

逐梦乡村

山乡巨变有我

柳洁 董庆森

从广东回到宜都,32岁的陈宇让夏家湾的小茶叶变成致富“金叶子”;走出大山创业又回归田园,44岁的杜永军瞄准蔬菜种植一头扎进高山;54岁的超市老板周祥玉刻苦钻研电商,就为助力家乡农产品“破圈”……

2023年,湖北省宜都市先后入选国家乡村振兴示范县创建名单、全国22个农村综合性改革试点试验县市名单。广袤田野蕴藏着无限机遇,为乡村致富能手提供了人生舞台。

茶园春早

“放着大城市的稳定工作不要,去贫困村种什么茶叶,大学白上了!”父亲气得在电话里冲他发火;母亲苦口婆心求他回去上班……湖北省宜都市王家畈镇夏家湾村茶叶合作社理事长陈宇,忘不掉2018年跟家人商量回乡创业时的场景。

去年,这位来自黄冈市浠水县的“90后”,带领合作社销售干茶150吨,销售额超900万元,带动周边400多名村民增收。

1.85米的大高个,黝黑的脸庞,笑容灿烂。初见陈宇,让人很难把他和茶叶种植大户联系起来。2015年大学毕业后,在广东工作的陈宇年薪不菲。一个白领怎么千里迢迢到宜都种起茶叶了呢?

陈宇打开话匣子。2017年,爱喝茶的他跟随爱人来到夏家湾村,村里漫山碧绿的茶树很快吸引了他的目光,打听到村里茶叶收购价格和卖价,他震惊了:“干茶一斤只卖5元,太低了!”

当地茶叶消费市场咋样?一番调查,陈宇收获惊喜,宜都中高端茶叶每年有近8000吨的缺口。“要不然,来种茶?”陈宇动心了。

彼时,夏家湾村是省级贫困村,村穷山高路远,家人和老乡都不理解,学校苦读十余载,城里工作稳定,咋想来这?

“村民们守着这么好的茶叶资源,却没能卖上好价钱,太可惜。”说服家人,陈宇辞掉工作,于2018年11月正式开启“新农人”之旅。

在家人和村里的支持下,他很快在村里办起了生态农业公司,先后流转承包330亩高山茶园,并主动接过夏家湾村茶叶合作社的担子。

夏家湾海拔较高,雨量充足,茶叶一直是当地传统产业,400多户村民几乎家家种茶,但产出的多是低档茶,即便是“贵如油”的春茶,每斤鲜叶的收购价最高也只有1元钱。

脑筋灵活的陈宇心里盘算:像茶产业这种传统行业,挣钱要出新招。

他先后到湖南、浙江、恩施等地“拜师学艺”,在掌握茶叶管护、农机使用等基本技术的同时,也有了更多的思考。

回到茶园,陈宇请来宜都市农业局的茶叶专家,测土、配生物肥料,很快便拿出一招:提前封园减少采茶次数,开沟施肥,加强生物防治,科学提质。第二招:“一田两用”,将茶园免费提供给农户养鸡、养羊,既能清杂草,鸡羊的粪便又能肥地。

合作社的发展思路也愈加清晰:为社员向上争取到每亩1000元物资补贴;合作社全部实行科

学管护,机采茶叶价格提升至每斤2.6元,人工手采单芽价格更是翻了一番;先后投资500多万元新建两处加工厂房,购进全自动茶叶加工设备,鲜叶加工产能提升至每天1.5万斤。

科学化、规模化种茶带来的收益在2022年展现,合作社的名优茶销售量大幅上涨,红茶品质甚至达到了出口欧盟的标准。

湖北省优秀农村实用人才、宜昌市百佳农民、宜昌市优秀五四青年……陈宇获得了诸多荣誉。“跟着他干,准没错。”身边的老乡竖起了大拇指。

合作社不断发展壮大。社员由最初的58户发展到156户,户均年增收超8000元;茶园面积扩大到2000多亩,每亩茶田增收2000元以上。20多个村民在这实现了稳定就业,解决农村留守人员季节性用工90多人,每年辐射带动400多户村民增产增收。

智慧种菜

“土壤要深耕,泥土要打成碎块状,这样才方便一体化施肥及灌溉,保证种苗成活率。”今年4月份第一次见到宜都潘家湾乡金萱蔬菜专业合作社理事长杜永军时,他正在指挥工人驾驶“铁牛”犁地。

