

开年开新局 乡村看共富

李祖村的“留量”密码

□本报记者 张雅萌

阳光洒在义乌市后宅街道李祖村的青石板路上,村口门楼前,游人络绎不绝。这个在2026年央视春晚义乌分会场精彩亮相的村子,春节后又迎来了一波打卡热潮。

“春晚分会场设在我们义乌,李祖村也露了脸,我特别自豪。”谈话间,村党支部书记方豪龙难掩激动地拉着记者又看了一遍春晚视频,画面中,一条由300多节板凳连接而成的巨龙在李祖村的夜空中腾空而起,振奋人心。

春晚之后,李祖村的游客更多了,农创客也更忙了,这个曾经偏远的“水牛角村”再次火了。“春节这段时间,客人一拨接一拨,从早到晚就没断过。”在佩弦香堂里,农创客方天宁刚送走一拨客人,转身又有人进来。她索性站在柜台边接待,手里还攥着店里的新品。

“往年春节没这么多游客,今年单日客流量最高过万人。”李祖村职业经理人金靖说,趁着春晚热度,村里顺势推出系列活动,春节期间,许多农创客都没回老家,店铺照常营业,还参加村里的节目表演。

能让农创客把村子当成家的,除了春晚的热度,更离不开村里这些年精心搭建的运营生态。“我们不是简单地把房子租出去,而是有规划地引入电商、策划、拍摄等业态,让它们彼此服务、互为支撑。”金靖介绍,在此基础上,村里还提供培训、路演、儿童学堂等服务,为入乡青年的发展轴搭好架子。这套被金靖称为“雨林生态”的模式让青年创业项目首年存活率超过95%。

穿行在村巷里,“小而美”的精致感在



更多细节处体现出来:店铺虽不大,但产品做得很精,一步一景,处处体现出独特的匠心。鱼皮耳饰、手工玩偶、草染胸针……走进村口不足30平方米的皮皮杂货屋内,这里密密麻麻摆放着数千件来自全国各地、出自独立设计师之手的作品。“每样都只有几件。”店主叶露嫔表示,她不卖通货,只卖精品。再往前走几步,推开南瓜厨房的木门,南瓜灯、南瓜形小摆件、手绘小南瓜随处可见。微风穿过屋子,风铃轻响,不经意间让人感受到些许松弛感。

“这些年,村里的流量年年涨,但租金和其他一些创业成本基本没变。”老何西班牙火腿店主人杨聪云深有感触,从2020年入驻至今,店铺租金一直保持稳定。在村里,像她这样受益的创业青年还有很多。

不变的还有那些让青年留下来的机

制。三年免租、培训沙龙、创客联盟互助,这些政策一直在李祖村持续完善。农创客通过“樟树议事会”等平台自下而上参与村庄规划和公共事务。“创业者读懂政策,也用实践反哺政策,这就是真正的‘双向奔赴’。”在金靖看来,好的营商环境不是等出来的,而是由一个个具体的探索汇聚而成。

面对新增的流量,金靖显得很平静。她认为关键是把当下的事做好,因为春晚只是“流量叠加的爆点”,真正的底气来自李祖村日复一日的深耕。这种深耕,首先体现在业态的差异化上。眼下,李祖村新业态从业者达到280余人,落地店铺从2020年不足10家激增至80家,几乎每家店的主营项目都不一样。以村里的“生机花园”和“雾也农场”为例,同样是农场,“生机花园”面向亲子家庭,主营亲子研学、果蔬种植、养蜂研学;“雾也农场”则面

向成年游客,主打烧烤、骑马、咖啡。这种从“顶层设计”出发的业态引导,避免了内部的无序竞争。

空间局限同样在破解。后宅街道以“大李祖”共富联盟为龙头,推进李祖村及周边8个村共同发展。2023年以来,9个村共同出资150万元成立强村公司,统筹盘活片区各类资源。截至2025年9月,片区经营性经济收入达1238万元,同比增长11.7%。

今年1月,一个更大的平台落地了。“大李祖国际文化农创客谷”正式启动,集“千万工程”经验案例库、农创客孵化中心、国际文化交流中心于一体,涵盖微短剧创作基地、校地合作、非遗集市等多个领域。

从“一村美”到“一片美”,从“单打独斗”到“抱团发展”,李祖村的路越走越宽。夜幕渐深,村里的灯火慢慢暗下去。但明天一早,那些年轻的面孔又会出现在各自的工坊里、直播间里、店铺里。春晚的“惊鸿一瞥”已然过去,但属于李祖青年们的故事,才刚刚翻开新的篇章。

记者手记

在村里走访时,一个问题始终萦绕在我的脑海里:这不是李祖村第一次站上“风口”。当流量一次次涌来,这个村子靠什么稳稳接住?

