

《加快农业农村现代化“十五五”规划》提出
打造休闲农业和乡村旅游精品景点线路
培育“小而美”乡村文旅业态

据不完全统计,“十四五”时期
网络浏览量破 **10万** 次的“村字号”活动
接近 **8000** 场

截至**2025** 年底
全国共设立非遗工坊 **1.49** 万家



数据来源:农业农村部等

因地制宜发展县域经济

一只小笼包的百亿跃升

本报记者 顾 春

小笼包、年糕、榨面……浙江嵊州人手工巧,有着各色地道小吃。

可嵊州小吃也有尴尬困境:品牌叫不响、规模上不去。比如,最具特色的嵊州小笼包,底蕴深厚、风味独特,老面发酵、18道褶、形似鲤鱼嘴。但过去几十年,明明是嵊州人做的包子,却常年打不出“嵊州小笼包”的招牌,3万余家门店多数“隐姓埋名”。从老板到政府,都心有不甘:“这么多年,为啥打不响知名度,一直只能‘散装’?怎样才能闯出大名堂?”

嵊州小笼包的跃升,正是因地制宜发展县域经济的成果。

破局—— 用工业化思维重构产业逻辑

2019年,有当地企业在线上试着直播吆喝“嵊州老面小笼包”,没想到效果立竿见影,一场直播中,几分钟卖出了70万元小笼包!

当地政府很敏锐,立即研判机遇,系列政策迅速出台:成立“小吃办”,每年专项扶持2500万元,并根据产业痛点动态调整,从厂房租赁补贴、设备补助,到展会支持和规模培育,始终紧跟企业实际需求。

外行可能看不懂。这些措施,原本用于工业产业培育、扶持,这是第一次用在小笼包身上。

“没错,小笼包产业能迅速崛起,就因为走对了工业化路子!”嵊州市副市长沈璐干脆地说。

嵊州市政府对小吃产业谋划已久。3万余家小吃店遍布全国,2016年起,嵊州成立小吃行业协会,各省建分会,在外嵊州小吃店老板从此找得到“娘家”。走访调研中,将小吃产业的优势、痛点、市场需求一摸透,发现关键矛盾就是缺乏大企业、难统大产业。

2024年,嵊州市为小笼包量身定做了一套组织保障:将“小吃办”从商业部门升格为市政府直接管辖,每个涉及的环节,从招工培训、质量监管、品牌打造,由分管副市长全链条统筹,整合人社、市场监管、商务等部门职能,形成“一条线管住”的高效治理格局。

嗅觉灵敏的工业企业掌门人看到了产业机遇,开始转行。浙江丰熙食品有限公司董事长楼小明就是代表,他原本从事领带行业,2023年投入6000万元建设包子工厂。“当时我备受质疑,大家觉得办企业转向卖包子了,有点‘掉档次’。”但他认准了市场机会:全国所有商超渠道里看不到嵊州小笼包,因为夫妻店的经营模式只能“小打小闹”,不升级成大企业,达不到商超验厂标准。作为企业家,他迅速厘清思路:只有工业化,才可能打破界限。

楼小明建起医药级GMP(良好生产规范)车间,整个厂房占地1.5万平方米,两个制包车间含23条手工包制生产线,日产120万只手工小笼包。

他按企业运营逻辑改造厂房、研发生产线:前端斩拌、发酵、分剂实现机械化,后端蒸制隧道精准控温,X光机和金属检测机为每只包子“体检”。

这中间“门道”不少。老面醒发考究,时间太短就是废品,时间过长包子皮会发黄。包制过程中,捏太紧会成死面,太松,一蒸就散架。蒸制后必须面皮饱满、肉馅七分熟,才能保证顾客二次蒸制皮不粘牙、肉馅带汁的好口感。最后,发面根

“三农”观察

乡村大集,走红更要长红

王 浩

到乡村去赶集!

