

## 百年蔗吃出新花样

本报记者 薛志伟

百年蔗产业已从最初的红糖粗加工发展到针对不同功效开发的产品精细加工,从单一产品到多产品线并行,研发出茶点、酒、功能性饮料等产品。

红糖小米酥、红糖饼干、蔗酒……在福建省南平市松溪县,一根甘蔗可以有多少种吃法?

不久前,记者走进松溪县郑墩镇万前村,村里种植的甘蔗进入生长期,整齐笔挺的甘蔗林十分壮观。“我们现在正围绕百年蔗进行产品开发,做了各种年份各种包装的红糖,还有茶点和酒。我们做的酒有两种,一种是红糖做的保健酒,一种是甘蔗汁做的朗姆酒……”松溪县百年蔗保护和发展领导小组办公室副主任周志强介绍。

## 提升地标品牌

万前村的甘蔗种植始于1727年,品种是世界上寿命最长的宿根蔗——百年蔗。“百年蔗可以活几十年甚至上百,不像别的甘蔗每年都要有新种,能节省20%的种质资源。”周志强说。

“百年蔗是稀世之宝,种植将近300年。它有广泛的药用价值,一定要保护,一定要扩种,不但要造福松溪人民,还要造福全国和世界人民。”已故著名药学家、中国科学院院士蒋华良在福建省科技厅举办的第26次“鼓岭”科学会议上曾这样说。

面对如此宝贵的甘蔗种质资源,从1992年开始,松溪县便将百年蔗列入重要保护对象。2012年,万前村党支部牵头成立全村村民入股的百年蔗合作社,尝试开发百年蔗红糖。2018年,松溪县以县特色产业创新发展研究会为申报主体,成功申请注册“万前百年蔗”地标。

周志强告诉记者,一直以来,松溪县将百年蔗产业作为乡村振兴的主导产业之一,推出“国家科研机构+政府+国有公司+合作社+农户”的“五位一体”模式,深挖蔗文化、深化蔗科技、做强蔗产业,扩大百年蔗的附加值,提高产业的影响力、竞争力。

近年来,松溪县通过聘请乡贤松溪籍科学家、国家杰青、中国科学院上海药物研究所研究员罗成为百年蔗产业科技领军人才,与中国科学院上海药物研究所、国家甘蔗工程技术研究中心等国家科研机构合作共同保护和开发珍稀的百年蔗,走出了一条国内著名科学家助推地标品牌提升的新路子。

2022年,松溪县实际种植百年蔗面积1120亩,产鲜蔗1080万斤,产红糖20万斤,产值2000万元;酿酒100吨,产值4000万元。县里成立8家种植专业合作社,3家鲜蔗加工企业,15家与百年蔗相关联的食品加工厂,带动全县300余户农民种植和就业,户均增收万元。

“福建的朋友给我邮寄来一盒百年蔗红糖,吃了以后觉得非常好,不太甜,但清香醇厚。所以后来就一直买百年蔗红糖,成了它的忠实粉丝。”北京市朝阳区居民刘鑫佳告诉记者。

在福建百年蔗微信公众号商城,记者看到,260克装的百年蔗手工古法熬制红糖售



蔗农扛着锄头行走在甘蔗林里。

叶明摄(中经视觉)

价为68元,450克装的古早原味老黑糖售价为198元,虽然价格稍贵,但销量分别已有1220多件和1340多件。

“前两年是农户自己种,我们收购。这两年,我们以每亩800元的价格将农户的甘蔗田流转过来,进行统一管理,这样甘蔗的品质和产量都更有保障。”万通百年蔗蔬菜专业合作社理事长吴庆有说,合作社成立后,百年蔗每亩的收入能达到6000元左右,与之前相比翻了一番。现在合作社一年的收入约有300万元。

“马上要丰收了!明年还要邀请更多的返乡农户加入合作社,依托合作社的种植技术及农行资金支持,扩大种植面积,深化甘蔗加工,多多开发甘蔗新产品。”2012年9月返乡创业的陈萍是松溪县果蔬农产品专业合作社理事,农行松溪支行在村里推行的“整村建档”政策让她获得了30万元惠农e贷。拿着这笔资金,陈萍扩大了百年蔗的种植面积,甘蔗长势喜人,预计今年能收获75吨,增收8万元。

## 丰富产品供给

“我们跟普通的红糖没法比,产量没人家高,含糖量没人家高。虽然我们的百年蔗很宝贵,但如果我们不走功能性或者更高端化的路子,在市场上就没有认同度。”周志强告诉记者。

为了增加百年蔗的附加值,把甘蔗产业做大做强,2023年,松溪县还引进福建省雅蔗食品科技有限公司和福建省福糖科技有限公司,预计总投资1.5亿元,研发百年蔗茶点和特色糕点,研制国内首创的百年蔗酒,项目投产后年产值可达3亿元。

