

村里来了年轻人

黄土地上奔前程

做农业急不得

春分麦起身，关中平原迎来小麦春管关键期。在渭南集中连片的小麦种植区域，植保无人机连日忙个不停，飞过一个个村庄。

“小麦‘怀孕’了，不信你来地里看看。”3月24日，陕西省渭南市临渭区绿盛现代农业专业合作社理事长石宇锋拍下一株拔节孕穗的麦苗，发了条朋友圈。

李和凡

受2025年秋汛影响，渭南地区小麦苗情总体偏弱，农民们忙着施肥、除草、杀虫，促弱转壮。日头西斜，石宇锋利索地指挥无人机降落，收起装备，打算回家。“以前都是人背着药筒子进田里打药，一天下来累得腰酸背疼才能打20亩；现在无人机飞一天能完成800亩到1000亩作业，效率提高了几十倍。”

1993年，石宇锋出生在临渭区。爷爷、外公都是镇上老农技师，后来父母开了一家农资店，在农药瓶与农机具之间长大的他，闻惯了泥土香与药味，看多了农户捧着病叶发愁的模样，也感受到做农业的不易。

2012年，他退伍归来，开始寻找在城市里发家致富的途径，比如在城市里卖冰淇淋。“叮咛几声，一个冰淇淋制作出来，钱就落袋了”。

而卖农资做农服，常常面临账欠账。对大多数农民来说，农药化肥是必需品，作物丰收卖出去赚了钱，才有钱还。见多了农民的辛苦，以及父母每年年底收欠款的奔波，石宇锋真不想接过这副担子。

2014年，第一次看见自走式喷杆喷雾机和第一代植保无人机开进田间，他突然意识到，从面朝黄土背朝天的苦累劳作，或许可以借助科技变得高效。

“年轻人都进城打工了，要不我回家试试？”石宇锋放下对城市的向往，回村接过了担子：卖农资、做农服、推农技。

“都是种地，或许年轻人可以用更现代的方式来种。”石宇锋记得爷爷当年调查棉铃虫，蹲在棉田里一株株查，一蹲就是一整天。而如今，田间病虫害调查早已不需要大量人力——物联网监测设备自动捕捉数据，无人机航拍精准核验，几分钟便可完成过去一整天的工作量。

大型现代化装备入田，也并非一帆风顺。石宇锋2015年前后引进早期植保无人机作业时，也曾感到十分头

疼：“去地里打药需要提前两三个小时做准备，拧100颗螺丝，飞机才能‘支棱’起来。”请专业院校老师来教学，但理论太复杂农民听不懂，直到无人机不断迭代进化后，情况才逐渐好转。现在，农机手只需在手机端设置作业参数，无人机便可一键起飞自动喷洒，使用门槛大幅降低。

今年是石宇锋从事农服工作的第12年。家乡的麦穗黄了一茬又一茬，割麦的工具从镰刀变成轰隆隆驶过的大型收割机。他期待未来大型农机像私家车一样简单易用，就能吸引更多年轻人扎根田野。

“做农业急不得。一年看完农时，三年看懂病害，五年学精手艺，十年才算真正入行。”团队里的“90后”“00后”成员大多摸过农机，也没种过地，石宇锋带着大家下田，把祖辈的田间经验揉进现代智能技术，与年轻人一起扎根土地、慢慢成长。

2025年，石宇锋带领着平均年龄只有30岁的年轻团队，托管土地28900亩次。“每个人只需要管好100亩自耕地，托管1000亩周边田，就能有稳定收入，把日子过踏实。”

