人民日报海外版
2017年12月18日 星期一
责编：刘发为 邮箱：rmrblytd@163.com

田园综合体改变李家庄

本报记者 **刘发为**

从甘肃兰州市区向东南出发，大约一个小时的车程，记者来到了榆中县李家庄村。今年，榆中县田园综合体建设试点项目被确定为全国首批田园综合体试点项目之一。走进规模初现的李家庄田园综合体榆兴农庄一号园区，一条条大道星罗交织、一座座建筑整齐有序……

手机上的智慧农业

在传统印象中，农业大棚一般都是矮小紧凑，主要靠人力来完成耕作和收获。以前李家庄村的大棚也是如此，但现在，这里却是一番新的天地。走在村里的路上，眼前出现的是一排排错落有致的大棚；走入大棚，一部手机吸引了记者的目光。“你们看，通过这个APP，我们可以实时掌握大棚里面的温度、湿度等情况，还可以通过调取摄像头来查看不同区域的农产品；此外，点一下喷水的开关，相应区域的喷灌阀门就会打开浇水。”李家庄村的村民手拿一部手机演示管理大棚的操作，引来大家的围观。

“公司派农业技术员指导，安装了一系列‘智慧农业’设备，可以远程操作、智能监控和产品的溯源追踪等，像浇水、卷帘这些以前要靠手动才能完成的工作，现在可以在家通过手机APP遥控，动动手指几分钟就可完成，有效地节约了人工成本。”李家庄村党总支书记张建文对记者说，这样一系列的智能化操作和精细化管理，使农户种植的果蔬产品不论是口感还是质量，都有了很大的提高，一个大棚现在的收入比以前翻了两番。据村里人介绍，智慧大棚的改造需要花费约14万元，如果种植草莓等高附加值的农产品，改造的成本一年内就能收回。

除了自己来大棚内采摘之外，李家庄村还开通了微信服务号，周边的游客只需通过扫描二维码，就可以在网上下单，由快递发送，足不出户就能吃到李家庄村零农药的农产品，这样一来减少中间流通成本，增加农户的实际经济效益。

此外，为了让游客在园区内买得放心，吃得安心，园区开展农产品检测中心项目建设，占地面积约180平方米，引进最新检测仪器，在产品上打印二维码，方便游客追溯查询，让农产品的全周期安全都有了智慧化的保证。

农民是田园的主人

“让农民充分参与和受益”，这是田园综合体项目建设的初衷，也被写入了2017年的一号文件当中。而李家庄村正在进行的，就是一场农民参与并致富的实践。

人是最宝贵的资源，农民是一个农村发展的核心和关键所在。李家庄村鼓励一部分有能力、有思想的年轻人借助乡村旅游积极创业，鼓励其他村民参与到农业生产、手工加工作坊、特色手工艺品和风味小吃制作以及第三产业的服务当中，通过整合村里的劳动力资源，让不同情况的村民都能参与到村庄的建设中来，共享村庄集体发展的成果。

对农民来说，土地就是“命根子”。李家庄全村共有9000多亩土地，分散在803户农民家里。村里通过规划，创新土地流转机制，整合村里的土地资源，让农民将自己的土地以股份形式参与合作社生产经营，一方面保障每亩每年有一定的基本收益，另一方面还可以从产业发展的收益中分享红利。

此外，李家庄村结合棚户区改造的利好政策，对全村建设用地进行整合，实施整村搬迁，村民搬进宽敞明亮的李家庄社区，实现村民变居民。同时，将整合得到的200亩建设用地作为村集体资产，通过吸收社会资本，进行商业化开发。村集体占一定份额的股份，村民占其余大多数的股份，待取得经济效益后按股份分红，实现村民变股民。

“通过田园综合体项目的实施，李家庄村充分利用国家土地增减挂钩政策，为全村发展腾出了新的空间。”张建文说，在村委会和榆兴生态农业科技开发有限公司的带动下，李家庄村盘活了农村的集体资产和个人资产，创新了农业适度规模化经营形式和农民股份合作形式，实现了“村民变股东、村民变居民、资源变股金”，真正激发了村民参与田园综合体建设的积极性和主动性。

