



我在基层

中青报·中青网记者
杨宝光
通讯员 陈嘉炜

浙江衢州：新农人绘制智慧化“共富”农业蓝图

中青报·中青网记者 李 川

时值初夏，在浙江省衢州市衢江区一座现代化温室大棚内，去年种植的蓝莓已挂果成熟，开始上市；在衢州市开化县一处生态茶园内，一片片茶叶听着音乐，青翠鲜嫩，在衢州市龙游县一间共富工坊里，琳琅满目的竹制工艺品吸引着游客前往……在这一幅徐徐展开的乡村图景后，忙碌着一个新时代返乡新农人的身影。

近年来，衢州市聚焦“双柚”、茶叶、油茶三大百亿产业和“3+X”农业特色主导产业发展目标，鼓励农业龙头企业实施共富合伙人计划，吸引青年人才、农创客、大学生等各类创新创业的个人、团队、企业、社会组织到农村创业。

AI机器人上岗，智慧化农业有了新帮手

衢州市淘谷居生态农业基地智能温室大棚内，一排排蓝莓丛中，一台AI巡检机器人正穿梭移动，不停扫描果实和叶片，自动识别、对比着果实成熟度和叶片潜在病虫害，将搜集的数据形成产量地图和病虫害地图传递至后台。

通过数据地图，基地负责人饶胜男可以精确调控蓝莓采摘区域和产量、配置用工数量、防控病虫害。

2013年，饶胜男自俄罗斯留学回国。那时，家里已在经营一处350亩的传统型农场，除了种植梨、樱桃、枇杷、猕猴桃、西瓜等水果，还养殖鸡鸭，实现农场自我生态循环。

然而，由于缺乏明确的市场方向，农场效益并不理想，成为饶胜男口中的“鸡肋”。最初回国，饶胜男打算替父母解一时之忧，再前往俄罗斯继续工作。但由于对农业领域不熟悉，她并没有想出一个较好的解决方法，经过深思熟虑后，饶胜男决定不走了。

“中国农业普遍面临的问题，一是冬天冻害、夏天干旱等气候原因所致的灾害，再就是从事农业的人员年龄趋大，还有中国农业在很多具体领域没有实现标准化、缺乏市场竞争优势。”饶胜男说。

经过几年准备，2017年，饶胜男在农场开启智能化探索，迈出第一步。伊始，她将水果种植种类进行精简，主要瞄向柑橘、枇杷、猕猴桃等浆果类水果。

“不同水果有不同的具体技术要求，品种太多的话，整体管理起来繁琐，聚焦一类水果更易实现种植标准化、智慧化。此外，浆果市场前景更广阔。”饶胜男表示。

2021年，在衢州市莲花镇，第二个淘谷居生态农业基地建成，占地50亩，

种植蓝莓、鲜切玫瑰。这是一个完全的数字化、智能化农业基地，在首个基地的基础上，实现转型升级。

基地内，环境综合传感器、植物气孔摄像机等智能化设备一应俱全，全天候监测、调控温室内的微气候环境、土壤环境。

今年3月，淘谷居公司与浙江大学联合研发的AI巡检机器人也在莲花基地正式“上岗”。“虽然目前还是一个样品，属于调试实验阶段，但是效果已经突显。”饶胜男表示。

去年，在衢州市周家乡相对村，一片占地218亩的现代化农业基地投入使用，主要种植从澳大利亚、秘鲁两国引进的蓝莓品种。

在温室内，22亩的蓝莓采用无土栽培，养料凭靠水肥提供，并在第一年实施密植，以提高整体产量。自3月起，蓝莓开始挂果，如今长势正旺。

饶胜男表示，此处基地更进一步，采用了智能化环控、水肥灌溉一体化、循环通风、暖温加热、内外遮阳、智能化巡检和病虫害防控系统等先进技术，以提高生产效率 and 果实质量。

