

美味樱桃出喀什

本报记者 马呈志

新疆素有“西域大果篮”的美称，在传统瓜果远销全国之时，樱桃这一小众水果，在南疆地区实现产业从无到有、从小到大的蝶变。聚焦全产业链高质量发展和农旅融合提质增效，作为新疆瓜果界的后起之秀，喀什樱桃丰富了消费者的夏日餐桌。

看到樱桃效益好，拔苗种麦的左热·托合提后悔不已，2012年又重新种上了樱桃。如今，除了自家3亩地，她还承包了左邻右舍的30亩地，全部种上了樱桃树，年收入超过20万元。

渐渐地，100亩樱桃园持续扩容，莎车县以夏玛勒巴格村为中心，依托周边7个乡镇33个村，初步形成集种植、采摘、冷藏、储运等于一体的樱桃产业格局，全县近5万亩樱桃让2.2万名种植户增收致富，3万人依托樱桃产业实现就业。

莎车县的明星果品，在樱桃园和朋友们一起采摘，品尝樱桃很有乐趣。

“现在是旅游旺季，每天收入都在1万元左右。”莎车县村民米热古丽·巴吐尔以前将自家靠近樱桃园中心地带的农家小院租了出去，今年年初到后期，她花费50多万元精心装修了小院，经营起音乐餐厅，开启了“老板娘”的新身份，还带动了13名村民就业。

李新敏介绍，依托樱桃园的高人气，目前村里已开办农家乐25家，开发休闲娱乐项目13个，吸引固定摊位商户125家。每年米夏镇樱桃采摘销售及旅游带动园内农家乐、餐饮、旅游等三产经济收入达6000多万元。

“旅游季到村里做生意的商贩越来越多，固定摊位已经不太够用了。”李新敏告诉记者，下一步，村里计划重点打造樱桃路和巴扎路等新地标，划分好功能区，带动美丽乡村建设有序有质发展，进一步拓宽乡村旅游消费空间。

规划，后期樱桃种植面积将发展到10万亩。

随着樱桃逐渐成为当地的“明星果”，今年喀什地区首次在莎车县举行群“樱”会，邀请国内知名林果专家，为樱桃产业高质量发展出谋划策。

喀什地区特殊的地理气候条件是发展优质樱桃的有利因素。然而，樱桃产业相对粗放，标准化程度低，品种有待优化，品质有待提升，不耐储存、运输损耗大等短板也限制了当地樱桃“远走他乡”。

“未来樱桃市场主要是品质竞争。”中国农业科学院郑州果树研究所樱桃课题组组长李明表示，我国是樱桃种植第一大国，种植总面积约为350万亩，也是樱桃进口大国，市场需求潜力巨大。消费者多钟情于大果、硬肉、深色品种樱桃。喀什戈壁滩多，拥有发展设施樱桃的巨大优势，果子可更早成熟，规避自然灾害。

“喀什地区地域辽阔，可以在不同县市种植不同品种的樱桃，延长鲜果供应链，实现产品效益最大化。”龚鹏建议，根据不同地域土壤选择砧木、引进品种，这是生产优质果品的前提，“现在南疆地区的樱桃树形普遍太高太密，应该适当矮化、透光，实行标准化管理，以提高产量和品质，还要加强防灾减灾预报，防止病虫害”。

“樱桃要想走得远，采前和采后投入比应该是1:1。”山东省果树研究所研究员辛力表示，采前管理和采后保质同样重要。樱桃采后遇到的主要问题是果实腐烂和果品失水。要解决此类问题，应该实行清晨采收，通过遮荫覆盖缩短时间，尽快预冷，以保证预冷、分级、包装、运输环节衔接顺畅。如果发展电商销售，包装应避免密封不透气。

据悉，喀什地区每年设立4000万元的科技经费，以农业科技为重要支持方向，支持樱桃等产业引进新技术、新品种、新机具、新模式、新业态，开展育种等“卡脖子”技术攻坚，加快农村林果等产业提质增效。

