



晚熟荔香富民生

——合江荔枝“甜蜜经济”绘就乡村振兴新画卷

■ 陆野

“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来。”位于长江上游的四川省合江县，凭借独特的亚热带湿润河谷气候，孕育出比其他产区晚熟1至2个月的荔枝。这一“迟到”的甜蜜，恰恰踩准市场空档，自带错峰竞争力。近年来，合江锚定这一特色优势产业，以品牌塑魂、文旅赋能、冷链通海“三驾马车”并驱，让曾经“养在深闺”的合江荔枝走出川南丘陵，端上全国乃至全球消费者的果盘，把满山荔香化作实实在在的“富民香”。

多维拓销塑品牌，打通城乡产销通路

“以前真不知道四川合江也产荔枝！”一位网友在社交平台上的感慨，曾是合江荔枝市场认可度的真实写照。打破信息不对称，成为产业破局的第一步。

线上，合江积极打造本土“荔小二”电商平台，入驻抖音、京东、拼多多等主流平台，既邀头部农业主播做客原产地带货，也大力培养本土果农主播“出圈”，镜头前，果农们讲荔枝故事、晒枝头鲜果，看得见的“鲜味”吸引了无数网民。数据显示，今年妃子笑、带绿、仙进奉等品种线上供货超20万斤，官方直播间累计观看量破千万人次。线下，政企共建盒马专属“盒马村”，定制化产销链路直达高端商超；城区多点布设临时交易市场，组织15家商超企业入户直采；联动川黔渝多地开展线下展销，联合7省荔枝产区组建采购商联盟共享渠道资源。线上线下联动，让合江荔枝从“产地难觅”变成“触手可及”。

品牌是增值的核心密码。为此，合江持续擦亮地理标志保护产品金字招牌，叠加四川唯一鲜果、奥运水果评比一等奖等多重身份，“合江荔枝”区域公用品牌估值已达28.23亿元。依托品牌效应，果农推行标准化种植、分级选果、精品溯源装、节日礼盒款相继推出，扭转了“好果卖不出好价”的窘境，让种植户实实在在尝到了品牌增值的甜头。

文旅旅深度融合，流量有效转化增收

荔枝的价值，远不止一颗鲜果。合江

深挖千年荔枝古道历史底蕴，将荔枝IP与乡村文旅、特色文体活动深度绑定，走出一条“以果兴旅、以旅促农”的融合路径。

当地持续举办34届荔枝文化旅游节，已成为当地标志性IP。复刻盛唐贵妃贡荔枝场景的开幕式，单场吸引游客8万人次；同步联动“合江味道”美食集市，荔枝烤鱼、荔枝甜品、荔枝酱油刺身等30余款创意美食累计接待超10万人次，单日最高客流量突破1.5万。“赏荔林、采荔枝、寻古道”的特色乡村旅游线路，以古风沉浸式体验吸引全国各地游客前来赴“荔枝之约”。本届节庆拉动综合消费1.2亿元，文旅流量真正变成了揣进农户口袋里的真金白银。

“农产品+体育”破圈尝试同样亮眼。“荔枝古道”骑行赛、合江荔枝马拉松串联百年荔枝林与非遗村落，赛事吸引全国跑者6000余人，直接带动周边农特产品增收200万元。传统文化资源持续转化为消费动能，拉长了产业增值链条。

冷链科技全赋能，晚熟鲜果远销海外

荔枝“一日色变、二日香变、三日味变”，保鲜历来是外销的瓶颈。合江依靠冷链与标准化技术双重突破，让这颗晚熟鲜果加速驶向全球餐桌。

当地通过引入中荔集团建成3000平方米冷藏库，可存储保鲜荔枝500万斤，

配套西南全自动分拣线，全面推行“5小时采摘、4小时入冷”标准化作业，鲜果保鲜周期延长至25天，为漂洋过海赢得宝贵的时间窗口。

严苛品控是出口的“入场券”。合江荔枝全流程标准化种植管控，成功通过欧盟563项农残检测，取得全球良好农业认证，获得了多国市场准入资质。合江中荔农业发展有限公司配套采收、分拣、定级、冷链、包装一站式服务，实现荔枝批量出口海外。