“马上就要进行辣椒栽种了,否则就会错过季节。”杜永军抓起一把泥土,一边查看墒情一边说。

杜永军,1979年出生,早年外出闯荡,先是在东莞一家合资企业打工,后来自己创办包装厂,事业做得风生水起。

从小在潘家湾乡梁山村长大的他看到家乡依旧贫困,萌生了回乡创业的想法,既可以照顾年迈的父母,也可以带动更多村民致富。

2019年,他将东莞的生意交给他人打理,带着妻子回到村庄,流转土地上万亩,开始由企业老板向“新农人”转型。

梁山村平均海拔600多米,适宜种植半山蔬菜,以前也曾有外地老板来这里承包土地种菜,后来都因为种种原因放弃了。

在大城市打拼过,思路不一样。杜永军认为,当地气候好、土质好,种出来的蔬菜有一种清甜味,只要打开销路,就一定带动乡亲们致富。

他聘请有着多年蔬菜种植经验的长阳人覃万海当顾问,指导村民种植适宜当地气候的辣椒及龙芽白菜:辣椒针对酒店市场,龙芽白菜主攻城市居民餐桌。

销售上,他一改当地蔬菜主销周边地区的销售模式,瞄准武汉、上海、广州等大城市市场,多方联络建立起了固定的销售渠道。

种植上,他坚持“智慧化”种田,建起了塑料大棚,全力推进水肥一体化种植技术,并与联通公司合力打造“数字化”良苗大棚。

走进投资30多万元建设的数字化育苗大棚,一株株辣椒苗在方格状的苗圃内茁壮成长。苗圃上端管线密布,自动化喷头正在喷洒水雾。

“借助5G网络系统,我通过手机就可对苗圃内的种苗进行浇灌、施肥,还可监测大棚内的温度及风速。”杜永军说,在他的蔬菜基地,每个塑料大棚内都建有水肥一体化输送管道,只要启动电子阀门,整个基地可同时实现灌溉、施肥作业,既保证了水、肥料喷洒均匀,也节省了人力、物力,降低了种植成本。

目前,宜都市金萱蔬菜合作社种植面积达到1000多亩,辐射周边4个村。合作社在推动产业发展的同时,也给当地村民带来了“真金白银”:每年为村民带来300多万元劳务收入及近百万元的土地流转收入;去年,合作社销售大白菜1100吨,红辣椒600余吨,产值达600多万元。

电商破圈

一大早,在宜都市松木坪镇庙河村,清洗芭蕉叶、裁片、焯水……庙河山珍创始人周祥玉一边做着本地特色粳粩一边直播。直播间里,已有近千人点赞。

庙河村因煤而兴,因矿厂关停而凋敝。当时的周祥玉一家,老公失业,女儿要读大学,经营的小超市生意惨淡,出去打工似乎成了生存的唯一选择。但生在庙河、长在庙河的周祥玉却执拗地要在家乡谋出路。

周祥玉爱看书,尤其是农业方面的书,一次,她看到一篇用“互联网”把豆腐乳卖到全国的文章后深受触动,庙河的豆腐乳、蜂蜜都是地道的农家食品,却从来没有人想过把它们卖到外边去赚钱。

周祥玉决定要当庙河村第一个“卖货员”。2016年,她卖掉自家超市,注册“庙河山珍”商标,成立“庙河山珍专业合作社”,开启了创业生涯。这一年,她45岁。

2017年正月初八,她忐忑地在朋友圈发出第一条野生葛根粉销售信息,紧张地握着手机不敢动。突然屏幕亮起:“我要几瓶,怎么下单,你这有蜂蜜吗?”一天时间,周祥玉卖掉几十瓶葛根粉和蜂蜜,不到一个星期收入上千元!