地道风物

游客在新疆喀什地区莎车县米夏镇樱桃园购买樱桃。
本报记者 马呈志摄

小众水果如何赢得大市场

随着农业科学技术的不断进步，在新疆三山夹两盆的地貌中，戈壁、沙漠等更多类型土地潜力被挖掘，各地抓住林业产业结构调整有利契机，樱桃、西梅等一批更有含金量的优质小众鲜果崛起，不仅成为农民增收的“致富果”，也深得消费者喜爱。

经过多年发展，不少小众水果在新疆从无到有、从小到大，种植面积不断扩大，但也面临着“藏在深人未识”、量多质不优、离消费市场远等发展瓶颈。这需要从三个方面挖掘小众水果潜力，赢得大众消费市场。

做好水果品质。由于小众水果在新疆起步较晚，规模化、品牌化、标准化发展滞后，面临着一些发展难题。比如，一些果农怕影响产量不愿修剪枝条，导致果树高大密集，采光透风不足，反而出现降质减产；缺少林业产业规划，种植品种多，面临同质化竞争等。破解难题，需要坚持“品质赢取市场”原则，因地制宜，在增加田间科技力量，培育优化早中晚品种，延长果品上市时间以及标准化、规模化生产等方面下功夫，生产出更多优质小众水果。

做好两个市场。运距长，远离消费市场，运输成本高等因素影响着新疆林果产业的竞争力。受运输产业发展不足、小众水果不易运输等因素制约，优质小众水果在新疆及省外消费市场潜力挖掘不足。应当在积极培育适合长途运输水果品种的同时，统筹考虑区内区外两个市场，形成差异化发展，布局完善冷链运输体系，做大两个消费市场，为小众林果产业高质量发展提供强力需求引擎。

拓展林果新业态。靠山吃山，靠水吃水，靠着林果业培育更多新业态，以林果业为核心丰富消费产品供给，才能让小众水果在新疆乡村振兴过程中发挥更大作用。当地可在招商引资、延长产业链条、举办赏花园庆活动等方面发力，深入挖掘产业潜力，培育更多新业态，打造种植、加工、旅游服务等一二三产融合发展格局。

走进新疆喀什地区莎车县米夏镇樱桃园，乡村道路旁的绿荫下，樱桃叫卖声此起彼伏。来来往往的游客，时而驻足还价，时而在树下拍照留影。

“樱桃个头大，多汁还甜，我要带些回去让朋友们也尝尝南疆产的大樱桃。”来自乌鲁木齐的游客杨涛对莎车县樱桃赞不绝口，他在朋友圈发图分享后，收获了近40公斤的“代购订单”，“现在村里就有快递公司服务，今天下单打包，明天在乌鲁木齐的朋友就能收到鲜美的大樱桃了”。

“黑色樱桃皮厚汁甜，可以打包邮寄；红黄相间的樱桃酸甜可口，带回家一两天内就要吃完。”莎车县果农阿布都赛麦提·麦西来普叫卖声洪亮，他家中10亩樱桃收获的果子即将售完一空，收入高达16万元。

种好樱桃树

莎车县地处北纬37度至38度之间，年积温高，适合种植樱桃。2003年该县引入首个甜樱桃品种，阿布都赛麦提所在的米夏镇夏玛勒巴格村成为最早种植樱桃的村子。

樱桃好吃树难栽。新疆农业科学院园艺作物研究所研究员龚鹏说：“起初我们计划为村民提供免费樱桃苗，打造200亩试验田，然后逐步向村民推广。”

当时，种樱桃在新疆是个新鲜事，很多村民不了解樱桃。“樱桃种植5年后才能结果。”村民左热·托合提回忆说，虽然种麦子和玉米收入不高，但是当年就有收获。得知樱桃获益时间长，她和很多村民都不愿等，索性拔了樱桃苗，种回了小麦。

“种小麦，玉米收入不高。专家说种樱桃好处多，还有科技人员手把手教导种植技术，值得试一试。”时任村干部的阿布都赛麦提带头种起了樱桃。

“是我提议大家种植樱桃的，一定要干出点样子。”虽然龚鹏计划的200亩樱桃示范田缩减到了100亩左右，但他更加用心翻阅书籍，请教林果专家，扎根田间地头，解决种植难题，呵护樱桃幼苗年年长高。