乡村旅游热起来

“今年夏天，我们村里的花广场，在几天的时间内就吸引上了上万人前来观赏。”当地村民自豪地告诉记者。全力打造特色果蔬采摘区等乡村旅游目的地，并将当地土特产、手工艺品及特色小吃融入到风情小镇之中，实现一二三产业的融合发展，李家庄村已经开始了探索。

村里的智慧化农业大棚，不仅为游客提供了无公害的农产品，也可以让游客前来采摘体验。而且，大棚里经过特殊规划的地块，也方便家长带孩子前来体验，通过插秧、种菜、栽花、除草等各项劳作，在增进亲子感情的同时，也让孩子学会关爱自然。

距离榆兴农庄一号园区不远处的千亩花海正在建设之中，集梯田花海、山地缓坡花海等于一体，通过引进适合当地种植的观赏花卉，并按照开花季节、花期长短、山坡地形等因素进行科学设计，配有花海游步道、景观廊道、婚纱摄影雕塑及景观彩虹桥等基础设施，为游客提供浪漫花房、夜观灯光花海等旅游项目。

李家庄村民俗特色小镇，对外展示销售当地的农俗特产。农耕博物馆可以让每一位来李家庄村的游客参观到古代及近现代农业生产机械，同时，通过声、光、影、像相结合的方式，多视角、全方位展示农业从古至今的发展史，使广大游客寓学于游、寓学于乐。特色餐饮区内集民俗小吃城、露天茶园等5大餐饮模块为一体的特色餐饮中心随时迎接游客的到来，可品茶、可烧烤，品尝民俗小吃。

未来，李家庄田园综合体将包括智慧农业区、生态养殖区、烂漫花海区等9大板块。记者眼前的李家庄村，到处都是生机蓬勃的景象，田园综合体正从图纸上渐渐走进人们的视野。

上图：航拍李家庄村 **来自网络**

左图：李家庄村一角 本报记者**刘发为**摄

走基层·看中国⑫

旅游让田园更美好

泽成

长久以来，农村的发展方式相对单一，主要通过第一产业向市场提供农产品，处于产业链发展的前端。而如今，“田园综合体”的提出，给农村的发展开辟了一条新的道路，田园综合体的构想将实现农村一二三产业“三产融合”。而旅游可以通过打通三个产业，改变田园的生活。

旅游能够重塑农村的面貌，实现田园价值的再发现。从前的田园，主要价值止于提供农产品，将土地里产出的作物送到市场，便完成了田园的使命。事实上，田园的价值远不止于此。人类从乡村走来，乡村孕育了人类的真正家园。乡村的生活是最接地气的生活，也是最符合自然、贴近自然的生活。不同于城市文化，乡村文化中更多的是自然的因素，更具有生命的自然感和归属感。而乡村旅游是一种回归自然的旅游，是一种天人合一的旅游，是一种接地气、净化心灵的旅游。旅游可以让人们回归到田园价值的本身，再次从那一片片厚重的土地上寻找到自己的精神寄托。

旅游所带给田园综合体的，更重要的是思维方式的转变。传统意义上的农业生产是产品思维，而旅游则天然就带有用户思维的属性。游客来到农村旅游，需要有一定的基础设施配置，基本的吃住行的条件需要得到满足；同时，一个地方要想留住游客的心，更需要提升当地的服务水平，乡村旅游不仅设施要完备，而且要让游客真正感受到乡村的文化和温暖。所以，旅游的思维，归根结底是一种以人为核心的思维，围绕旅游所提供的服务都是从人的需要出发。因此，旅游的参与将会从思维方式上影响着田园综合体的发展。

长远来看，旅游将为田园综合体带来一系列良性的化学反应。旅游能够使田园直接走向市场，使得生产、加工、流通等环节中的一部分利润直接留在农村；丰富的乡村旅游产品和服务在让游客体验到乡村文化的同时，还能够起到保护、传承和弘扬乡村文化的作用；乡村的美，在于其自然和淳朴，因此，围绕旅游所发掘的乡村之美也是对乡村生态环境的保护；乡村旅游的发展需要大量的人力，农民的就业选择也可以更为多元化，可以根据自身实际参与到田园综合体的建设当中，充分实现当地人力资源的优化利用。“农业增效、农民增收、农村增绿”，田园综合体所追求的这些价值，都能在旅游中实现。

