



一粒青稞的“山海接力”

这些天,海拔约3300米的四川省甘孜藏族自治州康定市甲根坝镇提吾村,迎来一年中最热闹的时节。青稞穗浪翻滚,从山脚一直铺到远处。田埂上,几位游客正举着手机拍摄时——云从贡嘎山尖滑下来,落进青稞田里就化了。这样的画面,放在5年前,谁也想不到。

一块田的“逆袭” 从“裹腹粮”到“风景线”

一间房的“密码” 七大主题民宿的“留客术”

“青稞就是口粮,种出来磨糌粑、喂牲口,还能干什么?”这是提吾村老辈人的固定认知。

改变从一块“试验田”开始。2021年,康定市青稞现代农业园区启动建设。园区以提吾村为中心,辐射5个村,面积5198亩。但“建园区”和“种田”,完全是两码事。

“我们的思路很清晰:生产要标准化,产业链要拉长,业态要丰富。”康定市农牧农村和科技局局长睦万刚说,“青稞不能只当口粮卖,要让它变成风景、变成体验、变成商品。”

2023年4月,168亩青稞良种示范推广基地在提吾村启用,30余种青稞良种同时下种。“康青9号”“昆仑15号”……这些名字村民念不顺溜,但看着田里长势各异的青稞,他们隐约觉得,这块地跟以前不一样了。

央京是甘孜州达玛花农业发展有限公司董事长,土生土长的青稞种植带头人。种了几年青稞,产量和品质一直不稳定,政府送她参加全国“头雁”培训,“慢慢地,我从‘会种地’往‘懂农业’的方向发展。”央京说。

但真正让央京“开眼”的,是青稞产业园的提档升级。康定市投发集团总经理尹云冬,原是都江堰市国企的帮扶干部,因专业能力突出被康定引才留下。到岗后,他花了大半个月把产业园走了个遍,回来后直接改了规划:增建11栋独栋民宿,把研学中心调整成“能看田、能住人、能消费”的综合体。

“原来以为种好地就行,现在知道了,田不仅要种,还要能‘看’。”央京说。

提吾贡嘎海棠旅游景区很快拿下国家AAA级景区牌子。据统计,四届“贡嘎海棠观光摄影季”,吸引游客2万余人次,旅游综合收入超500万元。



田有人看了,但游客拍完照就走,青稞田的价值只兑现了一半。

“要让游客住下来。”甲根坝镇看准了环贡嘎山旅游环线的区位优势。提吾村地处G248沿线,是通往雅哈垭口、钙化滩、木雅花海等景点的必经之路。守着这么好的位置,不能让游客只当“过客”。

2021年,提吾村木雅建筑主题特色民宿群建成。“提吾书舍”“木雅农特产品”“牛圈咖啡”“木雅建筑”“贡嘎山”“木雅服饰”“木雅锅庄”——七

大主题,一间民宿一种文化。配套的木雅文化展览馆,把木雅人的建筑、服饰、锅庄舞都装了进去。

与此同时,浙川东西部协作的“力量”也加了进来。杭州市萧山区援建的“木雅风情村”项目顺利完成,为民宿群补上了基础设施和功能配套的短板。

贡却邓珠是第一个“吃螃蟹”的。2022年,他的民宿生意收入达到了30万元。2023年“五一”小长假,14个房间天天爆满,收入3万多元。他盘算着再装修4间客房,“相信今年收入会大幅增加”。

看到贡却邓珠家真金白银的收入,村民心动了。村里又陆续开出3家民宿。2025年贡嘎海棠摄影季期间,提吾村民宿入住率高达95%,农产品销售增长30%,600余名村民就近就业,人均可支配收入达2.5万元。

从“路过”到“住下”,提吾村用了两年。让游客住下来,青稞田的价值才算真正被“打开”。

一张网的“推手” 平台把风景“卖”向全国

田有了看头,房有了住头,但远方的游客怎么知道?

2022年,杭州市萧山区联合阿里巴巴驻康定乡村振兴特派员,推出“益起寻美·云上康定”项目。飞猪平台上,康定专场页面里雪山徒步线路、藏式民宿预订、特色农产品带货等一应俱全。一场场“云游直播”,让青稞田、木雅藏寨、贡嘎雪山通过屏幕走向全国。

“益起寻美”为康定量身打造了“光影、冰雪、康养、星空、民宿”五大农文旅IP。其中“光影”IP把青稞田园、贡嘎雪山、木雅藏寨打包成摄影打卡场景;旅行达人和KOL实地探访,用高质量内容把康定故事讲出去。

数据最有说服力:全网曝光量近千万人次,飞猪平台相关旅游产品销售额超2亿元。离垢河汤温泉度假酒店2024年10月入驻“益起寻美”旗舰

店,单月销售额30万元,全网累计突破1600万元。酒店老板刘万捷说:“平台的流量和营销支持,让更多人知道了我们藏在雪山下的温泉。”

不只是线上引流。萧山区联合当地多部门开展“农旅直播短视频培训”“数字木兰”民宿管家培训,已培育50余名本地农文旅达人、150余名专业民宿管家。康定人学会了用手机镜头,把自家的青稞田、藏式房、雪山景“卖”出去。

如今,青稞产业园里128户农户跟着央京学会了标准化种植和田间管理。即将上市的青稞配方米,附加值比卖原料高出300%。央京的达玛花公司也从种植大户,成长为集良种繁育、标准化种植、精深加工、品牌运营于一体的全链条农业公司。

从一块田到一间房,从一间房到一张网——一粒青稞的“山海接力”,接续的是产业、是人才、是眼界。

左杉