

万家星光

热腾腾的庄子

黄土高原的大山深处,仅有22户人家的一个小庄头,大部分人是老人和妇女。这个地方怎么会火?带着大大的问号,记者去庄子

从甘肃省庆阳市环县县城出发,沿着国道211线驱车北行20多公里,拐弯上山又花了半个小时,才登上这座海拔1500米的庄子。这里只有22户人家,大部分人是老人和妇女。这个地方怎么会火?带着大大的问号,记者去庄子寻找答案。

瞧瞧这些“联络员”的名字,这个小庄头里或许真有点小故事。很多人戏称,庄子都是“杨家将”,而杨清艳是“穆桂英”。

种下希望树

走进村里,庄子的人见到杨清艳,都会热情地打招呼:“艳子来了!”

2020年之前,“艳子”可不是每天都来。虽然是庄子的媳妇,但平时在县城做生意的她很少回到庄子。“村里有红白喜事或逢年过节,才偶尔回来看看。”不只是杨清艳不看好这个偏僻的小山村,村里的年轻人也纷纷往外走。杨清艳小两口日子越过越滋润,回头看看发展停滞的家乡和生活一成不变的乡亲们,内心不忍,便萌生了“为乡亲们做点啥”的想法。

“连树都没几棵的地方,人们看不到希望。”有一次回村里,看着光秃秃的庄头,杨清艳跟丈夫商量:要不种点树,把村里的路也修一下?现实远超预期。这几件看似简单的事,掏空了她积攒多年的家底。“钱花完了,路还没修好,总不能半途而废吧!”杨清艳咬牙借钱继续干,前前后后投入四五百万元,把村里320亩荒山全部绿化,道路也拓宽修好。

种了树,修了路,杨清艳开始琢磨发展产业。虽然也姓杨,但嫁给庄子的杨家人后,杨清艳才真正跟这个小山村有了联系,“我们把爷爷、叔叔们的排行搞清楚,根据各家的条件发展生态农庄,打造乡村网红IP矩阵”。

“能行吗?”在这个靠天吃饭的小山村,杨清艳的爷爷奶奶、叔叔婶婶们已经习惯了自给自足的生活,有点干劲儿的也都出去打工了,没有人想过能在村里搞点啥挣钱的事情。刚开始只有4户参与:十一婶做手工黑豆酱油、八叔养鸡、六叔养羊、十三爷织蓆。

“以前的庄子,没有任何优势,卖个土豆都没人买。大家都有顾虑,要发展产业,市场在哪里?前景在哪里?”曾从事食品批发生意的杨清艳深知“生态”二字的含金量,纯天然农产品就是庄子最大的优势。

经过挨家挨户动员,2020年,杨清艳在庄子组织成立了生态农庄和村民组成的管委会,并成立2家养殖和乡村旅游合作社,在县

城开设庄子农产品直营店。按照“一户一品、自主经营、人人参与、户户直播、抱团发展”的思路,逐步探索干旱山区农文旅深度融合发展模式。

跟着杨清艳在村里漫步,走个几十米就能遇到一个能挣钱的小买卖”。农家手工酱醋、传统豆腐、石碾辣子、糜子黄酒、手工织蓆……“杨家将”们没想到,自家的日常吃喝用品也能成为挣钱营生。村民们摸着了当小老板的门道,庄子的新业态也就多了起来。智慧果园、共享菜园、咩咩体验园、研学旅行、劳动实践、农民培训……这些新鲜事物和经营思路在干旱的庄子萌上拔节生长。

短短几年时间,昔日无人问津的庄子在周边出了名。人们开始好奇,庄子怎么挣了这么多钱?“去年来了游客8万人次,农产品销售了260万元,人均收入达到2.1万元。”杨清艳的答案很简单:找对路子,让大家看到希望,精气神就足了。

有了精气神

俗话说,家家有本难念的经。在过去的庄子,这本“经”每家都一样:挣钱难。

“艳子带着我们挣点钱,我把害病的事都忘了,人一下精神了!”在石碾辣子坊,“辣婶儿”陈岁香摆弄好直播设备,推着石碾开始一天2次的直播,“去年挣了近5万元,直播卖货就有2万多元,比我过去几十年攒的钱都多”。

