

# 蒲草生金

王胜强 李傲

白洋淀不仅有芦苇,还有蒲草。这是一种生长在淀边的植物,柔韧、耐湿、绵长,多少年来,任凭春秋黄,岁岁枯荣,鲜有人问津。

“以前还得花钱雇人捞蒲草,怕它烂在水里,坏了淀子。”雄安新区安新县赵北口镇杨庄子村党支部书记杨志亮说,谁承想,这寻常水草还能生金。

## 沉睡资源

故事从2024年6月说起。那年白洋淀的夏天来得格外早,暑气蒸人,蝉声聒噪。雄安新区安新县赵北口镇党委书记辛红走进地处白洋淀核心地带的杨庄子村调研,路过几户人家,见门前摊开一片片金黄色的蒲草,在阳光下泛着光。

听晾晒蒲草的老乡说,这几年白洋淀的水质越来越好,这里的蒲草比其他地方的叶子更宽更厚,也更有韧性,很受市场欢迎。不过,即便是这样,白洋淀的蒲草也只当原料卖给外地工厂,一捆也就七八元钱。可被运到山东、浙江等地加工制成蒲草工艺品后,身价就能翻好几番。

“守着这么好的蒲草,就像守着一个金娃娃啊!”辛红捏着手里的蒲草向杨志亮连发三问:“咱有没有自己的手艺人?能不能编?这笔加工费能不能自己挣?”

杨志亮心里荡开涟漪。他敲开一扇扇老屋的门,询问村里60岁以上的老人,他们大多还记得编蒲的手艺。

“年轻时谁没编过草绳垫子?”62岁的薛秀芳说,“芦苇能编席、盖房、做粮囤。蒲草呢,太软,编不成席,但能编草绳、做坐垫。”

打听到山东省滨州市有村子靠蒲草编织年入百万元,一个精致的蒲草包能卖到数百元。辛红当即带着驻村干部和杨志亮,踏上了去山东的取经路。

“那边县城街道两旁的店铺里,提

篮、杯垫、挂画等蒲草工艺品琳琅满目,形成了从原料、手工艺品到电商销售的完整链条。”从山东学习回来的杨志亮说,收获很大,开了眼界,有了方向,原来蒲草真能致富。

走出去也请进来。在雄安新区公共服务局的帮助下,杨庄子村从山东请来老师,在村里开了第一期编织培训班。

消息传开,报名的人挤满村委会。“旅游旺季过后,在家闲着也是闲着,多学一门手艺,就多一条致富路。”大家你一言我一语。

培训班一连办了3期。当年8月,杨庄子村“创富工坊”挂牌成立,免费为村民开展编织培训,由村集体企业运营。蒲草在这里被分拣、梳理、晾晒,再经由一双双巧手,变成花瓶、猫窝、拖鞋、提包……

2024年国庆假期里的一天,辛红正在镇上开会,手机响了,是杨志亮打来的,声音激动:“辛书记,咱们开张了!”

原来是村里几位妇女在淀边编蒲团,有游客路过,看得入神,问卖不卖。她们心里没底,随口说了个价,没想到游客开心地买下好几个枕头和蒲团。

“蒲草编出来的东西能就地卖钱”像一个大新闻在白洋淀区传开。淀区百姓也愈加觉得编蒲草的活儿特别适合自己:时间自由,不耽误照顾老人孩子;原材料长在广阔的白洋淀边,材料和培训都免费;编好按件回收,收入稳定。

越来越多淀区人“捡”起这门老手艺,十里八乡1500多人进入了这条蒲草编织链,“创富工坊”运营一年多,销售额突破120万元。

## 成了气候

零敲碎打难成气候。要想走得远,就得立标准、创品牌。

“刚开始,大家编的东西五花八门,良莠不齐,针脚有松有紧,尺寸有大有小。”质检师赵凤荣坚持好东西得有标准,“品控严一点,咱们的牌子才硬,大伙儿的收益才长久。”

