

“中国蔬菜之乡”为什么是这座山东小城？

15.7万个大棚鳞次栉比，年产蔬菜450多万吨；每年900多万吨新鲜蔬菜由此卖往全世界；85%的新建大棚配备了智能设施，手机成为“新农具”；自主研发277个新品种，为丰富“菜篮子”提供品种保障；当地发布的价格指数，成为全国蔬菜交易的“风向标”……

这里，是“中国蔬菜之乡”山东潍坊寿光市。

作为冬暖式大棚蔬菜产业发祥地，寿光改变了“北方冬天无鲜菜”的历史，成为全国最大的蔬菜集散中心，蔬菜产业集群跻身全国首批50个优势特色产业集群。

卖菜、种菜、育种“样样行”

“在寿光，没有你买不到的菜，更没有你卖不了的菜”——这并非寿光人的自吹自擂。

8时许，在山东寿光农产品物流园，一辆辆大车满载着各类蔬菜驶向各地。物流园4号厅内，蔬菜经销商张永已经“开工”4个多小时，身边堆放着来自广西、山东昌乐等地的红南瓜、绿南瓜、贝贝南瓜、花生南瓜、银栗南瓜等各类品种，已完成10多车、合300多吨的南瓜交易，即将发车。

作为全国重要的蔬菜生产基地和集散中心，平均每分钟有1.7万多公斤蔬菜从寿光销往全国200多个城市。

会卖菜，更会种菜。

从1989年三元朱村17个黄瓜棚开始，冬暖式蔬菜大棚的发展改写了“北方冬天无鲜菜”的历史。如今，15.7万个蔬菜大棚年产蔬菜450多万吨，可满足约4000万人一年的消费需求。

以棚体高大化、管控智能化、操作轻简化为方向，寿光大棚不断迭代。

寿光市蔬菜产业发展中心副主任张林林说，最新一代大棚的单体占地面积由早期的2亩提升至8亩以上，生产面积由0.5亩提升至4亩以上，病虫害发生率降低10%，单位面积产量提高了15%至20%。

卖的是寿光菜，种的是寿光棚，用的是寿光种。

山东寿光蔬菜种业集团有限公司研发中心的温室中，一串串“赤霞珠”西红柿正由青转红。“10多年前，1粒种子就要10多元。现在国产种子争气了，只要1元多，西红柿品质还更好。”集团总经理刘欣庆说。

纪都现代农业共富产业园的展板上，陈列着“都蜜5号”甜瓜、“宝禄”番茄等277个由寿光自主研发并获得植物新品种权保护的蔬菜品种，其中20个为今年新增。

闯关之路

近年来，我国蔬菜播种面积连续增加。“中国蔬菜之乡”为什么是寿光？

村头“小市场”搭配龙头“大市场”，寿光闯过“卖菜关”——

寿光每天有超过2万辆货车往来穿梭，蔬菜年交易量超过900万吨。其中，约300万吨的蔬菜交易发生在当地的龙头大市场——寿光农产品物流园。全国各地的蔬菜都在这里装配拼货，实现了冬季南菜北运、夏天北菜南销。

“龙头大市场形成了蔬菜流通的‘主动脉’。但面对不断增加的蔬菜产量，还需要更多‘毛细血管’来协助流通。”寿光市商务局商贸服务和流通管理科科长王存生说。

近几年，寿光持续对1600家蔬菜合作社进行规范提升，使之取代了过去“小散乱”的自然市场，成为串联地头蔬菜的“毛细血管”，方便本地蔬菜外销。

洛城街道东斟灌村是彩椒种植专业村，640座大棚鳞次栉比，彩椒年产值超过1.5亿元。“村村大棚通市场，菜多了也不怕，村头就能卖，现在一天能拉走三四驱。”东斟灌村“棚二代”王春艳说。

20世纪80年代一度因流通不畅、价低卖难，大量白菜烂在地里的寿光，如今已闯过“卖菜关”，形成了“田间到餐桌”的高效流通网络。

标准化种菜、网格化监管，寿光闯过“质量关”——

寿光推动生产标准、技术服务、农

资供应、质量检测、包装标识、品牌销售“六统一”标准化管理，一批现代化高端园区辐射带动超80%的农户进入标准化生产时代。

每天开秤前，寿光农产品物流园检测中心工作人员会先对当天蔬菜进行抽样检测，每天检测1400批次左右，合格率超过99%。

“质量安全永远是蔬菜生产的‘生命线’。全市每年投入3000多万元，用于网格化监管全域蔬菜质量。”张林林说，寿光搭建了蔬菜质量安全网格化智慧监管平台，将所有蔬菜大棚、批发市场、农资门店都纳入监管，实现“生产有记录、信息可查询、流向可跟踪、责任可追究”的全程智慧追溯。