2006年，首批种下的樱桃树挂果，阿布都赛麦提尝到了甜头，“大家都抢着买樱桃，价格高的时候卖到一公斤120元，一亩能收入6万多元”。

带火乡村游

万亩米夏镇樱桃园离莎车县城仅3.5公里，作为国家3A级景区，已是当地群众夏日游玩的“打卡胜地”。从5月份到8月份，日均接待游客1.5万人次。

“3元一位，3元一位……”闻着飘香美食，在游客络绎不绝的乡村柏油路上，夏玛勒巴格村村民阿布都热孜克·萨迪克骑着马车，忙着迎来送往，“一天能挣300多元，一个旅游季纯收入2万多元”。三年前，看到村里游玩的人多了起来，他花费1.9万元购买马匹，制作马车，吃上了“旅游饭”，加上家中的4亩樱桃园，收入节节攀升。

“樱桃园长成了，村民增收的渠道变多了，我们这个小村庄的知名度也越来越高！”望着游客和村民们的笑脸，夏玛勒巴格村党支部书记李新敏说，2016年，村里围绕樱桃园布局旅游业发展，利用各类专项资金，修建广场、停车场、固定摊位、夜市等设施，通过每年举办樱桃花节等活动，打造“春季踏青赏花、夏季采摘消暑、秋季林下经济、冬季民俗体验”的乡村旅游模式。随着樱桃园的规模日益壮大，来村里赏花买果、休闲游玩的游客也年年增多。

家住莎车县城的布热比·吐拉普很喜欢开车带朋友到樱桃园游玩，“樱桃已经成为

提质大发展

第一次来莎车县游玩的山东泰安市游客刘阳说：“经常吃新疆水果，但大多是葡萄、哈密瓜。没想到南疆种的樱桃口感非常棒，回去时一定要带上几箱，让家人朋友也尝尝。”

“现在樱桃50%销往本地，40%销往喀什市、乌鲁木齐市等疆内市场，不到10%能销售到其他省份。”夏玛勒巴格村大樱桃农民专业合作社负责人吐尔洪·艾合买提说，经过多年发展，合作社樱桃种植从最初的8户7亩地发展到如今的58户1200亩地。每年开春，他会组织合作社技术好的种植大户为村民免费培训种植技术，挂果时帮助客商与村民对接发货，“今年以来，合作社已卖出400吨樱桃，每亩收入近2万元”。

小小樱桃已红遍喀什县城。目前，喀什地区樱桃种植面积6.8万亩，占全疆樱桃种植总面积的70%，年产量达1.6万吨。根据



新疆喀什地区首届群“樱”会在莎车县举行，樱桃成为当地村民的“致富果”。
本报记者 马呈志摄

购买儿童化妆品需认准“小金盾”标志——

儿童化妆品：要“颜值”更要安全

本报记者 曾诗阳

小调查

日前，家住湖南省长沙市的全职妈妈郭彩萍得知女儿的心愿礼物后却有些发愁——8岁的女儿想要一套彩妆盒。

如今，线上线下的销售平台都有各式各样的美妆产品，打开手机社交媒体还能看到不少美妆视频和化妆教程。随着美妆行业的快速发展，短视频的兴起普及，以及“减负”之后，越来越多的孩子发展艺术特长、参加文艺演出等，儿童化妆品有了更多需求、更大市场。

“8岁的小朋友不应该在化妆上投入太多精力，但我给她买儿童专用化妆品总好过她自己攒零花钱悄悄买‘三无’产品，再说文艺表演时也能用上。”犹豫再三，郭彩萍决定满足女儿的心愿，为她在网上购买一套儿童可用的化妆套装。

打开电商平台搜索“儿童化妆套装”，郭彩萍发现，商品价格从几十元到几百元不等，且包装亮丽、种类繁多，有的标注为“化妆品”，有的标注为“玩具”，不少商家还贴出了各种“生产许可证”“检测报告”等信息。