村里加强了质量管理,先是找专门机构对蒲草进行质检,拿到了蒲草的“健康证”。然后培养自己的质检师,从原材料的选取到成品的检验,都建立了统一规范:编织是否够紧实?收口是否平整?造型是否匀称?一道不过关,就得返工。

慢慢地,大家手里的活儿更精细了,做出来的工艺品品质也更好了,并且涌现出一批能工巧匠。为提升手艺人身份认同与品牌价值,雄安新区正式将工坊内的编织能手命名为“雄安蒲艺人”,并将其打造为雄安新区官方劳务品牌。

2025年11月,“雄安蒲艺人”作为河北省劳务品牌代表

登上第三届全国劳务协作暨劳务品牌发展大会。同年12月18日,雄安新区首届“雄安蒲艺人”劳务品牌职业技能大赛举办,通过技能比拼,挖掘和培育蒲草编织技艺人才,激发“创富工坊”平台活力,拓宽村民就业增收渠道。大赛上,杨庄子村精美的蒲草作品惊艳众人,当场收到不少订单。

土生土长的白洋淀人赵凤荣在“雄安蒲艺人”劳务品牌职业技能大赛中获得二等奖。在她手里,蒲草可以变成手提包、花瓶甚至是拖鞋。“我是一名地道的农民,现在被人称作蒲艺人,编出来的东西还获了奖,心里觉得很光荣。”赵凤荣说,今后要编得更认真,不然对不起蒲艺人这个名头啊!

品牌有了,还要让更多的人看见。2025年6月,通过一次和北京一家企业的党建共建活动,杨庄子村的蒲草制品走进北京北海公园的非遗集市。北海畔,白洋淀的蒲草与红墙绿树相映成趣。赵凤荣和几位同乡指尖翻飞,吸引游客层层围观。

一名外国游客拿着蒲草编制的花瓶爱不释手,一口气买了4个。“客人特别喜欢,说这纯天然的物件有故事。”赵凤荣听了心里美。

辛红也常背着“雄安蒲艺人”劳务品牌职业技能大赛的一等奖作品——蒲草编织手提包,走到哪儿宣传到哪儿。包身用特殊技法织出“雄安”二字,封口处点缀着布艺与小葫芦,精巧别致,“好多人问我哪儿买的,都说太精致了!我们的蒲草,再也不只是草了。”

妇女们也喜欢聚在淀边一起编,手指翻飞,聊着家长里短,一个个工艺品就做成了。这种现场制作的新鲜感受也是一种推广,游客常被吸引驻足观看,有的还忍不住上手试编。渐渐地,赵北口镇30多家农家院都摆上了蒲草编织品,还专门设了体验区。旅游旺季时,一个农家院光蒲草编织品一天能卖两三千。

品牌效应带来身份认同,也打开了市场。如今订单从旅游纪念品扩展到企业定制产品,雄安蒲艺人们也逐渐拥有了稳定的客源,还有不少回头客呢!

## 代代传承

除了传统技法,雄安蒲艺人还尝试着加入现代时尚元素,顺应消费需求,让蒲草变作具有雄安特色的文创产品。

杨迎各被乡亲们称为“蒲草巧姐”。看似普通的蒲草,在她的双手翻飞间,能成为时尚的挎包。她还从自家地里的农作物获得灵感:能不能用蒲草编个葫芦?

经过几天的编织修改,一个憨态可掬的蒲草葫芦挂件诞生了,寓意“福禄”。她又试着编出猫头鹰、生肖,甚至把“福”“喜”等字直接编进杯

垫里,如今这些都成了畅销品。

蒲艺师们从生活中的一草一木寻找创作灵感。有“鸟中大熊猫”之称的青头潜鸭近年来到白洋淀安家,成为雄安新区生态向好的重要标志。手艺人仔细观察青头潜鸭的照片,用颜色深浅不一的蒲草和多种手法编出青头潜鸭滚圆的身子和小巧的头,还给它戴上一顶蒲草小帽子。当第一只栩栩如生的蒲草潜鸭摆件编好时,大伙儿捧在手里看了一圈又一圈,越看越喜欢。