今年，合江荔枝海外销售势头强劲，15吨妃子笑率先出口，50吨带绿陆续发货，全年出口量预计突破100吨，较去年40吨实现翻倍增长。销售版图从单一美国市场扩大至加拿大等北美市场以及东南亚市场。在海外市场上，妃子笑售价约40元/斤，带绿约60元/斤，远超国内同期价格。

一颗荔枝的“出圈”路，是特色产业驱动乡村振兴的一个鲜活样本。合江以品牌、文化、科技三轮协同发力，破解特色农产品产销、增值、外销多重难题。28.23亿元的品牌估值、1.2亿元的节庆消费、100吨的海外出口量——这些跳动的数字背后，是果农鼓起的腰包、乡村焕发的活力，更是“小特产”撬动“大民生”的生动实践。当晚熟的荔香飘出川南，飘向更远的市场，这条由甜蜜果实铺就的富民路，正越走越宽广。



游客在体验荔枝采摘。 卢海军摄

从“生态包袱”到“草原黑金”

——海晏县有机肥产业走出生态富民双赢路

■ 李靖

在碧波荡漾的青海湖北岸，青海省海晏县金银滩草原碧草如茵，牛羊成群，曾经困扰农牧民的牛羊粪污堆积难题，如今在这里完成华丽蜕变，成为带动群众增收的“草原黑金”。近年来，海晏县紧扣乡村振兴战略部署，锚定绿色有机农畜产品输出地建设，深挖草原粪污资源转化利用潜能，大力发展绿色有机肥特色产业，走出了一条生态保护、产业提质、群众致富的高原循环产业振兴之路，生动印证了“绿水青山就是金山银山”的生态理念。

盘活粪污资源，政策赋能产业

海晏县位于青海湖北岸，是环湖地区传统畜牧业强县。2025年，当地农林牧渔业总产值4.24亿元，全县牛羊存栏60.38万头只，每年稳定产出牛羊粪污约43万吨。作为青海湖重点生态保护区，草原生态环境洁净、饲草料天然有机，牦牛、藏羊产出的草原粪污有机质、益菌群含量高，具备生产绿色有机肥料的天然优势。然而在过去，农牧区产生的大量粪污还处理起来费时费力，要么堆放，要么简单还田，效果不好还有虫害，这种粗放处理方式，不仅造成资源浪费，更对草场生态构成潜在压力。

好资源想要变现，离不开政策托举。为了摆脱发展困局，海晏县敏锐捕捉其中的连接点，将发展有机肥产业纳入全县生态畜牧业发展重点工程，从产业规划、厂房筹建到品牌培育、市场拓展全流程保障，真金白银的项目政策直达企业。近3年来，龙头企业海晏博大绿色有机资源开发有限公司累计获得各类项

目奖励资金超470万元，2家企业分别获得百万元级、20万元级专项资金扶持。2023年，全县投资870余万元建成1家大型有机肥转运中心，逐渐培育出5家规模化的有机肥生产产业联盟，本土企业抱团发展，统一原料收购标准、共享销售渠道、共促研发合作，逐渐成为推动产业发展的核心力量。

健全联农机制，铺就共富之路

凭借产业联盟集群效应，海晏县通过持续投入研发、推进技术升级与产能扩张，有效提升整体竞争力与产业化水平。当地有机肥产业产量、市场效益同步提升，交出了亮眼的发展“答卷”。目前，全县有机肥企业针对不同市场打造多元产品，持续研发适配草场修复的基础改良肥、城市热销的花卉专用肥、助力特色种植的生物菌肥，累计取得实用新型专利3项、发明专利1项，并获得有机产品认证2项，产品品类丰富。2025年，海晏县有机肥产量达到11.6万吨，占青海省总产量的14.4%，产品远销陕西、新疆、甘肃、云南、西藏等多个省份，年销售额突破1亿元。

