

山川有味

乔文汇

# 有一种甜蜜叫哈密

瓜以地得名，地以瓜闻名。提到新疆哈密，便令人口舌生津。

或许您没去过哈密，但总听过哈密瓜吧。考古证实，新疆栽培甜瓜历史悠久，哈密盛产水果在汉代就有记载；如今，哈密瓜早已变身大众果品，走出哈密，走向世界。

在这座弥漫瓜香的城市，当地人介绍自己家乡时，总是自豪地说：“有一种甜蜜，叫哈密。”

## 呵护

加格达、红心脆、黑眉毛、青花蜜、金色年华……走进哈密，仿佛来到了哈密瓜博物馆。干燥少雨、蒸发量高、光照时间长、昼夜温差大，加之清冽活水浇灌，孕育了高品质的哈密瓜。

在哈密市伊州区花园乡卡日塔里村有座哈密瓜品种展示园，展示了300多种新老品种哈密瓜，“甜蜜矩阵”引得人们纷纷打卡留念。

哈密瓜品种不同，甜蜜的呈现方式也不同：青花蜜吃起来脆爽可口，唇齿留香；被称为“老汉瓜”的拜鲜可奇则软糯香甜，入口即化。业内人士评价，哈密瓜是珍贵的甜瓜种质资源，同样品种的瓜，哈密所产，无论瓜形、网纹、色泽、含糖量、维生素含量、风味口感等往往更胜一筹。

瓜之所以这么多、这么甜，是因为有人吃了苦。我们实现“吃瓜自由”，离不开把一生献给甜蜜事业的中国工程院院士吴明珠。在新疆，人们谈到瓜，总会想到已年逾九旬的吴明珠。

当年，吴明珠

和同事们冒着酷暑，徒步遍访瓜田，为新疆瓜建立了第一份资源档案。她开创了新疆甜瓜、西瓜育种事业，60多年里培育出众多优良品种，一直在辛勤“酿造”、精心呵护着这一方“甜蜜”。“我的人生就是想多结几个瓜，把瓜的香甜献给人民。”吴明珠说。

“94岁的瓜奶奶回新疆吃瓜了！”这条短视频在社交媒体上火了。今年7月，吴明珠再回哈密，现身第二届哈密瓜产业高质量发展大会现场，与会人员纷纷起身，热烈鼓掌，向这位奠定甜蜜产业发展基础的老人致以崇高敬意。

“老师当时为了搜集到第一手种质资源，从县城步行到村里，一路上又渴又饿，却舍不得吃一口瓜。”吴明珠院士的学生、新疆农业科学院哈密瓜研究中心研究员伊鸿平说，“我不仅从老师那里学习到了西甜瓜选育知识，更涵养了对国家、对人民、对事业的赤子之情。”

现在，哈密市原产地哈密瓜种植规模保持在7万亩左右，年产优质商品瓜达13万吨，80%以上产品远销全国各大市场及东南亚等地，哈密瓜种植、管理、分级、销售越来越精细。

尝过香甜可口的哈密瓜，人们不禁会问：“甜蜜”有等级吗？答案是肯定的。哈密组织专家依据糖度、外观、规格、种植环境、安全性等指标，对哈密瓜质量进行分级；未来，还将根据市场反馈，逐步完善根据香气、风味、脆度等特色指标划分的分级体系，实现标准迭代升级。

为保护好“甜蜜之源”，让优质哈密瓜始终“香如故”，哈密市实施了哈密瓜种质资源保护与利用项目，先后投入3000万元建成种质资源平台，可容纳5000余份种质资源。哈密人骄傲又自信地说：“哈密的甜蜜，要甜到全国，甜到世界。这份甜蜜，哈密有责任来呵护。”

