

以“瓜”为媒 共赴“甜蜜之约”

2026长三角西甜瓜新品种大会在黄岩举行

□本报记者 张栢元

本报讯 6月3日,2026长三角西甜瓜新品种大会在台州市黄岩区举行。来自沪苏浙皖等地的近200名专家、种业从业者、主体代表等齐聚一堂,以“瓜”为媒,共赴一场果香满溢的“甜蜜”盛会。

与会代表走进茅畲乡西甜瓜科创园基地,连片的现代化设施大棚整齐排列,清甜的瓜果香气萦绕田间。黄岩区新型瓜农合作经济组织联合会理事长牟森林介绍,基地本次展示、测试种植了480个西甜瓜新品种(组合),其中长三角地区的282个西甜瓜新品种(组合)集中亮相。现场还同步推介了吊蔓栽培、基质栽培、起

垄提质栽培等高效绿色种植技术。

记者了解到,浙江有近10万瓜农,优质西甜瓜品种已辐射全国20多个省份,推广种植面积超100万亩,全产业链年产值突破150亿元。“浙江西甜瓜产业为全国农业产业升级提供了有益借鉴,优质瓜菜品种培育以及全产业链的提质增效,将成为未来产业发展的新风向。”国家西甜瓜产业技术体系首席科学家许勇表示。

浙江省种子管理总站有关负责人表示,西甜瓜是长三角地区最具活力的特色优势产业之一,要用好新品种展示评价平台,解决品种“怎么选”的问题;要强化技术集成,解决良种“怎么种”的问题;要聚焦共富发展,解决产业“怎么升”的问题,

通过品种“强芯”引领,持续推动产业提档升级。

现场推介了由浙江省农业科学院、上海市农业科学院、江苏省农业科学院、安徽省农业科学院和宁波市农业科学研究院培育的“浙农蜜2号”“沪翠甜6号”“苏蜜15号”“甬蜜12”等10个西甜瓜新品种,其中甜瓜品种4个、西瓜品种6个。长三角乡村振兴研究院代表、浙江省农业科学院副院长李国景说:“长三角乡村振兴研究院各成员单位将继续深化合作,拓宽合作赛道,在生物智能育种、农业人工智能、生物合成等方面开展协同创新,推动农业科技与成果转化,助力产业高质量发展。”

□本报记者 张栢元

清晨的杭州市临安区青山湖街道洪村村,风笑岭营地的游客掀开帐篷,山野竹海的清甜味瞬间漫入鼻尖。

“我们主打自然研学,核心服务亲子家庭和企业团建。”营地负责人陈立志笑着打开话匣子,“白天带孩子们做钻木取火、荒野烹饪,春天挖春笋、采覆盆子,植树节还会组织古道清洁活动。刚过去的‘五一’假期,我们每天接待50到80人,连着忙了6天。我们坚持小众化、重服务,就想让客人真正走进自然、融入自然。”

“乡村创业离不开政府支持,当地政府工作人员平时定期走访,还常帮我们联络宣传。去年冬天下水管冻住了,政府专门安排人帮我们运水。有这份支持,我们干事特别有底气。”陈立志介绍,除去七八月的酷暑,营地全年开放10个月,月均营收约20万元。青山湖街道办事处相关负责人介绍,洪村村运营团队打造了“径山驿”“洪运家宴”等特色业态,收益由村集体、村民共享,推动村集体经济收入超百万元。

近年来,为激活乡村一池春水,临安广发乡村振兴“英雄帖”,率先制定乡村运营导则,全面盘点农村土地、房屋等闲置资源,面向全国招募专业运营团队。目前,34个市场化团队进驻36个村落,落地农文旅业态830个,总投资达15.2亿元。同时,大力招引“乡村运营师”,由政府搭建对接平台,促成团队与村集体精准匹配,已完成集体产权交易911宗,交易额11.72亿元。

在临安区於潜镇潜东村,运营团队运营的小红书账号“小村青年智造社”,用镜头记录驻村青年的乡村日常,半年吸引5万余人次游客到访。於潜镇涌村从2025年起,通过“文艺+生态”改造,蝶变为中国首个沉浸式竹艺术村。村上小院民宿、么么叁咖啡、乡村LAB微美术馆等文艺打卡点,与黄金粽、麻糍、小阿贵棕编等非遗传承相映成趣,加上“村BA”、庭院小吃节等创意活动,让这里成为年轻人向往的潮流之地。

“我们坚持以青年引青年,打造青年聚集的活力阵地。”“小村青年智造社”创始人、涌村运营团队负责人刘珊介绍,账号通过发布驻村日记、活动招募等内容,吸引200多位青年关注,线上互动150人,线下到访青年自发宣传引流,还组建了70余人的“云村民”社群。

