

杭州市临平区供销合作社联合社拓宽消费助农渠道——

与“枇杷虾”赴一场“致富之行”

本报记者 曾庆华

2026年中央一号文件提出，“深化农文旅融合，推进乡村旅游提档升级，发展‘小而美’文旅业态”。这一政策春风，很快在浙江省杭州市临平区的田野间落地生根。当地依托独具特色的“枇杷虾”侠客IP，精心打造了一场稻虾农文旅消费季，为这一顶层设计提供了生动的基层注脚。

近日，为期两个月的“枇杷虾我们走·供需同行”临平区供销稻虾农文旅消费季圆满收官。活动由杭州市临平区供销合作社联合社牵头，依托临平区农业区域公用品牌“临匠鲜”，将稻虾种养与塘栖枇杷两大特色产业串珠成链，打造集故事体验、亲子互动、产品销售于一体的农文旅消费新场景。活动期间带动农文旅消费及农产品销售约4500万元。

一个“枇杷虾”IP的诞生

临平区是塘栖枇杷核心产区，也是杭州稻虾综合种养重要基地。尽管产业资源禀赋突出，却存在发展瓶颈：塘栖枇杷作为浙江省十亿元级特色全产业链核心品类，上市期集中、产销价格易受季节波动；而稻虾养殖多走传统批发渠道，优质产品难以实现品牌溢价。

如何让两大产业“四季常鲜”？作为“临匠鲜”区域公用品牌的运营主体，临平区供销合

作社联合社将目光投向了品牌化路径：用一个卡通形象串起龙虾和枇杷，量身打造了旗下子品牌IP“枇杷虾”。身披枇杷叶、手持钓虾竿的萌趣侠客形象，让传统农产品有了具象化品牌符号。

围绕“枇杷虾”IP，临平区构建起“双鲜秘境”故事体系，并将形象贯穿于产品、文创、体验全链条。临平供销稻虾共养基地推出“108将”护卫队招募玩法，游客领取“英雄帖”化身侠客入场，完成钓虾任务、打卡集章即可兑换奖励。在沉浸式游园体验中，最出圈的当属“枇杷虾”盲盒文创雪糕，枇杷鲜果风味配上虾兵、虾将随机造型，既能解暑又适合拍照。借助一支雪糕、一次钓虾、一张门票，传统农产品以更鲜活的方式走进了消费者的视野。

一场“流量”变“销量”的奔赴

临平供销稻虾共养基地是此次消费季的主场地，这片60亩的园区依托“供销社+村集体+合作社+基地+农户”共建模式运营，已积累了稳定的口碑。本次消费季，临平供销稻虾共养基地将枇杷与稻虾两大本土优势产业深度绑定，通过错峰互补、双向引流，实现从“卖产品”到“卖体验”、从“单季热”到“全年红”的产业升级路径。

消费季恰逢塘栖枇杷上市，今年是“大年”，总产量超2000

万斤，初期收购价达15元一斤，然而不到两周就跌到了5元。为破解塘栖枇杷“丰产不丰收”的难题，“临匠鲜”运营团队借助消费季活动集聚的客流热度，顺势打通销售渠道，为产业协会及多家种植大户提供品牌背书，统一包装设计、建立直采合作机制，通过线上直播、线下展销、单位团购等多渠道发力。

打包车间里，工人忙着分拣、装箱、贴标，一盒盒印有“临匠鲜”标识的枇杷发往全国各地；直播间里，主播拿着刚摘下的鲜果热情推介，后台订单不断刷新。枇杷上市一个月内，“临匠鲜”运营团队累计直销及助销760万斤，助农销售额达4000万元。

一份“权益包”串起城乡共富

让农户在家门口增收，是贯穿本次消费季的鲜明主线。“临匠鲜”运营团队以节庆流量为抓手，创新推出“供需权益包”，将龙虾垂钓、枇杷采摘、乡村餐饮、特色农产品购买等消费场景整合其中。市民通过小程序一键

领取，即可跨业态抵扣使用。一份权益包串联起“吃住行游购”全链条，降低市民消费门槛的同时，精准引导城市客流下沉乡村。

线下“供需市集”同样烟火气十足。市集提供免费摊位，村民们带着时令蔬果、土特产品、风味小吃进场售卖，省去中间流通环节，把收益更多留在自己手里。高涨的人气不仅带火了市集生意，更带动周边餐饮、民宿、零售等配套业态联动发展，催生出数百个家门口的灵活就业岗位。近年来，临平区供销合作社联合社以“供需市集”为惠民载体，累计开展活动140余场，依托“供需农场”“供需超市”阵地资源，持续拓宽城乡农产品产销渠道。

从一支文创雪糕撬动IP流量，到一条“双鲜”产业链拓宽增收渠道；从一场节庆消费热潮，到一套城乡双向流通长效机制——供销搭台、品牌赋能、消费助农，临平区这条“供需同行”的路径正越走越宽、越走越实。



安徽省马鞍山市博望区新市镇联三村依托良好的自然生态环境，积极做活“水”文章，打造九品香水莲花种植基地，在发展“赏花经济”的同时，对花采进行加工制成莲花茶，提升了经济效益。