让更多的乡愁留得住，让更多的人回得了故乡。旅游能够让田园生活更美好。

行走与诗

刘 佳

“阿里的陶罐，便是这只革吉的湖，白花花的盐粒，令遥远的尼泊尔，还有偏僻的拉萨，无法离开藏北的味道。”对于汉族诗人牛放来说，藏地是一本自然与人的线装百科全书。线装是因为古老而生态，百科是源于它的深厚与单纯、悠远而时尚。他的诗里，充满了对藏地的热爱与眷恋。

牛放，本名贾志刚，作家、诗人。1978年第一次来到阿坝若尔盖县，次年回到成都学习的牛放，始终对藏区念念不忘。于是，1982年7月他又回到若尔盖教书，2005年9月调入成都，屈指一算在藏地生活工作已有20余年。牛放激动地回忆说：“我出生的平武县境内就有许多藏族人和羌族人，这样算算，我不从小就生活在藏区羌区吗？”

藏地的符号在牛放的记忆里十分简单，不过就是洁白的雪山，辽阔的草原，清澈的江河，朴实的百姓。在藏地行走的20年成就了牛放诗中的雪山与钟声。世界上雪山很多，但没有一座能够与藏地的神圣相比，雪山在藏地受到了至高的礼遇，这样的礼遇启迪了诗人关于人类与地球和谐相处的深思。经声和牧歌里开出的格桑花具有高原的清澈，使平日里嘈杂的内心充满了敬意，诗中流露出的对万物生命的珍惜使人震撼。在2017年出版发行的藏地题材诗集《诗藏》中，牛放这样描述驮盐的羊群：“藏北辽阔的原野，没有一朵花是为它们开放，寺院朗朗的经声，没有一句话是为它们祈祷，背上背着盐巴，生命却丢失了滋味。”在中国作协副主席、著名诗人吉狄马加的眼中，牛放的诗能让人们真切感受到草原的气息，酥油茶的香味，大地黎明和黄昏的安静，伟大的雪山气息。

对于牛放来说，诗歌的创作，是在行走中完成的。在创作《诗藏》的过程中，牛放逐水草而居，走到哪里天黑了，就在哪里住。“等时间过去的时候，我就去清点我的牛羊，才知道有些已经老去，有些已经长大。但我记不住牛羊吃过的野草和踩过的野花。”创作时的放牧状态对牛放来说获益匪浅。他在《诗藏》中写道：“这是一条与羊群无关的路途，它们的路在夏季在秋天，在水草丰茂的草原，羊们却在这条盐路上，替别人走了一辈子。”

毫无疑问，行走对诗人来说，是寻找灵感的最好方式。行万里路，读万卷书，多见多闻多问，自然就使自己丰富起来了，心里涌出的诗自然会言之有物，言之有理，言之有情。行走、考察，都是在深入生活。然而，只有行走是远远不够的。在牛放看来，行走很重要，但容易流于表面，虽然眼见为实，但是眼见的东西往往是表面，如何能看见事物背后的东西才是水平。“比如我自己，之前本来就在阿坝生活、工作过，对当地人有很深的了解，不仅如此，对这些地方还有深厚的感情，没有这些基础，只靠行走是没有用的，写出来的东西也浅薄，不会耐读。”

著名诗人和学者流沙河为牛放题词：“诗歌在远方，走向心灵深处。”20余年间，牛放无数次地往返成都与高原，街道、高楼与雪山、草原，咖啡、葡萄酒与青稞、酥油茶，各种不同的景色与风情交相辉映。这些不断的变化，给牛放的思考创作带来了巨大的影响。但这种变化不是推翻自己的理想与追求，而是见物生情、思绪翻飞。“春节假期，我那时在若尔盖教书，寒假回到都江堰父母家里过年，其乐融融。若尔盖一般是3月1日开学，2月底成都地区的气候已经桃花含苞，梨花怒放，到处洋溢着春暖花开、春光明媚的生机勃勃景象。当我乘着破旧的长途公交车，跋涉500多公里路程，汽车从成都平原四五百公尺的海拔上升到若尔盖3000多公尺的海拔，车窗外冰天雪地，气温零下20多摄氏度。这样的反差怎么会不引起心理的变化。”正是一直在路上的他才能写出：“被阳光浸透的汉子，他的明眸映照着雪山，背上的船无论漂到何处，都能找到回家的方向。”

