橘海飘香

中国椪柑之乡

中国人民政治协商会议
浙江省衢县委员会 学习文史委员会编

主　　编：陈诗武
编　　辑：赖宋元
　　方文伟
封面题字：陈　韬
封面设计：周天与
摄　　影：史法根
　　郑维华
　　周志浩
　　刘菊仙

目　录

创业之路

柑桔产业化的现状和对策…… 周鸿富（1）
实施名牌战略　再造椪柑优势…… 雷长林（5）
桔香不忘路艰难…… 谢高华（9）
椪柑之乡与创业之路…… 刘樟耀（15）
坎底桔思…… 马锦华（18）
依靠改革开放政策　营建椪柑之乡…… 季根寿　唐建生（21）
弘扬开发精神　创造新的业绩…… 陈诗武（25）

桔乡新姿

衢县椪柑第一镇…… 余渭龙（27）
衢县园艺场创业回顾…… 余耀飞（31）
桔子熟了…… 叶廷芳（36）
乌溪江畔柑桔飘香…… 张文达（39）
觉醒的黄土变"黄金"…… 孙水标（43）
路宽桔畅流…… 吴三胜（46）
桔乡新风景…… 魏荣生（49）
新闻记者盛赞桔乡夸椪柑…… 方银泉（51）

桔海群英

"桔神"李洪交…… 县知工办（57）
深受桔农尊敬的林运芳…… 县知工办（61）

农民高级技师方培林…… 汪洪发(64)
省科技星火带头人留文忠…… 叶凤塘　徐冬香(67)
从桔林走向商海的运销户周银洲…… 郑荣芳(69)
荒山掏金的周水土…… 毛芦芦　叶唐果(73)
种桔状元徐月慈…… 项　军(75)

科技兴桔

科技兴桔结硕果　椪柑之乡扬中华…… 林运芳(77)
改革显神威　科技创奇绩…… 骆　胜(81)
影响椪柑品质的主要因素及对策…… 李洪交(89)
搞好桔园水利建设　创造高产优质果品…… 余松福(94)
做好柑桔检疫　营造南国佳果…… 胡水泉(97)
衢县柑桔品种资源和结构演变…… 徐根祥(102)
椪柑贮藏与防腐保鲜…… 李洪交(107)
"一品红"椪柑模式栽培技术和质量标准 ……
…… 方培林　林运芳(109)
衢县柑桔生产技术国际交流概况…… 田大樟(122)

柑桔加工

柑桔产品的加工与开发…… 方树古　骆胜(125)
抓好柑桔加工　提高经济效益…… 衢州椪柑研究所(130)
柑桔全身都是药…… 廖元中(132)

搏击商海

优化服务体系　做好购销工作…… 江式锐(134)
浅谈柑桔营销艺术…… 骆　胜(140)
衢县柑桔包装物的演变…… 田大樟(144)
衢州椪柑节暨物资交易会侧记…… 闻　惠(146)

柑桔史话

衢县柑桔何时有…… 王家寿(152)
古籍中关于衢县柑桔的部分记述…… 方文伟(154)
椪柑史话…… 赖宋元　魏荣生(157)
黄柑衢柑与椪柑…… 王家寿(160)

咏桔诗文

古今衢县柑桔诗词选录…… 方文伟(161)
一首热情奔放的秋情乡曲…… 张水绿(169)
乙亥石梁椪柑诗会记…… 廖元中(171)
桔乡雪…… 孔繁强(174)
桔乡酒亭…… 孔繁强(177)
桔联　桔谚…… 方银泉　鲁承禹(180)
民间故事四则
　乾隆罚戏…… 王家寿(183)
　衢桔与景瓷…… 莫　邪(185)
　桔皮挂在树上不算偷…… 魏荣生　夏振东(186)
　金凤凰的种子…… 王有信(187)
编后记…… 编　者(188)

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.

