

# 贵州林下天麻:生态与经济双赢的绿色产业新引擎



□ 本报记者 刘坤媛

在贵州连绵的群山之间,冬季的森林虽透着湿冷寒意,却藏着一派繁忙景象。龙里县、大方县、赫章县的山林里,农户们小心翼翼地种植麻种,采挖着胖乎乎的天麻块茎。这些在林下仿野生环境中采挖同季孕育的珍宝,如今正成为贵州百亿级产业的核心力量,随着2023年天麻被纳入药食同源物质目录,贵州林下天麻食品市场迎来爆发式增长,在大山深处奏响了生态保护与经济发展的双赢乐章。

## 政策沃土育良种 生态禀赋铸品质

贵州是我国优质天麻传统产区,独特的地貌、适宜的温湿度和丰富的林地资源,为天麻生长提供了得天独厚的自然条件。近年来,贵州省将天麻产业作为特色优势产业重点培育,出台多项扶持政策,从良种繁育、种植推广到加工销售全链条赋能。目前,全省天麻经营主体达200余家,其中省级龙头企业19家,建成全国唯一的国家级区域性良种繁育基地,天麻蜜环菌纯化、仿野生栽培等技

术全国领先。截至目前,贵州拥有天麻专利393件,数量居全国第一,获批天麻药品14个、保健食品3个,为产业升级奠定坚实基础。

与传统天麻相比,贵州林下天麻优势显著:生长于原生态林地,遵循自然规律,保留野生天麻营养成分,且克服了麻嘴、异味重的弊端,口感软糯鲜香。经检测,其天麻素含量高,富含硼、锌等有益微量元素,既是药食同源养生佳品,也是食品加工的优质食材,为产品创新提供广阔空间。

## 多地产业齐发力 价值跃升促双赢

毕节市大方县将天麻产业作为农业主导产业,2025年林下仿野生天麻种植面积约8.3万亩,综合产值达21亿元。当地聚焦全产业链,建设原生境保护区与种质资源圃,推广GAP标准种植和质量追溯体系,新建精深加工基地,成立天麻研究院,开发出天麻酒、天麻月饼、天麻刺梨饮等30余种产品,实现天麻价值跃升。

毕节市七星关区自上世纪70年代起探索“林一菌一麻”共生模式,如今建成20.6万亩标准化种植基地,占林地利

用率7.2%。2025年鲜天麻产量4.4万吨,产值22亿元,带动3.2万农户年均增收2.8万元。当地创新“树枝菌材替代技术”,既提升林地利用率,又起到保持水土、助力森林防火的生态作用;构建“长三角—云贵川”线下销售网络与“京东云仓+直播电商”线上体系,2024年销售额破亿,同比增长135%,成为全省最大天麻集散中心。大河林下珍宝合作社的“二次分红”模式,将15%销售利润反哺种植户,带动6个村集体年均增收80万元。

2023年,赫章县获授“全国特色农产品天麻之乡”称号,5万余亩林下天麻以优质乌天麻为主,兼具成品天麻、良种和菌棒供应能力。2025年实现林地每亩增产400斤,林农每人增收2000元,林业每亩增效8000元的“三增”成效。该县建成多座加工厂,年加工鲜天麻约1万吨,开发天麻饼、天麻面条等多种产品;通过农银企产业共同体破解融资难题,实行双保险机制降低自然风险,计划推进三产深度融合。

黔南州龙里县作为“后起之秀”,4年内种植面积达4000余亩,被称为“天麻界的黑马”。龙头企业森泰鑫公司由退伍军人创办,2025年鲜天麻产量500吨,年产值3500万元,预计2026年产量和产值突破1000吨、6000万元。公司研发木材发酵蜜环菌技术,通过“统一供材、技术标准、管理+保底收购”模式,带动农忙日均用工超300人,培训村民3万余人次,发放工资超600万元,实现技术赋能与产业富民双赢。

## 创新模式拓市场 三产融合谋长远

2023年成立的毕节市百里杜鹃管委会的懂草堂公司,以“让药食同源融入生活”为理念,两年内在贵州景区、机场、高铁站开设11家连锁专卖店。店铺采用快销食品店风格,天麻饼、天麻糖果等产品主打休闲定位,虽前期投入200余万元,但2025年已实现自负盈亏,预计2026年跻身全省食品生产人规