随着县域有机肥企业集群不断壮大，一套“企业+村集体+养殖户”的产业联结机制，让发展红利真正落到老百姓手中。对农牧民来说，棚舍里堆积的牛羊粪不再是累赘，每户每年卖粪就能多赚数百至千元，常年奔走牧区收运粪污的中间商，年均稳定增收3万—5万元。与此同时，企业有效带动了百余名本地居民、脱贫群众实现家门口就业，务工人员年均收入达5万元。西岔村粪污转运中心提供20余人稳定岗位，百余人灵活务工，每年为村集体创收80余万元，真正

实现了企业盈利、农牧民增收、村集体获益的三方共赢。

绿色循环发展，守护生态底色

可持续发展的循环链条，实现了产业发展与生态保护双赢。海晏县依托“牛羊养殖—粪污收储—有机肥加工—草场改良—优质牧草反哺养殖”的绿色循环链条，每年就地消化28万吨畜禽粪污，畜禽粪污综合利用率达到92%，农药减量增效行动实施覆盖面达到100%。农牧部门数据显示，施用有机肥后草场土壤有机质平均提升15%，牧草产量提高近三成，长期困扰牧区的草场退化、土壤板结问题得到有效缓解，草原固碳能力稳步提升。

依托循环发展农牧业模式，肥沃草场持续孕育优质饲草，牦牛、藏羊饲喂后体格健壮、肉质更佳，“海晏牦牛”“海晏羔羊”获得中国地理标志认证，本地绿色有机农畜产品品牌影响力和附加值持续走高。与此同时，产业发展融合中国原子城、金银滩草原等优质文旅资源，打造出生态牧场、产业加工、改良草场示范等特色基地，吸引省内外游客、生态行业从业者前来参观，有机肥产业已成为海晏县对外展示生态保护成效的“金色名片”。

曾经人人发愁的牛羊粪，如今变身生态向好、牧民增收、企业增效的“草原黑金”。它像一条隐形的“金色链条”，上游连接“优良畜种”粪便资源，中游依托“企业加工”实现转化，下游滋养“草原生态”，最终实现了“群众增收致富”的价值落地，让海晏县走出了一条生态保护与经济发展协同并进的好路子，一幅草畜兴旺、绿色发展的乡村振兴新画卷正在雪域高原徐徐铺展。

择路而行 向新而生

——恩施州黑猪养殖逆势突围小记

■ 雷敬勇 王廷徽

今年开春以来，生猪价格暴跌带来全行业深度亏损，价格下行连续多月突破历史极限。湖北恩施土家族苗族自治州紧扣良种培育、政策扶持、多元养殖、多渠道销售等关键环节，加大黑猪养殖产业发展力度，逆势突围、向新而生，有效抵御行业风险，为当地富民增收、助力乡村振兴书写了浓墨重彩的一笔。

深挖种质优势，夯实产业根基

恩施州生态优良、硒资源丰富，孕育的恩施黑猪具有耐粗饲、耐寒湿、皮薄骨细、肉质细嫩等优良特性，产业发展潜力突出。恩施黑猪已先后被列入《湖北省畜禽遗传资源保护名录》和《国家级畜禽遗传资源保护名录》。

近年来，恩施州持续深化与科研院校的产学研协作，统筹推进黑猪良种选育和优良品种引进。湖北省农科院以恩施黑猪为母本，培育出优质品种“硒都黑猪”，具有较高瘦肉率与肌内脂肪含量。同时，恩施州还示范引种了楚乡黑猪等优良品种，进一步丰富黑猪种源供给，带动黑猪养殖规模稳步扩张。据统计，恩施州现有黑猪养殖主体19家，2025年底存栏黑猪3.57万头，其中能繁母猪存栏0.39万头，全年出栏黑猪5.84万头。

为加快“硒都黑猪”等优良品种产业化规模化发展，恩施州多数县市出台了奖励扶持政策，重点投向良种补贴、圈舍建设等。如恩施市为发展“硒都黑猪”产业，对新建、改建猪舍，完善养殖、粪污处理设施及新建腊制品加工厂等提供配套资金550万元；利川市对500头“硒都黑猪”能繁母猪给予100万元补贴。

创新养殖模式，做优产品品质

恩施州各地黑猪养殖除自繁自养、育肥、育种等模式外，结合“企业+合作社+农户”合作模式，还形成了“猪—沼—茶（果、蔬）”“猪—沼—电—肥—果”等生态循环种养模式。如来凤县旧司镇立足现代农业示范镇建设，在桃湾村、水田坝村等5个村创