福建省民盛健康科技有限公司是一家致力于开发百年蔗系列高附加值产品的生物健康科技公司。公司市场部负责人罗勇介绍,公司主要进行百年蔗的药品、化妆品、功能性饮料、茶点和红糖的开发。“目前,茶点和红糖在市场上的销量不错,红糖1年的销售额大约有600万元,茶点1年的销售额也有50万元。我们主要的精力还是在做

百年蔗的药用提取,与中国科学院上海药物研究所等科研院所合作,希望提升百年蔗的附加值,预计两三个月后将开发出新产品。”罗勇说。

在提高百年蔗附加值的同时,松溪县还深度挖掘“蔗”文化瑰宝,连续6年在百年蔗母蔗园开镰时举办全县规模最大的“千年松溪百年蔗”文化旅游节,召开闽北稀缺资源学术交流会,吸引近百万名专家学者、企业负责人、游客参加,为当地旅游业创造了上亿元的收入。文化旅游节期间,万前村百年蔗园开镰仪式举行,随着一声声“开镰啦!开镰啦!”的呼声,游客和农户们手拿镰刀,一起砍收百年蔗,共享丰收的甜蜜与喜悦。

以“传承、创新、突破”为战略引领,松溪县以当地独特的文化内涵形象打造“大道千秋”院士国礼、设计“百岁延年”“百福呈祥”等红糖外包装,开发出系列文创产品、吉祥物、旅游伴手礼等,形成松溪县独有的文化名片和文化产品。

“因为过节想送礼物给朋友,所以我特意看了一下我们当地的特产,觉得百年蔗最有特色和价值,完全能够担当起我们这里的伴手礼代表。”松溪居民李文霞说。

目前,百年蔗产业已从最初的红糖粗加工发展到针对不同功效开发的精细加工,从单一产品到多产品线并行,研发出零食、酒、功能性饮料等产品。松溪县科技副县长白海鹏表示:“我们现在主打的就是百年蔗的稀缺性和药用价值,随着上海药物研究所对百年蔗的药用价值进行开发,百年蔗会给消费者提供更丰富的产品,它的附加值一定会更高。”

“非特色不引进,非精品不荟萃。”李经纬介绍,紫薇路的商业布局坚持走特色之路,促进商业与物业、消费与生活、居家与社区等场景融合,实现业态多元化、集聚化、智慧化发展,努力为消费者提供个性化产品,丰富消费体验。“接下来,我们将继续引入特色餐厅、潮流艺术展、网红书店、小剧场等业态,形成美食、旅游、文化、展览等多维度消费场景,打造既有烟火气又有文艺范的时尚消费新地标。”李经纬说。

## 老旧街区变身消费地标

本报记者 吴陆牧

夜幕降临,华灯初上,位于重庆市渝北区龙塔街道的紫薇路商业街逐渐热闹起来。墨西哥风情餐厅、精酿啤酒吧、日式火锅店、饮品小吃店……千米长的街道两侧,集聚了150多家特色商铺,吸引了不少市民和游客前来拍照打卡、品尝美食。

刚走进一家云南菜餐厅,来自四川的游客李梦婷就开始拍照发朋友圈。“餐厅里的纯手工竹编、装饰画、桌椅满满都是云南特色,很有文艺范。”李梦婷说,自己在紫薇路上发现了不少“宝藏”餐厅,朋友圈里有许多人都表示想来体验。

紫薇路,这条曾经脏乱差的背街小巷,经过提档升级后,如今成了一条“网红路”,月均人流量超过50万人次。“过去,这里被称为‘汽修一条街’,业态以副食品、汽修汽配、农贸市场为主,是承担普通社区服务功能的老旧街区。”紫薇路商业运营负责人李经纬说,2019年,渝北区以城市更新的方式开始启动对紫薇路的改造。

怎样才能打造一条高品质的社区街

道?李经纬说,紫薇路改造初期,有人给他提出建议,干脆把整条街道的外立面全部重新装修,做成一条风格统一的购物街。“这个方式简单粗暴,也容易引流,但会磨灭老街后巷的味道,磨灭它作为街区的服务功能。”李经纬说,他希望通过改造,打造出一条商业与文化融合的城市慢街,推动商业和社区共同发展。

紫薇路的蜕变是从硬件提升和文化打造开始的。渝北区一边对紫薇路进行人行道整改、绿化修剪等基础设施的规范,一边不断升级人行道景观,增加街景建设,在沿街道路边设置了室外花箱、休闲座椅,定制了灯光系统、导视系统。“硬环境的改变,为来往市民和游客提供了温馨、舒适的休闲空间,既人性化,又兼具街区时尚品位。”渝北区龙塔街道党工委书记曹兴兵说。

文化元素的植入,让紫薇路多了几分灵气。在紫薇路外街,一条百米长的“九九艺术长廊”夺人眼球,这里陈列了7000多幅油画、国画,免费对公众开放,还不时组织开展

非遗展演、新书发布会、读书会等活动,以文化引力增强街区活力。

消费升级时代,多业态生活方式成为新潮流。正是抓住了现代消费者个性、时尚、潮流的消费心理,紫薇路在商业业态翻新过程中,引进了不少国内外新零售、餐饮、休闲、文化、娱乐品牌,打造了以文艺、时尚、复古为主调性的消费新场景,构建起多层次、多维度的消费供给体系。

