

在山高路远处 探寻乡村“最优解”

■本报记者 付名煜 通讯员 陈艳燕 任梦瑶

对地处松阳最偏远山区的小吉村而言,选择发展路径并不容易。

尽管村名带着吉祥的希冀,命运却几经浮沉。早年因木材交易兴起,小吉村一度被誉为“松阳小香港”,商贾云集,车马喧腾。可随着生意式微,这个靠山吃山的小山村也站到了发展的十字路口。

这样的困境,激发了村民逆势突围的决心。他们将高海拔劣势转化为生态优势,种水稻、种蔬菜,从拼产量转向拼品质。与此同时,红色文化被激活,嵌入生产生活中,唤起认同,也创造价值。农业和文化的“双轮驱动”,让小吉村步入了可持续的差异化赛道。

乡村振兴没有“万能公式”,而是因地制宜地找出“最优解”。在那些最偏远、最难破局的地方,往往孕育着最真实、最有力量的希望。

高山之上,一根豆荚的命运反转

到小吉村的路,不好走。

方向明确,过程却反复:车轮在山道间一圈一圈盘旋,仿佛没有尽头。近2小时后,绕过最后一道弯,眼前才豁然开朗——一座被群山环抱的村庄像是从地图边缘忽然现身。

这是松阳最偏远的山村,位于龙泉、松阳、遂昌三地交界,素有“鸡鸣三县”之称。也正是这个特殊的地理位置,让它曾在区域贸易中扮演过独特角色。

“那时候,村里一天能有十来辆半挂车出入,主街上开了5家餐馆,都是为了招待来做木材生意的人。”村民吴冬明回忆。

热闹的高光时刻过后,在“生态立市、绿色兴市”发展战略的引领下,“保护山林”的思潮开始在村里蔓延。吴冬明说,从21世纪初起,越来越多人丢掉了伐木的斧子,开始守护生态。

但改变不是一夜之间发生的。2002年之前,小吉村在新的时代命题前踟蹰了几年。树不能砍了,还能靠什么挣钱?转机出现在“海拔”这个概念普及之后。小吉村地处850米的高山上,昼夜温差大,“特别适合种蔬菜”。于是,高山四季豆成了新的试验品——事实证明,它不仅连片生长,而且“长得很好”。

试种的第一年,四季豆一上市便脱销。原来,平原地区的四季豆因气温限制,每年分春播和秋播两次种植,以避免暑期高温天气。而“小吉豆”能从7月一路采到10月,错峰上市,正赶上供应空窗期。

更重要的是,它“好吃”。色绿、豆长、口感脆。吴冬明说,来村里收购过一次的菜贩子,第二年会提前联系合作。他们知道,错过了小吉的窗口期,就得等来年。

起初只是零散种植,但供不应求的现实很快倒逼出集体行动。大家开始平整闲地、搭藤架,家家户户都种上了四季豆。短短几年,种植面积就扩展到了260亩,几乎遍布整个村庄。

但产业能不能做大,不仅靠“种得好”,还得“卖得稳”。这一点上,小吉村也没走老路。村党支部牵头成立了农产品专业合作社,推行“订单农业”。不是种完再找销路,而是先议定价格、签下协议。有人把这种机制形容为“给村民托底”,因为它有效对冲了市场行情波动带来的风险。对农户来说,这比某年卖高价更重要。

“一亩四季豆的利润,是水稻的5倍。”吴冬明告诉记者,种豆对劳动力要求不高,年长的村民也能胜任。更关键的是,它稳定,风险低,有盼头。

这是一条典型的“因地制宜”路径——高山地区、气候独特、人迹罕至,这些曾是发展的阻力,如今却成了比较优势。只不过,优势的识别与转化,需要时间,需要集体智慧,也需要一次次小心求证。

生态赋值,一场产业的思维之变

登高远眺,小吉村呈现的是最符合人们预期的“山清水秀”气质:层峦叠嶂,梯田如织,空气清冽,人声稀疏。但在这片看似波澜不惊的山谷中,一场关于农业、关于品牌、关于价值重构的产业变革,正在发生。

靠四季豆打开致富“山门”后,小吉村民并没有止步。2017年,村里的股份经济合作社作出了一个颇为“冒险”的决定:引进新品种“明珠4号”水稻。这种水稻产量不高,并非市场的主流选择,但它口感软糯、香气浓郁,能富集更多营养物质,尤其适合高山生态环境。

在一众主打“高产”的种子中,“明珠4号”显得冷门又另类。“不怕产量少,只要能卖好价。”合作社负责人金香娟清楚,实现差异化种植不是噱头,而是系统工程。她请来省农科院专家,制定种植规程,限制化肥农药使用,强调土壤管理。村民最初迟疑,“产量低,值不值?”她用实地示范说服他们:只要品质够硬,市场就会买单。

事实验证了这一判断。

“小吉红生态大米”很快走进了杭州、上海等地的中高端超市。品牌名里加入“小吉”与“红色文化”双重意象,包装设计强调产地元素和生态标签,价格也跳出了传统农业的天花板——每公斤稻谷的售价就达7元,精米更是卖出了每公斤20元的好价,是普通大米的4倍。

