

驻村指导员“代言” 拍摄风光片推介

嵊州西景山高山茶走上振兴之路

连绵的青山、清澈的溪流、错落的村庄……日前，一段关于贵门的微视频走红微信朋友圈，视频传达着田园诗般的山水情怀。视频创作者，是绍兴市纪委、市监委驻嵊州市贵门乡西景山村的驻村指导员杨磊。

今年4月到任后，杨磊立即开展走访调研，了解村情，很快与村民打成一片。“作为驻村指导员，必须竭尽所能为当地多办实事。”杨磊是这么说的，也是这么做的。

试水网销，初尝甜头

“卢师傅，直播时人气旺不旺？围观的人多不多？”“每次有好几千人，一天能卖掉三四十斤茶叶。”“如果村里举办培训班，你愿意传授经验吗？”“没问题！”一有时间，杨磊便喜欢去茶农家中坐坐，了解茶叶线上销售情况。

茶叶是西景山村的支柱产业和村民主要收入来源。为改变西景山村茶叶销售形式单一、价格由收购商主导的现状，杨磊驻村后，主动当起西景山村高山有机茶的“代言人”，第一时间通过微信等网络平台推介茶叶，首批助销茶叶150多斤，为茶农增收2万余元，并成功推动西景山村茶叶产品入驻“政采云”平台。

西景山海拔300米，有一片面积1500亩的高山茶园，自然条件得天独厚。但杨磊发现，西景山茶叶的价格并没有优势，甚至低于其他地方同类型茶叶。这个问题，村干部和茶农也早已发现，却无计可施。“一个重要原因就是茶

拍片宣传，汇聚人气

“初到贵门，这里田园诗般的山水与天然清新的乡土情怀让我欣喜不已。”杨磊告诉笔者，经过一段时间走访调研，他发现贵门山水人文资源丰富，但由于地理位置相对幽僻，宣传推介较少，因而知名度不高。此时，初尝网络销售甜头的杨磊，萌生了一个更大胆的想法：通过视频镜头带领观众体验原汁原味的茶园风光，从而进一步提高贵门旅游的吸引力。

万事开头难，拍摄视频的第一个问题就是资金。根据目前市场行情，拍摄一部高质量的宣传小视频，至少需1.5

做强产业，“消薄”增收

“人气”渐渐有了，但如何把“人气”转化为生产力，充分依托生态优势、茶叶产业优势和人文优势，做深做优山水文章，因地制宜打造生态休闲、农业观光、健康养生和民俗文化体验“四位一体”的乡村经济，一直是杨磊思考的问题。目前，杨磊正在联系专业人士为村庄做发展规划，期待把茶叶产业与茶园观光、采茶制茶体验等有机结合起来，走出一条茶旅融合发展的致富新路子。

西景山四面高山环绕，有着发展生态观光旅游业的先天条件。此前，该村也尝试发展乡村旅游，去年还与一位投资商洽谈高档民宿建设事宜，后来由于种种原因没有谈成。杨磊认为，发展旅游业不能盲目，必须有合理科学的规



图为杨磊正在查看茶树的生长情况。

划。叶不够高档，缺少精品，导致市场竞争力不强，但就是找不到好的破解之法。”茶叶生产大户张科阳说。

茶农的话令杨磊挂怀，他决心为他们寻找出路。这些天只要有时间，杨磊便到嵊州各地拜访茶叶专家和茶商。杨磊认真请教，一一记录，并整理成一份调查报告，交与村干部和茶农。张科阳高兴地说，杨磊的调查报告很有指导意义。

此外，杨磊还积极引导资深电商从业者返乡创业，进一步推动西景山茶叶打开销售市场。

万元左右。为节省制作成本，杨磊辗转联系到绍兴一家专业视频工作室，对方答应免费拍摄和后期制作。“在村干部的带领下，我和扛着机械的拍摄团队先后选取了贵门乡多个精华点，连续蹲点拍摄了近14个小时，大家冒着酷暑，终于完成外景拍摄工作。”杨磊说，经过半个多月的努力，一部展现贵门茶山丽影的宣传片正式“出炉”。

