

逐梦乡村

# 我是新农人

魏金金

带着梦想与见识，走向田野深处。田埂上、大棚里、合作社中，处处跃动着他们的身影。他们有个共同的名字：“新农人。”

万千“新农人”来自不同地方，却奔向同一个方向。为乡村注入活水，为发展扎根根基，观念新了，产业兴了——这些朴素而坚实的努力，让乡村一天天变得更美好。

## 不甘“走过场”

广东省河源市东源县漳溪畲族乡地处粤东北山区，一直以来产业基础薄弱、发展观念较为滞后。2021 年 7 月，来自深圳市直机关的杨洋担任帮镇扶村工作队队长，那也是他第一次来到这里。

大城市里来的工作队，让不少当地人心里犯嘀咕：这些特区干部，是不是来转一圈、镀镀金就走？彼时，漳溪畲族乡中联村村民周建强也觉得，外地人人生地不熟，做事不容易。

杨洋和工作队队员不甘“走过场”。漳溪畲族乡日光村试种了 70 亩药用玫瑰，由于缺技术、缺市场，一直没成气候。工作队来了之后，引入深圳企业资源，将规模扩大至 600 多亩，打造出集采摘加工、民宿研学于一体的产业链。“现在，村民凌晨四五点摘花，七八点就能收工，勤快人一天能挣百来元，还不耽误农活。”杨洋说。看准餐饮市场对加州鲈鱼的需求，工作队在中联村和井贝村建起了陆基水箱养殖基地，还与知名品牌水产公司签了保底收购协议。一个水箱投入几千尾鱼苗，8 个月后就收获三四千斤鱼。

就这样，玫瑰与鲈鱼成了漳溪的“美丽产业”与“舌尖经济”。产业选对了，销路打开了，村民看到了实实在在的希望，时间一长，对工作队的看法也变了。

“给钱总会花完，有了产业才种下了‘摇钱树’。”周建强说，“干部每次来家里坐，聊着聊着总会问‘有什么能帮上忙的’，他们不仅带来了务实的发展思路、实实在在的产业，更提振了大家的发展信心。”

3 年任期届满后，杨洋再次留任，他打算为这里做更多实实在在的事。

修桥、修路、整修水库、铺设路灯、建儿童乐园，工作队常去村民家走走看看，谁家养的鸡鸭、火龙果、蓝莓、枇杷卖不掉，就想办法联系

销售，发动单位采购。今年，工作队还开发了电商小程序，帮乡亲们卖出 8 万多元土特产。

玫瑰开了，鲈鱼肥了、水库丰沛了，漳溪畲族乡被纳入典型镇培育建设名单，汶水塘捕鱼节被列入广东省第八批省级非物质文化遗产代表性项目名录，来旅游的人越来越多。

周建强没想到，自己这辈子还能在村里当上导游。过去废弃的各处村小学陆续被工作队改造成研学基地。工作队主动对接深圳教育系统，每年组织近万名深圳中小学生来这里开展研学实践。

之前经营较为困难的黄龙岩畲族风情旅游区也重获生机。随着旅游设施不断完善，游客体验持续提升，景区顺利获评国家 4A 级旅游景区。

乡村振兴，关键在人。起初，有些村民确实有“等靠要”的想法。“乡村振兴不能光靠外人，得让当地人成为主角。只有激发当地干部群众的内生动力，让他们真正意识到自己才是家乡发展的责任人和受益者，发展才能持续。”为确保帮扶成果在漳溪扎下根，杨洋与帮扶队友们规划：一是培养几个本地年轻有文化的好苗子，带着他们干，教他们转变思维，跟着市场走；二是立好规矩，把项目管理流程理清楚，特别是在资金与工程上做到公开透明，让大家放心；三是打造畅通的帮扶渠道，确保工作队离开后，乡村产业仍然建得好、立得住、卖得动。

工作队还推动成立了河源市第一个乡村振兴博士工作站，为漳溪提供专业指导，努力“扶上马、送一程”。

杨洋告诉笔者，工作队当初冒险试种的黄金百香果终于取得明显收益，下一步还将推广种植 100 亩，预计明年能为村集体增加 50 万元以上收入，还能帮 20 名脱贫群众在家门口稳定就业。

