓巨头企业出现，整个行业必将会发展颠覆性改变。

今天，我们说的草莓种植园商业模式，实则透视草莓产业细分领域来看，我们应该思考整个大农业的发展方向和出路：技术、品种、商业、思维一个都不能少。