图为7月17日，联三村种植的九品香水莲花进入丰产期，村民忙着采摘莲花。

王文生摄/中经视觉

佛桃甜满城 全链产业兴

——山东肥城打通桃产业三产融合链条托起十万群众稳就业

本报记者 陈曦 通讯员 纪宗玉 周强

素有“天上蟠桃，人间肥桃”美誉的山东省肥城市，坐拥10万亩千年桃园。当地跳出鲜果单一种植的传统模式，统筹标准化种植、全域产销、桃木文创、桃文旅四大业态，打通三产融合完整链条，构建“春观花、夏摘果、秋品桃、冬赏木”四季发展格局，走出一条特色农业全产业链发展、富民兴村的振兴之路。

沃土精耕立根基 标准兴桃稳岗增收

肥城桃栽培历史逾两千年，昔日“一季忙、全年闲”的季节性发展困境，曾让大量桃农不得不背井离乡外出务工。当地整合资源，建成11万亩省级肥城桃现代农业产业园，依托片区党建统筹各方资源，彻底打破分户经营的零散格局，统一推行标准化种植管护规范。此外，肥城市携手山东省果树研究所、山东农业大学搭建良种培育基地，选育百余款早中晚熟配套品种，将鲜果采摘期拉长到4月至10月，实现错峰上市，从根源上破解季节性生产难题。

规模化、标准化桃园，成为留守群众家门口的“增收田”。10万亩桃园常年吸纳3万余名留守群众务工，疏花、套袋、采摘、仓储等岗位按需设置，农民务工顾家两相宜。

智能温室、物联网监测、自动化分拣等现代农业装备广泛应用，则催生设备运维、农技指导、品

特色农业是乡村振兴的有力抓手，全产业链融合是富民增收的有效路径。山东省肥城市立足千年肥桃资源，打破单一种植局限，贯通一二三产业，打造“四季增收、全员就业”的产业生态，让一枚佛桃成为带动十万名群众就地稳岗、走向共同富裕的支柱产业，为各地依托特色物产做强乡村产业、拓宽就业渠道、推进乡村全面振兴提供了可借鉴、可复制的鲜活样板。

质检测等新工种。全市培育260余名村级农技专员，返乡青年化身田间“技术管家”，推动传统农户加速向懂技术、守标准的新型农业从业者转变。

线上线下载销路 创业潮起雁归家乡

佛桃果肉细嫩、汁水丰盈，却因果皮薄、储运损耗大，难以拓展市场。肥城市以电商为桥梁、以物流为纽带，搭建“田间分拣—冷库仓储—直播带货—物流配送”一体化产销体系，让鲜果走出深山，也为返乡创业者搭建起广阔舞台。

如今在肥城市，镇村电商服务站全覆盖，本土带货达人层出不穷。返乡青年李宝在仪阳街道刘台村打造直播基地，联动92家线上店铺同步运营，凭借直播预售、社区团购、企业定制多元渠道打开市场，直播间单日最高订单数达2000单，年发货量超200万件，直接带动80余名村民长期就业。

肥城市线下配套体系同步完善，建成18座田间预冷保鲜库、3

条自动化分选生产线，分拣、包装、仓储物流板块固定岗位超6000个。当地还延伸产业链，深耕桃膏、桃酒、桃胶等深加工产品，标准化生产车间常年吸纳200余名女工就业，补齐鲜果下市后的用工空档。

目前，果品销售与深加工全链条已吸纳2.8万余人灵活就业、自主创业，外出务工青年纷纷回乡扎根，县域人才外流的局面得到有效扭转。肥城市公共就业和人才服务中心党总支书记、主任朱刚表示：“我们紧盯桃产业电商发展风口，靶向推出创业补贴、贴息贷款、免费电商实训等服务，把就业帮扶、农民转型延伸到直播间与田间地头，让游子安心归乡、放手创业。”

巧化枯木为精品 非遗工坊四季生金

桃树浑身是宝。曾经被当作柴薪焚烧的桃树枝干，如今依托非遗技艺蝶变为文创珍品，成为肥城市全域稳就业的重要支撑。

桃木雕刻是山东省级非物质文化遗产，

历经多年培育，当地建成全国规模领先的桃木旅游商品集散中心，集聚加工企业160余家，开发出30个系列、4000余款文创产品，涵盖桃木摆件、实木梳饰、国潮饰品等品类，年销售收入突破26亿元。

桃韵文旅融山水 田园蝶变乐享民生

肥城市深挖农旅融合潜力，一年一度的桃花节、金秋品桃季，叠加桃木文创设计赛事持续引流，全市年接待游客超600万人次，各类业态蓬勃兴起。完整的文旅就业矩阵日渐成型，仅桃源胜境旅游区周边12个行政村就新增农家乐、民宿76家，吸纳服务业从业者300余人。全市桃文化相关文旅固定岗位达2.1万个，累计培育200余名本土文旅创业带头人。

肥城市统筹整合桃园、民居、山地等资源连片开发，采用免费入园、体验消费的运营模式汇聚人气，节假日单日游客峰值达4万人次。乡村富余劳动力实现就地全消化，农民转型为服务业从业者，一场产业变革悄然改变着乡村面貌。

一枚佛桃串起种植、加工、销售、文创、文旅多元业态，构建起全年就业体系。截至目前，肥城桃全产业链带动就业总人数突破10万人，全链条年产值达185亿元，区域公用品牌价值41.12亿元，成为鲁中地区特色产业稳岗富民的标杆典范。