明年的乡乡会更加忙碌，一场与知名厂牌合作的乡摇滚音乐节正在筹划中。

## 回到生养的土地

云南马关县，地处中越边境，曾是国家级贫困县，山多地少，很多年轻人都选择外出打工。2012 年，布依族女孩陆定琪与丈夫戴洪平却作了一个逆流而行的决定——放弃在昆明的稳定工作，回到家乡。

陆定琪是土生土长的马关人，一次回乡，发现家乡的土豆、小米辣卖不出去，便想着留下来帮大家找找销路。起初，小两口计划把这一季的农产品卖完就回昆明。可创业并不容易，俩人也没什么经验，一笔笔开销算下来，人工、包装、物流……样样都要钱，不仅没赚到钱，反而亏钱了。

陆定琪是家里最小的女儿，上面有 4 个姐姐，村里人常

笑称她们是“五朵金花”。她恋家，舍不得离开家人。她的母亲是布依族刺绣非遗代表性传承人，陆定琪从小就看母亲绣花，对刺绣有着很深的感情。走村串寨时，她看到不少绣娘手艺精湛，绣片却堆在家里卖不出去。“花绣得再好，卖不出去，孩子们就不愿学。”一位苗族阿姨的话让她心里不是滋味。她明白，光靠情怀不行，得让手艺变成能卖出去的商品。

就这样，陆定琪开始尝试走非遗文创的路子。2018 年，她创办了文化公司，后来又成立了合作社，带着绣娘们把刺绣作品做成文创产品、服装服饰等实用的产品。为了让非遗产品更接地气，她和本地高校合作举办设计比赛，开发新产品。如今，公司长期合作的绣娘有 120 人左右，忙的时候有五六百人。绣娘们利用农闲时间刺绣，一年增加收入上千元。

戴洪平则继续把精力放在农产品上。马关是“中国草果之乡”，也是全国最大的红果参种植地。他通过线上平台以及超市、批发市场等线下渠道，帮助乡亲推广红果参、百香果、小黄姜等特产。“村民有种植优势，我们有销售优势。”戴洪平和团队学习拍摄短视频，在网上讲述马关故事，“酒香也怕巷子深，要让马关的农产品有名有姓”。

一个做非遗，一个卖农产品，夫妻俩一起把家乡好物带出了大山。这一留，就是 10 多年。

一路走来，并不轻松。“不管是刚开始做农产品，还是后来做文创，起初不仅不赚钱，很多时候还得往里贴钱。”戴洪平说。好不容易业务刚有点起色，又碰上疫情，挑战接二连三。

陆定琪心软，见不得寨里人受苦受累，总想为他们做点什么。“起初有老乡不理解，总觉得我们赚了很多。其实那段时间，我们连自己的孩子都顾不上。”真心换来了真情。如今，他们走进各个村寨，很多村民都认得他们，愿意跟他们说说家里的难处。逢年过节，村民会热情地拉他们去家里坐坐；平时做了咸菜、摘了新鲜蔬菜，也不忘送一些给他们。“大家处着处着，就成了朋友、成了家人。”戴洪平说。

2024 年 7 月，戴洪平牵头成立了马关县青年创业创新协会，吸引 50 多家企业加入，希望帮更多创业青年找到资源，也让更多留守老人和困难家庭受益。

“国家政策越来越好，对农业和回乡创业扶持力度不断加大，年轻人返乡的路越走越宽。”像陆定琪、戴洪平一样，许多学成归来的年轻人选择投身家乡建设。戴洪平觉得，这并不是简单的“返乡潮”，“对家乡的牵挂，正让越来越多年轻人回到这片生养他们的土地”。

## 发现乡土之美

四川广汉的向阳镇被称为“中国农村

改革第一乡”，现在这里是有名的“西南第一牛市”。作为川西高原牦牛、川东地区黄牛交易集散地，当地的牛杂火锅特别有名。

为打造乡村振兴示范点，向阳镇重点发力农业景观和乡村旅游。2023 年，陈生、陈奇夫妇受镇政府邀请，来到向阳镇高寿村考察。

陈奇是四川蒲江人。曾在成都文旅集团工作的她，在 2014 年到 2019 年这五年间，将蒲江江甘溪镇明月村打造成远近闻名的文创村。

之后，夫妻俩继续从事乡村建设和文创工作，把在明月村积累的经验带到更多地方。麦田与柏树交织、像梵高油画一样美的高寿村，让夫妇俩留了下来。俩人租下村里两处农家院子和林盘，打造了镇上第一家以油画艺术为主题的民宿。

