

宝藏小城探访记

借“龙”生财传非遗

端午节即将到来,各种赛龙舟活动已在多地接连上演。位于江西乐安河畔的万年县梓埠镇,是远近闻名的龙舟小镇。在这里,不仅端午赛龙舟的历史悠久,龙舟制造技艺也传承了数百年。

从走村串户的传统手工匠人到现代化产业园的标准化生产,从地域性民俗符号到年产值超过3000万元的产业集群……梓埠镇的龙舟产业在传统文化与市场经济碰撞中,从传统走向现代,从本土走向国际。近日,记者走进这座宝藏小城,探寻其如何实现借“龙”生财。

从走村串户到规模生产

农历四月的乐安河畔,梓埠镇唯美龙舟制造厂内,几十艘龙舟摆放于此。从空中俯瞰,一溜长龙,着实壮观。

梓埠镇唯美龙舟制造基地负责人陶心根忙得不可开交,他今年接到200多艘龙舟制造订单,基地的工匠们正加班加点赶制。

“樟木作底,杉木为舷,柳卯结构不用一根铁钉。”在万年县亮船文化发展有限公司,老工匠李明亮一边俯身用墨斗在杉木板上弹划基准线一边介绍,纯手工制作龙舟需经历选材、破板、定型、组装等20多道工序,耗时半个月才能完工。

李明亮15岁学木工,2000年开始专攻龙舟制作,最初只是周边县临时聘请的工匠,按天结算工资。如今,他的技艺已成为梓埠龙舟产业的“金字招牌”,其每一个动作都凝结着《考工记》中记载的“天有时,地有气,材有美,工有巧”的古老智慧。

梓埠镇龙舟的故事要从鄱阳湖说起。早年间,这里水网纵横,圩堤未建,出门走亲戚、下地干农活,家家户户都离不开一条小船。久而久之,镇子里便孕育出一批手巧的船匠,斧凿锯刨间,一艘艘木船从他们手中滑入水中,载着生计,也载着生活。

后来,圩堤筑起,陆路通达,船匠们渐渐放下了造船的活计,转向制作家具,木工手艺未曾荒废。直到龙舟文化的浪潮席卷而来,这些老手艺人将造船技艺融入龙舟制作,梓埠镇成为远近闻名的“龙舟之乡”。名声传开后,订单从邻县飞来,又跨过省界,甚至出现在国际赛场上。

“去年,全镇龙舟销售额达3000万元,成为江西有名的龙舟小镇,今年龙舟产业相关产值预计突破4000万元。”梓埠龙舟协会会长李永传介绍,目前,梓埠镇已拥有80多家龙舟生产企业,500余名工匠,形成了完整的龙舟产业链。

今年端午节,龙舟文化产业园即将开园,园区占地100亩,采用标准化流水线作业,将龙舟生产周期从半个月缩短至一周。



从技艺传承到产业重塑

在梓埠镇,龙舟不仅是端午节的符号,更是一代代匠人用斧凿劈出的生计与梦想。

2014年以前,梓埠镇的龙舟制作仍以分散式、小作坊模式为主。“那时我们带着徒弟走村串户,一年最多造20多艘龙舟。”李明亮回忆道。

2024年,梓埠镇龙舟年产量突破1200艘,这离不开新生代的力量。在亮船文化发展有限公司,37岁的李义正用计算机辅助设计(CAD)软件优化龙舟结构。他是李明亮的儿子,曾在深圳工作,几年前被父亲动员回乡传承技艺。去年6月,在2024中国南昌国际龙舟赛中,有14艘传统龙舟出自他和父亲之手。

如今,李义的公司已实现龙舟设计、生产、销售全链条运营。“传统龙舟讲究手感,但现代竞技龙舟需要更精确的力学计算。”李义介绍,他们团队首创的玻璃钢漆工艺,使龙舟使用寿命延长30%以上,同时申请了多项专利,推动梓埠龙舟从“纯手工”向“半工业化”转型。

上世纪六七十年代,龙舟制作受限于经济

条件,仅有少数富裕村庄在端午节前备料聘请师傅上门制作。16岁拜师学艺的江西上饶市级龙舟制作技艺非遗传承人、贤泽龙舟厂创办人李光定成为推动龙舟制造业发展的中坚力量,他深耕龙舟制作50载,不仅将传统工艺发扬光大,更培养出众多徒弟。

2010年,在镇政府支持下,李光定将村内3000平方米的废弃厂房改造成龙舟生产基地,开创订单式生产模式,涵盖设计、选材、售后全流程。团队从零星几人扩展至20余人,产品辐射周边县(市、区)。