按辈分论,59岁的陈岁香是杨清艳的四婶。前些年因为身体患病,情绪也不好,变得沉默寡言,见人就躲着走。“害个病把人折磨坏了,每天心情特别差,感觉气都上不来。”陈岁香一辈子都在村里,“种点儿地够自己吃,连个零花钱都没有”。

过去30多年,陈岁香靠卖点黄花草、山里捡点杏子晒杏干,从几角钱、几元钱攒起,舍不得吃穿,总共攒了3万多元。2020年,杨清艳动员四叔四婶加入农庄,养蜜蜂、种香瓜、碾辣子,产品由农庄负责销售。去年,陈岁香还在短视频平台上注册了“辣婶儿”的账号,尝试做直播带货。

“现在闲了就开个直播,涨涨粉、卖点货!”面对手机镜头,陈岁香用一口浓重的陇东方言带货:“想买辣子的关注我,点点小红心……”一串爽朗的笑声中,陈岁香已然忘记病痛曾带给她的烦恼:“现在有的花,有钱攒,还要给小儿子娶媳妇哩!”

58岁的十二爷杨满彦和十二奶奶耿过让曾是全村最爱吵架的两口子。“以前日子过得紧巴巴的,地里也没啥收入,太穷了就容易吵架。”提起往事,耿过让不好意思地笑着说,“现在忙得很,哪有时间吵”。

杨满彦过去在外打工,一年最多挣三四万元。前几年回来,看到村里的生态农庄红火火,也有点心动,就找杨清艳帮他谋划。“没想到能干的产业多得很!”2022年,杨满彦将自家十几亩山地改造成共享菜园,耿过让在家蒸馒头、晒酱交给农庄销售。去年,老两口又开了石磨面粉坊,建起一座暖棚种瓜果。

蒸馒头、晒酱、磨面、做直播……十二奶奶每天确实很忙。“以前这都是自己吃的,有了农庄啥都能卖钱。”有空的时候,老两口还带着三脚架在棚里做直播,乐呵呵地站在镜头前,成为最亲密的合伙人。“去年挣了10多万元,还吵啥架?”

原生态的农产品走出大山,游客和年轻人爱上了庄子。庄子改变的不仅仅是挣钱方式,还有人们的精气神。“货出村有品控,游客来有服务。”几年时间,“希望树”已经长大,这些零零碎碎的小产业,通过人人参与、人人共享、人人受益,让这个小山坳上的人们迎来新生活。

跟“杨家将”们聊天,脑中问号逐渐消失,答案也清晰了起来:这个小庄头没有交通优势,没有资源优势,没有资金优势,有的只是原生态的农产品和最朴素的奋斗故事。平凡的故事,或许也是一种“网红”资源。

红火小庄头

“七十几岁的三奶奶会做生意了”“友友们,庄子有了双人骑的自行车,想骑的联系杨八郎。”“庄子新业态上新,十二爷和十一叔拉上黄包车了。”打开杨清艳的视频账号,全是记录庄子的内容。

在庄子,杨清艳是爷爷奶奶、叔叔婶婶们口中“我们的艳子”;在周边乡亲们眼里,杨清艳是带领“杨家将”挣钱的“穆桂英”;在网络平台,她是粉丝们关注的“庄子农庄暖心姐”。

2021年,村里的鸡养多了,鸡蛋靠县城直营店卖不完,杨清艳开始尝试直播带货。这一带,越带越火了。现在庄子几乎家家都会做直播,过去见着陌生人连话都不利索的老年人、妇女们,如今面对镜头轻松地侃侃而谈。

虽然只有10万左右的“粉丝”,但杨清艳给这个小庄头注入的不仅仅是流量,还有人人参与的能量。

原生态农产品很多地方都有,搞休闲采摘、农事体验的村庄也不少,为什么人们喜欢庄子。在这里,游客看到的不是风景,而是一种能沉浸其中的乡土氛围;购买的也不仅仅是土特产,还有庄子的热情。

村民还记得,2022年的国庆假期,杨清艳把农庄的货拉到县城卖了31万元,来回奔波把越野车的轮胎都跑坏了。回来分钱时,杨清艳拿出一张钞票跟大家说:“自家老人孩子都顾不上,没拿大家一分钱提成,就是为了让你们有收益,让大家看到庄子上的货能卖出去,咱们这个事,一定能干成!”说着说着,杨清艳情不自禁地哭了,现场的乡亲们也哭了。