新推行“1125”循环农业新模式，构建龙头企业联动农户、种养配套协同的生产机制，搭建完整绿色生产闭环，为农业绿色转型发展提供了生动鲜活的实践样本。

为保障黑猪肉品质，恩施黑猪通常采用传统饲养方法，喂养周期长，由此生产的黑猪肉富含硒和多种氨基酸，优良品质得到市场广泛认可。如恩施市农博生态农业开发有限公司为保障黑猪肉品质，将玉米、土豆、萝卜、红薯、南瓜等煮成熟食喂养黑猪，一般喂养一年以上，产出的黑猪肉呈樱桃色，肌间脂肪丰富，肥而不腻、瘦而不柴，出售的黑猪价格相较普通白猪贵6元/公斤；来凤宏蚨祥生态种养专业合作社养殖的黑猪前5个月用玉米、豆粕和浓缩饲料喂养，后5个月用红薯、土豆、藤蔓和其他杂粮喂养，不再使用饲料，以此保障猪肉品质。

畅通销售渠道，助力富民增收

在恩施州19家黑猪养殖主体中，6家布局线上销售渠道，直播电商成为重要增长点。走进来凤宏蚨祥合作社直播间，从猪圈到屠宰车间，黑猪养殖加工全程可视。8个直播间每天能销售黑猪肉折合12头，最高可达25头，主销北京、上海、广东等一线城市，黑猪肉价格达64—70元/公斤，复购率达45%。2025年合作社线上销售生态黑猪4100头，生鲜发货量位居恩施州第一。

可观效益让黑猪成为致富猪。依托恩施黑猪优异品质，凭借特色品种与渠道优势，黑猪养殖收益保持稳健，成为群众稳收增收的重要抓手。咸丰县彭家沟村526户养殖户中，约1/3喂养黑猪，生猪收购价格为20元/公斤，2025年全村出栏黑猪8000头，产值近3000万元，人均增收1.4万元。昔日人均收入不足3000元的彭家沟村，现已成长为恩施州畜牧第一村，人均年收入超过6万元。

当前，恩施黑猪正走出武陵深山、走进千家万户，凭借优质品质跨越地域限制销往全国各地，带动一方群众稳定增收。今后恩施州将继续完善黑猪产业链条，做强特色畜牧品牌，让黑猪产业持续释放联农带农效能，为乡村振兴注入源源不断的产业动能。

从“地下资源”走向“地上经济”

——克拉玛依大力推动紫砂非遗资源转化

■ 孙萍

提起新疆克拉玛依，大众印象多是一座因油而兴的工业重镇。鲜为人知的是，茫茫戈壁之下，蕴藏着亿万年地质运动沉淀的优质紫砂资源。近年来，克拉玛依立足资源禀赋，深挖紫砂文化、工艺与产业价值，推动紫砂产业从“地下资源”走向“地上经济”，成为城市转型、文化提质、文旅增收的特色引擎。

深挖矿藏资源，夯实产业发展根基

克拉玛依紫砂形成于侏罗纪时期，经亿万年挤压沉淀而成。据克拉玛依市自然资源局数据显示，全市已备案紫砂陶瓷土查明资源量达1012.84万吨，储量大、分布集中、可开发性强。本地紫砂泥质细腻温润、可塑性佳，无需大量配比辅料即可独立成器。经检测，泥料富含硒、锶、镁等18种有益微量元素，成品符合国家食品接触安全标准，是国内少见的高品质安全紫砂原料，填补了西北规模化紫砂矿藏空白。

2023年，“克拉玛依紫砂制作技艺”入选区级非遗名录并逐步纳入市级保护体系。当地建成全疆首家紫砂主题博物馆，系统展示原矿标本、烧制工艺与精品，打造集科普、传播、交流于一体的文化阵地。同时依托紫砂大院、文创工坊等载体搭建集聚平台，逐步形成原料可控、工艺规范、载体完善的产业格局。目前，全市已集聚一批紫砂相关企业与手工作坊，培育本土紫砂手工艺人及非遗从业者120余名，为规模化、品牌化发展提供了有力支撑。