但饶胜男的智慧化农业探索之路不止于此，她的理想是研发出一套可复制、可推广的数字化技术方案。

“我们拥有一支平均年龄35岁的年轻研发团队，依托现有基地打造示范园区，正在研发一套适合我国的农业数字化管理方案，以提高生产效率和产品质量、产量，前景可期。”饶胜男说。

“生态+数字”，双轮助力茶产业高质量发展

谷雨前夕，一场淅淅沥沥的细雨飘落衢州。在位于该市开化县芹源村的御玺明代贡茶园内，雨落声、鸟鸣声、音乐声交织在一起，萦绕在1080亩茶树间，更显幽静。

错落茶树间，5000多棵挺拔的银杏树引人注目。茶园负责人汪洋介绍说，种植银杏是否有“益”为之，自2002年茶园开园起，迄今已生长20多年。

“银杏可以引鸟防虫，而且本身微毒不会引虫。夏天阳光强烈，银杏叶可以把直射光变成散射光，起到遮挡作用；冬天，茶树需要阳光，银杏叶落散开通道，同时，落叶又可为茶树生长提供养料。”汪洋说，因为银杏，茶园景观也更美了。

不止于生态手段种茶，在茶园各处还散布着太阳能杀虫灯、防霜风扇等7种、十几台数字化智能设备，用于监控土壤环境、气象数据和防控病虫害等。

茶园内一款声波能防控害虫设备，通过发出“滋滋”声来阻止小绿叶蝉交配繁

殖。在设备前端，还安置有一块黄红色相间的诱虫板，针对不同昆虫习性，一方面吸引害虫投撞在粘板上，一方面防止蜜蜂等益虫误撞。在诱虫板前，一个摄像头24小时进行观察、记录，将数据实时传递至浙江省农业农村厅，供专家监控。

汪洋说，这些设备是茶园与省内相关技术企业合作研发，于2019年投入使用，是浙江省内第一家。

那一年，自日本留学归国的汪洋正在上海工作，在了解到浙江省人才引进政策后，自小耳濡目染种茶的他开始考虑回到家乡，让源远流长的中国茶文化在青少年中传承创新、发扬光大。

那段时间，汪洋走访全国茶叶产区、茶博会，了解国内茶叶种植现状和市场情况。2020年，31岁的汪洋回到开化县贡茶园，“我深深觉得茶叶产业大有可为。”返乡后，汪洋将主要精力投入到研学、培训、交流等活动中，组织青少年走进茶园，“多行一里茶路，多读一卷茶书”，通过采茶、制茶、泡茶、品茶等全流程体验、学习中国茶文化的博大精深。

自2022年暑期开始，在团开化县委组织、指导下，开化县暑期三农游学活动开展得如火如荼，茶园是其中重要一站。

团开化县委书记程慕楠介绍说，暑期三农游学面向省内外高校开化籍学子，每年暑期组织30人回到家乡走访了解开化产业发展现状，吸引他们毕业后返乡就业创业。

为了帮助返乡学子顺利实现就业创业，近年，当地依托浙江省相关政策组织成立开化县农创客发展联合会，面向45岁以下、大专学历以上、从事农业领域的年轻人，提供技术、信息、资金、人才、传帮带扶、孵化培育等全方位支持，以辐射带动青年农创客扎根农业，以农业产业带动乡村振兴，促进共同富裕。

作为会长，汪洋联合团开化县委、开化县农业农村局，每年暑期组织开化籍高校应届毕业生实地走访会员企业，开展为期一周的深度体验之旅，并根据需求提供实习岗位。

汪洋说，驻守农村，最终目标是实现乡村振兴，促进共同富裕。

近年来，茶园相继建开化御玺苑茶叶专业合作社、巾帼家庭农场，向周边农户定期推广、培训茶叶种植、生产技术，如今已辐射4个村落2000多亩茶园，带动1400农户户增产增收。

