

生于田间 甜了舌尖 美人心间

# 恭城月柿的“黄金”蜕变

□本报记者刘菁 文/摄  
眼下正值恭城瑶族自治县的柿子丰收季。作为“中国月柿之乡”，恭城月柿有着1500余年的种植历史，如今，这颗“小柿子”正通过产业链升级，从田间地头华丽转身，跃上全球餐桌；也从单纯的美食变成了很多人心中的美景，成为了名副其实的乡村振兴“黄金果”。

近日，记者来到恭城，深入各企业的加工车间和莲花镇红岩村的柿子林，探寻这颗“黄金果”华丽蜕变的奥秘。

## 科技赋能 “致富果”增产

据了解，截至目前，恭城月柿种植面积将近27.6万亩，年产量突破105万吨，分别占全国18.4%、全球14.5%，形成了以莲花镇、西岭镇为核心的多个“万亩柿子村”连片种植带，平均亩产达3680公斤，亩产值超9000元，直接带动数万果农增收致富。

这颗“致富果”的增产始于科学种植。

“历经多阶段发展，近十几年我们在绿色食品生产上发力，通过合理修剪使果树通风透光、减少病情，采用诱杀及生物、物理措施防控病虫害，保花保果则用传统方法避免农药残留。”恭城柿子试验站站长、高级农艺师林清介绍，“2008年起按绿色食品要求生产，禁用高毒农药。如今产量、优果率大幅提升，树龄20多年的果园亩产能达8000斤到1万斤。”

2017年，“恭城月柿栽培系统”入选中国重要农业文化遗产，该县已建成10万亩绿色食品原料标准化生产基地和24个示范点，确保从源头提升品质，优质果率提升5%，亩均增收1200元以上。

近年来，在品种布局上，形成了“涩柿+甜柿”多元体系，除恭城月柿外，还有“七月黄”“大秋甜柿”等品种逐步打开市场，让月柿产业焕发新

## 永福县苏桥镇： 订单农业绘就产销两旺丰收图景

**本报讯**（记者李忠波 通讯员龚泓蝶 黄彦霖）初冬时节，永福县苏桥镇的田间地头与生产车间处处涌动着丰收的热潮：田垄间板栗薯沉甸甸铺展，芥菜青翠欲滴长势喜人，晒谷场上稻谷金黄饱满；种植户们忙着采收分拣，企业车间里机器轰鸣加工，一派产销两旺的热闹景象，正是当地“企业+合作社+农户”订单农业模式结出的丰硕果实。

12月2日，记者在苏桥镇500亩板栗薯种植基地看到，农户们正在采收红薯。种植户于顺才一边装袋一边介绍，“现在红薯进入集中采收期，收下来直接运到合作加工厂，清洗、切片、烘干后做成薯干销往各地，根本不用愁

销路。”不远处的1500亩芥菜种植基地同样一片繁忙，农户们手持镰刀快速收割、打捆装袋，收割好的芥菜将按订单运往食品公司加工酸菜。

“种之前就和桂林食品公司签了订购合同，今年行情好、价格也不错，这一批5万斤采收完后直接发往工厂加工成酸菜。”同心合作社合伙人韦克辉说，提前锁定销售让种植户们没了后顾之忧，干劲十足。订单模式让农户不再愁销路，收入有保障。

在桂林永福福寿米业有限责任公司生产车间里，刚从农户手中收购的稻谷经过清理、碾磨、筛选、抛光等精细化加工，蜕变为晶莹剔透的优质大米，打包封装后将通过物流网络发往全国各地。“我们在稻谷收割前就与农户签订收购协议，既给农户筑牢价格‘定心丸’，也为企业锁定稳定原料供应，实现互利共赢。”公司总经理黄皓表示，订单模式让企业与农户形成紧密利益联结。

近年来，苏桥镇通过企业牵头拓市场、合作社组织抓生产、农户参与稳供给的联动机制，搭建起产销对接坚实桥梁，让农产品从“田间”直达“车间”“市场”。苏桥镇镇长秦智国表示，下一步，将持续优化订单农业运行机制，强化技术培训与品牌培育，推动更多优质农产品走出乡村、走向更大市场，为乡村振兴增添动力。

## 荔浦马岭镇：2万亩马蹄迎丰收

**本报讯**（记者刘菁 通讯员钟锦玲）冬日阳光温暖，“丰”景醉人，荔浦马岭镇迎来了一年中又一热闹时刻——2万亩清甜的马蹄进入收获季，处处洋溢着丰收的喜悦。

得益于当地肥沃土质，克新村产出的马蹄皮薄肉嫩、清甜爽脆，深受市场欢迎，各地收购商纷纷前来下单。“荔浦马蹄名声在外，我们每年都到荔浦收购。”收购商周先生说。

12月2日上午，记者走进马岭镇克新村的马蹄种植区，地里一幅热火朝天的劳作景象。农户们正利用采挖机与人工配合，高效采收马蹄。“我们的马蹄亩产基本稳定在5000斤左右，每亩至少能挣到1万元以上。”种植户覃发俊告诉记者，由于目前刚进入采收季，马蹄的市场价格稳定在1.9—2元一斤，根据往年市场走势，春节前马蹄收购价还能再次提升。