针对生活中越来越多的“喵星人”,蒲艺师们尝试编猫窝,采用平编技法编织出猫窝平坦舒适的窝底与顶部,又在中间部分编小辫儿,形成紧密抗抓的侧面,既贴合猫爱抓挠的习性,又提升了产品的耐用性,迅速成为市场爆款。

“编一个猫窝,手工费80元,零售卖280元。”杨志亮晃着手指数,“不只是编的人挣钱,这里面还有许多工序,有人负责收割、分拣、晾晒蒲草,焊工制作猫窝的金属骨架,缝纫工给猫窝缝制内衬和装饰,一群人都能通过这个好东西获得收入。”

随着雄安新区“非遗进校园”活动的开展,这门传统手艺也在孩子们心里发了芽。孩子们看着蒲草在蒲艺人杨迎各的手中变成杯垫、花瓶、蒲团,眼睛瞪得溜圆。“杨老师,怎么又下课了?”一堂课结束,孩子们意犹未尽。

就这样,蒲草编织慢慢织进了杨庄子村的日子。旅游旺季忙接待,淡季来临编蒲草,离土不离乡,守家能致富。

2026年,白洋淀码头将迎来规范化建设,游客量有望进一步提升。借这股东风,蒲草产业加快了线上线下融合销售的步伐:杨志亮带着团队跑市场、谈合作;蒲艺师们推动设计持续迭代,让蒲草制品承载更多雄安故事;辛红也没闲着,计划将编织项目引入雄东片区,助力回迁居民就业。

风吹浪上,点草成金。一双双编蒲的手,正织就属于这个时代的柔软而坚韧的梦。

郑州街边一家老式面包摊近来迅速蹿红,老板连轴生产仍供不应求;云南大理的“面包大王”凭借10元3个的老面包收获超高人气;广西桂林的面包摊大爷因朴实叫卖平价老面包出圈……近来,各地老式面包频频走入大众视野,成为烘焙市场一道别样风景。消费者苦“面包刺客”久矣。一个面包近十元,一包吐司二三十元……商铺月租、不菲装修和营销费用最终都被揉进面粉里,转嫁给消费者。而老式面包的出圈,正是对这种溢价现象的回应。

蜂蜜小蛋糕、菠萝包、手撕包——所谓老式面包,是面包行业发展早期的传统面包,造型简单、口感稳定。无论是老品牌还是小铺子,纷纷打出“80年代鸡蛋糕”“红豆手撕老面包”吸引消费者,凭借经典的味道勾起消费者的回忆,也为烘焙市场注入了一股复古怀旧风。

老式面包重回聚光灯下,和用料扎实、款式经典分不开,更因其平价策略精准契合了年轻人对质价比的追求。平价老式面包,让日常面包消费回归食物本质,这是其最核心的竞争力。

丰俭由人,日趋理性的消费观推动烘焙市场呈现消费分层趋势:闲暇时聚会,选择精致的面包甜品,氛围感十足又出片;早餐果腹,拉丝老面包泡进牛奶就是一顿早饭,口感和吃法都秒回小时候。

除了经济账,老式面包更精准拿捏了年轻人的情感需求。不同于花样繁复、口感多变的网红面包,老式面包的简单口味和朴素款式反而成了独有优势。凭借那份根植于记忆中的口感,老式面包倒成了不易踩雷的选择:不出错、不心疼钱,也避开了各种新品的选择困难。也难怪有不少商家打出复古怀旧的招牌,重新上架老式面包,抢占这波消费热度的流量红利。

再度回归的老式面包也并非一成不变。郑州街边老式面包摊凭借社交平台打卡,成为网红打卡点,将流量转化为销量;大理“面包大王”通过短视频积累人气,将线下门店与线上直播结合,开启全国发货,打破地域限制。这些案例证明,线上流量可以反哺线下经营,传统美食只要契合当下消费习惯,就能在市场中重焕生机。