“农户增收涵盖土地租金、用工薪资、餐饮外包、茶叶收购等方面。”汪洋说，符合质量标准前提下，茶叶收购价会高出市场价10%至20%。

同时，茶园成立御玺茶艺培训学校，先后培训3万余人，帮助1700余人

上岗就业。

据记载，自明末起，汪氏先祖曾改进开化芽茶生产工艺，并进贡至朝廷。300多年后，汪氏后人重拾祖业，研发创新茶艺，将中国茶文化传承发扬。

“一盒故乡”，乡村振兴迎来共富合伙人

临近端午，衢州市龙游县“一盒故乡”共富工坊创始人姜鹏收到来自浙江丽水的一个订单——5000个竹编粽篓。

距离端午还有一段时间，姜鹏决定将任务分包给周边合作过的农户，一来可以按时保质保量完工交货，更重要的是可以为农户增加些额外收入。

“一盒故乡”共富工坊位于龙游县溪口镇上街内，面街的前厅曾是一座江西会馆，大到竹筐竹篮、竹马、竹制手提包，小到竹扇、竹蜻蜓、竹耳环，如今展示着琳琅满目的千余种各式竹制品，后面院落是一处当地老居民居，现开放为竹制品创新实践基地和培训场所。

姜鹏曾就读于吉林农业大学，2012年毕业后回到杭州曾从事电商广告行业。“酒香也怕巷子深，龙游很多好物可以通过电商渠道走出去。”姜鹏决定发掘家乡的15款农产品、15款工艺品，借助电商渠道销售。

2016年，姜鹏返乡创立“一盒故乡”品牌，“电商是通过一个个快递盒子将家乡好物邮寄出去，以解在外游子思乡之情、思乡之愁。”姜鹏说命名“一盒故乡”，是希望挖掘乡愁元素，打造乡愁产业。

作为商品、工艺品，竹制品在龙游历史上也曾辉煌过，20世纪90年代后，由龙游县工艺竹编厂设计生产的竹编花瓶、竹编席、竹编熊猫等精美工艺品曾出口多个国家创收外汇。

在民间，由于塑料制品的普遍替代让竹制生活用品在百姓生活中渐行渐远，姜鹏决定重拾这段深植民间的乡愁记忆。

要想制作竹制品，先要有手艺人。姜鹏发现，曾经家家户户都会编织一二，但随着年轻人外流与疏远，精通竹艺的只剩一些年纪越来越大的老人。

为了请一位老师傅“出山”，姜鹏曾“三顾茅庐”。“老师傅婉拒说，如果他来我这里工作，工坊一旦倒闭了，他连保安的工作都没有了。”姜鹏说。

姜鹏明白，老师傅缺乏的是对竹制品市场的信心，但姜鹏的诚心还是打动了老师傅，加入到团队中。如今，共富工坊聘请了4位老师傅，同时招募一批年轻人向老师傅学艺。

如何打开市场、赢得市场，姜鹏意识到创新是唯一手段，也是吸引年轻人加入

的秘诀，“在年轻人看来，日复一日编织几种产品，一眼望到头，是孤独、单调、乏味的，没人愿意做”。

为此，姜鹏在传统编织技艺基础上进行内容创新。

在共富工坊展厅里，一条竹龙悬挂上方，颇为引人注目。

2019年，在布置工坊展厅时，姜鹏考虑编织一条竹龙作为展示，契合“龙游”之意。

但团队老师傅都没有编过龙，不知从何下手。为了打破僵局，姜鹏画图设计，又找到当地舞龙队师傅制作了两条舞龙，从其竹子骨架中寻找灵感。

历时3个月，6位老师傅分工协作，竹龙终于成形。“我们参考酒婆制作龙角，用蹴鞠球作为龙眼，利用篾席编法制作龙舌，用传统六角编法制作龙身，最后组装在一起。”姜鹏说。

这次创新尝试也为共富工坊打开了市场。2024年是中国农历龙年，这一年，共富工坊接到来自北京、上海、深圳等地订单，共制作了8条竹龙。

其中，为北京客户制作的竹龙结合非遗糖葫芦元素，做成一条“糖葫芦龙”，为深圳客户制作的竹龙长达70多米，将当地一家商场空间贯穿起来，成为一道风景……这些龙不拘一格，形态各异。