柑桔产业化的现状和对策

周鸿富

柑桔，是衢县的传统产品，具有悠久的历史。中共十一届三中全会以来，柑桔生产得到迅猛发展，尤其是1985年恢复衢县县制后，历届县委、县政府都把发展柑桔作为振兴农村经济，加快奔小康进程的重要途径，加强政策扶持，加大工作力度，使柑桔生产跃上新台阶，逐步形成产业化发展的基础。

一、柑桔产业的现状

总的讲是优势明显，差距不小。从优势看，一是规模优势基本形成。1996年，全县柑桔面积达17.39万亩，总产达27.31万吨，位居全国县级之首。区域化布局、专业化生产的格局已初步形成。全县柑桔总产2万吨以上的专业桔乡（镇）有5个，其中航埠镇达5.44万吨。年产柑桔万斤以上的农户4万户，占全县户数的四分之一。二是产品知名度不断扩大。主要品种椪柑号称“亚洲宽皮桔之王”，数量多，果质好，保存期长（约200天），且最宜元旦至春节这一段果品消费的黄金季节享用，近年来已在国内市场享有较好的声誉，颇受消费者喜爱。1995年4月我县被命名为“中国椪柑之乡”，表明了我县柑桔生产在全国的突出地位，进一步提高了椪柑的知名度。三是营销队伍壮大，市场不断拓宽。目前，全县已形成一支约有万人的柑桔贩销队伍，绝大多数是个体贩销户，他们走南闯北，把衢县柑桔推向了全国市场，产品覆盖20多个省市。通过边境贸易，衢县椪柑已进入俄罗斯、朝鲜等

国市场。四是社会化服务体系逐步建立健全。各产桔乡镇均设有柑桔技术辅导员，专门从事柑桔生产的技术指导和服务。柑桔产销专业合作总社自1995年4月成立以来，为桔农提供产前、产中、产后全方位服务，效果明显，深受入社桔农欢迎。1996年末入社桔农3045户、5138股、股金256.9万元，且呈现不断发展壮大的趋势。五是柑桔业在全县经济发展中的地位作用日益突出。1996年柑桔总产值31406万元（90不变价），占全县农业总产值的41%。柑桔特产税收入875.7万元，是县、乡财政收入的重要来源。农民人均柑桔收入634元，占全年收入的27.6%。近年来的情况表明，柑桔兴衰，举足轻重。柑桔丰产丰收，财政和农民的日子都好过，二、三产业也因此而兴旺。

衢县柑桔已拥有明显的优势，在逐步建立社会主义市场经济体制的条件下，柑桔发展也面临市场的严峻考验和挑战，存在不少差距和问题，主要体现在几个“不”：一是产量、质量不稳定、不平衡。遇到自然灾害，柑桔产量就锐减，果质也受到严重影响。同时，由于在品种、土壤、栽培管理技术等方面存在的差异，也使柑桔单产和质量极不平衡，不少地方还处于广种薄收状况。二是销售市场不巩固。由于近些年柑桔主要靠个体户运销，在市场开拓上虽有一定的成绩，但明显存在急功近利的倾向，缺乏长远打算，没有建立和形成稳固的销售网络和渠道，常常是打一枪换一个地方。三是龙头企业不强。目前，全县还没有一家规模相当的柑桔加工企业，从而使柑桔的加工转化几乎处于空白状态。营销型的龙头企业也为数不多、不强。

二、“九五”期间柑桔产业化发展的目标和对策

衢县柑桔发展的前途和希望在于走产业化发展之路，把千家万户的小生产和千变万化的大市场连接起来。“九五”期间柑桔产业化发展的主要目标是：到2000年，全县柑桔总产达40万吨，平均单产2000公斤；优质果率达80%，创2—3个具有较大影响的知名品牌；柑桔业产值占农业总产值的50%左右，农民人均柑桔

收入占全年收入的40%左右；约10%的柑桔得到深度加工；柑桔外贸进一步发展，市场覆盖扩大；涌现一批具有一定实力和带动功能的营销型、加工型的龙头企业；与柑桔关联的包装、运输、肥料等产业得到较大发展，形成一个兴旺发达的产业链。