聚力科创赋能，丰富多元产品矩阵

立足原料优势，克拉玛依打破传统紫砂单一制壶的局限，坚持工艺创新与科技攻关双向发力，推动产品向文创精品、日用器具、文化教具多领域拓展。

在文创领域，匠人深度融合石油工业文化、戈壁雅丹风貌与城市人文特色，打造专属紫砂IP，特色作品屡获省级、国家级奖项，其中“克拉玛依特色小花帽套壶”入选2025年全国非遗好物推荐名录，成为城市文化名片。

在日用领域，本地企业深耕技术创新，历经3年数百次实验，成功攻克耐热紫砂烧制难题，研发出可承受480℃明火干烧、急冷急热不开裂的新型材料，填补国内空白。依托此技术，紫砂汤锅、内胆、养生餐盘等实用产品相继问世，吸引多家知名家电企业对接合作，开启产学研销新模式。

在研学与国际交流领域，全疆首个紫砂哨坝学会于2024年成立，现有会员47名。这种用克拉玛依紫砂泥手工制制的哨坝，既保留古坝梨形、壶形的古朴轮廓，也让哨坝从摆件变成教具。如今哨坝

艺术已走进全市30余所中小学，惠及学生3万余人。在中国石油大学(北京)克拉玛依校区，来自土库曼斯坦、泰国、哈萨克斯坦、乌干达等国的留学生也学习哨坝演奏，并做出属于自己的紫砂哨坝带回国，把戈壁紫砂分享到世界各地。

坚持向外拓界，擦亮紫砂特色品牌

为破解本地市场体量小的短板，克拉玛依坚持“走出去”战略，组织企业、匠人携精品赴深圳、杭州、上海等地参展参赛，以展会为桥，让戈壁紫砂走出新疆、走向全国。

2023年深圳文博会上，8家紫砂企业携带322件精品亮相新疆展区，集中展示西北紫砂独特工艺，吸引数千名客商观展咨询。在杭州举办的中国工艺美术大师作品博览会上，克拉玛依紫砂迭选《雅丹神奇》《奶茶壶》等原创作品，一举斩获1银1铜及多项优秀奖，正式获得全国工艺美术行业权威认可。

2025年，克拉玛依非遗紫砂作品与紫砂演奏技艺亮相上海第八届对口地区特色商品展销会，通过现场展演、实物展示、文化讲解等方式，向长三角地区群众全方位推介戈壁紫砂文化，搭建东西部文化互通、商贸对接、产业联动的重要平台。持续不断的对外推介，让克拉玛依紫砂知名度、美誉度稳步提升，紫砂博物馆、体验工坊年均接待各地游客、研学团队7万人次，品牌辐射力持续增强。

深化文旅融合，激活城市转型效能

克拉玛依坚持以文兴产、以产促旅，将紫砂非遗嵌入城市文旅体系。依托博物馆、文化大院和体验工坊，常态化开展制泥、拉坯、烧制等沉浸式项目，打造集观光、体验、研学、购物于一体的新业态。目前，紫砂研学基地年均承接研学团队420余个，服务青少年3.1万人次，成为美育与非遗传承的重要阵地。

紫砂系列产品成功纳入“新疆礼物”体系，从掌心大的迷你小花帽套、雅丹纹饰茶茗杯，到可挂背包的紫砂哨坝挂件、刻有城市印记的生肖茶壶，一批批小巧便携的紫砂文创成了游客来克拉玛依旅游必带的“戈壁记忆”，也成为游客首选伴手礼。产业蓬勃发展的同时，直接带动就业1100余人，并通过公益技能培训帮助待业群众、特殊群体掌握技艺，稳定增收，实现非遗传承、产业发展与群众致富等多方共赢。

从深埋地下的亿年紫砂矿土，到走向全国舞台的特色产业精品，克拉玛依紫砂实现了从无到有、从小到大的跨越。未来，这座戈壁油城将持续深耕紫砂产业，强技术、优产品、树品牌、拓市场，为资源型城市多元转型注入持久鲜活的“紫砂力量”。