2021年，为了迎接杭州亚运会，姜鹏设计了一款亚韵竹制茶叶罐，他将会徽中“潮涌”主题、扇面元素与龙游饭银山、灵江山等元素融合一起，先后修改20多稿，最后成功被选为杭州亚运会特供伴手礼，向世界展示了龙游竹文化。

一步步走来，姜鹏愈加明白，竹编技艺的传承、创新需要年轻人的加入。为此，他联合清华大学创立“大师导师师，导师带工匠，工匠带农户”模式，率线知名大师工匠，扶持农村非遗传承人、民间艺人收徒传艺100多名。

面向青少年，除了非遗进课堂，这几年来的每个星期，都会有周边小学师生走进工坊开展研学活动，学习、体验竹编技艺。为此，团队还特意设计了技法相对简单的书笺、耳环供学生实践。

随着越来越多的年轻人返乡创业，2022年，在团龙游县委指导下，溪口青春联合会成立，姜鹏兼任会长，利用该平台传授乡村经营模式实践经验，如今已聚拢青年近200人。

在共同富裕的路上，共富工坊更是不遗余力，通过订单分包、计件收购等方式，带动周边一镇三乡1000多户实现增收。平日里，共富工坊组织创业技能培训，全年开展电商助农，通过直播带货帮助农户销售地瓜干、桔柚、冬笋、莲子等农特产品。



图片新闻

江苏省无锡市新吴区江溪街道以“常招募、常组织、常联动”工作机制为抓手，打造“1+37+2”志愿服务矩阵（1个服务站、37个服务点、2个“志愿胶囊”阵地），依托公益大篷车深入社区，整合商户资源开展健康义诊、应急救援等暖心服务。通过“社志融合”伙伴计划，举办公益讲座、非遗体验等活动，组织公益市集33场，创新“公益市集+志愿服务”模式，推动青年志愿者与专业社工的融合。

顾星/摄



河北省石家庄市青少年宫、河北科技大学狮实践团近日为小朋友带去一场“动手学化学”的趣味科普活动。实践团成员指导青少年宫的小朋友自制蓝莓汁、紫甘蓝汁两种天然植物汁液，并进行酸碱变色实验。实践团成员结合操作步骤进行专业讲解，帮助参与者建立基础化学认知。

吕 媛/摄

□ 陈 伟

共青论坛

短视频赋能红色文化破圈传播

随着新媒体技术的迭代升级和移动终端的广泛普及，数字时代的信息传播形式和接收方式发生急剧变化，短视频凭借时效性强、直观生动、传播迅速、短小精悍等诸多优势，受到广大网民的欢迎和喜爱。《中国网络视听发展研究报告（2025）》显示，截至2024年12月，短视频用户规模达到10.4亿人，连续6年领跑各类网络视听应用，人均单日使用时长高达156分钟，居所有互联网应用首位。短视频多样化的内容表达、多维化的话语形式和多元化的题材资源，进一步提高红色文化的传播效能、扩大红色文化的社会影响力，传承红色基因，赓续红色血脉，不断引导广大青年争做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代好青年。

以精品化内容提升品牌传播力。红色文化短视频的精品化内容打造，是激活红色文化品牌传播“流量密码”的关键所在。习近平总书记强调，要把红色资源利用好，把红色传统发扬好，把红色基因传承好。因此，要深度挖掘整合全国各地的红色文化资源，组建既懂红色文化又懂传播规律的短视频人才队伍，持续稳定生产传播力强的高质量红色文化视频。积极探索红色文化资源活化利用新路径，通过短视频特定的视觉元素和图像处理手法，创造出富有较强感染力和较高辨识度的红色文化形象符号，让红色文化“动”起来、“活”起来、“火”起来，有效强化受众对红色文化的认知，提升红色文化品牌传播力。百年党史映照现实观照未来，以短视频情景再现红色文化的根本目的在于，积极弘扬红色文化所蕴含的政治理