从建材城到田间

“你猜我什么学历？”第一次见到欧继正，他俏皮发问。

不好猜。欧继正黑黑壮壮，其貌不扬，却是一名全能型农机手，不仅获评广东省第四批农机使用一线“土专家”，还在当地职业技术学院带学生。

“嘿嘿，我是初中毕业生！”答案揭晓，欧继正狡黠一笑。

欧继正是1991年生人，初中毕业后跑过建材家装，最后跑进了农服领域。

2017年，欧继正的父亲想种花生，由于身体原因不能自己翻地，就想花钱请农机手来帮忙。没想到当地大中型拖拉机寥寥无几，机手更是“香饽饽”，排队要等两三天。欧继正心里一动：农服资源这么紧缺，是个机会。他当即放下城里的生意，入手两台中型拖拉机开始接单。

欧继正边干边学，第二年又添置了植保无人机和收割机，把耕种管收全环节都干了起来。2020年，他拉着几位农机手伙伴成立了广东省韶关市曲江顺意种植专业合作社。合作社自有现代农机设备75台(套)，近4年为约6000户次农户提供了耕种管收全流程社会化服务。

合作社里全是年轻人，最小的无人机飞手只有19岁。怎么留住年轻人？欧继正的“企业文化”很实在：活儿干累了，就带大家去唱歌，搞些年轻人喜欢的团建活动。薪资设计也直接，全员3000元底薪，多劳多得，按亩提成，手脚勤快的机手一年能挣10多万元。

“做农机手必须爱农业、肯钻研。”

欧继正说，合作社培养的都是全能型机手，大家会开拖拉机、收割机、插秧机，还得能操控无人机。他觉得，年轻人有活力、学得快，哪怕农机设备不断更新迭代，他们也能迅速掌握使用方法。

刚开始做无人机植保时，欧继正也面临老农人的质疑：“我们背着药桶打几十斤水才管用，飞机飞过去就喷这么一点，能行吗？”空口无凭，欧继正借着当地农业农村部门开展病虫害防治工作的机会，免费为大家做了一季植保。实打实的效果一出来，怀疑变成信任，无人机植保很快在当地推开。

农机和农机手多了，行业也跟着“卷”起来。如何发掘新需求、解决更多痛点？欧继正盯上了育秧插秧和烘干仓储这“一前一后”两个环节。

“现在农村老龄化问题严重，育秧插秧这些又苦又累又累又累，老年人做不动，请人成本很高，最佳解决途径就是全程机械化。”于是，欧继正瞄准大田托管和全产业链服务，从统一供种开始，推动整村连片种植同一品种，同步育秧、插秧、植保、收割、烘干、收购，把碎片化的小田块拼成集中连片的大田。

农业的路，欧继正越干越坚定：“一开始是为了赚钱，后来发现，乡亲们的认可是最大的价值。”

读书人育白菜

正值春白菜定植的时节，李泽要去京郊“看”一棵白菜。作为中国农科院蔬菜花卉研究所白菜课题组组长，她每周都会多次到农场观察苗情、测量性状。

清晨6点多，天蒙蒙亮，她就扛上实验器材和样品，从位于西三环海淀区的宿舍，奔赴东六环外平谷区的博士农场，车程2个小时。

“风和日丽的时候，去地里干活挺好玩儿的。”李泽说，但是如果遇到天气不好，难度也会加倍。有一年，每次安排的时间都会碰上大雨，但农时不能耽误，大家就像泥猴一样在地里定植白菜。

然而，成就感往往也来自于不顺的时候。李泽讲，去年课题组要到唐山开品种鉴定会，由于当地气候不稳定，播种时间被推迟2周，大家一度担心白菜将无法达到采收标准。谁知到了地里发现，白菜长势比他们想象中好得多。

“这品种真不错！”农户说，自己也没想到在那么极端的天气下，白菜没坏也没歉收。

李泽开心坏了！“得到他们的肯定，让我们很有成就感。”种进土地的种子也在她心里生根发芽，“突然感觉

陶然

来稿邮箱：fukan@jrbns.cn

到，未来一直从事育种工作也是很有意义的一件事。”

育种需要极大耐心，往往需要多年精心培育，才有可能见到成果。对蔬菜来说，很可能8年到10年才能育成一个被认定为可推广的新品种。对小麦、玉米等大田作物来说，这个过程可能更漫长。