统企业。“借旅游热潮打响品牌,让天麻突破传统销售模式。”公司总经理黄新型表示,品牌化是产业必由之路。

数字化浪潮同样为产业赋能,七星关区的“京东云仓+直播电商”、龙里县的天麻直播间,让深山天麻走向全国。2024年七星关区线上线下销售额破亿,龙里县直播间峰值人数达数万人,“线上引流+线下体验”模式有效提升品牌曝光度。

当前,贵州天麻产业正从单一种植向“种植+加工+旅游”三产融合转型。赫章县推进林药试点基地、休闲农业园协同发展,懂草堂实现“旅游+特产”双向赋能;各地精深加工厂不断推出多元化产品,让天麻变身高附加值商品。

产业发展中,贵州始终坚守生态底线,林下仿野生种植实现“不砍树也能致富”。数据显示,七星关区有46个年收入超50万元的天麻致富带头人,多地通过产业实现村集体增收、农户致富,让绿水青山真正成为金山银山,为乡村振兴注入强劲动力。

目前,贵州天麻食品在两湖、两广、四川等地区知名度较高,但北方市场认知度不足,开拓缓慢。如何让天麻突破药材药膳传统加工销售模式,成为产业发展面临的重要课题。业内人士表示,需持续在标准化生产、产品创新、品牌营销上下功夫,依托生态资源保障品质,以多元化产品满足需求,借助旅游、电商扩大影响力。

从规模化种植基地到现代化加工厂,再到连锁专卖店,贵州林下天麻正以药食同源为契机,走出生态优先、绿色发展之路。未来,随着产业链完善、品牌影响力提升,这片黔山秀水中的“金果”,必将在全国市场绽放更耀眼的光芒,让生态与经济效益实现更持久的双赢。



河北省涞水县大龙门村:

## 古村大集年味浓 公益书香暖人心



本报讯(记者 丁新伟 □ 贾晨阳)新春将至,年意正浓。1月25日,河北省涞水县九龙镇大龙门村张灯结彩,明代戍边古城墙下红灯高挂,青石板路旁特色摊位井然排列,一场融合民俗体验、农产展销、公益助力和直播带货的年味大集热闹开市。吆喝声、欢笑声与直播间互动声此起彼伏,共同映衬出古村的生机与活力。同日,涞水县农小满公益发展中心正式揭牌,大龙门“小石榴书屋”开馆运营,进一步为这座传统村落注入文化温度与发展动能,展现出“媒体+”助力乡村振兴的生动实践。

“以前只知道大龙门有摩崖石刻,没想到这里的年集这么红火!山杏仁香脆可口,压肉地道醇厚,不虚此行。”来自北京的游客王晓静提着刚购买的土特产,笑容洋溢。本次大

集共设20余个展位,涵盖新鲜农产品、耐储特色食品、非遗手工艺品等类别,麻核桃、苹果等本地特产实现直供直销,价格实惠,深受游客欢迎。非遗体验区内,老师傅现场展示炸油香、煎血肠等传统手艺,游客既可观摩学习,也能品尝刚出锅的年味。

助农直播成为大集一大亮点。相声演员贾旭明与涞水县融媒体中心主持人联袂出场,采取“线下实景呈现+线上同步销售”的方式开展专场推介。在大龙门村的农家院中,炒制师傅于铁锅前娴熟翻动杏核,香气扑鼻。贾旭明亲身参与炒制,以幽默生动的语言讲解开口杏核的特色与品质,并与师傅们交流手艺背后的故事,将制作过程、乡土人情与企业情

地气了,仿佛能闻到杏仁香,必须支持!”网友纷纷留言互动。短短2小时的直播,商品曝光量近70万,总曝光量超220万,有效助推涞水农产品走向更广阔市场。

热闹之中更有温情,公益行动为新春增添暖意。涞水县农小满公益发展中心揭牌成立,标志着当地“文旅引流+电商变现+公益助力”的乡村振兴模式步入实质性阶段。“我们希望通过公益培训,帮助村民把手机变成新‘农具’,把直播变成新‘农活’。”中心理事长王靖峰表示,后续将每月举办讲座,邀请来自北京的艺术界人士及非遗传承人授课,围绕短视频创作、电商直播实操等开展系统培训,并提供直播设备支持,助力村民突破旅游淡季限制,实现山货持续出山。