## 共享

哈密虽远离大海，却拥有大海一样的气度。当地有一种说法：丝绸之路有多长，哈密瓜的香甜就飘得有多远。

如今，哈密瓜种植栽培区域东进南移，遍布祖国大江南北。哈密瓜早就不仅是来自哈密的哈密瓜、新疆的哈密瓜，而是中国的哈密瓜，栽培面积也从百万亩级跨越到千万亩级。

去年，哈密联合甘肃、河北、河南、山东、海南、内蒙古、湖北、江苏、云南、浙江10个甜瓜主产区及主销区的种植企业、流通企业、高校与研究机构等，成立产业联盟，联手发展“甜蜜

事业”。

产业联盟成员共同商讨行业标准、制定品牌规划，联手打造“中国哈密瓜”品牌，建设面向全国的哈密特色鲜果产业链平台体系。为了让全国共享来自哈密的“甜蜜”，哈密搭建“互联网+种质资源”服务共享平台，为哈密瓜育种科学家提供种质资源共享、交流、交换等服务。

共享甜蜜，云上发力。哈密谋划上线哈密瓜产业云，为全行业提供哈密瓜智慧农业物联网平台，将生产过程数据化。同时，将打通金融、物流和销售数据接口，让从业者以低成本搭上数字化、智慧化产业发展快车。

实际上，新疆产区的哈密瓜产量目前只占全国十分之一左右，各产区的哈密瓜口感风味也各具特色。但哈密作为“甜蜜之源”，始终具备品种、品质和品牌优势。

最近两年，哈密跳出一地一域，努力走出一条哈密瓜全产业链体系重塑、全链条价值提升的新路，推动“哈密瓜因哈密而得名”向“哈密瓜产业因哈密而实现高质量发展”转变。

甜中带苦、苦中有甜，还有一股淡淡的哈密瓜清香——一杯蜜瓜拿铁令人回味无穷。哈密的甜蜜正在跨界。今年7月，“哈小蜜”品牌在哈密亮相，“哈小蜜”潮牌文创空间——“哈小蜜”总部店及流动餐车同步开业。“哈小蜜”系列产品不仅有哈密瓜口味的咖啡、奶茶、啤酒、冰淇淋等食品，还有哈密瓜文创产品笔记本、贴纸、冰箱贴、徽章、打卡印章等。

哈密市天工创意工作室负责人王仑，多年来坚持制作仿真哈密瓜，他设计制作的哈密瓜模型足可以假乱真，每年营业额超过10万元。去年，王仑参观了汝窑和钧窑的窑口及大师工作室后，设计制作了一套哈密瓜造型的茶壶，新颖别致，令人爱不释手。

“哈密瓜可不只是甜，它可以成为多种载体，发展多种业态。”“哈小蜜”品牌创始人郝照明说，希望“哈小蜜”品牌让更多人在知道哈密、了解哈密的同时，享受来自哈密的甜蜜。

## 升级

夏日哈密，流香淌蜜。

不久前，哈密举办新疆“哈密‘甜蜜之旅’”第十八届哈密瓜节暨第二届哈密瓜产业高质量发展大会，召集业内大咖“论瓜”，探讨如何为甜蜜产业蓄势赋能。

“要让哈密瓜的每一株藤蔓，都能结出高品质的果实。”哈密瓜产业高质量发展大会暨哈密瓜节筹备工作委员

会副主任张国栋说，已达千亿元级别的哈密瓜产业，完全能从“小而美”迈向“大而强”，要让甜蜜加倍，得在产业链上做文章。

哈密形成了全国单一瓜果品类的巨大市场，但市场规模仍具备巨大增值空间。去年以来，哈密推进甜蜜产业持续扩容升级，解决“种好瓜”——哈密瓜鲜果产业链平台给予优质品种支持；助力“卖好价”——平台对哈密瓜予以分级分等，搭建起传统商超和电商新零售渠道。