长白山下,吉林安图县两江镇秋日乡村大集上,山林里的榛子、蘑菇琳琅满目,吆喝声此起彼伏,顾客络绎不绝。一场大集,打通了田间的丰收和居民的餐桌。

镜头转到黄河三角洲,在山东东营市东营区的辛店大集上,年轻人的身影多了。已经有600多年历史的辛店大集,如今文艺气息满满,手作饰品、文创摆件、现磨咖啡深受欢迎,游客既能淘货又能游玩。

从漫长农耕文化演变而来的乡村民俗、饱含浓郁生活气息的民间集市,如今成了农文旅融合的新载体、观察乡村消费的新窗

口。以乡村大集为代表的“小而美”乡村文旅业态蓬勃发展,2025年,休闲农业营业收入达到9500亿元。

赶集,为何能火?传统大集,火在体验。从背筐买菜、提篮叫卖,到打卡互动,边逛边玩,乡村集市已经突破传统市场形态,成为连接农村电商、产品展销等的“接口”。比如,山东临沭县曹洼大集上,摊主穿着传统汉服直播带货,不少网友线上“种草”,线下打卡。新体验不断激发新业态,从过去的集散人走,到如今融合非遗展演、农耕体验、民俗餐饮等业态,乡村集市引客来,更能留客住,已经成为“奔县游”、乡村游的有机组成部分。在陕西

蓝田县,逛一逛“三六九,焦岱走”的焦岱大集,品一品恬静乡野的一杯村咖,更多流量变“留量”。在杭州市富阳区,以春夏秋冬四季为主题“富泰山居生活季”活动走进秋日的新登古镇,线下摆摊展销、线上实时直播,联动推介鲜梨、米酒、手工锅巴等优质农特产品,集秀美山水风物、地道本土好物和精彩歌舞表演于一体,已经成为一种文创市集走进乡村的全新尝试。从广袤田野上生发的消费新场景、文旅新业态再次印证:乡村价值丰富多元,乡村产业发展潜力巨大。

乡村大集的走红,源自顺应体验式消费起步提速的新趋势。从走红到长红,还需精

耕细作,久久为功,夯实产业发展根基,推动乡村新产业新业态提档增效。比如乡土乡韵是“奔县游”、乡村游的显著特色,乡村景区必须走出“千人一面”的误区,充分挖掘特色,找准差异,把新意变创意,让田野、农房、集市等“微景观”释放出巨大价值。同时,还要完善停车场、旅游厕所等基础设施。古朴和现代相得益彰,乡土之美才能精准对接消费之需,让游客的乡愁化为“还想再来”的好体验。

兴业的目的在于富民。乡村新产业新业态的生命力,在于带动农民。在实践中,各地不断探索“公司+村集体+农户”等利益联结方式,完善联农带农机制,把更多就业岗位留在农村,把更多产业链增值收益留给农民。比如,在广西供销大集上,本地优质农产品集中亮相,拓宽了销路,助力八桂乡土好物走出大山。乡亲们充分共享新产业发展红利,这样的乡村产业才能走得更稳、更可持续。

产业振兴是乡村振兴的重中之重。一头连着乡村发展,一头连着城市消费的乡村大集,必能为乡村产业振兴提供源源不断的新动能。

平台建成投用,集成从注册审批到标准化建设、质量管理等12项核心服务,为把住质量源头、产业发展破题开路。

7项嵊州小吃团体标准发布,对产品分类、原辅料、制作工艺、蒸制与储存、感官等细节进行了详细规定:明确要求保留小笼包“不加泡打粉、老面发酵、手工包制”等特色工艺,发面小笼包皮馅比约6:4,蒸制时间为沸水上锅8至10分钟,甚至一个小笼包的“鲤鱼嘴”要有16至22个褶子都写得清清楚楚。

从此,怀揣“标准答案”的嵊州小笼包,无论走到哪里,味道都对。

最严的一环设在数字化监管。在嵊州市市场监管局数字化运维中心里,“小笼码数智驾驶舱”画面在不断跳动,企业车间内,高清摄像头实时直播褶褶动作,温湿度传感器即时回传蒸笼数据。系统接入“浙食链”省级平台,政府在全市48家企业车间里全部安装独立摄像头,杜绝企业“关键时掉链”。监管人员借助人工智能预警系统精准出击,目前已识别违规行为及异常状态700余次,推送预警28条。