紫薇路上,餐饮是绝对的主力业态。这里汇集了20多家餐厅酒吧,每家店铺都风格迥异。街上还穿插着琳琅满目的首饰店、精致的中古店、休闲的瑜伽馆,各色小店百花齐放,各有千秋。

穿过谷仓造型的灰色大门,走进紫薇路最大的餐酒吧GLASS&PLAT,咖啡的醇香、面包的甜香、啤酒的清香齐齐涌入鼻腔。店主于磊介绍,为满足食客多元化需求,他们引进了国内精酿啤酒界著名厂牌“北平机器”,提供20多款口碑精酿、百余种葡萄酒,深受年轻人喜爱,月均客流量近万人次。

不远处,一家名为“觅所”的中古店同样人气很高。约200平方米的空间内陈列着琳琅满目的潮玩、二手奢侈品包包、饰品以及复古服饰,吸引不少顾客前来淘宝。“越来越多人喜欢中古品独特的复古风情,我们精心挑选、鉴定每一件中古商品,把复古玩出年轻感,满足顾客小众化和个性化的消费需求。”店主熊烈说。

“非特色不引进,非精品不荟萃。”李经纬介绍,紫薇路的商业布局坚持走特色之路,促进商业与物业、消费与生活、居家与社区等场景融合,实现业态多元化、集聚化、智慧化发展,努力为消费者提供个性化产品,丰富消费体验。“接下来,我们将继续引入特色餐厅、潮流艺术展、网红书店、小剧场等业态,形成美食、旅游、文化、展览等多维度消费场景,打造既有烟火气又有文艺范的时尚消费新地标。”李经纬说。

放眼望去,百年蔗园郁郁葱葱。

余燕芳摄(中经视觉)

玻尿酸、热玛吉、超声刀……提起医美,有些人或许不明就里,但这些医疗美容名词想必很多人听说过。随着“颜值经济”的升温,人们生活水平的提高,曾经高高在上的明星专属——医美,近年来悄然进入了寻常百姓家。

何为医美?简单说即是运用整形外科的手段来美容和抗衰老。平日里大家耳熟能详的隆胸、吸脂,眼下颇为流行的光子嫩肤、注射肉毒素,以及削骨磨皮等手术项目,均属于医美的范畴。

近年来医美科技日新月异,借助这一“神奇魔法”,很多消费者实现了变美的小心愿。比如,强脉冲光等无创手段可以提亮肤色,射频等手段可以紧致肌肤。但医美与整形并存。作为一种具有创伤性或侵入性的技术手段,医美的本质归根结底还是医疗行为,任何项目都存在一定的风险,如若操作失误或不规范还会造成严重的伤害后果。然而自从踏进了“医美圈”,有人却在求美的路上越走越远,甚至迷失了方向。“A4腰火了去吸脂”“精灵耳热了那自己必须有”“直角肩好看也要去做”……忽视潜在的风险,在容貌焦虑的漩涡里越陷越深,一些求美者为此遭遇了毁容甚至付出了生命。

热衷医美的人群有哪些?熟龄人士是主力,医美低龄化趋势也日渐明显。“预算4万元,必做整容项目是埋线做双眼皮+打玻尿酸;如果预算足够,隆鼻问题也要搞定。”这是今年暑假一位17岁的高中生设定的变美目标。这并非个例,《2022年医美行业白皮书》显示,2022年第一季度,20岁以下的医美消费者占比达11.12%,出现了医美消费年龄前置等新现象。由此带来的结果让人不禁担忧:未成年人正值身体发育阶段,骨骼、五官等生理发育尚未定型,医美手术会产生创伤和外部材料植入,很可能在将来对未成年人自身正常发育带来影响,甚至危害其身体健康。

客观存在的风险仅是一部分。人员机构不具备资质、“黑医美”蔓延、虚假宣传……伴随着医美行业一路高歌猛进,各种乱象丛生,也严重危害了消费者的生命健康与合法权益。“上海一女子打美容针后过敏身亡”“女子私下注射6针玻尿酸致残”……无数惨痛的教训告诫我们:医美并非万无一失,千万别对“美丽冒险”游戏上了头。

爱美之心人皆有之。追求美是人的天性,但每个人都拥有属于自己的独特之美。在审美日趋多元的当下,面对形形色色的医美项目,我们期待相关行业越来越规范,相关从业者坚守职业底线。希望消费者在擦亮眼睛的同时,多一份理性、自信与从容。

医美瞭望

沈慧



图为用百年蔗开发成的茶点小食。

本报记者 薛志伟摄



图为重庆紫薇路一隅。

本报记者 吴陆牧摄

本版编辑 李丹美 编高妍