论、党史知识、革命精神，使受众在视觉冲击和感官体验中自觉接受党史教育、经受革命精神洗礼，激发出文化自信的强大力量。特别要注意的是，要精心挑选适合短视频传播的红色文化，务必真实还原革命历史，对于“低级红”“高级黑”和恶搞革命历史人物、抹黑革命英雄、歪曲革命事件的历史虚无主义，必须理直气壮地进行批判和驳斥。

以新媒体表达汇聚青春正能量。自带互联网基因的90后和00后是网络原住民，也是短视频用户主力人群，红色文化传播效果如何主要取决于他们是否关注和认同。据统计，我国网民中有近33%是30岁以下的青年群体，其中很多对红色文化缺乏集体记忆，对红色文化短视频关注不够且缺乏情感共鸣。因此，要尊重新媒体传播规律，抛弃自说自话的说教式灌输，

转换叙事视角和话语体系，在视频创作的剪辑、配乐、字幕、弹幕、特效、道具、动画等各个环节守正创新、推陈出新，用青年群体易于接受的话语形式、思维方式，以“网言网语”“青言青语”拉近与他们的心理距离，让红色文化真正入脑入心入魂。同时，短视频的互动性尤为突出，可以引导青年群体参与革命歌曲翻唱、经典影视配音、红色家书诵读、红色景点打卡等网络互动活动，提高红色文化的传播覆盖面，激发青年群体的爱国主义、集体主义和英雄主义热情，共同守护红色精神家园。另外，要善用短视频平台的算法推荐机制和流量池推荐机制，突破“信息茧房”“算法偏见”下的传播困境，增加红色文化在网络空间的声量，让更多受众接收并看到红色文化视频，特别是激发青年群体学习红色文化的兴趣，确保红

色江山后继有人、代代相传。

以矩阵式传播壮大主流舆论场。短视频赋能红色文化传播不能“单打独斗”“各自为战”，必须坚持开放合作、做好资源整合，汇聚多元传播主体力量，以矩阵式传播不断壮大主流价值、主流舆论、主流文化。政府相关部门、革命纪念场馆等是传播红色文化的权威主导者，要加大对所属政务类新媒体账号的建设和投入力度，为红色文化视频传播提供有力保障。媒体作为党和人民的喉舌，是传播红色文化的主力军，特别是广电主流媒体在短视频生产和传播方面有着强大的创作能力和独特的渠道优势，主力军必须挺进主战场，传播红色文化责无旁贷。短视频平台、影视企业、MCN机构、头部KOL等在传播红色文化方面有着重要作用，要善于借筒说话、借嘴发声，用心用情用力讲

好红色故事。要探索形成资源共享、活动共办、声音共发的良好合作机制，携手打造多级联动、多平台分发、跨媒体互动的主流舆论矩阵，实现红色文化的全方位、立体化、渗透式传播。当前，技术赋能下的媒介“去中心化”特征越来越明显，“人人都是生产者、人人都是传播者”成为全媒体时代独特的文化景观，要努力点燃热爱红色文化的短视频用户的创作激情，让他们成为红色故事的讲述者、红色文化传承者，助力红色文化裂变式破圈传播。

《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》明确提出，“优化英模人物宣传学习机制，创新爱国主义教育和各类群众性主题活动组织机制，推动全社会崇尚英雄、缅怀先烈、争做先锋。”我们要充分利用短视频的独特优势，全方位、深层次、多角度地传播好红色文化，特别是激发青年群体参与红色文化传承的热情，让红色文化在新时代焕发出更加璀璨的光芒，凝聚起全体中华儿女团结奋斗的强大合力，为以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴而不懈努力。

（作者系电子科技大学党委宣传部副部长、副研究员）

小舞台育出大工匠