

## 宝藏小城探访记

## 借“龙”生财传非遗

□ 本报记者 刘 兴



## 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、贤派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。

## 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峰介绍,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),高温天气导致小龙虾供应量减少,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”进上海夜市,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,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。

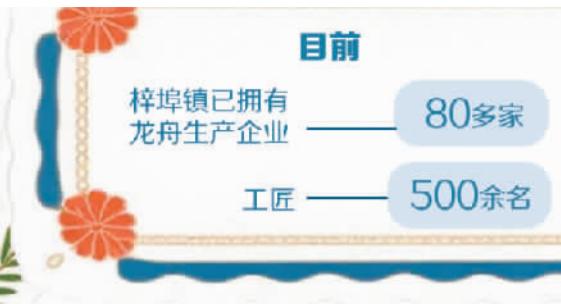
与市场升温相反的是,5月份以来,多家理财产品密集发布公告,超过百只理财产品业绩比较基准下调,部分理财产品业绩比较基准的最高降

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枢或将持续走低,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,



近日,“学生组团退穿过的演出服”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,恶意薅商家“羊毛”。有的甚至充当职业退货人,滋生出买真退假、买新退旧、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,带来价格上浮、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。