陈生是画家，陈奇爱诗歌，两人对色彩与空间布置都很有想法。改造老房子，用画作、绿植复原“家的样子”，喜欢烹饪的陈奇拥有了心心念念的“奇奇的厨房”，用新鲜的食材为客人烹制美味。

孩子们在院子里玩耍、学画画，大人坐在飘着稻香的院子里喝茶聊天——“奇奇的厨房”和牛杂火锅成了招牌，旅客参观三星堆或自驾川藏线，这是个网红歇脚点。

最令夫妇俩欣慰的是，随着民宿影响力不断扩大，本地居民也开始重新认识并珍视家乡的美。

今年 50 多岁的村民马燕长期在民宿帮忙。她说，孩子都工作了，自己在家闲着也是闲着，来这里既能照顾家里的农活，还能就近挣点钱，“我们民宿的样子好看，现在村里人盖新房，都会参考它们的样式”。

玫瑰的红，鲈鱼的银，绣线的金，百香果的黄，油画的彩……这一切，不是画布上的想象，而是杨洋、陆定琪、陈奇连同万千新农人，一笔笔写在土地上的文章。正是这些看似寻常的颜色，共同调出了今日乡村最鲜活、最本真的底色。

# 庐陵古城品诗意

刘 兴 范小勇

暮色中，游船驶过水幕电影，后河悄然化作时光隧道。络绎不绝的游客乘坐一艘艘宋式游船溯流而上，穿过光影交织的水幕电影：欧阳修挥毫泼墨，文天祥仗剑长歌，杨万里踏浪而来……

古庐陵后河风光，正如苏轼笔下所赞——“此地风光半苏州”。这条河不仅滋养了庐陵古城的繁荣，更承载并凝聚了深厚的庐陵文化，成为江西省吉安市一张闪亮的名片。

2021 年，吉安市安福县启动了“三年再现三千年”工程，洞渊阁、孔庙、东山文塔等多处千年古建开始焕发新生机。

洞渊阁街区率先迎来蜕变，古护城河道得以重见天日。孔庙历史文化街区的改造则注重保留原有肌理，施工团队将现代化设施巧妙融入地下。随着“六景四街三巷”的成型，汉服诵读、传统礼仪展演、投壶竞技等活动轮番上演。

“老祖宗留下的每一栋建筑都不可复制，连砖缝里的草木都要小心清理，为的就是保留时光的痕迹。”参与孔庙修缮的匠人刘正梁说，“东山文塔的修缮也秉持‘修旧如旧’的原则，重现昔日雄姿。”如今，一条串联三大古建的“文化守护环线”已然形成。

“我们有一群执着的研究者和爱好者，从建筑、民俗等各个维度诠释庐陵文化。”庐陵文化研究会会长曾维龙表示，近年来，吉安坚持保护与利用并重，深入挖掘庐陵文化的精神内涵与时代价值，让千年文脉焕

发新生机，使文化“富矿”绽放时代光华。

吉州窑，这座有着 1000 多年历史的古老窑场，如今保存着世界上规模最大、最完整的古民窑遗址群之一。如今，占地 3000 亩的吉州窑文化产业园每年吸引游客超过 90 万人次，带动上千人就业，开发近 200 种文创产品，年销售额达 6000 多万元。

一片普通的树叶，本该春生秋落，在吉州窑陶艺师傅们手中，历经 70 多道工序，与泥土一同蜕变为精美的艺术品。“这是一项考验‘耐心、恒心、匠心’的工作。”有 11 年陶艺工作经历的“85 后”杨莉正埋头打磨吉州窑的代表作——木叶纹盏。“泥土是冷的，但用心做出来的手艺是热的。作为一名新时代手艺人，传承不是‘复制粘贴’，而是要让老手艺‘活在当下’。”

