

河北省青龙满族自治县：

守护绿水青山 绘就北方山区乡村振兴新画卷



记者 宋春勇 □ 李宇涵

燕山深处,长城脚下。在河北省秦皇岛市的青龙满族自治县曾经是“守着绿水青山过日子”的纯山区县,如今正以“护山生金、电商通途、农旅融合”的生动实践,全力打造具有北方山区特色的乡村振兴“青龙样板”。

从“荒山无宝”到“生态宝山”,从“物产难销”到“网通天下”,从“单打独斗”到“三产融合”,青龙用实干诠释了“绿水青山就是金山银山”的深刻内涵,为北方山区县域高质量发展提供了可复制、可推广的鲜活样本。

生态产业双向赋能 荒山蜕变为“宝山”

作为“八山一水一分田”的纯山区县,青龙满族自治县坐拥燕山山脉优质板栗资源,但长期受交通闭塞、产业链短、生态保护与产业发展协同不足等问题制约,丰富的山林资源未能转化为发展优势,让“有山”成了村民的“心头愁”。肖营子镇五指山村的栗农许淑敏,至今记得过去板栗丰收的场景:熟透的板栗从枝头坠落,滚进山间灌木丛,没人愿意浪费时间捡拾。“栗子丰收了,得雇人采摘,之后还要拉到十几里外的收购点排队售卖,可卖的钱连工钱都不够付。”无奈之下,村民们砍倒栗树改种玉米,“一年忙到头,一亩地也就收千八百元,除去种子、化肥、人工等开销,根本剩不下多少。”那时的青龙,漫山板栗林成了“青龙有山没宝”的无奈叹息。

乡村振兴战略实施以来,青龙依托“燕山山脉京东板栗带”的天然禀赋,将生态修复与产业升级同步推进。通过实施“扩绿、兴绿、护绿”工程,把退耕还林、防护林建设与板栗种植深度融合,全县板栗种植面积扩展至100余万亩,建设新品种新技术试验园30个(推动品种改良与种植技术升级),植被覆盖率提升至74.83%,筑牢了生态与产业协同发展的根基。同时,当地创新“公司+合作社+农户”模式,构建“专家+技术指导员+栗农”技术服务网络,推动板栗种植向规模化、标准化转型。许淑敏感慨道:“同样是种板栗,现在既能靠卖栗子增收,还能在合作社打工顾家,真是‘靠山吃山、护山生金’!”

生态优势的持续释放,让青龙的“绿水青山”不断延伸出多元致富路径。在凉水河乡,一棵树龄超千年的“中华板栗王”古树,曾因病虫害一度叶子枯萎。县里专门请来林业专家制定专项保护方案,为古树搭建防护栏、补充营养土,同时创新推出“古树认领”项目。古树结出的板栗被包装成“古树珍品”限量发售,每斤售价达50元仍供不应求。“现在来村里看古树、买板栗的游客越来越多,村里的核桃、小米等农特产品也跟着打开了销路。”凉水河乡村民郭之起说,古树成了村里的“摇钱树”,也让更多人知晓了青龙板栗的优良



品质。

不仅如此,草碾乡还另辟蹊径,把荒坡变成了“阳光银行”。该乡山坡上,一排排光伏板整齐排列,与漫山板栗林相映成趣——这正是青龙“农光互补”项目的生动缩影。草碾乡有大片岩石裸露的荒坡,长期闲置,既种不了庄稼,也长不好树木。乡里引进“农光互补”项目后,在荒坡上搭建光伏板。建成的光伏电站不仅为电网输送清洁能源,还吸纳周边村民就近就业。厂沟村村民陈丽芳就是其中一员,她每天在电站厨房担任大厨,每月能挣2300元。“过去我得去外地打工,现在在家门口就能挣钱,这样的日子以前想都不敢想!”如今,青龙林果、光伏、生态旅游多元业态协同发展、共生共荣,昔日荒山真正变成了群众致富的“绿色银行”。

物流品牌双轮驱动 “土货”跃升“网红”

