

义乌农创客用文创产业助力乡村振兴—— 金靖:想学蒲公英,飘落成花海

本报记者 何贤君 杜羽丰 共享联盟·义乌 余依萍

立夏刚过,正午气温逼近30℃。在义乌市后宅街道李祖村的后山上,300多亩义山山花梨正迎着骄阳茁壮生长。不远处,头戴草帽、个子高挑的金靖向我们招手。“看这边,这些苗是最近新种的。”金靖指着梨山另一边的施工现场,“那是梨加工作坊,今年底就能投入使用。”

金靖,浙江子云乡遇农旅农业开发有限公司创始人。1984年出生的她,大学毕业后搞过茶山,办过文创园、干过农旅,2020年8月正式成为李祖村职业经理人。3年多时间里,她带领运营团队为义乌市后宅街道李祖村重新打造IP、引入年轻创客、构建全新的乡村产业布局。

董事长、政协委员、三八红旗手……名气越来越大,头衔越来越多。对自己的定位,金靖坦言,她还是喜欢那个最朴素的称谓:农创客。

越挫越勇,“农二代”涉足文创产业

毕业于浙江工业大学的金靖,本身是一个“农二代”。父亲金伟东在义乌大陈镇经营着“浙江道人峰茶业有限公司”,巅峰时期,茶园面积有两万多亩,是当地小有名气的茶叶大户。2006年夏天,大学一毕业,金靖果断放弃留在省城的机会,打算发挥所学专业,帮父亲做大做强茶园生意。

8年间,“不安分”的她带着自家茶叶跑到杭州、南京、上海等地参展,甚至远赴日本、新加坡各种茶博会上去见世面,试图寻找茶园发展新路径。

一路走来,她一直在思考:茶叶企业未来究竟在哪里?“道人峰规模快接近天花板了,继续走传统经营道路不一定对。”大学兼修国际贸易和工商管理专业的金靖,总想给茶园带来一些新气象。2013年,一次不经意的调研机会,让金靖接触到了文创产业。“一个农业产业园,居然有专属IP,吃喝玩乐一条龙。”看着当地停车场拥挤的车流和众多的游客,金靖羡慕不已,“原来农业还可以这样玩!”

很快,好学的金靖把这套模式搬到了道人峰,开民宿、办培训、搞沙龙,试图打造出义版的茶文化园。但无论是业绩还是人流,结果都不如人意。“创意水土不服,加上义乌缺少文创的氛围,很容易以失败告终。”这是金靖多方请教后,专家给出的答案。

“没氛围我就去营造氛围。”不服输的她又与朋友合伙,在义乌闹市区开起了1970文创园,为农产品和乡村赋能,让大家关注文创产品的开发与推广;微信社群风生水起时,她组建了“义乌美女会”并出任会长,把农业与新女性结合起来举办各种活动。虽然最后该项目折戟沉沙,但至少为义乌培养了一大批茶艺师。

越挫越勇的金靖第一次尝到“文创农业”的甜头,是“大陈小集”。2019年,她应义乌市大陈镇政府之邀,为当地打造一个区域性品牌策划。她为此设计了一个带有鲜明文创基因的品牌,设计了独有的IP形象“陈陈”和“集集”。“陈陈”是喜欢与人分享的“推荐官”,“集集”是喜欢收集好物的“收集控”。“既体现生态特色,又用文创唤起消费者的乡愁记忆,以及对健康农产品的追求。”金靖说。

“大陈小集”汇集了大陈镇32个村的豆制品、高粱酒等25个品种特色农产品,累计为当地农业增收超1800万元,带动大陈镇200多户村民致富,旅游收入超6000万元。

别出心裁,与李祖村签下对赌协议

“大陈小集”小试初成,让更多人关注到了金靖。曾任李祖村村委会主任的方义民便是其中之一。

有着500多年历史的李祖村,以前被叫做“水牛角村”,意思是没有希望的村庄。2003年,浙江启动“千村示范、万村整治”行动,李祖村成为第一批整治对象,村庄逐渐有了起色,并打出“国际创客村”的牌子,招引了一批创客。但很快,随之而来的是村庄发展的一系列问