为实现上述目标，我们要按照两个转变的要求，从以下几个方面下功夫：

第一，要在提高品质和单产上下功夫。一是全面推行“一品红”椪柑模式栽培管理技术，促进广大桔农生产技术水平的提高。二是以改善生产条件，增强抗御自然灾害能力为重点，大力加强优质丰产柑桔基地建设。要加大投入，兴修水利工程，加速土壤熟化，进行生态桔园的综合治理，实施《红壤柑桔品质优化栽培和果实商品化处理技术规范》。三是采取“嫁接一批，改造一批，淘汰一批，发展一批”的办法，实行“计划生育”，“优生优育”，大力优化柑桔品种结构。四是开展“一品红”椪柑高产桔园的评比活动，促进桔农改变柑桔生产观念，注重提高品质和单产。五是争取申请国家绿色食品标志使用权，按照绿色食品的要求改进柑桔生产技术，使我县柑桔成为符合市场需求的绿色食品。

第二，要在开拓市场上下功夫。一是实施好“一品红”椪柑名牌战略，扩大我县柑桔产品的知名度。全县要形成“创名牌，爱名牌，用名牌”的良好氛围，对注册的“一品红”等商标要实行统一管理，加强宣传，注意保护。二是建立健全市场销售网络，扩大覆盖面，增强巩固性。重点是提高柑桔销售的组织化程度，大力发展柑桔运销公司、协会等营销实体。要与各柑桔销售地区的有关公司、单位建立稳定良好的合作关系。党委、政府有关部门要帮助桔农开辟市场，努力办好与铁路部门联建的衢铁柑桔交易市场，搞好服务，指导桔农适时销售。三是努力发展柑桔外贸，拓展国际市场。重点是要进一步开辟独联体国家的销售市场，组织优质柑桔销往国际市场，创造良好声誉。四是改革柑桔农特税征管办法，从流通环节的设卡征收转向生产环节的到户征收，优化

销售环境，吸引和鼓励客商和本地桔农投身柑桔运销。

第三，要在培育龙头企业上下功夫。产业要腾飞，全靠龙头带。有多大的龙头，就有多大的市场，就有多大的产业。当前，我县柑桔业虽有一些科技型、服务型的龙头企业，但营销型、加工型的龙头企业缺乏，这种状况直接影响柑桔生产和经济效益的进一步发展和提高。为此，今后重点是要培育营销型和加工型的龙头企业。发展龙头企业要采取多种形式，多管齐下。一是努力兴建龙头。主要是鼓励引导柑桔产销大户、个私企业主创建营销型或加工型的龙头企业。各主要产桔乡镇都要创办1—2个带动功能较强的龙头企业，乡镇党委、政府和县有关部门要努力为龙头企业搞好服务。供销社、农业局等有关部门也要积极创造条件领办龙头企业。二是大力扶持龙头。对各类龙头企业要制定扶持政策，促其快速发展壮大。三是积极引进龙头。要通过股份合作等各种形式，积极引进外面的人才、资金、技术，开发我县的柑桔，创办加工型龙头企业，争取有一定比例的柑桔得到加工转化。四是主动挂钩龙头。要主动设法与外地一些果品加工的大企业挂钩攀亲，建立关系，依靠他们的加工能力和销售渠道，带动我县柑桔加工业的发展。

第四，要在进一步健全社会化服务体系，强化服务功能上下功夫。一方面政府有关部门要加强种苗、技术、化肥、销售等各环节的服务工作，特别是要注意技术指导和市场销售两个重要环节。另一方面要鼓励引导桔农自发组织服务性实体，加入柑桔专业合作社、柑桔产销协会等组织，进行自我服务。总之，要使柑桔生产和社会化服务网络健全，服务措施多样，服务功能齐全，做到“三上门”，即种苗供应上门，技术指导上门，销售收购上门，使桔农“三不愁”，即不愁没好苗，不愁没技术，不愁没销路。

实施名牌战略　再造椪柑优势

雷长林

中共十一届三中全会以来，我县柑桔生产得到迅猛发展。1996年柑桔总产量27.31万吨，其中椪柑占80%以上，成为全国椪柑第一县。柑桔产值3.14亿元，占农业总产值的41%，农民人均柑桔收入达634元，成为县域经济的一大支柱产业。