“过去卖板栗,得推三轮车跑十几里路,还常被收购商压价。”这是青龙农产品“出山难”的真实写照。作为深山区,青龙曾因物流不畅、品牌缺失,让优质“山货”陷入“养在深闺人未识”的困境。破解农产品流通瓶颈,成为青龙推进乡村振兴的关键一跃。

2021年,青龙紧抓“国家级电子商务进农村示范县”建设机遇,创新推行“三级书记”抓电商工作机制,将物流建设摆在产业升级的核心位置,构建起“县—乡—村”三级物流体系。投资2.12亿元建成的都源湖电商物流产业园顺势拔地而起,整合圆通、申通、韵达等8家快递企业推出“邮快合作”模式,通过集中分拣、统一运输大幅降低物流成本,1公斤以下包裹平均资费从5元骤降至2元。更为关键的是,全县396个行政村实现村级物流服务站全覆盖,昔日“快递到乡不到村”的困境彻底终结。

青龙镇五道沟村返乡青年满立峰对此感受深切:“以前收完板栗,得自己雇车拉到县城发货,光运费每斤就占去三成利润。”如今,村级服务站的快递员每天上门取件,“早上摘的板栗下午就能发货,京津地区客户第二天就能收到,新鲜度完全有保障。”借助物流便利,他的电商店铺单场直播最高成交额达1万余元,不仅个人收入较传统销售模式

翻了一番,还带动村里60多户栗农增收。

品牌赋能下,龙头企业扛起了板栗深加工的大梁。在秦皇岛百峰食品有限公司的生产车间内,自动化生产线上颗颗板栗经筛选、去壳、杀菌等程序后,变身板栗仁、冰栗等深加工产品。“公司采用速冻锁鲜技术破解板栗‘半新鲜’的短板,全面提升产品附加值。”公司顾问杜青刚介绍,这些产品不仅畅销国内市场,入驻盒马鲜生等大型商超,还远销日韩、欧美等国家和地区。截至目前,企业的板栗及深加工产品订单额达1.23亿元,较去年同期增长10%,展现出良好的市场增长活力。

“物流通”更要“品牌亮”。青龙成功打造“满意青龙”区域公用品牌,跻身“中国农产品区域公用品牌(新锐)10强”榜首;重点培育“青龙板栗”“青龙苹果”等单品类区域公用品牌5个,其中“青龙板栗”成功获批国家地理标志证明商标,多款产品入选全国乡村特色产品目录。百峰食品公司等企业开发的冰栗、板栗仁等100余款板栗深加工产品,依托速冻锁鲜技术实现“四季供应”;满族非遗黏豆包仅通过线上直播带货,年销量就超千万元,昔日的“山货”如今成了网购“顶流”。

品牌与物流的协同效应持续释放。目前,全县电商主体近4000家,从业人员1.5万余人,带动当地群众人均增收近2000元。2025年1至8月,全县电子商务交易额已达20.06亿元,同比增长13.91%。从满立峰的直播间热度攀升,到满族非遗黏豆包跻身网购“顶流”;从板栗深加工产品远销海外,到村级物流服务站日夜忙碌,青龙用物流与品牌的双轮驱动,让昔日“养在深闺”的土货,真正蜕变为享誉全国的“网红珍品”之一。

三产联动激活潜能 山村蝶变“打卡地”

“守着红色遗址、百年栗林,以前不知咋变现。”祖山镇花厂峪村党支部书记赵凤鸣的话,道出了青龙曾经的资源转化困境。在这片“八山一水一分田”的土地上,藏着红色记忆、满族风情与千年栗林,却曾因思想保守、业态单一,让优质资源“沉睡”山间。如今,青龙以“画境诗天 满意青龙”为品牌内核,深挖红色文化、满族文化、长城文化与生态资源,着力推动沉寂山村蜕变为远近闻名的“打卡地”。