升级甜蜜，“哈密贷”供应链金融产品亮相，为哈密瓜产业链上的小微企业提供更灵活、便捷的融资渠道，在前端解决瓜农的种植资金投入问题，在后端缓解收购商的收储资金压力。

升级甜蜜，还需丰富哈密瓜产品。每亩哈密瓜瓜田平均有1000株瓜藤，每株瓜藤上往往会结3个乳瓜。瓜农们为保证瓜的质量，只在一株藤上保留1颗瓜。实际上，那两颗被摘掉的乳瓜可做成酱菜，如果按照每公斤1元价格收购，一亩地每年可增收1200元。此外，哈密瓜蒂、瓜叶、瓜皮均可入药，也具备一定经济价值。

哈密瓜还是非常好的原料，有的商家开发出哈密瓜冰淇淋、哈密瓜蛋糕、哈密瓜酸奶；还有人尝试过哈密瓜加虾仁、哈密瓜加鹅肝、哈密瓜加火腿，以其独特风味深受消费者欢迎。

升级甜蜜，还要拓展多元化销售场景。今年，哈密谋划了哈密瓜节与青岛国际啤酒节双节联动，实现流量共享，在青岛市石老人海水浴场和如是书店设置了哈密瓜节分会场，将哈密甜蜜从天山脚下传递至黄海之滨。

甜蜜哈密，甜在田间，甜在舌尖，也甜到心田。

在刚过去的夏天，你是买整个西瓜多，还是买切开的西瓜多？太重不好拎，切开吃不完，保鲜太麻烦……小时候，西瓜的单位是“个”，论斤买；长大后，西瓜的单位多了“块”，论盒买。价格与形态变了，但不变的是消暑的快乐。买鲜果和买果切，到底哪个更划算？

笔者算了笔账。以西瓜为例，线上果切平台不限品种每斤售价为12.9元至18.9元。算上商家的优惠活动、平台红包、满减额度等，西瓜果切的价格被“打”到了每斤10元左右。同时，线下超市标明品种的西瓜零售价格每斤2.8元至5元，消费者可以按需选择自己喜爱的品种购买。单看售价，西瓜果切要比西瓜鲜果贵出许多。

果切为什么比鲜果贵？首先是成本结构的不同。对售卖鲜果的商家来说，成本主要由场地租金、进货成本和销售人员工资等构成，因为出货较快，大多数水果也不需要冷藏保存，水果清洗、削皮、分切、冷藏储存等环节都在消费端。而果切商家除了以上成本外，还要算上损耗、添置各种设备与额外包装用品等支出。因为鲜切水果属于冷食类食品，想要合规售卖，商家还需要办理相应的许可证，这也增加了场地、卫生等方面的成本。

除了方便快捷，选择多样，果切还通过多种水果的搭配让消费者花一份钱品尝到更多水果种类，这些都是果切区别于整果的优势所在。同时，小包装的果切产品也迎合了“一人食”“一顿吃完”的需求。在购买菠萝蜜、榴莲等单价高、处理难度大的水果时，如果可以花五分之一整果的钱，抱回一盒处理好的果肉，何乐而不为？

果切兴起的背后，是水果消费需求的迭代升级。可以说，果切搭上了即时零售的快车。

为增强竞争力、提高附加值，乌梅小番茄、酸奶水果捞、沙拉轻食等新产品层出不穷，从业者创意不断，消费者大饱口福。随着果切产品不断出新，地方美食有了更多“出圈”的机会，酸梅粉芭乐、辣椒青芒果、酸野等地方特色吃法逐渐走上全国各地消费者的餐桌。此外，果切还拓展出更多消费场景，办公室下午茶、商务果盘、露营美食里都有果切的身影。

其实，消费者选择商品时，价格并非唯一因素。换个角度看，商品单价可以衡量，省下的时间成本和附加的情绪价值无法衡量。果切到底贵不贵，算账还得看需求。有空自己加工处理时，鲜果物美价廉；忙碌又饿时，果切的便利便成了优势。