她的泪水里,有执着与艰辛;大家的泪水里,有对“艳子”付出的感动,更是被这个孤独的小庄头升腾起的生命力所感染。

越来越多的游客来到庄子,越来越多的人参与到农庄建设中。庄子的年轻人也陆陆续续回来了,杨志楠就是其中之一。

因为家里穷,17岁时杨志楠就出门到餐



馆打工学手艺,奋斗多年在县城开了一家餐馆。“好的时候,一年也就是20万元左右的收入,去掉成本,到手利润也没多少。”2024年农历正月初二,杨清艳看乡亲们都在家,就把大家聚到一起,盘点过去一年的收入,商量新一年的计划。当时杨志楠来到现场“观望”,听说村里的“七奶奶”卖油饼子一年都有22万元的收入时,他坐不住了。

会后,杨志楠找到杨清艳,“你说咋干,我也来参与”。杨清艳正为“游客多了村里缺少农家乐”发愁,于是,“楠哥民宿”应运而生。

“去年4月份正式营业,一年下来挣了42万元。”庄子的火出乎杨志楠的意料,原计划只投入20万元就行,没想到客人越来越多,民宿不停地扩大规模。“干着干着,桌椅、厨房设施都不够用了,你说说,咋能这么火?”

69岁的“大姑子”杨志莲也是庄子“网红效应”的受益者。年轻时嫁到山下的河连湾村,跟丈夫一起做了40多年豆腐。看到娘家庄头火了,她和丈夫邓文昌一商量,去年在庄子开了豆腐坊。“以前的店在山下国道边上,生意也好,一碗三五元,一年能卖3万元。”揭开大锅,邓文昌舀起一碗热乎乎的豆花,“去年搬到山上,卖了10万元”。

今年“五一”假期,庄子举办了第二次赶大集活动,前3天的游客就有两万多人次,周边村民也带着自家特产来赶集,庄子带动了周边8个乡镇220户村民加入生态农庄产业链。

“只有抱团共富,日子才更有奔头。”杨清艳看着人头攒动,烟火气十足的大集说。

瞧,这热气腾腾的庄子!

驱车行至

位于新疆库车市玉奇吾斯塘乡,乡道旁近7000平方米的玻璃温室映入眼帘:室内绿意浓浓,一排排整齐的定植床上,水培蔬菜翠色欲滴,大棚草莓果香四溢。谁能想到,南疆的一个小村里,藏着这样一个智慧农业植物工厂。

植物工厂内,艾力·克力木正忙着管理草莓,他是第一批在该工厂就业的村民。“我现在工资每个月4000多元,比过去出去打工强多了。”不仅离家近,还能学到无土栽培技术,艾力·克力木十分满意这份工作。

智慧农业植物工厂是由宁波市援疆指挥部建设的“共富工坊”项目。依托宁波一家农业技术公司的现代化设施农业技术,去年10月,库车市首个智慧农业植物工厂一期建成投用,包含了叶菜和草莓植物工厂。靠着高品质的培育方式,这个南疆小村生长的蔬菜“敲开”了中高端市场的大门,截至目前,已销售约20吨蔬菜。

“我们打包好的蔬菜在超市售价9.9元一袋。”甬库同心村智慧农业植物工厂技术总监李松松说,通过水培浅液栽培技术、人工光型育苗房、营养液模块化管理等技术,确保每株蔬菜从育苗到采收全程可控、稳定生产,“植物工厂每年可连续生产18茬到20茬,亩产量达10吨以上,是传统大棚蔬菜的8倍到10倍”。

如今,智慧农业植物工厂成为当地无土栽培植物工厂试点样板。在玉奇吾斯塘乡人大专职副主席陈志刚看来,这个项目不仅带动了当地村民就业,让他们从传统农民转变为“科技农人”,更壮大了集体经济,成为“甬库”合作的新成果。

甬库村的“绿意”不仅体现在智慧农业植物工厂,近几年,玉奇吾斯塘乡范围内甬库共建项目17个,投资金额超3000万元。今年,“同心共富工坊”项目还将进一步开发乡村旅游,开展果蔬采摘、研学游等活动,推进农机生产与教育、物联网、大数据等专业技术融合发展,吸引游客前来参观体验。