她兴奋地带

领合作

社的社员们收货、拍照、打包、发货,尝到甜头的庙河村乡亲也开始习惯把家里的好山货、好味道交给周祥玉,“交给她能换好价钱”。

随着合作社的不断发展,周祥玉渐渐有了更多的想法,合作社要发展,既要守“土”也要求“新”,要从时令性产品向日常化、规模化发展,让乡亲们的增收路再宽一点,再稳一点。

她把眼光瞄向了宜都市,枝城镇的山胡椒、襄家河的鱼糕,潘家湾的腊肉……请来当地公认的每一种产品做得最好的“大师傅”当主理人,原材料来自宜都本地。

为提升产品质量,她还引进新设备,改进制作工艺,成功解决了玉米浆易发酸、木姜子腌制易发黑等问题,做出了40多款绿色健康、品质优良的地产,受到消费者欢迎。

7年前,在家乡谋生的梦想早已实现。7年间,周祥玉的梦想有了新变化,“其实还是那个梦,只是她长大了,想让更多人和我一样,在家门口就能过上好日子”。

37岁的海娥是庙河村人,两年前因丈夫生病,夫妻俩只能放弃外出打工,艰难度日。周祥玉找到海娥:“想不想跟我干?”

在周祥玉的帮助下,海娥成了合作社的粳粩师傅,丈夫平时帮合作社做点小零工,一家人每个月有3000多元收入,日子越过越好。

周边很多像海娥一样的“家门口就业者”,或把自家农产品卖给周祥玉,或是成为合作社的员工、合伙人,既照顾了家里,也保障了收入。这让周祥玉萌生了线上开展农村电商培训的想法:培养一批能干事会干事的人,乡村有能人,发展才有动力。她带着合作社一班人马设计课程,自己备课自己讲,主打“学了就能上手”。

2018年7月,在宜都市相关部门的帮助下,庙河村第一期农村电商培训班开班,到现在,举办了十场培训,培训学员近1000人,他们活跃在宜都的山乡村落,为家乡发展出力添彩。

如今,越来越多的人选择回到家乡发展,周祥玉的女儿也正在攻读农村电商专业硕士。“我的家乡,风景正好!”周祥玉说。

目前,宜都市已培育发展农村种植大户、电商“大V”、农业合作社带头人等“乡村CEO”400余人。他们善学习、肯钻研,在宜都乡村振兴的火热实践中成就了梦想,促进了新时代的山乡巨变。

图① 湖北宜都潘家湾乡金萱蔬菜专业合作社理事长杜永军正在采摘。
图② 宜都市王家畈镇万亩优质茶园基地。
图③ 中国谜语村——宜都市高坝洲镇青林寺村。
都 轩 摄

“两步一跌、身前交叉手、踏步……”只要歌声响起,朗嘎就情不自禁地想跳舞。60岁的她会跳150多种夏尔巴歌舞。

夏尔巴歌舞,是夏尔巴人祖辈传承的一种歌舞形式。位于西藏日喀则市定结县西南部、喜马拉雅山脉中段南坡的陈塘镇,平均海拔约2000米,是夏尔巴人主要聚居区。

朗嘎自幼就会跳夏尔巴歌舞。田间地头干活休息的间隙跳,村子里有重大活动时跳,跳舞就像吃饭、睡觉融入朗嘎的生活。

2011年,“陈塘夏尔巴歌舞”被列入第三批国家级非物质文化遗产名录,朗嘎成为夏尔巴歌舞国家级非物质文化遗产传承人。

每逢重大节日,当地都有盛大的夏尔巴歌舞表演。随着日喀则市大力推广喜马拉雅5条旅游线路产品,越来越多的游客走进陈塘沟,感受夏尔巴歌舞的魅力。

朗嘎和徒弟们跳得更带劲了。“要让更多的人了解我们的文化。”朗嘎说,只要还跳得动,她就会一直起舞。只要还教得动,她就要把自己会的舞种传承下去。

定结县给予了夏尔巴歌舞大力支持:开辟传习基地,提供经费补贴……朗嘎和徒弟们不用担心跳舞耽误农活,反而通过跳舞提高了家庭收入。进入陈塘沟的游客逐年增加,表演者的收入也不断增长。

喜马拉雅山脉保留了陈塘的神秘,沉淀了文化,这种神秘感深深吸引着游客。今年,定结县已接待游客超过2万人次,实现旅游收入近700万元。

除了夏尔巴歌舞,走进陈塘的游客都会尝

非遗起程喜游雅

采用当地产的纯谷酿造而成的鸡爪谷酒,再加上新鲜的葡萄,再加上新鲜的葡萄,再加上新鲜的葡萄……

置一段时间,配以竹吸管方得入口。夏尔巴人的热情与温柔仿佛都揉碎在这一杯酒里。2013年,陈塘鸡爪谷酒的酿酒工艺被列入西藏自治区级非物质文化遗产名录。

59岁的拉姆从小看着母亲酿制鸡爪谷酒,传承了酿酒技艺。如今,她已是陈塘鸡爪谷酒酿酒技艺的自治区级非物质文化遗产传承人。每年,她不仅能获得县里提供的传承人经费,还能通过卖酒获得几千元收入。