“严密的‘小笼码’数字体系监管下,嵊州出去的每只包子都有‘数字身份证’,消费者扫码即可查看食材检测报告、车间监控画面、员工健康证、批次检测、价格预警等场景信息。”嵊州市市场监管局党委委员钱东海介绍。

监管是否有效,关键在于执行力度。嵊州市市场监管局有一套近乎苛刻的应急熔断机制:每天两辆检测车,6名检测员上门抽检。一旦发现食材农残超标,系统立即熔断,同批次成品全部销毁。曾有一家企业因35公斤小葱农残超标,1.36万个成品包子被集中销毁。企业主不服,偷偷留下包子自检,发现每个包子仅含2克葱,成品并未检出农残超标,便上门质疑。市场监管部门回应斩钉截铁:“食材农残超标就是违规,不允许任何瑕疵影响嵊州小笼包的声誉。”

检测外,“小笼码”还根据企业行为自动赋分评级,形成“红黄绿灰”四色动态监管码。绿码五星企业每年仅检查一次,黄码企业月末迎检,红码企业责令停产,消费者对产品扫码,即现红码警示。严管之下,规范企业迅速发展,首批绿码五星企业产品复购率提升25%,投诉量下降55%。

拓链—— 从“借名闯荡”到品牌出海

货卖出去,还得送得快、送得省。甘霖冷链物流集配中心投用,与本地小笼包生产企业达成合作,通过整合资源,整车及零担物流成本较企业自行发货降低约9%。企业感慨:“冷链门槛高,以前哪会来县城接这一单两单。现在服务好,成本还下来了,电商卖货畅通无阻。”

国内站稳后,嵊州开始出海。2024年启动“刺食远航”行动,市场监管部门将130条国际认证细则拆解为企业任务清单,海关开通冷链集装箱直通码头,公安设绿色通道。截至目前,嵊州小吃已出口12个国家和地区,已有12家小吃企业实现正式出口。今年1—8月,超200万元小笼包卖到海外。

品牌建设也在加速。针对因“嵇”字生僻、长期“借名闯荡”的痛点,此次省级16条举措明确指导推动“嵊州小笼包”集体商标注册,并配套“嵇小知”知识产权智能服务系统,让小吃从“无名牌”变为可溢价、可维权的品牌资产。同时,开展“大嵇归来”全国统标工程,全国6200余家门店品牌化改造后,营业额平均提升20%以上。

2025年,嵊州实现了市外小吃门店总利润百亿元、市内小吃产业产值百亿元的双百亿目标,以小笼包为主的小吃,成了堪比工业产业集群的县域经济新力量。

从街头夫妻店到百亿产业集群,嵊州小笼包用工业化的思维重构了从田间到餐桌的完整产业链。一只小小的包子,顶层设计超前布局,跨界人才注入现代管理,标准体系筑牢品质底线,数字化监管全程可控,国内国际双循环打开增长空间。这正是嵊州小笼包从小作坊起步,最终走遍全国、远销海外的底气所在。

理、品控体系和成本核算经验几乎无缝迁移。

一个地方小吃走工业化道路,能地道、美味吗?工业化会不会抹杀传统口味?

在包制线现场记者看到,工人手速如飞,完全按老工艺包包子。

“工业化并未取代核心技艺。”楼小明介绍,老面湿度高,机械手臂无法操作,所有小笼包都由手工包制。这守住了嵊州小笼包皮感的关键:老面自然发酵、手工包制的非遗技艺精髓。目前,全市共3240个手工包制岗位,每位新员工须接受15天专项培训,工人月收入普遍七八千元甚至过万,带动了“家门口就业”。

赋能—— 标准化与数字化筑牢品质根基

要让小笼包走远,不光要会“产”,更要会“管”。过去,小笼包的皮馅比例、老面发酵时间全凭师傅经验手感,口味难免参差不齐,要规模化生产、连锁经营,难度不小。嵊州想出绝招,用标准定规矩、用数字管全程。

2026年4月,浙江省市场监督管理局向嵊州市正式下发《关于支持嵊州小吃产业高质量发展若干举措的通知》,围绕标准体系、品牌保护、数字赋能、市场拓展四大领域推出16条硬核举措,嵊州小吃首次获得省里量身定制的“政策礼包”,从根源上破解了产业发展之困。