李泽的微信签名是“知识·汗水·灵感·机遇”，这是袁隆平分享的成功秘诀。她深知，或许自己博士毕业时都不会独自育成一个成熟的品种，但自己在这段旅程中收获了科研能力的进步，还在导师的指导下，经历了一场完整的“全人教育”，这更为重要。

“干什么事情想要干出成绩，是不枯燥不辛苦的呢？既然都辛苦，那不如做自己喜欢的、更有意义的事。”李泽说，育种这项事业，在种业振兴行动的时代号召下也被赋予了更深刻的意义：“如果种子被人‘卡脖子’，我们就端不稳饭碗。”

在博士农场的5年，李泽和课题组其他成员也致力于品种推广。有了试种示范、免费供种、观摩培训的带动，京津冀地区愿意种植新品种白菜的农户越来越多。普通大白菜地头收购价大概每斤1.5角，而课题组推广的新品种收购价能翻到每斤5角钱，部分优质产品甚至卖到了香港。

“项目会结束，我们会毕业，但好品种会一代代传下去。”这是李泽心里最朴实的期待。

西湖绸伞

柳文

仲春时节，杭州余杭区黄湖镇青山村的绿水青山间，悬挂着五颜六色的西湖绸伞。循着淡淡竹香和颜料味，来到宋志明的工作室，只见他撑着伞，伞面上是朦胧的三潭印月、清冷的断桥残雪。收拢时，绸伞如竹筒静静伫立。一张一合尽显江南韵味，“撑开是西湖，收拢是江南”。

流传民间的《白蛇传》“湖畔赠伞”故事，为西湖绸伞增添了一份传奇色彩，也让其有了“西湖之花”的美誉。2008年，西湖绸伞入选国家级非物质文化遗产名录。作为西湖绸伞国家级非物质文化遗产代表性传承人，年近七旬的宋志明技艺精湛。

“这个颜色要一遍遍刷，急不得。”宋志明坐在工作台前，手持一把自制刷印工具，给徒弟演示刷花工艺。他屏住呼吸，手起刷落，颜料透过镂空的板面均匀落在绸面上，一朵牡丹的花瓣渐渐清晰。

制作一把绸伞，要经过劈伞骨、做伞架、刷花、折伞等18道工序。做伞骨的竹子必须选用3年以上、直径5厘米左右的淡竹，在霜降后砍伐，取中间部分做伞骨。伞面选料必须是丝绸，面料织造细密、轻薄透明。

传承的生命力，在守正与创新的平衡里。宋志明不满足于复刻传统纹样，将剪纸的玲珑、扎染的晕彩、描金的华贵揉进伞面设计，让“西湖之花”开出新模样。

隔壁工作室，年轻人罗珊正与AI对话，为“四季花”系列绸伞寻找灵感。“让

AI画春桃，它总爱把夏荷的花瓣也掺进来，得一遍一遍调整提示词。”罗珊点开屏幕，AI生成的初稿经手工修改后，再通过传统国画工艺转移到绸面，最后用毛笔细细勾勒花瓣的脉络。

“新技术是翅膀，老手艺才是根。”她拿起一把刚完成的“四季花”伞，撑开后，春桃的粉、夏荷的绿、秋菊的黄、冬梅的白在伞面流转，把江南四季都揉进了伞里。

为了让更多孩子爱上这门手艺，罗珊每周五都会带着微型制伞材料包走进校园。她把西湖绸伞工艺简化为孩子能操作的工序，两节课就能完成一把属于自己的绸伞。“有的孩子在伞面上画动漫人物，还有的说长大后要做会‘变魔术’的绸伞。”罗珊声音里带着笑意。

如今，西湖绸伞正以新姿态面世：国风动画《伞少女》里，以绸伞为原型的伞妖灵动俏皮；品牌联名的文创伞成为年轻人手中的时尚单品……“从手工制作向品牌化、产业化发展，如此，才能让传统工艺在产业发展中释放更大价值。”浙江省工艺美术学会理事长吴敏说。