如今,李光定的徒弟们已成长为行家里手,引领龙舟技艺创新。他们中既有坚守传统工艺的匠人,也有探索现代管理的经营者,共同推动这项非遗技艺从生存性传承走向产业化发展。

徒弟蔡北丰带着手艺走出国门,在东南亚传播龙舟文化;女徒弟徐兴爱更是打破“女子不造舟”的旧俗,成为业内女性龙舟匠人。“师父总说,手艺要守正,但路子要创新。”李光定的徒弟程国海说。

从单一产品到跨界融合

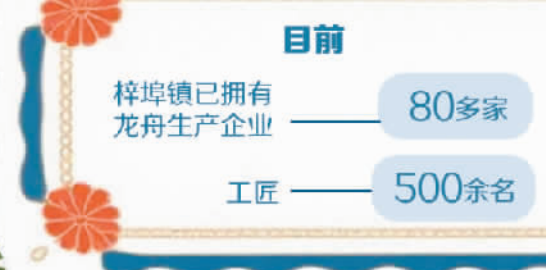
随着龙舟竞技成为亚运会正式项目,国际龙舟需求激增,梓埠镇的工匠迅速抓住机遇,抢占高端市场,开始打造符合国家标准的龙舟。同时,梓埠镇不仅卖龙舟,更卖文化。现在,游客来到梓埠不仅可以参与龙舟制作、体验划船,还可以定制个性化龙舟模型、参加非遗体验课等。这种“非遗+旅游”模式,让梓埠龙舟从单一产品升级为综合性文旅IP,带动相关产业年产值近千万元。

1986年出生的李贤武考了龙舟教练证,在教学的同时还代售救生衣、船桨、锣鼓等龙舟附属品,活跃了梓埠龙舟市场。在梓埠镇,传统与创新的碰撞,正让这项古老技艺在市场经济浪潮中行稳致远。

“80后”画师张星健专攻龙舟彩绘,每天可完成4条龙舟的纹饰绘制。像他这样的年轻匠人正成为行业新鲜“血液”。此外,不少美术专业的大学生在当地设立工作室,为龙舟注入现代审美。

在产业蓬勃发展的同时,梓埠镇龙舟制造业也面临着一些困难。一方面,各地风俗差异导致龙舟款式纷繁复杂,在速度与美学的博弈中难以形成统一标准,产业化步伐始终踟蹰不前;另一方面,龙舟的季节性生产规律,将大多数作坊禁锢在“半年开工半年闲”的循环里,梓埠镇当下超七成厂家仅在农历二月至五月间生产,这种断续的生产节奏消解着年轻一代的传承热情。尽管已有不少青年返乡接力,但全镇工匠平均年龄超过60岁,面临严峻的人才断代危机。

李永传常常思考,戏曲进校园能培育出新一代票友,龙舟文化为何不能锚定教育这片沃土?他建议,第一,由行业协会牵头制定“基础标准+地域特色”的弹性规范,在保留文化多样性的前提下打通产业梗阻;第二,推动“龙舟制造+”跨界转型,开发全年可生产的文创衍生品与体验项目,破解季节性魔咒;第三,将龙舟文化纳入地方学校课程,通过组建校园龙舟社团、开设工匠工作坊等形式,让青少年在划桨雕刻中读懂文化基因。唯有让传统技艺跳出节庆仪式的单一场景,才能真正激活这项非物质文化遗产的当代生命力。



近日,“学生组团进穿过的演出服”的新闻,引发了社会对“七天无理由退货”规则的讨论。作为消费者权益保护的重要制度,无理由不是无规则,发挥“七天无理由退货”的积极效应,需要清晰完善的规则指引,更离不开市场各参与主体的规矩意识。

从实践看,“七天无理由退货”在一定程度上赋予了消费者购物的后悔权,抑制了冲动型消费行为,减少了消费者的误购成本。这一规则也倒逼商家创新产品、提高质量、优化服务,减少买卖双方的信息不对称,降低非必要退货,促进了电商行业的规范化发展。从长远看,消费者因退货有保障而更愿意尝试新产品,显示了无理由退货规则对于提升消费信心、释放消费潜力的作用。

也要看到,“七天无理由退货”规则在推动电商发展的同时,也引发了一系列争议。钻规则漏洞、“用完即退”现象并非个例。一些人滥用电商平台“七天无理由退货”规则实现免费试用,恣意薅商家“羊毛”。有的甚至充当职业退货人,滋生出买真退货、买新退回、买好退次等涉嫌欺诈的行为。这不仅给商家造成了经济损失,也推高了消费者的交易成本,带来价格上涨、权益受损、服务收缩、体验降级等影响,甚至一些正常的退货需求也受到波及,行业发展陷入内耗。可见,滥用规则透支的是全体消费者的信用,其代价也将由全体消费者共同承担。