不远处的大龙门“小石榴书屋”里,书香与年味交织相融。作为全国第99所“小石榴书屋”,该中心经过3个月筹备,汇集2000余册涵盖儿童绘本、农业技术、传统文化等领域的图书,同时融合乡村振兴共享直播间、剧本杀等多元功能。这座爱心书屋

不仅成为孩子们探索知识的世界,也为村民提供了心灵栖息的场所。“我会好好爱护这里的书,努力学习,将来用知识回报家乡。”三坡学区爱心小学学生郑吉儿说。活动现场,专业摄影师与书法家还为村民提供免费拍照、书写春联服务,墨香笑语间流淌着浓浓的邻里情。

“年味大集不仅是节庆活动,更是整合文化、产业与公益资源的重要平台。”大龙门村党支部书记张志栋表示,未来该村将继续以市集为纽带,深化“媒体+”赋能,推动农文旅融合,让民俗文化活起来、特色产业强起来,村民生活富起来。

此次大集既让游客感受到传统节日的独特魅力,也展现了涞水乡村在文化传承、产业升级与公益赋能中焕发新活力,为京津冀协同发展下的乡村振兴提供了可借鉴的实践样本。据悉,涞水县计划在全县推广建设10余家“小石榴书屋”,并持续开展系列助农直播活动,推动更多优质资源向乡村汇聚,为乡村振兴注入持久动力。



## 以“数据调度+商户韧性”双轮驱动 首衡集团为百姓餐桌筑起一道稳固防线



“两个西红柿10块钱”“鸡蛋都快配不上西红柿了”——2026年开年,全国多地西红柿价格“高位狂飙”,成为民生焦点。农业农村部信息中心数据显示,1月1日至16日,全国西红柿平均批发价格同比上涨80.9%。面对这场从田间到餐桌的供应链大考,京津冀农产品流通核心枢纽首衡集团正以“数据调度+商户韧性”双轮驱动,为百姓餐桌筑起一道稳固防线。

据悉,此轮价格异动,是生产端、气候变化与流通端多重压力叠加的结果。2025年上半年行情低迷挫伤农户种植积极性,而夏秋季节北方主产区罕见的持续阴雨,也造成了重要影响。山东、河南等地露天种植的西红柿因根系受损、坐果率骤降,导致秋冬茬口严重“断档”。市场供应被迫转向北方温室加温补光生产与“南菜北运”模式,成本陡增成为必然。

在首衡集团智慧管理中心,大屏幕上实时跳动的进场量、交易价与库存数据,成为市场调控的“导航仪”。“当西红柿价格曲线触及预警阈值,系统会立即报警,精准定位短缺品类与库存缓冲周期。”市场管理人员介绍。依托动态数据,首衡迅速启动全国存量调配机制:一方面引导商户加大对稳定产区直采力度,另一方面联动湖北、湖南等区域市场开辟辅助补给线,为供应链注入弹性。

市场内“小雨西红柿”商户负责人张苗的经历,印证了供应链末端的经营智慧。“去年9月发现山东产区二次补种后生长期延长,我们立刻锁定云南、四川货源,并通过订单农业、自建大棚等方式保障供应。”张苗的案例并非孤例。首衡市场内,超千家商户通过产区直采、基地共建等方式强化货源掌控力,有效缓冲了价格波动对终端的冲击。尽管当前批发价达每斤4元高位,但商户凭借供应链韧性维持了相对稳定的供货节奏。

业内分析指出,春节前消费旺季叠加减产刚性缺口,西红柿价格或将持续高位运行。但市场规律正悄然发挥作用:高价格信号正激励南方产区优化管理,吸引新产区加入供货;随着三月下旬北方大棚新茬西红柿成熟,供应将逐步回归正常,价格有望进入季节性下行通道。

从数据预警到全国调度,从商户韧性到市场规律调节,首衡的应对实践揭示了农产品保供的核心逻辑:短期内可以靠精准干预缓解阵痛,长期保供需构建更具弹性的流通体系。正如首衡集团相关负责人所言:“农产品流通不仅是货物中转,更是信息、资源与抗风险能力的整合。唯有让数据说话、让链条协同,才能真正守护好百姓的‘菜篮子’。”