记者在电商平台也看到，一款36元的商品被做成双层蛋糕造型，旋开后粉底、口红、眼影、腮红等一应俱全，还配有粉扑、化妆刷等。看起来像是儿童可用的化妆品套装，仔细观察却发现，商品是用于给玩偶娃娃装扮的玩具，如果不细看，很难将其与化妆品进行甄别。卖家晒出的检测报告中，送检的样品名称也是装扮玩具，而非化妆品。尽管卖家声称商品“安心材质”“温和亲肤”“一洗即净”，仍有不少买家留言评论“质量差”“气味刺鼻”“孩子过敏了”……即便如此，这款商品的月销量仍在2000件以上。

化妆品与玩具本身就是两种不同类别的产品，依据不同的法律法规实施管理。按照玩具产品标准生产出来的“口红玩具”“腮红玩具”等产品，不作为化妆品管理，其中可能含有不适宜作为化妆品原料使用的物质，如果给儿童使用，可能会刺激皮肤。此外，还有些“彩妆玩具”可能存在重金属超标的问题，使用后可能会损害身体健康。

国家药品监督管理局化妆品监管司有关负责人表示，目前，宣称可用于儿童的化妆品琳琅满目，但质量安全水平参差不齐，有些非儿童化妆品冒充儿童可用误导消费

者，不合格的产品甚至会对儿童身体健康造成严重影响，这些都阻碍了儿童化妆品市场的健康有序发展。

为了提升儿童化妆品辨识度，保障消费者知情权，国家药监局发布了儿童化妆品标志——“小金盾”。

根据《儿童化妆品监督管理规定》，自2022年5月1日起，申请注册或进行备案的儿童化妆品，必须标注“小金盾”；此前申请注册或进行备案的儿童化妆品，未按照规定进行标签标识的，化妆品注册人、备案人应当在2023年5月1日前完成产品的标签更新。

不过，“小金盾”标志的发布时间不长，不少消费者对该标志并不了解，容易被一些不良商家钻空子。这些商家在推销产品时，故意将“小金盾”标志与获得国家审批、质量认证等宣传用语挂钩，有意混淆“小金盾”标志的含义。

“小金盾”不是产品质量认证标志，而是儿童化妆品区别于成人化妆品、消毒产品、玩具等其他易混淆产品的区别性标志。化妆品包装上标注“小金盾”，仅说明该产品属于儿童化妆品，并不代表该产品获得监管部门的质量安全认证。”该负责人说，非儿

童化妆品不得标注“小金盾”，是为了防止其他家长打着“儿童化妆品”的旗号浑水摸鱼。家长在选购时，一定要注意甄别。

儿童的皮肤屏障功能尚不成熟，对外来物质的刺激更加敏感，更容易受到损害。国家药监局出台的《儿童化妆品监督管理规定》明确了功效必需的原则，即除了清洁、保湿、防晒等根据儿童皮肤生理特点需要的类别外，不建议过多使用化妆品。而对于彩妆，除参加演出等特殊场合外，不建议使用。同时，我国对儿童化妆品实行严格监管，在产品配方设计、安全评估、生产条件等方面都提出了更高的监管要求。家长为孩子选购化妆品时，可以通过国家药监局发布的《化妆品监管APP》来查询产品信息、了解化妆品科普知识、投诉举报等。

国家药监局药品评价中心有关专家建议，儿童应在成人监护下使用化妆品，使用前可先在前臂内侧中下部做少量涂抹，观察一段时间，如涂抹部位没有出现红肿，或是瘙痒、灼热和刺痛感，再按照使用说明正常使用。特别值得注意的是，不要让儿童随意使用成人化妆品，成人化妆品中的一些功效成分可能对儿童皮肤产生刺激，造成伤害。

陕西西安市新城区后宰门小学
学生参加庆“六一”文艺演出。
新华社记者 张博文摄

儿童化妆品

本版编辑 郭静原 美编 王子莹