镜头下，贵门的辉白茶、茶园古道、鹿门书院、济善桥、何家坞民宿等特色产品与田园风采一一展现，不少看过视频的人纷纷慕名前往贵门游玩。

划。

离西景山10多公里处有一家省级“金宿级”民宿——何家坞民宿，杨磊特地驱车前往考察，一边感受周边环境，一边与经营者座谈，晚上又自费住宿体验。“何家坞清幽，西景山空旷，有另外一种特色，只要潜心设计规划，充分利用资源优势，西景山的乡村旅游一定能搞起来、搞得更好。”杨磊信心满满地说。

“杨指导员对西景山的发展真是操碎了心。”这是西景山村党总支书记蒋纪章对杨磊的评价。在短短3个多月时间里，杨磊用真心、真诚和真抓实干，深深打动了西景山村干部和村民的心。

陈链芳

诸暨陈宅镇成立产业农合联 打造茶叶区域品牌 推动产业蝶变升级

近日，在诸暨市陈宅镇赢荣家庭农场，负责人陈赢荣正忙着将茶叶打包装箱，贴上“陈宅”图形标签。

“之前，我们有好的生态环境和加工工艺，但没有一个整体的公用品牌，市场竞争力还不够，特别是今年因为疫情，存在一些滞销。”陈赢荣说，前不久情况有了改变，陈宅镇成立了茶叶产业农合联，着力打造当地茶叶区域公用品牌。

今年5月21日，陈宅镇正式成立了茶叶产业农合联，成为诸暨市首家产业农合联。目前陈宅镇已有20户采茶制茶的零散小户加入茶叶产业农合联，他们被要求统一生产标准、设计包装，纳入镇级集中采购平台。下一步则由第三方介入，进行品牌推广运营。目前，陈宅镇已新注册“陈宅”“石壁湖”两个图形商标，在全市首个有镇级农副产品区域品牌。

“茶叶产业农合联的成立，可以促进茶企提升自身加工工艺，规范全镇茶企的生产运营，在品质上、价格上作出标准，来提高产品的市场竞争力。”陈赢荣表示，有了茶叶产业农合联，茶企会得到更大层面的推广，从而提高陈宅茶叶的知名度和品牌度。

光是一个区域性的农合联，没有办法精细化、专业化对专门的茶企及茶叶种植户提出一些针对性很强的帮助和支持，陈宅镇副镇长、茶叶产业农合联会长倪卓君着手对内整合众多茶企和茶叶种植户，对外争取市供销社、农业农村局和诸暨农商银行的资源支持。

“通过我们这个平台，可以有效地把生产、供销、信用‘三

位一体’的服务注入进来。接下来，我们供销社将在农产品的展示展销上面，比如说像浙江农博会、网上农博会这些平台，给陈宅茶叶产业进行总体的宣传和推广。”市供销社农业服务科负责人徐兴伟说。

“作为山区乡镇，陈宅镇产业相对单一、农民增收渠道不宽，且缺乏龙头产业和项目支撑，村级集体经济‘消薄’压力很大。”倪卓君表示，成立茶叶产业农合联的目的是以全镇茶叶产业为基础，将生产、加工、营销主体联合起来，进行市场化运作的一种有效探索，以解决市场销路作为核心，带动陈宅茶叶产业的长久发展，并为当地农业增效、农民增收、农村致富起到示范带头作用，从而达到全镇全域“消薄”。

近年来，陈宅镇积极在培育发展“精品农业+特色种植+乡村旅游+康养运动类项目”上寻求突破，先后获得了“浙江省小城镇综合整治达标乡镇”“浙江省卫生镇”“绍兴市平安乡镇”“绍兴市无违建乡镇”“绍兴市美丽乡村示范镇”等荣誉。

陈宅镇党委书记王其军表示，今后，陈宅将以茶叶产业农合联成立为突破口，为民兴茶的高度，积极探索解决农业发展中存在的问题，有效整合资源，优化农产品生产体系、经营体系，采用抱团取暖的办法，鼓励茶企积极探索发展新零售、移动端模式，将茶叶打造成陈宅的一张金名片，推动茶叶产业网络销售规范化、标准化、品牌化和旅游业融合发展，通过茶产业的蝶变升级，加快推进陈宅建设。

吴帆 朱黎灵