与吉州窑一样历史悠久的，还有源远流长的书院文化。33 座庐陵书房如珍珠般散落在全市各地，成为传播庐陵文化的重要阵地。

在偏远山乡永新县莲洲乡的莲洲书院，退休教师文合东常年担任义务管理员：“书院让农村孩子有更多课外书可读，每每看到孩子们围坐在这里，特别欣慰。”

“让千年庐陵文化活在当下，点亮吉安的城市之眼。”后河·梦回庐陵负责人漆峰表示，“用年轻人喜爱的方式，把欧阳修、文天祥这些文化符号从课本里‘请’出来，真正做到可触摸、可体验、可参与，才能把庐陵文化的这张名片打响。”

生活中的经济学

# 当万物皆可变包挂

尚 咲

可爱治愈的毛绒玩偶、自制的编织品、嘻哈风的金属链条……如今，穿梭于大街小巷，随处可见年轻人的包上悬挂着形形色色的小物件。

“万物皆可挂”，包挂的兴起是“悦己经济”的典型体现。随着步伐摇曳的包挂，是心中所爱，是个性展板，更是一个可以随身携带的情绪容器。

正如“君子比德于玉”，古人佩玉是品德的宣言。而今，包挂的选择与搭配，同样是现代人性格、心境乃至理想状态的微小投射，是一种高度个性化、以情绪满足为核心的消费行为。神似表情包的比格犬、小黄鸭挂件，为生活注入幽默；文字挂牌虽无声，却鲜明表达着态度；“蒜鸟”“麻辣烫”等旅游文创包挂，则承载着独特的地域风情与旅途记忆。

想挂什么就挂什么——包挂正以这种简单轻松的方式，为人们提供

着情感依托与安全感。《2024 年中国消费趋势调研》显示，64% 的消费者更加看重精神消费，年轻群体尤其追求精神愉悦与心理满足。当然，包挂并非年轻人的专属。不少中年人乃至老年人也开始用包挂装点生活，嘴上说着“孩子非要给我挂这个”，心里却洋溢着被关注的喜悦。

低成本、微创新，包挂已成为“Z 世代”彰显个性的一种低调宣言。

这个被亲切称为“包粽子”的小物件，在承载“小确幸”的同时，也蕴含着理性的实用主义考量。相较于动辄成百上千元的箱包服饰，价格亲民的包挂决策成本极低，却能实现“换挂如换包”的效果，轻松为个人风格注入新意。正是这种特性，让包挂模糊了时尚与实用的边界，既装点着生活细节，也赢得了市场的青睐。

追求个性与认同的双重满足，驱

动着“Z 世代”不再止步于被动消费，而是投身于“创作性消费”。手工布艺、编织挂件、涂鸦挂牌、DIY“吧唧”（动漫、游戏等周边中的徽章）……这些经由自制、混搭与改造的包挂，为他们带来了远超成品的认同感与成就感。

粉丝经济同样为包挂市场注入了强劲动力。低价高频的包挂深度渗透日常，在提升 IP 曝光与粉丝黏性的同时，也让情感以更小的经济成本自然流露。在陌生人群中，包挂能自动开启“身份识别系统”，作为一种高效的社交货币，迅速完成“同好”间的破冰。交换与二手市场的活跃，更为包挂赋予了流通价值和情感记忆交换的功能。从“拥有”到“使用”，共享经济与体验经济让年轻人更注重感受，淡化了对绝对所有权的执着。

营销策略也精准捕捉了这一心

理，通过“系列收藏”“隐藏款”与“联名 IP”等方式，成功推动了持续性消费。

包挂兴起的背后，离不开柔性供应链的有力支撑。小批量、快迭代的模式，能敏捷响应社交媒体与电商平台上的趋势变化，数据驱动下的精准研发也大幅降低了市场风险。各地文旅部门纷纷入局，打造特色文创包挂，将文化价值巧妙融入时尚潮流，实现文化的“轻量化”传播。更有趣的是，包挂作为“入门级”产品，还撬动了一个庞大的“配件生态系统”：包挂扣、防丢线圈、玩偶梳毛刷、DIY 材料包等周边产业随之蓬勃发展，消费升级与产业深化在此交织共融。

在成熟市场中，正是这些看似微小的需求，汇聚成一股旺盛的活力，包挂这一小物件俨然已经做成了大生意。