

“丽水山货”何以破圈

郭超

“丽水山货”出山向海频繁出圈,掀起了一场以生态产品价值转化为核心的“土特产革命”。“丽水山货”通过“土、特、产”三维重构实现生态价值转化,以地理标志情感化、特色产品标准化、产业集群品牌化推动农产品“破圈”“扩圈”。

背后的文化基因,构建消费者情感联结,让“丽水山货”实现品牌溢价和长效增值。农产品的地域属性是其天然的“身份证”,但要让其真正破圈,仅靠地理标志远远不够。现代消费已从功能需求转向情感共鸣,农产品的价值塑造需要实现从“物理属性”到“精神认同”的跃迁。如遂昌长粽推出“妈妈的长粽”情感IP,让产品成为亲情纽带;龙泉灵芝推出“灵芝养生堂”,将农产品融入高端餐饮场景,提升消费仪式感;“丽水山耕”的故事营销和数字传播加深品牌情感联结等实践告诉我们,农业品牌应当既是“品质担保者”,又是“文化讲述者”,最终成为消费者生活方式的一部分。

“特”的标准化突破,从“野蛮生长”到产业规范。“九山半水半分田”的丽水,其特色农产品因“小而美”“小而精”备受青睐,但也存在品质

不稳定、产业规模受限等标准化问题。近年来,丽水以科技赋能农产品全过程的标准引领,不断推动山货从“靠天吃饭”转向“可控增值”。如最近丽水发布的全国首个荒野茶地方标准,对植被修复、土壤管理、林地清理、茶树管护等内容作了详细规定,并进行全流程溯源,为非规模化农产品建立品质话语权;龙泉灵芝采用“物联网+仿野生栽培”,通过生长数据可视化提升产品溢价空间……这些都佐证了:标准化不是消灭特色,而是让特色可持续。正如“丽水山货”的标准化突破路径,丽水通过科学方法固化特色资源禀赋,反而为小众产品提供“出圈通行证”,在突出地域特色的基础上,将地方资源优势转化为产业优势、产品优势。

“产”的集群化升级,从单点突破到“系统作战”。如今一提到丽水农

产品,人们就会想到“丽水山耕”,作为丽水绿色发展的重要标志,自2014年推出以来,“丽水山耕”成为了全国首个覆盖全区域、全品类的区域公用品牌。经过多年探索实践,这一品牌优势吸引越来越多的科技、人才等资源向丽水山乡聚集。以遂昌长粽为例,在“丽水山耕”品牌的加持下,遂昌长粽年销售额突破1.2亿元,带动遂昌4600余名群众人均增收1.8万元。对于现代农业发展来说,当前市场竞争已从“产品战”转向“系统战”,需通过集群化实现优质农产品规模效应、抗风险能力、价值增值的三重跃迁。集群化的本质是“生产关系升级”,对农户来说,不再是产业链末端,而是“特色产业共同体”的权益共享者;对消费者来说,从买到“安全产品”升级为享受“系统保障”;对区域经济来说,从“一村一品”迈向“全域产业生态”。

“丽水山货”能否接得住这一波波流量,归根结底看的是农产品的品质,这不仅是“出圈”的底气,也是持续“扩圈”的关键。我们期待数字孪生下的“丽水山货”能够持续释放乡村经济的乘数效应,持续走好“出圈”之路。

让赏花经济绽放持久生命力

冉西臣



且行且思

从丽水处州公园万株郁金香到重庆璧山万亩梯田花海,从新疆伊犁的杏花争艳到武汉大学的樱花盛放……春季以来,各地依托丰富的花卉资源,打造赏花新业态、赏花旅游线路等,不仅为广大游客提供了邂逅浪漫春日、品味田园农趣的精彩指南,更勾勒出一条以“赏花经济”赋能乡村全面振兴的清晰路径。

发展“赏花经济”既能突破传统农业发展模式,通过整合生态旅游资源,推动“绿水青山”向“金山银山”转化,又能创造农民增收就业,推动乡村基础设施完善,带动当地餐饮、住宿、交通蓬勃发展。但同时也看到,部分地区的“赏花经济”面临“花期爆满、花谢空城”“千花一面”等困境,在与时间赛跑的背后,折射出传统“赏花经济”亟待突破的发展瓶颈。

破题“赏花经济”“流量”变“留量”,“风景”变“钱景”,本质上是推动“资源变现”向“价值共生”跃迁。要注重做好“时令文章”。精心制定“春种桃、夏种葵、秋种菊、冬种梅”等适宜本地培植的四季花种方案,打造“超长花期”,推

动“季节经济”转型为“周年经济”。要注重做好“融合文章”。立足本地传统文化、特色民俗等资源禀赋,结合已有旅游资源,推动赏花游与当地文旅产业融合发展,不断拓展赏花场景,让“赏花经济”向体验自然、融入自然、见证美好的“沉浸式”旅游转变。比如,重庆璧山区将油菜花与传统村落、花艺体验、汉服换装、花海民宿深度融合,打造“梯田花海+古村慢生活”的复合体验,使游客平均停留时间从3小时延长至1天以上;丽水各地因地制宜,以花为媒串联登山探秘、文化寻踪、亲子研学等多元体验,打造风格各异、具有独特标识的文旅IP。要注重做好“科技文章”。用好品种杂交、高效栽培、病虫害防治等前沿技术,创新无人机喷洒、AI智能预警等科技手段,守护花种健康成长,延长赏花周期,提升赏花体验。