随着社会主义市场经济体制逐步建立，柑桔市场出现新变化，柑桔产销面临新挑战。在新的形势下，如何把数量优势转化为市场优势？我们确立走名牌兴业之路，实施椪柑名牌战略，转变柑桔生产增长方式，促进产业化、集约化，再造衢县椪柑新优势。

实施椪柑名牌战略，是一项开创性的系统工程，需要科学规划，精心组织，上下联动，左右配合，整体推进。我们突出“六个”抓好：

抓好基地建设，培植名牌。名牌产品的一个主要特征，就是拥有一定的数量规模和市场占有份额。基地是名牌产品的重要基础和依托。我们立足现有基础，整体规划，分步实施，着力“三改”，推进基地上水平上档次。整体规划是“九五”期间，在全县建起优质椪柑基地20万亩；分步实施是确定基地建设具体规划，近两年狠抓“二万三千”（航埠、石梁各一万亩，华墅林场、县良种场、园艺场各一千亩）中心示范基地建设，在全县率先形成五大片高标准的“一品红”椪柑示范基地；着力“三改”就是通过改良品质、改善设施、改良土壤，以优化结构，提高一级品率。对基地建设和“三改”资金投入实行多种渠道，采取县里补一块、乡

镇筹一块、村民入股参一块的筹资办法。县预算内安排100万元补助资金，实行以奖代扶，先配套后补助，逐步形成以群众和乡村集体投入为主的投入机制。

抓好科技兴桔，发展名牌。名牌不是一个静态的概念，而是一个动态的生产过程。在实施椪柑名牌战略中，我们注重科技投入，不断提高椪柑的科技含量，不断增强椪柑的市场竞争能力。为此，进一步加强椪柑科技网络建设，县里重点抓好椪柑研究所和柑桔技术推广中心建设，每个产桔乡镇和村建立椪柑技术服务站，并配备专兼职辅导员，形成三级椪柑科技网络。为统一和规范椪柑技术栽培标准，使桔农在生产中做到有技术标准可依，县里制订了“一品红”椪柑质量标准和椪柑栽培技术模式图，分别印发5万份给广大桔农。为提高先进实用技术推广的效应，大力推行技术物化、技物结合服务等农技推广新模式，通过“柑桔医院”等载体，做到既有供应对口物资，又提供使用技术指导；既座堂门诊，又深入现场指导服务。特别注重科学施肥，科学用药，使椪柑成为顺应当代潮流的“绿色食品”。

抓好质量竞赛，倡导名牌。质量是名牌的生命，离开质量，就创不出名牌，放松质量，名牌就会倒牌。我们把眼睛盯在市场上，功夫用在质量上，除抓好基地建设和加大科技投入外，运用舆论导向和利益吸引，加大提高椪柑质量的引导力度。坚持不懈地开展全县性“一品红”椪柑质量竞赛活动，努力倡导一种谁的椪柑质量好，谁就受益特别大的社会氛围。每年评奖结束后，由政府重奖获奖桔农，并在报纸、广播、电视上公布光荣榜，大力加以宣传。同时，对这些获得优胜奖的农户生产的特级、一级椪柑，符合“一品红”质量标准的，由县有关单位按高于市场价15～50%的价格统一收购。这样通过几年的竞赛活动，力争全县椪柑优质果率达到90%以上，以质量在消费者心目中树起名牌的丰碑。

抓好商标管理，保护名牌。创名牌，必须有自己的品牌。为此，我县经国家工商局核准注册了“一品红”和“一品香”两只

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.