支撑这一切的,是一个逐渐成型的农业组织体系。合作社不再只是“搭帮结伴”,而是明确了标准、定价、收购机制、市场推广,逐渐建立现代农业意识。

种粮的逻辑也因此发生了根本变化,不再聚焦于“有多少收成”,而是主动思考“该种什么品种”,更进一步,是“怎样定义小吉的生态价值”。

眼下正值高山水稻的插秧季,有秧田里一片繁忙。村民们卷着裤腿、弓着腰,有条不紊地将秧苗移栽到梯田里。“以前种地是图温饱,现在是为了提高品质。”村民的话虽简单,却道出了深刻的结构性转变:从生存农业到消费导向农业,从传统种植到价值驱动。

有了“生态大米”的成功经验,围绕“小吉红”这一地理标志商标品牌,村里又陆续推出了山茶油、梅干菜、红薯粉等系列产品,意在打造完整的高山生态农产品矩阵。

这是小吉村在乡村振兴进程中交出的“复杂解”:不靠单个产品“爆款出圈”,也不全盘复刻产业模板,而是基于山地生态、文化符号和市场逻辑,开辟有韧性的农业路径。

“第二曲线”:红色文化参与现实重构

如果说绿水青山赋予了小吉村得天独厚的自然禀赋,那么革命先辈在此浴血奋战的光辉岁月,则成为另一笔宝贵的财富。

这里是浙西南革命的主战场之一,是浙西南革命史上著名的“小吉会议”召开地、浙西南特委的成立地和浙西南军分区的诞生地。村中散布着5处红色革命遗址,4幅红军标语,它们不是旅游布景,而是这片土地真实经历的历史切片。

2023年,在中央、省、市、县委组织部和财政局的关心和支持下,枫坪乡党委以中央红色美丽村庄项目建设为契机,对小吉村开展整村规划、整治提升、氛围营造和节点打造——不是简单修复遗迹,而是在保留村庄风貌的基础上,将红色记忆结构性地“激活”。

漫步村中,星火广场、复原瞭望台等节点串珠成链,红绿交织的景观小品点缀其间,构成新的空间体验体系。历史也因此成为可进入、可感知、可讲述的现实场景。

红色资源的价值转化并不止步于“景观”。更关键的,是将它导入村庄发展脉络。

如今,小吉村的年均游客接待量超8000人次。对一个偏远山村来说,这足以带来可观的流量。更难得的是,这种流量并非碎片化的,而是通过“红绿融合”逐步走向组织化:以“小吉会议”旧址为核心,乡苏维埃政府旧址、慈航禅院、古树群、永庆桥、兴义社、观景台等6个点位为辅,形成完整的红色教育研学路线,串联文化、生态与乡土体验。

村民也在其中找到了位置。金香娟便是典型——她原是土生土长的农户,后来参加红色讲解培训,成为颇有口碑的“地导”。她讲史,不是按稿念词,而是从村庄记忆出发,讲出一个个祖辈亲历的故事,打动人心。她说,干好这份工作不只为多挣钱,而是想让更多人“认识小吉”。

还有的村民开出了农家乐,有的则做起了农产品电商。真正的变化不限于“增收”本身,还在于认知的转变。人们意识到,红色文化不是静态的,它可以链接产业、创造就业、引导村庄自我更新。

这些年,小吉确实“变好看了”——路面平整了、旧屋翻修了、杂物清走了,房前屋后种上了花草。这些变化的底层,除了基础设施投入,还有村民主体性的觉醒。

正是在此进程中,红色资源不仅见证着村庄的过往,也逐渐成为偏远山村走向未来的锚点。



记者手记

偏远之地 何以得解?

本报记者 付名煜

长期以来,实现偏远山村的振兴发展似乎是一道难解命题:交通闭塞、人口流失、产业薄弱……现实确实严峻,但破题的关键不在于“是否困难”,而在于“能否思考”,因为真正的转机不是模仿来的,而是生长出来的。

小吉村没有诞生奇迹,它只是选择了“有解思维”。它不跟风搞“网红经济”,也不争抢城市溢出的流量红利。村民从自己最熟悉的土地和山林里找到了出路:三县(市)交界的地理,曾是历史遗留,如今却成了木材贸易的天然节点;高海拔原本是交通与农耕的制约,如今却助推了生态农业的兴起;而那些被时间沉淀下来的红色记忆,也正在重新被定义为文化资源,绽放出不可替代的价值。

这是一次次脚踏实地的判断——这个村庄需要什么,能做什么,又能实现什么。这种差异化思路,正是“有解思维”的体现。金香娟告诉记者,当地还流传着一则逸事:上世纪50年代初,小吉村的归属问题迟迟未定,龙泉、遂昌和松阳都曾希望将小吉村划入辖区内。这样的民间讲述背后,是一种强烈的归属感。故事也许是虚构的,但村民的认同感是真实确凿的。

认同让人留下来,认同让人愿意相信未来。一个地方要实现可持续发展,肯定不能靠政策独奏,而是靠人心的合唱。山村也许地处偏远,但求解的答案可能就在脚下。

事实上,解题思路并不复杂:是否定困难,而是不放弃寻找路径。而困境中找到的出路,也不会始于冲动和奇迹,而是在韧性、洞察、持续的选择中,逐渐明晰方向。

本版制图/蒋巧巧 设计/王少剑