随着定结县文旅产业的发展,拉姆卖酒的收入逐年增加。她对鸡爪谷酒的未来充满期待:“期待年轻一代通过电商平台,突破地域限制,将鸡爪谷酒带到更大的市场上。”

陈塘的好山好水不仅孕育出了鸡爪谷酒,还孕育了漫山遍野的绿竹,造就了西藏自治区级的非物质文化遗产——“陈塘竹编技艺”。竹丝在竹编技艺自治区级传承人加布的指尖飞舞,顷刻便成为一件精美的作品。

15岁起,加布就会编织竹篮。他的竹编作品曾获日喀则“十大最具市场前景手工制品”称号。如今,加布创立了定结县陈塘镇帕布竹编合作社,带起了学徒。去年,他在夏尔巴文化旅游节和市里举办的珠峰文化旅游节上,靠销售竹编作品收入6万元。

加布说,文旅发展给非遗带来了机遇,让传统技艺焕发了新生。他要不断提升自己技艺水平,让非遗产品在广阔的文旅市场上越走越远。“我的竹编要飞出喜马拉雅群山,飞向更广大的市场。”

生活中的经济学

羽绒服为何夏季热卖

杜 铭

炎炎夏日,羽绒服却成为热销商品。那些曾经被形容为“钱包刺客”的大牌羽绒服、皮革产品,此时价格标签上几乎直接抹去一个“0”,令人心动不已。“618”购物节期间,羽绒服销量在各电商平台呈明显上升趋势,不少带货主播在直播间内“边吹冷气,边套羽绒服”。

北京有句老话叫“樱桃桑葚,货卖当时”,形容什么季节卖什么东西。一旦过了季节,要么商品逐渐下架,卖的少了,比如各种时令瓜果蔬菜;要么买的少了,比如夏天的羽绒服和冬天的泳装。

不过,有时候“不按常理出牌”才能获得利益最大化。服装作为一种快消品,具有明显的季节性,但对于羽绒服这个品类来说,反季是应季之外的重要营销节点。无论哪个平台或哪个羽绒服商家,都会直接将“反季”作

为一大卖点。作为具有较强功能性的服饰,羽绒服大牌厂商在保暖性、美观性方面都不惜重金投入,进而形成了独特的品牌特色和文化,也有中国商家跻身世界一流羽绒服品牌行列。消费者越认可,品牌溢价就越高。不过,对于商家来说,应季服装一旦过了销售季,低价销售及时“回血”用于扩大再生产,显然好过囤在仓库里占用资金。

这也是一个卖家与买家双赢的局面。天寒地冻时抱怨“羽绒服刺客”,不如趁反季促销“捡漏”一把。虽然商家每年都会推出各种潮流新款,但总有些经典款式不会过时。反季销售之所以香,就在于既满足了消费者对品牌产品的需求,又降低了为品牌溢价付出的费用。

当然,并不是说品牌溢价不合理。企业有能力获取溢价,才有动力投入创新,同时溢价也说明了品牌在消费者心中的地位。只不过萝卜青菜、各有所爱,消费者中有喜欢赶时髦求新潮的,

自然也有图实惠不跟风的,各取所需也挺好。

奥特莱斯这种零售业态就是从销售过季款与过时款起家逐渐演变成大型购物中心。在这里,很多一线大牌商品往往以意想不到的折扣出售。不少城市的奥特莱斯甚至成为旅游购物打卡点,有些热门品牌折扣店在活动期间因为人气太旺还需要限流或限购。

买名牌自然有买名牌的理由,但人们也希望能省一点是一点。对企业来说,通过牺牲一定的溢价换来了更大的市场空间,提升了市场占有率和品牌影响力。对消费者来说,在夏季买下一件“骨折价”羽绒服,既帮商家清了库存,也切实得到了实惠,更是收获了长达两季的期待。

当然了,在夏季出手买一件羽绒服前还得留个心眼,看看商家有没有先提价再宣称反季降价。要做一个理性消费者,就做得彻底一些。