

诸暨山下湖： “珍珠小镇”的美丽经济

这个月,诸暨山下湖镇的珍珠蚌进入集中捕捞期。山下湖镇因盛产珍珠而闻名,被誉为“中国珍珠之都”。目前,山下湖境内的珍珠养殖水域面积约4000亩,养殖户92户,普通珍珠收购价格在每公斤500—600元,有核珠在每公斤2000—5000元之间。

“今年珍珠蚌价格一直在往上涨,跟去年相比,每个珍珠蚌的价格大概涨了5%—10%左右。”诸暨山下湖镇珍珠蚌养殖户何永毅说。

从上世纪70年代山下湖人尝试养珠赚到第一桶金开始,到如今,当地已经逐步形成了集生产、加工、批发、零售于一体的完整珍珠产业链,山下湖镇已成为全国最大的淡水珍珠集散地。



转变养殖方式， 实现产业绿色发展

山下湖镇90%的老百姓从事珍珠养殖,经济收入一直不错。然而,这个让山下湖人发家致富的珍宝,却引出了环保问题。

“很多人不知道,传统方式养河蚌的水域是很臭的。”郭伟锋是山下湖镇有着20多年河蚌养殖经验的养殖户,他回忆说,随着当地珍珠养殖规模的逐渐扩大,水体污染加剧,生态环境一度被破坏。

2017年,诸暨出台史上最严的“禁养令”,一场珍珠养殖污染大整治自此掀起。在“禁养令”的倒逼下,珍珠养殖面积锐减。“全镇人都靠珍珠产业生存,关闭养殖场对我们来说,实在是太难了。”这是一段郭伟锋不愿回想的往事。

如何既养好蚌,又治好水,让老百姓走向小康,成为了山下湖镇亟待解决的问题。

于是,山下湖镇政府联合诸多河蚌养殖户开始研究,并与华中农业大学水产学院等开展产学研合作,进行科技攻关,最终研发出颠覆传统淡水珍珠养殖模式的新技术。跟传统投放动物粪便繁殖藻类喂养河蚌不同,这项技术通过管线直接给河蚌喂养藻类,大的成品蚌点对点投喂,小的子蚌采用封闭式投喂,通过定向、定量、定时喂

养珍珠蚌,不但节省了90%的饲料,而且大大改善了水环境,提升了珍珠品质。

在经历了两年的“阵痛期”后,山下湖镇的蚌农既有了“珠光宝气”,又有了碧水清波,蚌农们搭载着珍珠产业这艘“巨轮”,在乘风破浪后再次启航。

目前,山下湖镇从事珍珠产业约有2.45万人,企业以及大小作坊1500多家,蚌农们的日子越过越好。

转变销售形式， “数字+珍珠”做火产业

“宝宝们晚上好,今天又有好几个爆款。”每晚7点,山下湖镇26岁的主播林益坤都会准时出现在直播间,一手拿着珍珠项链、一手握着珍珠戒指,通过网络给全国各地的粉丝介绍产自山下湖镇的珍珠。

去年底,林益坤从零起步加入了直播带货的行列,短短半年间,从一个人播到带领一个4人的直播小团队,网络直播给林益坤带来的最直接收益就是收入翻番。据她透露,目前她团队平均每天的订单量达到四五百单,有活动时会达到1000多单。“直播让更多的消费者了解了珍珠,认识了山下湖。”林益坤说。

在电商直播的潮流下,如今,山下湖越来越多的年轻人开始加入直播带货的队伍。镜头里,

“黛素珍珠”的掌门人詹超棋左手拿蚌,右手持刀,卡拉一声,打开了蚌壳,前后不过两秒钟。在灯光照耀下,一颗明晃晃的珍珠露了出来。“现场开蚌,让消费者体验珍珠出产到成品的整个过程。”坐在直播镜头前的詹超棋大声吆喝着,而手机屏幕后的粉丝们也热情地回应着。

同样是直播,詹超棋的现场开蚌带给消费者更多的惊喜。“我父亲是传统的珍珠养殖人,从业30多年。从1972年尝试养珠,到1985年的第一代珍珠市场建立,他一直做着传统珍珠生意,很少做改进。”詹超棋说,大学毕业后,他回乡创业,也算是子承父业。“但我的梦想远不于此,我想要在原先传统的销售模式上,通过自己的方式开辟更多销售珍珠蚌的渠道。”詹超棋说。

以前,山下湖人销售珍珠只有两条路:自己去镇上开店,做批发生意;或者卖给本地的大公司,但钱款需要半年或者一年后才能收回。而今开网店、做直播,让詹超棋在直接联系终端消费者的同时,更能感知市场的“温度”。

如今,山下湖镇正在积极构建“数字+珍珠”深度融合的产业体系。在阿里巴巴出炉的2019年淘宝村、淘宝镇排行榜上,诸暨市山下湖镇名列其中。2019年,山下湖镇线上珍珠交易额120亿元,线下206亿元,“珍珠小镇”的美丽经济在小康路上越走越越好。

叶德宝 马佳丽 牛夏风 王春煜 徐锋
(本版图片由诸暨山下湖镇农办提供)