与此同时,嵊州市小笼包产业质量基础设施一站式服务

“最发愁的就是找不到法子解决。”杨子周说,“不知道去问谁,也不知道去哪里学。”

村里办起咖啡农民田间学校,专家老师到田间地头上课。他一开始还犹豫,眼看第一批20多个人去了,说效果还不错,他跟着报了第二期,这一次去上课的人翻了一番,人比第一批多了不少。

“在坡地上种植,怎么放苗怎么栽,苗要斜了它才活得起来。”杨子周说,“以前我们完全不懂,都是新东西。”

看着家里的咖啡树慢慢好起来,杨子周心里踏实了,“我计划还要种到六七亩,把这3亩先管理好,边种边扩大。”

在尖山村,像杨子周这样从观望到想种的村民,慢慢多了起来。有人问:“苗钱咋个整?”孙新泉说:“前期不用给。新果出来抵苗款。鲜果我们保底价收。”

尖山村的咖啡产业正串起一条联农带农的链条。先是以果换苗,解决村民“没钱种”的顾虑;再是返包管护、保底收购,解决“种了卖给谁”的后顾之忧;加上田间学校把技术送到地头,解决“不会种、种不好”的难题。这样一来,村民既能在庄园务工挣一份工钱,又能把学到的技术带回自家地里,多一份产业收入。

孙新泉说,学校将围绕咖啡田间科学管护、病虫害绿色防控、鲜果初加工、品质提升等内容,持续开展实操培训,提升农户标准化生产能力。

这所田间学校的期待,不只是在几亩咖啡地里。“我们想打造高品质咖啡种植产区,也尽量带动乡亲们创收。”孙新泉说,“咖啡这条路,我们要和村里的乡亲们一步一个脚印地走下去。”

乡里乡亲那些事

咖啡学校开到了田间地头

本报记者 李茂颖

来到云南省保山市施甸县摆榔彝族布朗族乡尖山村,远远就闻到村子里弥漫着咖啡的香气。

这段时间,村里人见面常问的第一句就是:“去田里上咖啡课了没有?”

前不久,施甸县首家咖啡农民田间学校在尖山村挂牌。挂牌没有搭大台子,课堂就设在保山浮丘咖啡庄园700亩标准化咖啡种植基地里。

种植基地里,一群咖农正围成一圈,蹲在一株咖啡苗旁,讲课的是保山浮丘咖啡庄园负责人,也是这所咖啡农民田间学校授课老师孙新泉。

就在两三个月前,这所学校刚开起来的时候,村民们心里还直打鼓,“这么简单东西,怎么会?”有村民觉得,种了一辈子子地,还用得着别人教?

听着这些议论,孙新泉没有急着辩驳。课堂上,他手里捏着一株育苗袋里的咖啡苗,轻轻拨开泥土,指着根系说:“大家看,这根主根弯了,现在不处理,两年后挂果期一过,树就慢慢衰落了。”

田间地头,有村民小声说道:“弯根?种下去不都一样长吗?”

“不一样。”孙新泉抬起头,“你们以前种苞谷、豆角,苗拿来直接种下去,加点水施点肥就活了。咖啡不行,根系脆弱,打塘要打到60厘米深,株距要留到1.8米到2米,弯根要从弯曲处上面剪掉,不能伤到细根。”

村民戴志福蹲在最前面,听得最认真。“以前种啥都靠老办法,现在才知道,咖啡这东西,细节差一点,后面全白搭。”他原来也觉得种咖啡简单,一个锄头挖下去就完事。孙新泉带着他们在地里反复讲、反复试,戴志福发现土壤表层板结严重,不松土,根系根本扎不下去。

“要掌握一门农技,光靠在课堂上讲是不够的,得手把手去实操。”孙新泉说。

咖农杨子周就是被“手把手”教出来的。两年前,他听说咖啡产业有前景,跟着试种了3亩多。结果树不长,黄叶落叶,还有锈病,苗买来时看着还行,种下去没多久就开始出问题。



孙新泉(右三)为村民讲解种植技术。

陆应仙摄,AI修饰生成素描画

本版责编:郁静娴 版式设计:张丹峰