老式面包的热度提醒市场,不管消费潮流怎么变,价格实惠、品质可靠、打动人心,永远是赢得消费者的核心密码。老式面包的翻红更是表明,回归,有时也是一种创新。

贺建明

老式生活中的经济学

# 陶然

来稿邮箱:fukan@jirbs.cn

海南省海口市龙华区遵谭镇龙合村驻村第一书记郭田军:

## 火山岩铺开致富路

我叫郭田军,是海南省工业和信息化厅派驻海口市龙华区遵谭镇龙合村的驻村第一书记、乡村振兴工作队队长。自2022年6月到村任职至今,转眼已过近4个年头。这段经历让我有幸与村民结下深厚情谊,在这片贫瘠的火山岩土地上一起播种致富希望。

龙合村地处火山岩地带,种植业基础薄弱,村集体经济发展一度滞后。刚来时,村集体年收入只有5万元左右。经过这几年的努力,2025年村集体经济收入已达到39万元。

带领群众致富,首先要从产业抓起。2022年,我们瞄准灯笼辣椒种植,从零起步建设遵谭火山岩灯笼辣椒种植基地。企业提供种苗、技术并且包收购,农户只管安心种、大胆干,有了“保底机制”这颗定心丸,风险小了,村民的干劲也足了。

从最开始的60亩到现在的500亩,种苗远销乐东、陵水等地,还带动了周边群力、东潭、咸凉等村一起种,抱团取暖的“共富圈”越扩越大。

可喜的是,龙合村没有止步于“种得好”,更追求“种得精”“卖得俏”。我们请来中国热带农业科学院、海南省农业科学院的专家,选择最适宜本土种植的高产、易摘品种“热辣2号”,育苗、种植、销售一条龙下来,“海南龙

火山岩辣椒科技小院”的金字招牌也落在了我们村。产业链长了,辣椒身价涨了,村民就业路也宽了。30多位乡亲在辣椒产业链上找到了活计,实现了“家门口就业”。龙合村紧跟潮流创办了美团土特产抖音小店,迈出了触网关键一步。

除了地头的火辣,我们还努力实现指尖便利。2023年2月,龙合村联合中国联合网络通信有限公司海南省分公司成立了海口市第一个村级集体经济通信合作社。这个模式妙在“双赢”:乡亲们每月只需花50多元就能用上市场价100多元的5G套餐,还可获赠家用摄像头;村集体添了新财源——联通公司把村民通信消费总额的一部分作为专项服务费返还给村集体;村内通信基础设施得到极大提升,实现了千兆宽带入农村。

产业起来了,生活好了,脑子也活了。遵谭镇有独特的火山地质风貌和深厚的古村文化。2024年9月,龙合村巧妙地将这些“宝藏”打造成一个文旅新卖点——“水火交融”特色乡村徒步游。这条2.6公里的沉浸式线路,串联起火山田野、清澈的昌旺溪、沧桑的火山岩古石桥、古朴的火山石民居和村口大门。特别设计的

“按图索骥”任务卡,让孩子们在溪边抓鱼摸蟹、在古村中探寻今昔对比,玩得不亦乐乎,也记住了乡愁。

乡村全面振兴,关键靠人。我们注重培育乡村人才为村子发展注入内生动力,坚持“引育并举”,打造“带不走的工作队”。比如,联合海南大学创建“海南龙华火山岩辣椒科技小院”,两名研究生常驻小院开展科研,向村民传授先进种植技术;再比如,组织村干部外出考察学习,开展农民技能培训,把生产现场变成培训课堂,培养了一批懂技术、善经营的本土实用人才。

一颗小辣椒的“星火燎原”,指尖通信带来的便捷实惠,“水火交融”唤醒沉睡的资源,无不印证着一个朴素的道理:振兴之路不在远方宏大叙事,而在脚下点滴耕耘。

未来,我们还将在这片土地上精耕细作,在每一次创新合作中寻求共赢,让“遵谭火山岩”香飘万里,让徒步小径串起更多醉人风景,书写属于遵谭百姓更红火、更富足、更美好的明天。

(潘世鹏采访整理)

## 逐梦乡村·巩固脱贫攻坚成果