“内培外引”，自主研发，寿光闯过“育种关”——

种子是农业的“芯片”。寿光曾经高度依赖进口蔬菜种子。高峰时期，西红柿、无刺黄瓜等“洋种子”占七八成市场份额，且常随意提价。

面对“卡脖子”问题，寿光实施了“种子工程攻坚行动”，推动产学研结合、育繁推一体，打造蔬菜产业“中国芯”，不断提升国际竞争力。

作为“内培”本土育种企业的代表，寿光市三木种苗有限公司自主研发了粉果番茄、辣椒等种子，性能可与国外产品“掰手腕”。同时，寿光还积极“外引”，先后与中国农科院、中国农大等40多家科研院所建立合作关系，落户了国家现代蔬菜种业创新创业基地研发中心等12家“国字号”平台。

目前，国产蔬菜种子在寿光的市场占有率已由2010年的54%提升到70%以上，部分种子的综合表现已追上甚至超过“洋种子”。

持续擦亮莱乡金字招牌

新起点上，“中国蔬菜之乡”正向着设施蔬菜全产业链迈进。

如何持续攻关种子这个“芯片”？

“希望能进一步扶优扶强，加大对基础好、科研创新能力强的企业的支持力度，帮助地方种企提升核心竞争力。”

寿光市三木种苗有限公司董事长刘树森说。

寿光市农业农村局局长尹爱军说，蔬菜育种较国外起步晚，企业的人才队伍、资金支持、种质资源积累普遍与国外企业存在很大差距。寿光将深化种业“中国芯”攻坚，从政策扶持、资金投入人才培养，全方位发力，计划五年内自主研发并获得植物新品种权保护的蔬菜品种突破400个。

如何进一步开拓市场？

山东利森特农业科技有限公司董事长王守波有自己的小目标：把寿光大棚“种”住海外。

近日，王守波正催着工厂加紧生产装配式温室大棚的组装材料：“这7万平方米联动玻璃温室，6月底前要发往白俄罗斯。”公司已先后在俄罗斯、乌兹别克斯坦等40个国家，建设了270多个种植园区。

寿光的雄心可见一斑：主动融入共建“一带一路”，依托潍坊国家农业开放发展综合试验区，联合中国蔬菜协会等，引导设施蔬菜产业集群抱团出海。目前，已有30余家企业、合作社开展了农业领域的对外业务，覆盖日本、韩国、俄罗斯、印度、乌兹别克斯坦等40多个国家、地区。

如何发挥辐射带动作用？

寿光分类构建覆盖高校科研院所、基层农技人才等主体的10.8万人蔬菜产业技术人才库；依托寿光人才发展集团，搭建了集人才、技术、培训、服务等于一体的输出平台，与29个省区市的59个蔬菜园区建立了合作关系，为零基础发展设施蔬菜地区和个人提供“建种产销销”一站式服务。

新征程，再出发。寿光这个让冬暖式蔬菜大棚走向全国的地方，正努力竖起“中国式农业现代化示范标杆”。



从“相加”到“相融”：贵州文旅体融合的“破界”实践

走遍大地神州，醉美多彩贵州。近年来，贵州旅游屡屡“井喷”，“村”品牌蓬勃而出，文旅体加速融合，一场场“破界”“实践重塑”“多彩”新形象，以“独树一帜”的姿态向世界级旅游目的地迈进。

“村”字头：从扎根乡土到浸润心田

“少小边州惯放狂，骝骑蕃马射黄羊。”14岁的水族少年路耀瀚躬身伏在没有马鞍的马背上，目光坚毅朝前，而他的坐骑“哪吒”如离弓的箭矢激射而出。

这不是唐代诗人岑参《少年行》的边塞，而是贵州省三都水族自治县的“村马”赛场。路耀瀚身后尘土飞扬，四周游客呼声震天。

男儿擅骠骑，妇女以马尾入绣。马文化源远流长的水族群众，每到传统“端午节”都要举办“端坡赛马”。2023年以来，三都县以“国际标准+民族特色”重塑赛事体系，“村马”比赛场均吸引游客2万余人，最高单月旅游综合收入超4亿元，让传统民俗破圈而出。

“村马”“村超”“村BA”“村T”“村晚”……这些源于群众生活日常、根植民族传统习俗的“村”系列，一出圈即惊艳世人，成为贵州文旅体融合的强劲动力。

在三都县毗邻的榕江县，“村超”作为现象级的文旅体融合新模式持续火爆。

2023年，小吃店主董永恒代表忠诚村足球队出战，凭借13轮比赛打入15粒进球的表现，荣膺“村超”射手王。现在的他转型成为足球运动员，还跟队友合伙新开了一家“村超”美食餐馆，主推牛瘪、稻花鱼等地方特色美食。