李祖村的答案,是做好那些“不变”的事:租金不涨、机制持续、生态共建。听起来朴素,做起来却需要定力。今年的中央一号文件再次强调“培育乡村新业态”。李祖村的实践恰好印证了一个道理——不贪大、不求快,守住“小而美”的节奏,反而能走得更远。这或许就是青年与乡村“双向奔赴”最美好的模样。

珍珠小镇绘就“珠”光版图

□见习记者 金飞

3月的江南,草长莺飞。在诸暨市山下湖镇中国淡水珍珠蚌良种选育基地内,村民撑着船在池塘里放养蚌种,木桨划过水面,荡开一圈圈涟漪。

“这边的蚌塘是基因珍珠打样区,就是种苗的试验区。”基地运营负责人郭伟锋随手捞出两个带着编码的河蚌,“这些编码是用来溯源的,通过基因选育,我们能从上万只蚌里筛选出最好的色系。”郭伟锋介绍,基地与浙江大学、上海海洋大学等高校合作,共同开展淡水珍珠蚌基因研究。淡水珍珠色系丰富,这片打样区能筛选出上千种。“基因选育能锁定色系纯正、光泽透亮的天然淡水珍珠,在加工中避免漂白增光染色等问题,品质赶超海水珍珠。”郭伟锋说。

穿过打样区,来到一座大型温室大棚内,几十道沟渠整齐并列,工人们正穿着长筒胶鞋加紧安装管线。“月底就要投用了,得赶在工期前把所有设备安装到位。”工人们手上的活计一刻不停。这里是亲本育苗暂养区,也就是种苗的“产房”。“每一对‘蚌妈妈’和‘蚌爸爸’都有独立的‘夫妻房’,实现精准繁育。”郭伟锋说。从亲本区出来,踏进蚌苗孵化区的玻璃房,这里采用恒温立体式培育方式,保证每一只“蚌宝宝”都在适宜温度下生长。1450个孵化筒在货架上整齐排列,每个筒代表一个色系,未来可培育1000多种高纯度色系,年繁殖量超1亿

只,年产值达5900万元。

靶向养殖是这个基地的另一项先进技术。河蚌以滤食有机碎屑、藻类为生,是天然的微米级净水器。基地采用这套技术,收集富营养水体培育藻类,再通过智能化靶向供给系统,顺着管道把藻类精准投喂给每一只河蚌。郭伟锋介绍:“河蚌吃掉了水中多余的养分,水体变清了,精准投喂的藻类营养均衡,河蚌吸收好,长出来的珍珠光泽更透亮。”

通过族谱式基因筛选、精准靶向投喂、立体式恒温孵化等创新技术,基地将珍珠蚌生长周期缩短至18个月,优珠率提升35%,生产效率较传统模式提高30%以上。定向培育的七大纯色珍珠蚌可

产出直径8.2毫米以上、光洁度达AA级的高品质珍珠,产品附加值提升25%—40%。

离开养殖基地,记者来到山下湖跨境电商产业园区。这里汇聚了一批知名跨境电商平台,为本地珍珠企业提供从账号孵化、人才培训到物流仓储的一站式服务。园区运营方介绍,通过提供免费的短视频培训、5000粉橱窗账号扶持、MCN(网红孵化中心)后台回款支持,创业者可以“拎包入驻”做跨境生意。目前,园区已培育500余个跨境账号,吸引了一批年轻的珍珠创业者在这里扎根。

走进诸暨甜宝商贸有限公司的设计室里,设计师拿着触控笔,在数位屏上一笔笔勾勒新品设计草图。旁边的样品

架上,摆满了刚打样出来的各色珍珠饰品。再往里走,手工房里传来细微的机器声响,老师傅操作着穿孔机给珍珠打孔,手法娴熟,一气呵成。

公司创始人蒋铁俊是“珍珠二代”,前年他回到家乡,从零开始做起跨境电商。“我们有自己的养殖场和生产线,凭借原创设计和供应链优势,创办仅一年,我们的产品就在TikTok东南亚市场稳居同区域销量前三。”蒋铁俊说。

山下湖珍珠的出海步伐正在加速。诸暨持续实施珍珠产业“出海计划”,组织企业亮相全球重要珠宝展会,累计参展50余场,参与企业7000多家次,带动销售额突破80亿元。今年4月,诸暨“珍珠团”将赴法国巴黎参展,这颗小镇珍珠正闪耀全球舞台。

记者手记

从“肥水养珠”到“清水育珠”,山下湖的珍珠产业上演了一场精彩的焕新记。这背后,是新质生产力在“土特产”上的生动实践。基因选育锁定品质源头,靶向投喂实现绿色转型,跨境电商打通出海通道——科技与创意双轮驱动,让传统养殖跳出粗放模式,走向精细化、高附加值。一颗小珍珠,串起了育种、养殖、设计、销售的全产业链,更吸引年轻“珠二代”返乡创业,带富一方百姓。

“土特产”不“土”,关键在“新”。以新质生产力赋能,让“土特产”焕发新活力,正是乡村振兴的关键举措。