商标，有了自己的椪柑品牌。“一品红”既富有历史名产的意义，又位列第一，意寓为一流品质的椪柑。在实施中，加大名牌意识的宣传教育力度，造成全社会创名牌、爱名牌、保名牌的强烈氛围。严格掌握“一品红”商标使用范围，通过邀请全国果品知名专家和有关技术监督部门，召开“一品红”椪柑质量论证会来制定出国家标准。只有符合标准的椪柑才允许使用“一品红”商标，否则不能使用。全县力争通过5年努力，使“一品红”椪柑产量突破25万吨。同时，由县工商、计量、农业等部门组成衢县“一品红”椪柑管理委员会，负责制定和实施“一品红”商标管理办法，统筹商标管理工作，维护“一品红”商标声誉，使之在激烈的市场竞争中立于不败之地。

抓好龙型载体，带动名牌。实施椪柑名牌战略，不仅政府部门要有所作为，而且也十分需要一批龙型载体，发挥其不可替代的带动、辐射作用。我们以改革的思路，主要从四个层面发展龙型载体。一是走专业合作、贸工农一体化的路子，发展壮大县柑桔产销专业合作总社。目前已有6个专业合作社，入社柑桔农户4354户，股本金270万元，年椪柑产销量达8万吨以上，成为一个“民办、民营、民管、民受益”的大型经济联合体。柑桔产销合作社通过提供规划、良种、技术、物资、包装、加工、贮运、推销等社会化服务，不断壮大自身实力，不断增强服务功能，特别是向流通和加工领域扩展，实行全方位带动，吸引了越来越多的果农入社。二是组建一品红椪柑产销有限公司，构筑新的龙头企业。由县农业局、农经委、供销社等部门按股份制形式组建一品红椪柑产销有限公司，注册资金100万元。公司主要以“一品红”优质椪柑基地为依托，以一流的质量、一流的包装、一流的保鲜技术、一流的服务开展购销活动。逐步开拓市场，扩大市场占有量。三是建立大型柑桔交易市场，进一步搞活流通。由县柑桔产销专业合作总社与铁路衢州车务段联合组建的“衢铁柑桔交易市场”，已开张营业，从而结束了椪柑没有大型交易市场的历史。

市场除充分利用铁路现有设施外，还新建交易房和简易棚，并有两条铁路专用线，日装车发运能力达30多个车皮，为桔农、贩销户、客商提供中介、信息、包装、装卸、运输等配套服务。并在实践中，不断完善服务功能，方便客户运销，增强椪柑外销的吞吐能力。四是鼓励千家万户进市场，扶持发展一批小型龙头企业和民间运销组织，引导它们走股份合作路子，形成“大龙”带“小龙”，群龙起舞的格局。

抓好对外宣传，拓展名牌。品牌之争既是质量竞争也是信息竞争，我们通过宣传媒介来实施产品从生产到市场的有效转化。而农产品对外宣传，有其特殊性，不象工业产品那样宣传与受益属同一主体，这就更需要政府在对外宣传中发挥更大作用。我们围绕“巩固北方市场、扩大西北市场、拓展边贸市场”的营销策略，通过多种方式，全方位开展宣传工作。一是全县各类小轿车统一印制宣传“中国椪柑之乡”的标语，并在国道、省道与毗邻县交界处建起宣传椪柑的永久性标牌。二是重点打好椪柑对外宣传阵地战。每年从柑桔农特税收入中安排一笔宣传经费，通过组织精干力量到一些大中城市召开椪柑新闻发布会，并借助当地有影响的报刊、电视、广播开展“地毯式”宣传，全面介绍我县椪柑产业规模、产品特色、发展环境等。三是全县印发数十万份椪柑宣传资料，由运销户带出，张贴到销地水果批发市场，赠送给消费者，让全国更多的消费者认识椪柑、了解椪柑、喜爱椪柑。

我们相信，随着椪柑名牌战略的实施，“亚洲宽皮桔之王”定将更加流光溢彩！“南国佳果”定将走向世界！“中国椪柑之乡”定将蜚声中外！县域经济发展和农民致富奔小康定将加快！

桔香不忘路艰难

谢高华

衢县被命名为“中国椪柑之乡”是全县人民长期自力更生、艰苦奋斗的结晶，也是历届县委、县政府抓住机遇，努力工作所取得的成果。回顾建国后40多年的柑桔发展史，有许许多多成功的经验值得推广，也有不少教训可以总结。可以说：衢县柑桔确实是甜蜜的，发展的道路是艰难曲折的，今后的前景是美好的。