临安的茶叶、笋干、山核桃等土特产,也成了游客争相选购的“香饽饽”。依托丰富物产,临安深耕“天目山宝”农产品区域公用品牌,做强山核桃、雷笋、小香薯等土特产,截至2025年底,品牌销售额累计突破6亿元,带动其他农产品销售14亿元。

在临安,曾经资源匮乏的薄弱村,通过团队运营,蜕变为有故事、有风景、有产业的“共富村”。一个个“共富村”串联成“共富体”,带动各村集体经济收入均突破100万元。

植物工厂里种草莓

6月3日,长兴县煤山镇集美集现代农业产业园内,工人正在30万级洁净厂房中悉心管护草莓。该产业园依托现代农业技术,将废弃矿坑改造为立体种植、全数字化智能监测、30万级洁净空间于一体的植物工厂,全年不间断生产高品质草莓,单个种植间年产量可达8吨,产品远销国内外。

方金华 摄



以差异化产品提升乡村游竞争力

□特约评论员

近年来,安吉“村咖”火热出圈,不仅盘活了乡村闲置资源,更塑造了多元化、个性化的新消费场景。在之江大地,类似安吉“村咖”等新业态受到消费者青睐,乡村旅游持续火热,成为推动乡村全面振兴的重要引擎。今年中央一号文件提出,“深化农文旅融合,推进乡村旅游提档升级,发展‘小而美’文旅业态”,为农文旅融合发展指明了路径。

当前,伴随生活水平持续提升与消费观念迭代更新,人们的出行需求正发生深刻转变。游客不再满足于走马观花式的观光打卡,转而更加注重旅途的深度体验、形式多样的选择与场景的沉浸感受。这一转变的背后,是消费心理的迭代:人们追求的不再是简单的空间移动,更是精神层面的松弛感与回归本真的归属感。

在此背景下,“小而美”的乡村游顺势兴起,精准契合了大众对差异化、个性化休闲方式的追求。通过由乡村的生产劳作、生活习俗、生态资源转化而来的可感知、可参与的体验产品,人们得以暂时告别城市的喧嚣忙碌,在慢节奏的乡居生活中舒缓身心,于淳朴风土与自然风物间安

放情绪、治愈心灵,在回归本真的过程中收获独有的精神愉悦与内心慰藉。

乡村游持续火热,核心在于旅游产品形态的迭代创新与提质升级。从以非遗技艺、民间文化为载体的民俗游,到依托生态环境、田园风光打造的康养休闲游,再到参与农耕实践、体验乡土文化的主题研学游……多元业态精准对接不同群体的消费需求,丰富游客消费体验。不仅如此,火热的乡村游还撬动了多元业态协同发展,有效带动民宿餐饮、特产销售、乡村物流等上下游全链条产业提质扩容,充分释放农文旅融合发展的“乘数效应”。例如,“吴越杯”“浙BA”“村BA”等乡村消费场景,有效延长了消费链条,让农民的“钱袋子”鼓起来,让乡村的“烟火气”旺起来。

各地乡村类型多样,资源禀赋各不相同,发展“小而美”的乡村文旅业态,要跳出单一思维,以“融合”为主线,驱动农文旅体等多业态融合发展。对各地而言,能否精准对接大众消费偏好、打造差异化特色文旅产品,已然成为乡村文旅提升核心竞争力的关键。

这需要我们在做出深意、做出新意上下足功夫。一是深耕本土特色文脉,立足地域资源禀赋,推动农业现代化建设与乡村文旅深度协同发展,坚持“以点为基、串

珠成链”,精心打造辨识度高、记忆点强的特色乡村IP。二是聚焦服务品质提升,持续完善乡村道路、停车、环卫、通信等基础设施,优化民宿餐饮、导览讲解、应急保障等配套服务,全面提升乡村旅游综合接待能力与游客体验感。三是健全完善“共商、共建、共管、共享”机制,鼓励村民深度参与业态经营、环境维护、文化传承,让村民在产业发展中稳定增收、共享红利,真正成为乡村旅游发展的建设者、守护者与受益者。

先进数字科技的应用同样能为乡村旅游赋能增效。一方面,充分发挥短视频、社交平台等新媒体传播优势,打破地域与信息壁垒,将藏于山野的田园风光、淳朴民俗、土特产推向更大的受众市场,让小众美景被更多人看见。另一方面,借助人工智能、虚拟现实、数字光影等前沿技术活化乡村场景,通过数字化手段升级游览模式,将静态的山水村落、田园庭院转化为可互动、可沉浸、可体验的新型文旅空间,丰富游玩层次与感官体验,持续拓宽乡村游的传播边界与体验维度,让乡村文旅的魅力焕发更持久的光彩。

浙 农 观 察