《诗藏》的“藏”发音跟西藏的“藏”的发音是一致的。牛放希望通过《诗藏》重塑一座文化、生态的诗意藏地。这本凝结了20年行走智慧的藏地颂辞，以深邃的文化思考，精妙的诗歌语言，阐释和倾述藏地自然、宗教与人类的关联。

题图：雪山草地 **来自网络**

多国使节共赏盛世归瓷

徐 悦 宋如蓝

日前，来自马耳他、古巴、德国、西班牙等多个国家的驻华大使、参赞齐聚一堂，欣赏由丝绸之路城市联盟、中国华侨历史博物馆与陶瓷收藏家吴培先生共同举办的“盛世归瓷——奚建军、吴培外销瓷收藏展”。

16世纪东方航线的开辟，包括外销瓷在内的中国艺术品受到西方国家的普遍欢迎。外销瓷器中一部分以中国传统纹样进行装饰，一部分则在制作工艺和外形上进行改良，使其更符合西方人的喜好，更有一部分既保留了中国彩绘艺术的传统，又结合了西方的艺术元素，成为东西方文化交流的结晶，兼具深刻的文化内涵与极高的学术价值。

中国华侨历史博物馆馆长黄纪凯在欢迎辞中表示，外销瓷是明代中后期随着中国海上丝绸之路的兴盛销往世界各地，因其优异性能、精美质感而领先当时的欧洲陶器，因此风靡西方200余年，并引领了工艺文化交流的浪潮。本次展览得以展出，与两位收藏家身居欧洲的便利条件和深厚持久的中华情怀是密不可分的。黄纪凯希望通过展览让驻华外交官及广大观众深切感受到中西方文化精髓碰撞的魅力，用展品的“瓷器中的中国故事”激励更多人为保护中国传统文化贡献力量。

本次展览的展品分为多个部分，在“自然生趣”章节中，以花卉、鸟禽等纹饰题材器物所占比例较高，绘法多取自中国古代绘画，追求生动自然，并讲究以物拟人之品格，亦有少量欧式绘画风格融入其中。“神秘东方”章节中，描述了15至17世纪大航海时代的开启，欧洲人经过海路直接与东方的中国进行交流贸易，但仍有更多对中国充满好奇之心的欧洲人无法直接来到中国，因此描绘中国人生活场景题材的瓷器在西方大受追捧。“华彩欧陆”章节中，瓷器绘画取材转向欧洲历史事件、西方传统生活方式等。

古巴驻华大使米格尔·安赫尔·拉米雷斯表示，此次“盛世归瓷”展览将瓷器所描绘的历史带回中国、将中国传统文化曾经走向世界的象征带回中国，十分富有历史意义。古巴曾经是中国瓷器走向世界中的重要一站，古巴国内也有着相当多数量的中国精品瓷器库存。在曾经的瓷器盛世时代，中国瓷器融合了传统文化、工艺巅峰，从海上丝绸之路传往菲律宾、经由墨西哥至古巴，再分销往西班牙及欧洲各国，在近代世界史的文化匠物篇章中，占据着重要的地位。

马耳他驻华大使卓嘉鹰对此次展览赞扬有加。他表示，提起中国，人们都会想到瓷器及其精美的工艺与深厚的文化内涵。丝绸与茶叶等中国传统文化精华在丝绸之路上流传已久，但终因其实物难以保存的特点，鲜有精品传世至今。而大量保存完好的近代匠作为人们提供了一窥当年古丝绸之路的繁华的机会。精美瓷器大量销向欧洲，带来了中欧工艺技艺的融合，欧洲传统陶器釉器也从中获益匪浅。这也为如今世界范围内的文化乃至先进技术交流做出了良好的示例。

回顾过往，中国的瓷器、茶叶、丝绸等产品广受欧洲等地区追捧，因而形成了海上丝绸之路，并与更早形成的路上丝绸之路共同组成了中华民族对外贸易文化交流的主要通道，构筑成如今“一带一路”倡议的历史文化基础。此次“盛世归瓷”展览的举办，是中华文化历史印记的集中展示，为回顾“一带一路”历史、促进国家间的民心相通提供了鲜活生动的实例。

广告联系电话 65363547 65367287 办公室 65369330 发行部 65369319 传真：（8610）65003109 零售1.5元/份 国内定价全年280.80元 国内统一刊号：CN11-0066