如何让好的规则充分发挥正面效益,从根本上治理恶意退货顽疾,需要在保护合理需求与惩戒恶意滥用之间找到平衡点。

一是要完善规则。无理由退货不等于无条件体验。屡见不鲜的钻空子行为暴露出规则本身存在的诸多漏洞。堵住漏洞,让“薅羊毛”者无机可乘最为紧要。5月1日,推荐性国家标准《售后服务 无理由退货服务规范》正式实施,对退货商品的类别、商品完好的标准等都作出了详细规定,各方在实践中要加紧落实,防止规则被滥用。

二是要技术赋能。电商平台要利用大数据优势,建立信用档案、识别高风险用户。淘宝近期上线的高退款人群屏蔽功能,就是针对异常退货行为、高退货账户进行曝光限制,有力保护了商家的权益。

三是要加强教育。有人认为规则允许即为合理,实则不然。良好的消费环境需要消费者、商家、平台共同维护。“薅羊毛”行为一时得利,腐蚀的却是市场经济的信任基础。只有所有主体共同遵守诚信原则,才能营造安心、放心、舒心的消费环境,“七天无理由退货”等便利措施也才能真正发挥作用。

小龙虾为啥便宜了

本报记者 柳洁 董庆森

初夏时节,小龙虾进入销售旺季。有消息称,今年小龙虾价格较往年有较大幅度下降。具体情况如何,记者在小龙虾主产地湖北进行了采访。

近日,记者在武汉盒马超市常青花园店看到,单只6钱至8钱重的鲜活小龙虾的售价为每斤26.9元。“今年小龙虾价格较往年有明显下降。”武汉市将军路菜市场大虾经营户黄丽芬粗略计算了一下,4月初小龙虾刚上市时,最小的虾每斤也卖到了23元,而现在每斤只卖10元,降幅超过50%。

湖北孝感云梦县沙河乡伍湖村小龙虾养殖大户杨生锋介绍,从近期虾贩子收购价格看,大虾(7钱至9钱)每斤18元、中虾(4钱至6钱)每斤10元、小虾每斤6元至7元,均低于去年同期,不过库虾(3钱以下)价格较去年每斤涨了1元。虽然价格有所下滑,但销量增加让他仍能获利。

餐饮市场也掀起小龙虾价格战。在美团APP上,低价小龙虾套餐比比皆是,包括99元6斤的“神虾桶”、188元6斤半的3种口味小龙虾套餐等。不少酒店也推出了88元2.5斤小龙虾送配菜和酒水的套餐。

湖北是全国小龙虾的主要产地,全国每2只小龙虾中,就有1只来自湖北。由潜网集团打造的中国小龙虾交易中心有“中国虾谷”之称,是全国最大的小龙虾交易市场,现有660余家小龙虾档口。该交易中心每天公布全国小龙虾指导价格,因其成交均价高于周边市场,吸引了全国各地的养殖户和商户。

对于近期小龙虾价格下降现象,潜网集团董事长康峻分析,主要原因是稻田虾集中上市。稻田即将进入放水插秧期,养殖户大量捕捞小龙虾出售,导致市场供应量大幅增加,价格随之走低。目前“中国虾谷”高峰期

日均交易量达1500吨,18小时内可将鲜活的潜江小龙虾供应到600多个城市,部分市场日销量从上市初期的5000公斤迅速攀升至5万公斤,且增长趋势仍在持续。

康峻预计,短期(5月至6月)来看,小龙虾价格或继续下探。因为湖北潜江、荆州等小龙虾主产区将迎来清水虾批量上市,叠加山东、安徽产区供应,市场“价格战”将更激烈。中期(7月至8月),高温天气导致成虾供应量减少,价格可能反弹。长期来看,行业将加速洗牌,“精品虾”与“通货虾”价差或将进一步拉大。

小龙虾在湖北已发展成超千亿元的大产业。2023年,湖北出台“虾十条”,明确“潜江龙虾”为湖北唯一小龙虾区域公用品牌。通过协同发展,2024年湖北小龙虾养殖面积达1106万亩,产量143.7万吨,综合产值1841亿元,潜江小龙虾加工交易总量突破80万吨,占全国总产量的四分之一。

为拓展市场,湖北连续多年开展潜江龙虾“走出去”系列活动,潜江龙虾“游”进上海市,虾店开到北京三里屯,4000多家直营店和加盟店遍布全国,1万多家餐饮店使用潜江龙虾食材和烹饪品。武汉大学质量发展战略研究院院长程虹表示,“潜江龙虾”品牌终端门店模型市场价值巨大,“小龙虾驿站”自今年3月28日开业至5月16日,已成功开店420家,平均每天开店8.4家,今年内预计能开至1500家。

《中国小龙虾产业调查分析报告(2025)》显示,2024年国内小龙虾养殖面积约3000万亩,总产量超300万吨。湖北等6省已建设省级小龙虾良种场15家。随着这些良种场发展壮大,预计未来苗种自给率将提升至80%,小龙虾的产量和品质有望进一步提升。