(丁文)

## 观点

## 数字技术助力传统非遗技艺持续焕新

当蒙古族潮尔琴的悠扬旋律通过线上展厅穿越山海,当景德镇陶瓷的细腻釉色借直播镜头走进年轻人的生活,当竹编技艺的经纬脉络在数字设计中重焕光华,数字消费正为传统非遗技艺注入奔腾的时代活力。非遗,作为承载民族文化基因的“活化石”,既需深植传统土壤,守护匠心本真,更要紧跟时代节拍,拥抱数字浪潮,在守正与创新的辩证统一中,书写持续焕新的传承篇章。

数字浪潮奔涌向前,为非遗技艺的传播与价值转化铺就了广阔通途。笔者认为,非遗要跟上时代步伐,关键在于找准数字消费的赋能密码。

其一,要以数字平台为桥,拓宽传播边界。传统非遗传承多囿于口传心授的局限,囿于线下展示的方寸之地。如今,短视频平台的“非遗挑战赛”让技艺之美直观可感,元宇宙中的“云上非遗馆”让文化体验突破时空,潮尔琴制作的繁复工序、扎染技艺的晕染玄机,借此触达亿万观众的视野。淘宝“中国宝贝”项目打造的“线下体验+线上转化”模式,更让泉州簪花等非遗项目从小众非遗变身大众喜爱的文化产品,销售额实现数倍增长,印证了数字传播对非遗与大众距离的“破壁”之力。

其二,要以数字技术为翼,优化创作生产。非遗匠人可探索“机械赋能+手工精魂”的融合路径:潮尔琴制作借机械提升基础工序效率,却始终坚守手工精修的核心环节;成都竹编匠人以参数化设计软件重构传统纹样,让经纬交织间既有古法韵味,又具现代审美,实现艺术与实用的统一。数字技术绝非对传统工艺的替代,而是为其注入效率与美感。

其三,要以消费趋势为引,创新产品形态。年轻群体已成为非遗消费的核心力量,他们对个性化、场景化的文化产品需求日益旺盛。非遗匠人当依托数据洞察消费偏好,将非遗元素融入文创产品、数字藏品等多元载体,让非遗从“博物馆里的陈列品”变为“融入日常的生活美学”,从“情怀驱动的偶然消费”变为“审美认同的常态选择”。

值得关注的是,在非遗拥抱数字浪潮的过程中,极易陷入“重流量轻品质”的迷思。于非遗匠人而言,传播的载体可以千变万化,传播的形式可以不断创新,但那颗精益求精的匠人之心、那些世代相传的核心工艺,绝不能有丝毫动摇。匠心,是非遗技艺穿越千年的精神内核,是匠人世代相传的精神图腾。只有让作品在新潮外表下,始终流淌着传统工艺的文化血脉,才能彰显非遗的核心价值。若为追逐流量而简化核心工序、降低品质门槛,非遗便会剥离文化内核,沦为失去灵魂的商业附庸,最终在喧嚣中黯然失色。

而坚守匠心,绝非墨守成规的故步自封,创新传播,亦非背离根本的标新立异。数字消费为非遗焕新提供了千载难逢的契机,但真正让非遗“活在当下、传向未来”的,始终是匠人们对技艺的敬畏之心、对传承的坚守之力。政府当出台专项政策,为非遗工坊的数字化转型保驾护航,同时筑牢核心工艺的保护屏障;平台方需扛起赋能责任,以技术支撑与流量引导,助力非遗构建“文化认同—消费转化—技艺造血”的良性循环。而非遗匠人更要当好“守正的传承者”与“创新的开拓者”,以匠心守护工艺之根,以数字赋能传播之翼,让传统与现代相得益彰。

文化传承无止境,数字赋能谱新篇。数字消费为传统非遗技艺打开了通往现代生活的一扇窗,让千年技艺得以与时代同频共振。唯有以匠心为魂、以数字为翼,方能让非遗在时代浪潮中永葆生命力,让这份承载民族记忆的文化瑰宝,在传承中持续焕新,在岁月长河中绽放出愈发璀璨的光彩。

(贾陶文)