1952年我去杜泽区工作，那时强调“以粮为纲，多种经营”，粮食的重点是抓水利，多种经营的重点是发展马尾松。几年后，我意识到光抓种植马尾松效益不好。这时我看到杜泽老汽车站附近有一片衢桔长势不错，收益也好，就开始抓种桔，区里确定了一名区委委员抓柑桔的发展，在杜泽镇的樟树底、苏村、盈里村及周家乡裴家、相对村搞点，面积总共仅几千亩。从搞点情况看，樟树底、苏村、盈里由于连片开发，比较成功，开生后，老百姓视为命根子、“摇钱树”。那时种的都是实生衢桔，要七八年才会结果，短期难以见效，加上大锅饭体制，农民积极性不高，特别是收获的桔子一律由国家统一收购，农民自己反而吃不上。因此，这一时期尽管作了宣传发动，也有措施，发展仍然相当缓慢。

在文化大革命中，我曾受迫害，下放到航埠镇莫家村劳动。这个村历史上是老桔区，由于“左”的路线影响，柑桔遭受严重破坏，群众生活困难，引起我的深思：为什么柑桔破坏这么严重？为什么群众生活这么困难？同时，也使我加深了对柑桔的认识，我认定它是衢县农民的希望。1973年，省委决定我担任中共衢县县

委分管农业的副书记。在文化大革命中的严重困难时期，县委书记袁芳烈到下村公社坎底村蹲点，并把该村作为发展柑桔的试点，从而，使坎底村成为衢县新桔区创造了良好的条件。由于袁芳烈同志和我对抓好柑桔生产，发展衢县农村经济形成共识，因此，县委组织了大批机关干部、科技人员下乡蹲点，深入调查研究。县委研究衢县农业发展思路时，一致认为衢县农村经济要上去，必须紧紧抓住“兴修水利、改造低产畈、多种经营”三项工作。在多种经营方面及时作出发展三个“五万亩”的决定（5万亩柑桔、5万亩蚕桑、5万亩茶叶）。县委认为：要实现5万亩柑桔的目标，当务之急是恢复航埠老桔区。为此，县委派我带队组织区委、公社党委书记去黄岩参观。我们一边虚心听取他们介绍发展柑桔的经验，一边暗暗下了决心。黄岩能发展，我们为啥不能发展？县委提出“学黄岩、赶黄岩、超黄岩”的口号。但有两大困难：一是衢县种柑桔历来是种在淤地粮田上。要发展，必须解决粮桔争地的矛盾。二是若要在黄土丘陵上种柑桔，必须解决技术问题。针对这一情况，县委决定从县农场划出一片土地，建立实验基地，同时成立了衢县柑桔研究所，还选择下村乡等一批乡村作试点，着重研究苗木嫁接和黄土丘陵种桔技术。县柑桔研究所接受县委任务后，经过科技人员实践，不久推出黄土丘陵开发种桔的“五个一”经验，并迅速在全县推广。尤其是县里抓的试点村，如航埠镇的孙家、将军叶、下村乡的坎底村等，发展更快。到1978年，全县柑桔种植面积增加到2.35万亩，产量达到2943吨。县柑桔研究所对发展衢县柑桔生产起了积极的指导作用，作出了贡献。那几年，我们抓一下，有了发展，可是受某些政策的限制，发展仍然不快。但我们思想上十分坚定，认为发展衢县农村经济，必须坚持不懈地发展柑桔生产。

中共十一届三中全会后，邓小平同志提出解放思想，实事求是的思想路线，1979年至1981年，县委对发展柑桔有了较大的动作。1978年前的几年中，航埠区柑桔虽有了恢复，但国家统购价