“村超”改写了许多普通人的人生，也给贵州省榕江县带来了“泼天流量”。自2023年开赛以来，全网刷屏数亿次，吸引游客1700万人次、旅游综合收入200亿元。游客慕名而来，有的为了看一场足球，有的为了感受“超级星期舞”“全民K歌”的氛围，有的就为到美食街大快朵颐。

今年3月底，来自贵州大山的45个孩子，身穿融合苗绣、侗布、银饰等少数民族非遗元素的服装，走上中国国际时装周的舞台。古朴与时尚的碰撞，行走的文化密码，让更多人认识贵州“村T”背后的民族文化。

贵州人习以为常的文化元素，悄然成为游客追捧的“村”字头流量密码。

“‘文化平等对话’的自然交流场域，打破了许多人对贵州乡村‘落后封闭’的刻板印象。”清华大学国家形象传播研究中心主任范红认为，贵州“村”字头赛事活动和文化品牌展现出了乡村振兴的活力与创造力。

“加”字诀：从简单拼盘到深度融合

“捣珠崩玉，飞沫反涌，如烟雾腾空，势甚雄厉”，这是自由行“鼻祖”徐霞客眼中的黄果树瀑布。全息投影、激光矩阵、雾森系统，如今的游客可以看到科技感十足的黄果树瀑布。

作为经典电视剧《西游记》中师徒四人牵马跋涉的取景地，黄果树瀑布的陡坡塘景区承载着一代人的荧屏记忆。“夜游黄果树”《再回西游》项目，依托山体、水幕、密林等自然景观，结合先进技术，将游客带入神话与现实交错的平行时空。

“夜游不是简单的灯光秀，而是科技赋能文旅，给风景名胜装上芯片。”贵州安顺旅游集团有限公司负责人说，新项目对住宿业和相关文创产品拉动效益明显，2024年安顺市接待过夜游客超1300万人次，较上年增长约20%。

在贵州双龙航空港经济区，从空中俯瞰，一条嵌入大地的“红飘带”格外醒目，这便是贵州长征文化数字艺术馆。

《红飘带·伟大征程》和《红飘带·多彩飞越》演出，借助全息影像、虚拟现实、人工智能、三维声场等技术，让游客沉浸式感受红军长征历史、感悟长征精神，以全新视角打开红色故事和

贵州山水。

“科技+传统”“赛事+旅游”“节庆+运动”……贵州各地在“加”字诀中寻找“新生”。通过非遗新表达、赛事新玩法、场景新呈现丰富旅游业态，实现从简单观光游到深度体验游的转变。1.03亿人次，同比增长7.9%，其中入境过夜游客同比增长92.3%。

“就像把酸汤、豆腐和蘸水分开摆是三道菜，煮成火锅就是一席席。”黔南州贵定县文化广电和旅游局（县体育局）副局长尹茹双说。

一些受访的业界专家认为，目前贵州旅游表现为“一切皆可加”。

以桥梁旅游为例，一座座世界级高桥构筑了贵州的“高速平原”，也带来了别样的风景线：游客可以在坝陵河大桥云端漫步，在平塘悬崖酒店观“天空之桥”，不久还可以在世界第一高桥——花江峡谷大桥蹦极、攀岩，“世界桥梁博物馆”正成为“世界桥梁旅游地”。

伴随着“中国天眼”的声名远播，国内外游客蜂拥而来。距离“中国天眼”8公里的平塘县克度镇，曾是一个贫瘠且封闭的山乡，如今已蜕变为“天文小镇”。

天文体验馆、时光塔、天幕街、星际家园、航空湾、天文时光村……进入“天文小镇”，就像是进入了一个“科幻”的主题乐园，游客随时可以在这里来一次“太空漫游”。2024年，“天文小镇”共接待游客129.83万人次。

“品”字法：从品牌升级到心生向往

来自四川成都的李渠建，到贵州后把网名改成“山野村夫”，在惠水县的一片石林上建起一座叫“寂村”的民宿。

“大山的阻隔让贵州人生活节奏很慢，在他们看来稀松平常的风景，却让外人惊叹。”他说，每到夏天，一群追求安逸的四川人会“占满”他的民宿，并且跟附近的村民们一起钓鱼、煮火锅。