非遗工坊里，几把新制的绸伞并排而立：传统刷花的“牡丹富贵”工笔细腻，AI辅助设计的“四季花”色彩斑斓，还有一把孩子做的小伞，歪歪扭扭的动漫人物在绸面上咧嘴笑着。

窗外，春色正好，小竹苗拔节生长。室内，老手艺和新技法共同发力，让“西湖之花”更加美丽。

本版编辑 陈莹莹 李静美 编夏祎

生活中的经济学

为啥这花，跟咱舅起名叫“宝华”

臧潇

“最外层花瓣透着极淡的鹅黄色，边缘薄如蝉翼，瓣尖向花心氤氲着淡淡的红晕……不如我们就叫它炸糊的花生米戴黄帽吧！”一条脑洞大开的评论，收获了20万高赞；而另一场月季新品种的投票里，“宝华月季”因网友一句“因为我二舅叫刘宝华”而获得遥遥领先的票数。

“宝华月季”“蜘蛛抱蛋”“炸糊的花生米戴黄帽”……这些名字听起来像是在开玩笑，却偏偏在全网投票中“C位出道”。

不少人调侃：这届网友起名，真是一点都不顾科研人员的感受。科研人员辛苦培育新品种，为什么要把命名权共享全网？这背后，有着清晰又实用的经济学逻辑。

根据国家林业和草原局发布的行业报告，截至2025年末，中国花卉

产业市场规模已达数千亿元，种植面积稳定在138.99万公顷，直接从业人员超534万人。鲜花市场蓬勃发展，但品种同质化、价格内卷等问题加剧，可谓竞争激烈。

作为极具观赏价值和市场潜力的商品，鲜花新品种的命名从来不是“图个热闹”。除了破解研究员“取名困难”的痛点，更是用低成本营销，换取高回报的布局。

品牌资产理论认为，品牌可以作为无形资产，转化为溢价能力与竞争优势。从这一角度来看，一场全网参与的取名热潮，本质就是在为新产品打造品牌资产。

追品牌不如造品牌。好花想要卖好价，一个被大众熟知的名字，就意味着更强的市场竞争力。

名度与用户好感度的双重积累。“因为我二舅叫刘宝华”这句朴素又极具记忆点的评论，不仅让这株月季迅速走红网络、收获海量曝光，更在消费者的心中赋予独特的情感符号。销售数据也印证了实际效果：“宝华月季”开售首日订单量超200单，不少买家直言“买回去送舅舅”，消费行为与品牌情感联动，使流量切实转化为销量。

不仅是“宝华”，“文秀”“娇龙”也通过情感链接，为新品种收获了10亿级的阅读量，鲜切花也因此走出了一条独特的“破圈”之路。

其实，有趣、接地气、朗朗上口的名字自带流量与传播力，也契合了经济学中的“注意力经济”理论。注意力是稀缺资源，“炸糊的花生米戴黄帽”“蜘蛛抱蛋”这类脑洞大开的名称，自带话题度，能够迅速抓住公众

眼球，引发刷屏和讨论。

这种自发的流量加持，不仅让新品种迅速获得市场关注，还能将热度“反哺”科研科普。例如兜兰、秋海棠等极小种群植物，如果能“蹭波热度”被更多人认识、关注，也可能为种质资源开发、科研保护争取更多的支持。

所以说，科研人员将命名权共享全网，任由新奇有趣的想法泉涌，看似“不拘一格”，实则是一笔用低成本撬动流量、盘活市场的经济账，让科研成果快速产生商业价值，推动科普、物种保护与花卉产业实现良性循环、共同发展。

话说回来，谁又不想一睹“炸糊的花生米戴黄帽”的真容，看看这株被网友赋予灵魂的兜兰，究竟长什么样呢？