格很低，桔农种柑桔增了产量，却增不了收入，不少人外出讨饭，少数农民讨饭讨到省政府里。航埠桔区的贫穷，使得区里各项工作问题成堆，区乡领导工作难度大。柑桔发展了，农民更穷了，问题在哪里？1979年底，我担任中共衢县县委书记，带了县机关十多个部门的干部到航埠驻了一个多星期作调查研究，终于找到问题的症结，主要是极“左”路线的影响。粮食征购任务和农业税过重，桔、粮、棉争地矛盾突出。为了完成粮食任务，农民把桔树挖了种粮，为了完成棉花收购任务，只好在桔园套种棉花。当地有句农谚，“若要桔树死，一粒棉花籽”，所以，造成大量桔树死掉，粮、棉、桔样样减收。为了解决这个矛盾，我们认为要敢于从实际出发，研究决定：一是让出粮棉田，恢复发展柑桔。减掉航埠区粮食征购任务150万公斤，减少棉花征购任务，保证柑桔的种植面积和产量。二是改善生产条件。改善航埠镇的交通道路，由南到北建设交通大桥，在集镇上浇筑水泥路面。为保证桔树灌溉，在常山港沿岸建造抽水机埠，等等。同时，强调共产党员、脱产干部带头种桔，发展柑桔生产。县委还就发展多种经营提出10条措施，以中共衢县县委（1980）13号文件下达。

为了解决优质苗木问题，把任务交给柑桔研究所和农场，但还解决不了。1979年我和李春波去严家淤村，看到这个村的农民家家户户在自己的自留地里育出好桔苗，我们找到村支书，要他们为发展全县的柑桔多育苗，支书反问我说，田地都拿出来育苗，全村5.5万公斤粮食任务用什么来完成？我当即拍板说：“只要你们村育好良种苗木，征购粮食任务全部减免，农业税可以交代金。”这项口头决定虽然没有形成文件，但我当天回县机关同县长、粮食局长研究决定，减掉了严家淤的粮食征购任务。

在桔区解决了一些实际问题后，县里除继续抓好老桔区孙家村、新桔区坎底村等试点外，1979年下半年在石梁区白云山脚，科技人员同大队、生产队干部搞了一片密植、矮化、高产的速生丰产试验基地。县里拨出500元钱，每亩种桔667株，第三年就结

果1758公斤。试验成功后，省里领导看了非常赞赏。接着我们组织区委、公社党委书记到试验基地参观，并发给每人50株柑桔苗带回家种植，后由县里组织检查。

通过政策引导，重视党员干部带头，抓了典型和试点，柑桔生产开始逐步发展。可是，收购上仍然由国家统一下达计划。1980年省里下达衢县收购柑桔任务时，我们根据本县柑桔生产实际情况，经研究减少了下达的收购任务。柑桔上市前，我在全县一次会议上说，今年柑桔收购，只要大家完成县下达的计划，哪里价格高就往哪里卖，南京的价格高卖给南京，北京的价格高卖给北京。当时，市场上柑桔较少，结果南京一带各城市的车子直接开到航埠桔区收购，农民把柑桔拿到市场上卖掉，省对我们衢县反响很强烈。当时，国家收购价每公斤只0.34元，而市场价有0.70元，广大桔农得到了很大的实惠，桔农收入翻了一番，喜笑颜开。因为没有完成省里下达的收购指标，1981年1月16日，《人民日报》在二版刊登了《衢县领导干部不顾大局助长高价买卖》一文，严肃地批评了我。旁边还配有一则《两种‘关系’两种结果》的短评。短评肯定了辽宁省新金县花儿公社西北山大队在销售苹果时正确处理好国家、集体和社员三者关系的做法后，指出："浙江省衢县产柑桔，县委书记公开说：‘哪里价高，就往哪里卖。’有人为了多卖钱，大搞‘饭桌’交易。结果，国家收购柑桔计划只完成16%。这种只顾局部利益不顾集体利益的思想和做法，与西北山大队相比，那就相差太远了！……柑桔收购季节虽已过去，但是，象衢县在收购工作中反映出来的问题，是值得引起注意的。"

当时，我正在省里开会，那天上午讨论时，省委书记笑着同我说，老谢，你上《人民日报》了。说实话，当时我的压力确实很大。后来我同省委秘书长厉德馨说，我挨批评了，深受教育。他说，你县委书记挨批评，农民收入就增加不少啊！

通过几年努力，农村集体经济的确增加不少，可农民个人还不敢放开胆子种桔。农民对翻资本主义尾巴已长期心有余悸。工

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.