在不少李渠建这样的从业者看来，吸引游客的不只是“凉爽的夏天”“19℃的清凉”，更是这片土地上“自在”的生活方式，“这在当下显得尤为可贵”。

“自发”的品牌意识正在贵州遍地开花：丹寨县龙泉镇卡拉村村民成立赛事合作社，用“村BA”门票收入将12栋传统苗居改造成运动员民宿；毕节大方县凤山乡店子村以篮球为主题打造“彝寨篮球梦”民宿，房价从120元涨到了268元，旺季要提前两周预订；遵义赤水河沿线的酒厂纷纷建起酒庄，参与到“卖酒”向“卖生活方式”的转变中，推动酱酒文化与旅游跨界融合。

第十九届贵州旅游产业发展大会上，贵州聚焦重点景区提升改造、业态项目植入和引进、文旅产业数智化赋能等，推出一系列文旅招商项目，重点瞄准山地运动、康养旅游、民宿度假、低空经济、驻地演艺等新兴方向。

为打造世界级旅游目的地，贵州开发“小车小团”“支支串飞”“景景串飞”等创新的行程方式，“熨平”旅途颠簸，把更多隐藏在深山里小而美的旅游品牌呈现在世人面前。

品牌持续焕新，贵州“非去不可”。2024年，来自法国、阿根廷、美国、柬埔寨、巴西、马来西亚等50多个国家的28支国际球队、1000多名球员到访“村超”。

“我们正与来自韩国、澳大利亚、日本、匈牙利等国的60多家境外旅行社洽谈，依托240小时过境免签政策，加速贵州世界级旅游目的地建设进程。”贵州省文化和旅游厅副厅长陈震说。

“利用好独特资源，加强国际合作与交流，可以推动贵州旅游国际传播。”范红认为，以“村超”等村赛为代表，贵州正把“触手可及”的生活体验转化为旅游品牌，探索“传统与现代共生”的发展范式，在保留文化根脉的同时激活民间活力，打造立体、全新的“多彩贵州”形象。

新华社记者 齐健 李黔渝

江苏兴化：电力护航夏粮烘干归仓

夏收临近尾声，江苏重要产粮地区——泰州市下辖的兴化市正紧张有序地对新收获的小麦进行烘干，争取实现颗粒归仓。

6月5日，在兴化市陈堡镇一处现代化粮食烘干中心，运粮车络绎不绝，金黄的麦粒通过传送带源源不断地送入高大的烘干塔。“新收获的小麦水分含量高，湿粮堆在一起，几小时就可能发热霉变。”该中心负责人张长礼指着轰鸣运转的设备告诉记者，“我们这十几组烘干机组马力全开，24小时不停，一天能烘干120吨湿粮。”

记者采访了解到，今年“三夏”期间，天气变化频繁，抢收抢烘时间紧、任务重。作为江苏粮食主产区，兴化的粮食烘干需求很大，遍布全市乡村的186座粮食烘干中心，正开足马力运转，保障夏粮品质，减少产后损失。

烘干中心对供电可靠性要求很高。面对夏粮烘干的用电高峰和极端天气风险，国网兴化市供电公司全力护航，为夏粮烘干提供充足稳定的电力供应。

据介绍，兴化供电公司运用“人巡+机巡”相结合的方式，对涉及粮食烘干的供电线路和设备开展地毯式排查和特巡特护，及时发现并消除隐患，实时监控烘干集中区域台区负荷变化，预警重过载风险。截至目前，已累计巡视涉农线路超过1200公里，消除各类隐患40余处。

同时，对于有新增烘干设备或扩容需求的用户，兴化供电公司开辟“绿色通道”，简化报装流程，实行“一站式”服务，最大限度压缩办电时间。国网江苏电力（兴化亮水乡）共产党员服务队还深入田间地头 and 烘干车间，提供技术支持，细致检查用户侧烘干设备用电安全。

充足的电力保障和贴心的供电服务，受到粮农的普遍欢迎。看着经过烘干后金黄饱满、水分达标的小麦源源不断地入库，粮食专业合作社工作人员朱有荣脸上洋溢着笑容。“以前晒粮看天吃饭，现在有电力烘干，再也不用担心下雨烂场了。”他说，“粮食烘干了，就能卖上好价钱，我们粮农心里也踏实了。”

新华社记者 沈汝发



6月4日，湖北省襄阳市保康县两峪乡两峪村农民在田里起水稻秧苗（无人机照片）。 “时雨及芒种，四野皆插秧。” 芒种时节，正是“三夏”农忙之季，大江南北的农民在田间地头忙着插秧收麦，在大地上书写丰收的诗篇。 新华社记者 杨韬摄

贺兰山矿区“变形记”