▲ 金靖(左)荣获2023年度浙江乡村振兴共同富裕带头人“金牛奖”。

▲ 金靖(右一)介绍李祖村女性创业就业和乡村振兴建设开展情况。

人物名片

金靖 义乌大陈镇红峰村人,毕业于浙江工业大学,现任浙江子云乡遇农旅农业开发有限公司董事长、义乌市李祖村职业经理人、金华市政协委员。先后荣获金华市三八红旗手、金华市协作共富优秀企业家、2020长三角乡村旅游创客领军人物、2022年省级“新农匠”、第六届义乌最美科普人、2023年度浙江乡村振兴共同富裕带头人“金牛奖”等荣誉。

题:创客留不住,招商招不来、村内没游客、集体没收入。

“要不然你来试试?”在方义民几番劝说下,2020年,经过几个月实地调研和可行性论证后,金靖以“乡村CEO”的身份进驻李祖村。刚到李祖村时,村内创客只剩下十几家,且随时有可能离开。“3个月内,要完成34个新业态的引入。”这是双方对赌协议里对金靖提出的明确要求。

“行不行?我心里也忐忑。无论如何,干起来再说。”创意十足的金靖很快想到了众筹的概念,“一个业态,创客觉得一个人吃不下,没关系。我帮你找合伙人,大家一起众筹开店。”

搞创客村,氛围打造至关重要。她从村庄500多年的历史入手,改造建筑、设计墙绘、布局集市。其中,光乡村文化

设计图就来回修改了几百遍。借助文化的植入,一个年轻人向往的创业空间跃然而出。“这里天地广阔,装得下肉身和灵魂”“人,是美好事业;出,是诗意乡野”……很快,一批创意招商海报在当地人的微信朋友圈疯狂刷屏。“很幸运,跟对了‘千万工程’的节拍,也踩准了年轻人的需求点。”两年多时间里,金靖团队为李祖村招引来200多名各具特色的农创客,其中110多人是大学生,业态数达到了62个。

“每一位创客都是我的贵人,只要他们在,李祖村就一直散发着活力。”金靖带领运营团队通过众创共营的模式,在村里孵化了“小顽国游乐园”“十亩时光露营基地”“妈妈的味道美食街”等一批文旅项目;在营销上,她通过策划摄影节、音乐节、文化艺术节等一系列活动,

打响农创客集市等文旅品牌。

“现在李祖村也有了自己的IP,叫‘有礼的祖儿’。以梨为形,以礼为魂,做成伴手礼,打造品牌,展示展销秋梨膏、梨想‘香囊’等20多款本土系列农产品。梨山,梨加工坊也在陆续谋划。”金靖说。

数据显示,李祖村的村民人均可支配收入从2003年的不足5000元升至2023年的6万元;村集体年收入从1.1万元升到365万元;2023年全年游客量高达70余万人次。

志向远大,培育更多乡村领军人才

五一假期5天时间,有8万多人游客涌入李祖村。停车场挤满了车子,

村内交通一度瘫痪。“我当年羡慕的场景,终于照进了现实。”作为见证李祖村发展的一分子,金靖感慨不已。

如今,越来越多的乡村找到金靖,希望复制李祖村模式。“甚至有人邀请我直接去运营,我都回绝了。”如今,闲不下来的金靖有了新的想法。在她看来,当下最重要的,是依托李祖村的众创空间,在扶持和培养本地农创客的同时,持续强化实践培训体系,改善课程内容设置,把李祖村打造成乡村版的“世界超市”,为乡村发展筛选人才和项目。

“她的想法很超前,也很有预见性,我们的理念很一致。”受金靖感召,今年3月,在培训方面有着丰富经验的农创客导师陈枫来到李祖村,将李祖村的经验总结成课程,办起了“实干家特训营”,目前已吸收培训了来自广东、湖南等省内的1000多名学员,“一手培养人才,一手孵化项目,从培训切入,创业孵化为核心机制,为乡村发展筛选人才和项目。”金靖说。

金靖还有个更大胆的想法,就是把全国各地的农创优秀案例引入李祖村,把李祖村打造成乡村版的“世界超市”。“你需要什么经验和案例,都可以在这里找到。”