“两年来,我们投入援库资金4.78亿元,实施援疆项目77个大项250个子项。”宁波市援疆指挥部副书记、副指挥长张杰表示,将继续在教育、医疗、文旅、产业等方面持续发力,让甬库村增添更多新的绿意。

本版编辑 陈莹莹 姚亚宁 美编 高妍

来稿邮箱 fukan@jirbs.cn

足球该有的模样

杜 铭

最近,江苏省城市足球联赛火爆全网,上座率直逼中超联赛,被球迷亲切称为“苏超”,让人直呼“这才是足球该有的模样”。每场比赛都伴随随炒超横生的网络热梗,场均观赛人数超万人,城市营销玩出新高度,线下文旅赚得“盆满钵满”。

其实论水平,“苏超”并不见得有多高。“苏大强”常被人调侃为“散装江苏”,可为啥在大家眼中“碎了一地”的江苏,竟能玩转极具强调团队协作精神的世界第一运动——足球。

江苏13个地级市发展争先恐后,谁也不服谁。围绕“散装江苏”,诞生了各种有趣的地域文化梗,为网友津津乐道。赛事组织者让地市各自组队,到足球场上分个高下,看似“瞧热闹不嫌事大”,其实却是一招妙棋。

当“苏超”燃起战火,往日“恩怨情仇”演变成一场场城市荣誉之战:南通挑战南

京“谁是南哥”,后起之秀摆明了要向省会城市老大哥“叫板”;扬州和镇江“早茶德比”,小笼包和锅盖面各自代表了双方引以为傲的美食文化;徐州和宿迁“楚汉之争”,更是让人联想到两位家乡名人——刘邦项羽争夺天下的历史掌故。满满的看点背后,展现了鲜明的地域特征和丰富的文化内涵。

13支球队队的队徽设计也颇具城市特色。南通的狼图腾,源自当地的地标性景观——狼山;盐城的麋鹿,是珍稀保护动物、当地的“吉祥三宝”之一;淮安的奔马,则体现了“南船北马”的运河文化底蕴;南京的狮子是不是有点眼熟?很多人在高铁站目睹过其风采,那可是象征着金陵文化的“辟邪”。

绿茵场外,“比赛第一,友谊第十四”“从常州到吊州再到巾州再到州,留给常州的笔画不多了”“输水蜜桃加盐,赢了盐水鸭加糖”“赢了吃早茶,输了做试

卷”……从官方到民间,轮流接力造梗、玩梗,引爆了社交平台。绿茵场内,江苏“十三大保”各自为城市荣耀而战,没有假球黑幕,只有真刀真枪的较量;没有心照不宣的默契,只有热爱足球的纯粹——这种谁也不服谁的“散装”性格,恰恰契合永远争第一的体育精神。

从“苏超”赛制设计上看,亲民是一大亮点。“苏超”参与者不仅有职业球员,更有许多来自各行各业的业余选手,从个体工商户到大学生、上班族,甚至还有高中生;10元票价还附送萝卜干等土特产,让老百姓消费起来没有负担——当足球真正回归平民大众,全民参与的“草根”足球尽显无穷魅力。这一点,恰与之前的“村超”“村BA”有着异曲同工之妙。

带着烟火气的较量中,每个城市都找到了归属感。场上争高低,场下是兄弟。人气满满、话题热度激增的城市“德比”,被

各主办城市巧妙地用来借力打力,以景区免门票、提供线下消费优惠等方式,推动游客接待量大幅增长,将赛事流量转化为文旅“留量”,唱响文体旅融合发展大戏。

透过“苏超”,可以解码“散装江苏”背后的城市性格。这种形式上的“散”,恰恰是江苏人一生要强的体现。正因为人人都不甘落后,人人都想当“南哥”,才有了“十三大保”个个跻身全国百强市的良好发展态势,才有了江苏在全国“挑大梁、走在前”的担当和作为。

透过“苏超”,还看到了城市间携手共进的无限潜能。江苏“十三大保”既竞争又合作,在你追我赶中共同进步。通过以“苏超”为媒,文旅牵线搭桥,不同城市之间加深理解互信、加强交流合作,有利于未来更好携起手,向着建设“强富美高”新江苏奋力冲刺。

甬库
书写

耿丹丹