褪色的红砖墙和标语、生锈的铁栏杆、布满煤灰的老旧窗格……身处宁夏石嘴山市大武口区炭井工业文旅影视小镇，时光仿佛倒流回上世纪。

从《风中的火焰》里的派出所，到《山海情》中的供销社，石炭井原矿务局电视台是众多影视作品的取景地。石炭井，这个贺兰山下昔日煤炭工业重镇，正以独特工业遗存吸引剧组和游人的目光。

石炭井矿区投建于1958年，曾是我国最大的焦煤基地之一，鼎盛时期矿区有千余职工数万人。随着石炭井煤炭资源日益枯竭，矿区人口大量迁移。

2017年5月，宁夏打响“贺兰山生态保卫战”，贺兰山自然保护区内所有煤矿、非煤矿山、洗煤储煤厂等彻底关停，一体化保护和修复至今仍在进行中。

63岁的石炭井居民葛义红感受到了家乡的变化。“生态治理之前，我们压根不敢穿白色衣服，煤灰好像每天都在往下落。”她说，如今天变蓝了，翡翠湖也绿了。

生态环境虽然转好，但曾经热闹的石炭井一度陷入冷清。葛义红没想到，这里遗留下的矿区工厂、学校、医院、街区、车站等上世纪60年代至90年代的

工业城市元素，以及贺兰山丰富多样的地质地貌，使得小镇成为悬疑、军旅、科幻等题材影视剧的绝佳取景地。

大武口区抓住机遇，全力打造“中国现实主义题材影视拍摄基地”，石炭井工业文旅影视小镇应运而生。自2021年以来，已有30余部影视作品在此取景。2024年，这里成为北京电影学院的影视创作实践基地。据大武口区委宣传部副部长韩静介绍，今年已有5部影视剧、5部短剧计划到石炭井取景。为满足剧组需求，大武口区盘活利用闲置房屋建设演员公寓、中央厨房、道具库等，逐步完善影视配套设施。

近年来，大武口区持续挖掘石炭井工业文化旅游资源，推进文旅体融合，如连续多届举办“工业之声”音乐节、工业文化摄影大赛、贺兰山（石炭井）大峡谷汽车越野拉力赛等文体赛事活动，并提供交流研学、观光游览等服务。2024年，石炭井接待游客数量达18.4万人次，小镇再度热闹起来。

贺兰山下，更多老旧矿区迎来新生。

进入夏季，数十万亩酿酒葡萄园把贺兰山东麓的戈壁荒滩变为绿色海洋。在银川市志辉源石酒庄，草木苍翠

欲滴，掩映着石头建成的中式品酒大厅。游人穿梭其中，或选购品鉴、或驻足拍照，如漫步中式园林。

很难想象，直至上世纪九十年代末，这里还是一片荒凉的采砂场。酒庄内至今还保留着一处矿坑遗迹，与周围郁郁葱葱的景色形成鲜明对比。

54岁的李峰华是酒庄老员工，见证了这片土地的变化。2011年，宁夏提出打造贺兰山东麓葡萄酒产业及文化长廊。政府的鼓励政策吸引不少企业从煤矿、房地产等行业转投葡萄酒产业，志辉源石酒庄就是其中之一。李峰华和妻子的主要工作从采砂挖石变成了植树造林，保护葡萄藤不受风沙侵害。

“过去风大得能把砂石吹起来，打得人脸疼。现在这里环境变美了，成了旅游景点了！”李峰华说。如今，他每天除了监督工人植树造林，还负责看管酿酒车间。

矿区“变身”酒庄，带动了当地葡萄酒旅游发展，也助力了葡萄酒销售。据志辉源石酒庄宣传部门负责人杨宇轩介绍，酒庄每年接待游客约25万人次，去年酒庄销售额为5000余万元，很多都是游客现场品鉴后购买的。

新华社记者 马思嘉 梅鹏鹏



6月5日，在位于浙江慈溪的宁波鼎安电器有限公司车间内，工人在流水线上装配饮水机。该企业专业生产包含净化、加热、制冷、制冰等核心功能的净饮水机产品，已形成年产60万台整机设备及400万支滤芯的智造能力，也是国家高新技术企业。 浙江省慈溪市年产净饮水机设备整机量约占全国的三分之一，已汇聚了一百余家饮水机、净水机、直饮机等水家电整机生产企业和数百家配套企业，形成了庞大的产业集群和产业链配套。

近年来，依托产业配套集聚优势和政策扶持，慈溪水家电行业积极推动新产品研发和数字化升级，实现了从“饮水”到“净水”再到“全方位水处理”的转型升级，线上线下销售火爆，进入了产业快速发展阶段。

新华社记者 徐昱摄