相信“赏花经济”破解“花期魔咒”之后,在各地精心浇灌培育下,也能够常开不谢、常开常新,实现从“花开时节动京城”的盛景转变为“四时风光各不同”的可持续发展图景,为游客带去更舒适、更畅心的观景体验。

谨防宠物“免费领养”变“天价陷阱”

杨玉龙



一己之见

近几年,一种“免费领养”的模式在宠物圈迅速流行,吸引了一大批爱宠人士参与其中。与此同时,针对宠物“免费领养”投诉也呈显著增长趋势,这些消费者的投诉集中在:商家隐瞒宠物健康状况;诱导消费者作出领养决定,签下不平等领养协议;以先贷后还的套路绑定还款等。诚如很多媒体报道的现象,不花钱就能领养宠物,不少消费者以为占了便宜,但签了领养协议才发现,免费领养的背后,要支付远超市场价的养宠费用,中途解约还要面临高额违约金。

以领养名义签订“宠粮月付”协议的经营模式为例,表面上看是保障被认养宠物生活质量的“定心丸”,但在专业人士看来,这种新兴的商业模式就是一套全链条的商家获利模式。这种模式兴起不过两年,随着行业规模快速增长,捆绑消费、霸王条款、权责界定模糊等问题逐渐暴露。如此之下,消费者权益定然难有保障。

针对类似的领养模式,领养人需要增强防范,警惕爱心和善

意被精准营销。一方面,切勿轻信“免费”的诱惑,对于网络上发布的免费领养信息,领养人需要谨慎核对。在领养宠物时,应尽量选择有资质、信誉高的宠物店。必要时可要求宠物店出具宠物健康报告。另一方面,涉足各类“宠物贷”前,确有必要评估好自身的经济能力,权益被侵害要及时维权止损。

宠物店经营者须依法诚信。从法律层面看,宠物店以免费领养为由引诱领养人不断缴费,可能构成诈骗罪。例如,通过相关案例来看,虽然交易名义上为免费领养,但消费者实际已经支付了合理对价,双方之间形成了买卖合同关系,根据民法典规定,宠物店对于交付的宠物具有一定的瑕疵担保责任。所以,对于宠物店来说,应当依法诚信经营,不能套路领养人。

此外,政府相关部门也应引起重视。一方面,针对宠物行业的管理仅在民法典和治安管理处罚法中有零散条款现状,完善专门法律和行政法规需要引起重视;另一方面,有必要加强对市场中出现的违法违规经营行为加大依法惩治力度。同时,相关部门应当加强相关提示和消费警示,提醒受众对宠物“免费领养”的注意,谨防落入“免费陷阱”。

括苍新语

遂昌长粽亮相京城云端“国粉”,庆元土特产入驻国航凤凰知音商城……春夏之交,丽水优质农产品陆续上市的同时也频繁出圈,让越来越多优质农产品出山向海。“丽水山货”的破圈现象,本质是一场以生态产品价值转化为核心的“土特产革命”,通过“土、特、产”三维重构,实现了从地理标志到品牌矩阵打造,再到产业共同体跃升,为乡村振兴提供了“绿水青山就是金山银山”的鲜活实践样本。

“土”的现代性重构,从地理标志到情感连接。农产品的核心竞争力,始于地理标志的“硬实力”,决胜于情感连接的“软实力”。“丽水山货”的破圈启示在于:不仅要让消费者知道“产品好在哪”,更要让他们感受到“为什么需要它”。云和雪梨、庆元香菇、遂昌长粽、龙泉灵芝……正是通过挖掘地理标志

安全短板亟待补足

近年来,随着“户外风”劲吹,卡式炉因其便携、易用等特点成为户外烧烤、露营的热门装备,被称为户外“神器”。但与卡式炉相关的安全事故也时有发生。卡式炉产品质量把关不严、部门监管存在盲区、公众安全意识不足等安全短板亟待补足。 朱慧卿 作



让关爱成为最好的“处方”

余庆

弱势群体却面临着“智能困境”——不会操作自助终端、看不懂电子指引、搞不清科室分布。陪诊服务的价值,首先体现在对这些技术障碍的专业化解上。经过培训的陪诊人员,能够熟练操作各类智能设备,帮助老人完成从挂号到取药的全流程,让技术真正服务于人而非成为阻碍。

陪诊体现社会温暖。一次耐心的倾听,一个安抚的眼神,一段等候时的家常闲聊,这些看似简单却暖

心的互动,有效缓解患者的焦虑和孤独感。在患者无人陪伴就医的过程中,专业陪诊人员填补了这一情感空缺,而良好的心理状态能够提升治疗配合度,甚至影响康复效果。

在家庭结构小型化、人口流动频繁的今天,传统的家庭照护功能正在弱化。就医陪诊的创新不是要替代家庭关爱,而是为家庭照护提供有力补充,形成家庭、社会、专业机构共同支撑的新型照护体系。陪诊就医服务的不断升级完善,体现

了社会文明程度的提升,它让每个需要帮助的人都能有尊严地就医,让医疗服务更具人性化温度。

未来,随着老龄化程度的加深,陪诊服务必将迎来更广阔的发展空间。但要让这项服务真正发挥最大效益,还需要在专业化、规范化、普及化等方面持续发力。只有构建起政府引导、市场运作、社会参与的多方协同机制,才能让陪诊服务成为医疗体系中不可或缺的温暖力量。

文明健康 绿色环保 公益广告

诚信

车无辕而不行 人无信则不立

丽水市文明办 宣