最近,金靖经常和后宅街道组织委员赵丹婷聊到深夜。他们一致认为,可以复制的不止是李祖村,还有人。目前,义乌市442个村已实现青年委员全覆盖。“最好把这些敢想敢干、富有朝气的年轻人,复制成一个又一个我。”金靖说,目前他们已培训青年委员200多人,预计今年还将有400人次的青年委员完成两遍轮训。在他们的帮助下,已经有10个青年委员参与或指导的项目落地。

“我们要紧紧围绕乡村振兴战略,加快培育一批能够带动产业发展、农民致富的乡村领军人才。金靖是其中的佼佼者。”义乌市委组织部副部长金昭非这样评价。

金靖有一个梦想,就是希望自己能成为一朵蒲公英,一阵风吹过,种子飘扬出去,来年成为一片花海。

松阳“蜂王”弘扬百年古法养蜂技艺——

麻功佐:“归乡雁”编织甜蜜致富梦

本报记者 吴承宇 黄彦

眼下的松阳县大东坝镇横樟村,山色翠绿,百花烂漫,处处弥漫着沁人心脾的花香。

近两年,这个距离县城10公里的小村庄在抖音、快手等短视频网站非常火。因为这里出了一个网红“蜂王”麻功佐。

在外闯荡多年回乡的麻功佐,热衷古法养蜂、直播卖蜜,立志弘扬有着几百年历史的古法养蜂技艺。他成功自主培育了强群高产的新蜂种,实现了蜂蜜产量翻番。他还联合20余名“90后”返乡青年,利用电商平台开展直播卖货,分享乡村美好生活。

把家乡的好蜂蜜卖到更多地方去,让更多人过上“甜蜜蜜”的生活,是麻功佐返乡创业十年来的心路历程。在他助力下,松阳的土特产正通过电商源源不断地销往全国各地。

被蜜蜂蜇了几十下送医院抢救

如果没有回家卖蜂蜜,如今的麻功佐或许还在经营女装生意。

2011年,大学毕业的麻功佐在杭州开了一家女装网店,赚取了人生的第一桶金。正当他思索下一步如何发展时,一次回家探亲的经历让他发现了新商机。

横樟村是一个有着1000多年养蜂历史的村子。在一次回家探亲后,他给同事带来了自家的土蜂蜜,大受欢迎。随即,通过电商销售土蜂蜜的想法在他的脑海里冒了出来。

经过一番思索,2014年,他毅然回到家乡,开始追寻养蜂梦想。然而,麻功佐在初始阶段就遭遇重大挫折。由于缺乏养蜂知识,他将蜜蜂桶置于密集地放置在同一棵树上,导致蜜蜂无花可采,大量蜜蜂桶从树上掉落,200公斤的蜂蜜全部流失。

这场灾难让他深刻反思。后来他通过走访老蜂农、参加培训和学习现代化科学养蜂技术,逐渐掌握了蜜蜂的习性、环境需求以及传统的养蜂方法。在这个过程中,他发现了传统养蜂方法的繁琐和低效,决定从培育新蜂种、提高产蜜效

率等方面入手进行创新。

麻功佐从探索蜜源地的时空差异入手,深入研究后发现通过小范围的迁移,可以确保蜜蜂一年四季都有稳定的蜜源可供采集。通过这种巧妙的时空转移策略,他成功地提高了蜂蜜的产量。除了利用蜜源地时空差异,麻功佐还从培育新蜂种角度入手。“每个蜂箱都有一个蜂王,但是每箱蜂的蜂王基因不一样。”麻功佐指着一箱蜜蜂说,有的特别会蜇人,有的蜂多蜜少,所以通过挑选好的基因,把发展能力强和采蜜量高的蜂挑选出来,通过移植蜂王卵,培育新的优良蜂种。

在培育过程中,免不了和蜜蜂“亲密接触”。有一次半夜在蜂场干活时,麻功佐失手打翻了一个蜂箱,被惊扰的蜜蜂们给了他几十下“尾部警告”。他当场中毒,被送到医院抢救时全身上下已经“肿得像个大癞蛤蟆”。

