

平湖：一只西瓜的振兴之路

今年夏天,在上海、嘉兴等水果市场上,一只瓜爆火:一箱2只,售价150元,仍备受追捧,供不应求。它,就是平湖马铃薯瓜。

时隔百年,历经浮沉,马铃薯终于再度“翻红”,走俏市场。

平湖西瓜,有近400年的种植史。明朝嘉靖年间,平湖西瓜曾被列为皇室贡品。

平湖西瓜曾是瓜市上无可争议的“顶流”。1926年7月9日的《申报》上刊登了一则消息:“平湖西瓜盛销于上海,味美价昂,为出口货之大宗……”。

那时的“平湖西瓜”其实就是马铃薯的代名词。马铃薯号称“江南第一瓜”,主打一个好吃。其椭圆形状,纹路墨绿相间,一刀切开,橙黄色的瓜瓤汁水丰沛,味道鲜甜、爽口无渣,是名副其实的夏日限定美味。有诗词云:“凝露摘来甜似蜜,特产平湖夸绝。”且马铃薯比较耐贮藏和运输,因此畅销沪杭、港澳地区及东南亚诸国,售价也颇高。

瓜乡平湖,因此闻名

马铃薯在平湖的西瓜种植史上是浓墨重彩的一笔。据记载,上个世纪20年代,平湖城北郊卫家埭一带有外来移民从江苏江阴带来一些西瓜种子,种出花皮长瓜,形同马铃薯,因而得名马铃薯瓜。或许是得益于平湖的一方水土浸润,这个瓜种一经面市,便深得市场青睐。

到了上世纪30年代,马铃薯已享誉全国。1936年出版的《平湖之土地经济》一书中记载:西瓜为平湖之特产,其品质之纯良,为他县所不及,销路亦甚广畅。“江南第一瓜”的名号从此顺理成章,且与河南开封的“汴梁瓜”、山东德州的“喇嘛瓜”一起被誉为中国三大名瓜,名噪一时。

重振雄风,化茧成蝶

2011年,平湖市与浙江大学等科研院校合作开展马铃薯的提纯复壮工作,从一粒小种子出发,不断杂交、分离、选育,改良工作稳步推进。

2019年起,提纯后的马铃薯种开始推广到基地试种,品质逐年提升,平湖马铃薯终于“重出江湖”。

谋定而后动,则无往而不胜。这些年,品种改良工作一直没有停歇,如今的平湖马铃薯口感和甜度都有了大幅提升,瓜瓤中可



时光流转,四时更替,一茬又一茬的马铃薯瓜,将平湖西瓜的知名度推向了巅峰。

浪漫的平湖人还依托马铃薯,独创了西瓜灯艺术,堪称华夏一奇。玲珑剔透的西瓜灯曾多次登上央视舞台,引得全国观众啧啧称奇。

2001年,平湖被授予“中国西瓜之乡”。然而,红极一时的马铃薯瓜,前几年又为何难觅踪迹?

说起来确实可惜。

时间回到上世纪八九十年代,那时开始大范围推广大棚栽培西瓜,新品种西瓜皮薄瓜小,更适应冰箱保存和小家庭食用。

平湖人也开始引进这些西瓜品种并逐渐扩大栽培面积。由于昆虫在不同品种间

溶性固形物含量最高达到了14%,加上个头小型化改良成功,平湖马铃薯重新俘获了许多人的味蕾,再次成为夏季瓜市上追捧的对象。

市场是最好的试金石。现在,不少人会提前向种植基地预订马铃薯瓜。尽管农户已逐年增加种植面积,依旧供不应求。而且平湖自主培育的马铃薯瓜等新品种,品质同样优异,目前市场上售价比普通瓜提高30%以上。“江南第一瓜”已然成为平湖农民增收的“致富瓜”。

马铃薯的“翻红”给了平湖人最大的底气。

为重振雄风,打响品牌,2021年,平湖市出台了《平湖西瓜振兴计划五年行动方案(2021-2025年)》,从品种、品质、品牌三个方面着手,计划用五年的时间振兴平湖西瓜,推动其进入下一个“黄金时代”。

而平湖人想振兴的绝不仅仅是一只西瓜,更是带有平湖辨识度的品牌农产品。

早在2017年,平湖就发布了“金平湖”农产品区域公用品牌,开启了西甜瓜、食用菌、特色水产、蔬菜等一大批品牌农产品的新征

程。

为了打响品牌,平湖做了很多有益的探索 and 尝试。

“金平湖”农产品区域公用品牌的LOGO曾在上海外滩震旦大厦点亮。去年,“金平湖”高铁冠名列车在上海虹桥站首发。今年,平湖和青田共同打造的“金平湖”天然矿泉水正式亮相……这些都在不断地刷新“金平湖”品牌的影响力。