“双降息”影响存款利率——

多元化资产配置平衡风险和收益

本报记者 勾明扬

近日,1年期和5年期以上贷款市场报价利率(LPR)同步下降10个基点,分别降至3.0%和3.5%。多家商业银行纷纷开启新一轮存款利率下调,主要涉及活期存款、定期存款和通知存款等多种产品类型。这场“双降息”,一头牵动购房者和贷款者,另一头则直接影响广大储户的钱袋子。

对于购房者而言,最关心的问题莫过于:LPR下调后,房贷能降多少?按100万元贷款本金、贷款期限30年、等额本息方式还款估算,政策前后对比,还款总额可以减少约2万元。同时,在房贷利率重定价日后,存量房贷利率可跟随下调,降低已购房居民还贷压力。招联首席研究员董希淼表示,随着居民住房贷款、消费贷款利息支出减少,居民消费意愿和能力将进一步提升,这将有效促进房地产市场止跌回稳,同时有助于提振消费、扩大内需。

虽然贷款利率降了,但是靠存款吃到的利息也越来越少了,该怎么打理手里的资产?这是老百姓心头的大事。中信证券首席经济学家明明分析,新一轮存款利率下调有利于银行控制利息成本,但也会加大揽储难度,银行理财等低风险资管产品将迎来增量资金。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏也表示,随着存款利率走低,居民普遍有开展投资理财增加投资收益的需求。作为存款的替代品,银行理财的吸引力或将进一步增强。

与市场升温相反的是,5月份以来,多家理财公司密集发布公告,超过百只理财产品业绩比较基准下调,部分理财产品业绩比较基准的最高降

幅超过150个基点。业内人士分析,银行理财产品下调业绩比较基准,也是顺应市场利率下行的调整。

5月份中国人民银行降准0.5%、降息0.1%的政策组合拳对银行理财市场有什么影响?普益标准研究员黄诗慧表示,首先,降息直接压低市场利率水平,导致债券、同业存单等固收类资产收益率下降,银行理财产品的预期收益随之降低。其次,银行理财机构可能加快向“固收+”等多元化策略转型,通过增加权益、衍生品等资产比例提升收益。再次,行业竞争格局将进一步分化,头部理财子公司凭借更强的投研能力、品牌效应和渠道优势,可能更快适应低利率环境,而中小机构若无法有效控制成本或优化资产端,可能面临规模收缩压力,行业集中度或将进一步提升。

黄诗慧预计,在收益方面,银行理财产品的收益水平可能面临进一步压缩,固收类产品的收益率中权或将持续走低,理财产品业绩比较基准下调可能成为趋势。在期限方面,短期限产品占比或将持续提升,以满足投资者对流动性的需求。在产品类型方面,银行理财产品的类型将更加多元化,例如低波动稳健型产品、特色主题产品,以适应不同投资者的风险偏好和收益需求。

为更好服务投资者,理财公司也在不断修炼产品和投研内功。普益标准研究员崔盛悦表示,在产品创新策略方面,理财公司可积极拓宽资产配置边界,捕捉多市场投资机遇。今年以来,监管多次发文鼓励银行理财资金支持资本市场发展,

理财公司可适度布局部分“含权”产品,以迎合具有一定风险偏好的投资者。同时,可以升级产品设计方式,比如此前有机构推出“不达业绩基准不收管理费”的产品,一定程度上可以提高投资者的持有体验。

“当前的低利率环境也对理财公司的投研能力提出了更高的要求。”崔盛悦建议,理财公司需要保持自身在固收类资产上的投研优势,同时加强建设多资产、多策略的投研体系,可采用多元化大类资产配置思维,根据不同的市场环境灵活选择资产,通过各类资产的低相关性分散风险,也能获得多市场收益机会。也可引入具有全视野、多资产配置经验的投研人才,针对不同类型的资产设立专职团队,以提升工作效率。

记者注意到,在当前存款利率下行、理财产品业绩比较基准下调、大额存单难寻的背景下,“风险较低”“收益高于银行定期”成为许多投资者挑选产品的核心标准。于是,不少年轻人开始攒起了“新三金”,即货币基金、债券基金、黄金基金。娄飞鹏表示,这是由于它们在提供相对较高收益的同时,也能实现资产多元化配置以及流动性需求。但也要注意,投资者应根据风险承受能力理性配置“新三金”,不要盲目跟风。

“不要轻信超高收益、稳赚不赔的产品。”娄飞鹏建议,为了更好平衡风险和收益,投资者可以在资产端进行多元化配置,比如在存款、理财、保险、基金、国债等金融产品之间合理配置,根据自身的投资能力、风险偏好和收益预期合理配置资产。