“那是我人生第一次输氧,从那以后,我被蜜蜂蜇了再也不会肿,因为身体里有了抗体。”他毫不在乎地说,这应该就是养蜂人的“军功章”。

正所谓功夫不负有心人,在全家人的共同努力下,麻功佐自主培育出强群高产的新蜂种。此外,他还根据本土中华蜂的生活习性,创新研发出适用于蜜蜂转地的方箱活框养殖技术,还独创中草药配方防治巢虫技术,这些新技术使得蜂蜜产量在原有基础上翻了一番。

收割蜂蜜短视频收获数十万点赞

“这瓶晶莹剔透的蜂蜜,这是我们当地地产的天然蜂蜜,无任何添加剂,它直接从蜂巢中提取,保留了最纯真的美味与营养价值。”麻功佐举着瓶子,坐在摆满土特产的桌前——新鲜蜂蜜、烘干菌菇、有机茶叶以及风味独特的腌制食品。他慢慢调整摄像头,确保每一样特产都能清晰地展示在观众眼前。从开网店到短视频带货,麻功佐通过各种方式来拓宽蜂蜜销售渠道。

松阳农产品资源丰富,当地制定出台系列政策,大力推动本地农村电商发展。麻功佐曾成功经营过网店,深谙电



麻功佐直播带货。

人物名片

麻功佐 男,松阳县大东坝镇人,中共党员,丽水横樟蜂业发展有限公司董事长、全国青联委员、共青团丽水市第五届委员会常务委员,先后荣获“全国农村致富带头人”“浙江省农村青年致富带头人标兵”“浙江省首届青牛奖”“2022年度‘最美浙江人·最美乡贤’”“浙江省数字乡村‘十大先锋人物’”等多项荣誉。主营产品横樟蜂蜜被评为“浙江省土蜂蜜十大名品”“蜂产品十大名品”。



麻功佐(右)与老蜂农交流养蜂经验。

本版图片均由受访者提供

商之道。2014年8月,他牵头成立了松阳金铭中华蜂养殖专业合作社,通过“电商+合作社+土蜂蜜”的创新模式打开销路。

在他的带动下,附近山区村民纷纷投身到中华蜂的养殖之中。一步步的叶老伯,2015年开始养蜂。“一开始养了三四箱蜂,没有技术,就是采不到蜜。”叶老伯回忆,正在他发愁的时候,麻功佐找上门,手把手教他如何养蜂。“现在我养了近100箱的蜜蜂,一年收入有近10万元。”

麻功佐采取统一收购、统一销售的策略,那一年,合作社便销售出2500余公斤的土蜂蜜。之后,他再接再厉,累计投入500余万元,丽水横樟蜂业发展有限公司应运而生。然而,生意兴隆的背后,也隐藏着挑战。早期的电商平台主要通过图

片展示商品,但静态的图片往往难以充分展现产品的魅力,消费者的购买欲并不高。2018年,短视频异军突起,麻功佐迅速捕捉到短视频的巨大潜力。

他带领团队迅速行动,在各大短视频平台开设账号。在一个高山村,麻功佐养的一桶蜜蜂到了收割的时候,他就地取材,拍了一段收割蜂蜜的视频。视频中,他手持专用工具,割下蜂蜜尝了一口,并与村里另外两位小伙伴分享。出乎意料的是,这段真实生动的视频迅速走红网络,点赞数飙升至几十万,带货销售更是冲破20万元大关。

通过合作推广和分享,麻功佐的短视频影响力日益扩大,越来越多的城市居民通过这些短视频,对乡村生活产生了浓厚的兴趣。“曾经在直播上说麻哥的生活就是我的梦,现在也能体会一下这

个梦了。”今年“五一”专程来松阳游玩的粉丝,在评论区里这样留言。

麻功佐带动的不仅仅是农产品的销售,更为乡村旅游注入了新活力。“短视频就像一座桥梁。”麻功佐感慨地说,“它连接了大城市与乡村,为我们的农产品打开了一扇宣传的窗口。而电商和物流,则让这些宝贝走出大山,走向世界。”

把更多大山里的农产品推广出去

致富不忘桑梓情,有蜜同享助振兴。在寻找高品质蜜源和养蜂基地的旅途中,麻功佐免费向有蜜蜂养殖技术的留守老人、贫困户以及想养蜂的村民提供各种蜂具,与他们签订蜂蜜收购合同,带领他们一起增收致富。