红色文旅是唤醒山村活力的“先手棋”。花厂峪村作为长城阻击战主战场,84名村民为保护伤员壮烈牺牲的事迹,是当地最珍贵的精神财富。该县深挖红色资源,修建了村史馆、抗日纪念馆,打造红色研学基地,并推出“抗战足迹徒步线”:从纪念馆出发,途经伤员隐蔽洞、战壕遗址,最终抵达百年栗林,形成“红色教育+生态体验”的独特路线,年接待游客超10万人次。“游客反馈,先听英雄故事,再亲手摘板栗,这样的体验让他们印象特别深刻。”基地讲解员赵艳红介绍。“来村里旅游的人多了,到农家院吃饭的客人也跟着多了。”开办农家院的陈庆军说,自家农家院凭借“板栗炖土鸡”“野菜团子”等特色农家菜走红,旅游旺季时天天满座,最多一天接待300多人。

满族民俗为农旅融合注入“文化魂”。隔河头镇大森店村依托满族人口占比高的优势,成立民宿合作社,将11座闲置房屋改造成满族特色民宿;青瓦灰墙搭配木雕窗棂,室内陈列满族刺绣、传统农具,炕桌上摆放黏豆包、水豆腐等非遗美食。合作社创新推出“民俗体验套餐”,游客可跟着村民学习制作满族传统美食,参与“山地越野”挑战赛,体验植物拓染等活动。此外,传统节日期间还会举办满族寸子秧歌表演,游客可坐花轿、扭秧歌,沉浸式感受民俗魅力。“以前村里老房子空着积灰,现在修缮改造成民宿后,户主们都能收租金。我在民宿当服务员,一个月能挣2000多块钱。”村民鲍雅君曾常年在外打工,如今回村就业,年收入达2万余元,既能挣钱又能照顾老人,日子过得踏实又红火。2024年,全村文旅综合收入近百万元,人均增收1000余元。

不止于此,青龙创新实施“板栗+”发展模式,推动板栗产业与工业、商业、旅游、康养、文化等领域深度绑定,让三产联动效应持续放大。肖营子镇建设“秋山度·栗”古栗林景区,游客可骑马穿行栗林,在栗树下编织栗花辫,听技术员讲解2000多年的板栗栽培史,还能参与古树认领项目。紧邻古栗林的百峰食品公司,不仅将冰栗、板栗仁等深加工产品引入景区展销,还推出“板栗宴”,以栗仁炖排骨、板栗酥等特色菜品留住游客味蕾。而在明长城冷口关外的山海间地热温泉度假

假区,一座座温泉泡池散落于山林间,游客既能欣赏满族非遗《猴打棒》表演、参与篝火晚会,又能在离开时带几袋冰栗作为伴手礼,实现“文旅+特产”的双重体验。

农旅融合的成效已走出深山。2025年中国国际服务贸易交易会上,青龙展区通过开展板栗制品品鉴、文旅宣传片展播等活动,吸引3.9万人次参观,发放旅游宣传资料及景点门票7500份,现场农产品销售额近16万元。如今的青龙,从花厂峪的红色研学路到大森店的满族民宿院,从秋山度的古栗林到冷口关的汤印温泉,“小板栗”串联起种植、加工、销售全链条,“老文化”激活了旅游、康养、研学新业态。这方曾经沉寂的山水,正以三产联动的智慧,书写着山村变“打卡地”、资源变财富的振兴答卷。

从“青龙有山没宝”的无奈,到“穷山变宝山”的蜕变;从实现脱贫摘帽,到全面推进乡村振兴,青龙的实践深刻证明:山区不是“落后”的代名词,只要立足资源禀赋、坚守生态底线、激活内生动力,就能让绿水青山持续释放生态效益、经济效益和社会效益。如今的青龙,正以“北方山区乡村振兴样板”的姿态,在燕赵大地上书写着新时代的“山乡巨变”。



摩登modern

高颜值 10重安全守护

雅迪

王鹤棣

雅迪品牌全球代言人

广告

*“10重安全守护”是指本产品采用10项安全防护功能,全面提升骑行安全性与稳定性,具体包括:一个结构-专为女性设计的车身人机结构;两项守护-电池安全守护、智能安全守护;三项防护-防碰撞、防侧滑、防飞车;四项稳定-骑行稳、刹车稳、推行稳、驻车稳;

*本页面中展示的车辆为雅迪摩登光芒,该宣传图片、型号、性能等参数仅供参考,具体产品信息请以实际为准。