网上有一个梗图——当别人给你一个整个芒果，你说“不用啦，我不爱吃芒果”；当切好花刀的芒果放在盘里端过来，你顺手接过说“谢谢，我爱吃芒果”。毕竟，谁能拒绝一份洗净切好摆在面前的水果呢？

# 藏香氤氲雅江畔

贺建明

出拉萨城区，沿318国道西行约120公里，雅鲁藏布江畔醒目的“文香故里”标识牌让人顿生兴致。

顺着导引，进入尼木县吞巴景区，巨幅彩色墙展示着藏香制作场景，空气中弥漫着一股草药清香气，水流声中夹杂着韵律感十足的“喀喀”声。

走过转角，豁然开朗，只见湍流激发电车带动柏木段与石板磨打，“喀喀”声中木已成泥。

“顺着吞曲河有261座水磨错落分布，构成了一条‘水磨长廊’。”尼木县文化和旅游局非遗办负责人尼玛曲珍说：“利用水磨获取柏木泥，是制作尼木藏香不可缺少的一环，‘水磨长廊’也是游客了解尼木藏香制作工艺的打卡点。”

日出日落，水车吱呀作响，如同一位饱

经沧桑的老人徐徐诉说尼木藏香的过往：尼木藏香已有1300年历史；2008年，藏香制作技艺被列入国家级非物质文化遗产名录。

与水磨交相呼应的是一座座藏式院落。一个小院的露台上，格桑次仁盘腿而坐，身体前倾，左手持牛角、右手拇指按压香泥匀速运动，香泥便被拉制成一根根线条匀称的藏香。

时常也有游客接过牛角尝试一番：用力不均，就会粗细不一；速度不均，则线条中断。亲自试过，大家对制香人的手艺赞不绝口。

“我14岁就跟着父辈们学习制作藏香，32年来从未间断。”格桑次仁说，亲身体验让游客更加深入地了解尼木藏香的制作技艺，而尼木藏香所具有的药用价值，则是大家乐于选择它的重要原因。

藏香制作过程颇为繁复：匠人先用水磨

将主要原料柏木碾成木浆，再将木浆晾晒制成香砖。随后，把香砖揉碎，并加水制成香泥，按严格的比例配方加入不同香料与药材，塞入牛角挤压成条，晾干后才成藏香。

格桑次仁介绍，根据不同的等级与功效，香泥内会加入藏红花、豆蔻、檀香、沉香等多种药材。在多年的藏香制作过程中，各家各户根据经验都积累了自己独特的配方，这些配方只在家族内口口相传。

“由于每家配方不同，藏香制作没有统一标准，加上尼木藏香名气大，因此有很多外地藏香冒充尼木藏香。”尼木县文化和旅游局党组书记薛勇说，为了保护好“尼木藏香”品牌，2021年，尼木县完成了传统尼木藏香古配方升级项目的申报，在北京市顺义区的帮扶下，为包括尼木藏香在内的“尼木三绝”等传统技艺作品登记版权。今年3月

1日起，《藏香》国家标准正式实施，藏香产业发展迎来了新机遇。

游客多了、名气大了、市场认可度高了，凭借这门手艺，吞巴群众的生活也越来越好。气派的二层藏式民居，室内家电、家具一应俱全，院外还停放着小汽车……格桑次仁说：“借助电商平台，藏香销售不再局限于本地，还销往国内多个省份。”

尼木县近年来将藏香文化产业作为龙头产业和兴县富民的主轴产业，全县有藏香合作社7家、藏香企业2家、藏香产业园1家。今年上半年，全县藏香产值达2370万元。

历史长河中，尼木藏香氤氲升腾，一位位藏香制作艺人用双手与匠心守护这项传统技艺，使其在新时代里焕发出新的生机与活力。

本版编辑 陈莹莹 姚亚宁 美编 倪梦婷 来稿邮箱 fukan@jrb.com.cn

生活中的经济学

李和风