在乡村振兴的大背景下,平湖发展新型农业、跨界农业,让更多的“金平湖”农产品走了出去,也让更多优质的农业项目走了进来。

平湖成立了全省首个农业经济开发区,连续7年举办农业经济洽谈会。在刚刚结束的第七届农洽会上,签约项目30个,至此已累计签约高质量产业项目216个。

坚持以发展工业的理念发展农业,是平湖振兴乡村的题中应有之意,也是平湖落实“八八战略”的坚实有效之举。

瓜乡平湖,正在以一种新的姿态,走上振兴之路。

郑煜纯

日前,在宁海县桑洲镇党群服务中心,“甬南桑田”“艺绘文创”两个共富工坊正式“开张”。该镇结合当地产业特色,引进高山蔬菜项目和文创艺术团队,打造的共富工坊,一个聚焦“农业+旅游”产业,一个瞄准“文化+产业”,让山区产业发展焕发勃勃生机。

在占地面积约200亩的“甬南桑田”共富工坊,笔者看到,原先种植的生态小番茄已收获完毕,村民们正抓紧清理番茄果藤,准备种植玉米、瓜果等作物。共富工坊负责人、南岭村党支部书记章正辉说,桑洲土地肥沃,生态环境优美,种植的水果格外可口,营养价值也很高。以小番茄为例,颗颗果实饱满、色泽鲜艳,一上市便销售一空。据介绍,“甬南桑田”启用以来,先后为30余名村民带来近20万元的土地租金、劳务报酬收益,小番茄产值达50万元,下半年还将持续扩产。

屋外,耕种正忙;屋内,巧手翻飞。据了解,桑洲地处偏远山区,留守妇女较多,而“艺绘文创”共富工坊立足实际,邀请艺术专家能人担任共富工坊指导专员,向当地妇女传授剪纸工艺。“剪纸很有趣,没想到还能在家门口学门手艺。”前来参加培训的屿中村村民应菊燕高兴地向笔者展示她的作品。在现场,20余名妇女在专员指导下,细心裁剪,完成后逐一由专员精修、熨烫、装裱,成为一件可供观赏和售卖的艺术品,预计一幅可以卖到48元。今后,该共富工坊还会持续开展类似的制作课程,形成固定的产出模式,持续带动妇女增收。

近年来,桑洲镇根据地方特色,持续探索村民增收致富方法,利用区位优势,与相邻的天台泳溪乡、三门沙柳街道共同组成“清溪里”党建联建,并在重大项目和产业增收上多次合作,在研学基地开发、农副产品推广上发力,进一步挖掘致富潜力,拓宽农民增收路子,助力乡村振兴。

周韵健 吴劭阳

宁海：『共富工坊』助力山区产业发展

诸暨：西施石笕茶强势崛起

7月21日,2023浙江绿茶(兰州)博览会在甘肃省兰州市国际会展中心拉开序幕。来自我省60个产茶县(市、区)的197家企业参展。开幕式上,我省茶中新贵——西施石笕茶举行了专场推介会。

“貌似西施秀美、质似王冕清高。”推介会上,融合了“西施的美”与茶香的西施石笕茶受到西北人民的追捧。“西施石笕”主产于诸暨东白山500米以上的高山茶园,得天独厚的自然环境,造就了石笕茶形美味佳、鲜香浓醇的特点,印证了苏东坡的名句——“从来佳茗似佳人”。

自1979年被列入全国18个茶叶生产基地县市后,诸暨一直是全国和浙江省的茶叶主产区。面对竞争激烈的茶业市场,该市着力提升品牌创新力,做大做强茶产业。2022年,该市出台《诸暨市扶持茶叶公用品牌建设实施方案(2022-2024)》,每年安排2000万元专项扶持资金,对茶叶公用品牌建设、茶园基础设施建设、茶叶经营主体培育、茶叶市场拓展等

进行重点扶持。

去年以来,诸暨市强势打造“西施石笕”茶叶公用品牌,目前,除了白苕茶叶专业合作社,另外还有22家茶企进入准用名单。诸暨市茶叶公用品牌管理服务中心对使用“西施石笕”公用品牌的茶叶产品实行“六统一”管理机制,严格执行生产、加工、流通标准,控制品牌管理。该市还开辟了茶叶市场一条街,授牌9家“西施石笕”形象店和1家旗舰店,组成茶企茶农集聚地和“西施石笕”品牌建设发展的核心区。同时,组织茶叶生产经营主体参加国内外茶叶展示展销活动,宣传推介品牌茶叶,参评国家、省级各类茶叶节会奖项,提高品牌知名度与影响力,提升茶叶产业的质量和效益。去年全市茶叶产值达4.56亿元。

“我们将以‘西施石笕’茶叶公用品牌为引领,进一步做优茶品质、做强茶品牌。此次‘西施石笕’借助茶博会,进军西北市场,旨在打下一片稳固的‘江山’,提升品牌知名度。”



诸暨市农业农村局相关负责人介绍,力争到2025年,全市实现茶产值5亿元以上、“西施石

笕”品牌价值达3亿元以上,成为诸暨市的一块“金字招牌”。

王思琦