为降低种植成本，提高种植效益，马岭镇成立了专业合作社，为需要帮助的种植户提供农资采购和产品销售服务。与此同时，该镇还积极推动马蹄深加工产业的发展，开发出马蹄汁、马蹄罐头、马蹄糕等一系列深加工产品，“线上+线下”同步推进，延长了产业



▲一片静待采收的马蹄田。 记者刘菁 摄

链，提高了产品附加值。马岭镇的马蹄产业不仅为当地村民带来了丰厚收入，也成为了推动镇域经济发展的重要力量。近年来，马岭镇紧紧围绕农业提质增效的目标，充分利用自身交通便利、气候适宜、资源丰富等优势，大力发展马蹄、芋

头、花卉苗木等支柱产业。通过政策扶持、技术指导等方式，引导农民科学种植，提高农产品的产量和质量。同时，积极拓展销售渠道，加强与市场的对接，让农产品走出乡村、走向更广阔的市场，让乡村振兴的道路越走越宽广。



▲红岩村里布置精美的柿子园。



▲嘉会镇泗安村村民在家中院子晒柿饼。



▲桂林聚鑫农业科技有限公司的车间里，工人们在按品质分拣柿子片。

## ■ “推动桂林经典品牌建设发展”系列报道之七

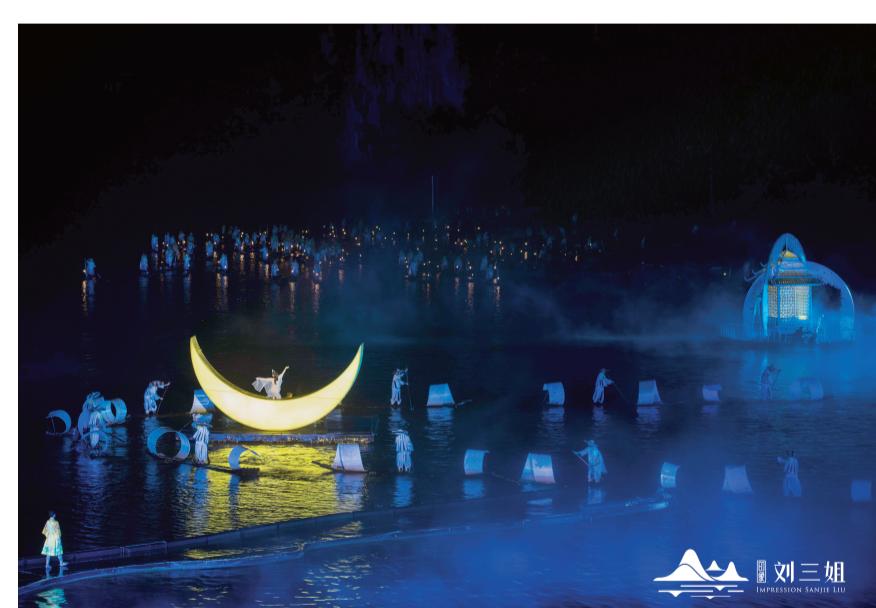
# 印象·刘三姐品牌提质 让山水实景演艺焕发时代光彩

□徐莹波 农晓霖

漓江夜色如墨，渔火点点缀星河，铜鼓声穿破薄雾，巨型红绸在山水间翻涌舒展，一幅流动的民族文化长卷徐徐铺展……作为全球山水实景演艺的开创者，多年来，印象·刘三姐让无数游客沉醉于桂林山水与民族风情的交融之美。自印象·刘三姐入选首批桂林经典品牌以来，在市委、市政府正确领导下，在市旅局大力支持下，品牌牵头单位阳朔县人民政府以桂林广维文华旅游文化产业有限公司为实施主体，以创新为笔、匠心为墨，在品牌建设画卷上挥毫泼墨，深入推进内容、业态、营销、融合四大创新，让经典IP在岁月沉淀中焕发璀璨光彩，在漓江两岸书写传统文化现代表达的华彩篇章。

艺术的回响，在时光长河中愈发清澈。2024年以来，广维文华公司邀请原班导演团队开展表演质量维护，以极致匠心打磨艺术精品。2025年“五一”假期，壮族天琴、侗族琵琶等非物质文化遗产互动表演惊艳亮相，让千年文化遗产在山水实景中活态传承，为经典IP注入全新活力。截至目前，这台史诗级演艺累计演出超9000场，接待观众超2200万人次，实现营业收入近28亿元，书写了文旅产业发展传奇。

业态的诗行，编织沉浸式体验的经纬。在推动印象·刘三姐品牌升级中，广维文华公司以系统性思维构建“演艺+研学+服务”复合型业态体系，成功打造广西区精品研学基地，深耕文化传播与素质教育融合之道，开发适配小初高各学段特色课程42个，涵盖竹编艺术、山歌文化等12个方向，让青少年在沉浸式体验中触摸民族文化根脉。同时，持续优化服务质量，完成票务系统全面升级，全电子化取票实现高效便捷入园；园区动线隔离改造精准落地，人车分流井然有序；船外机降噪等硬件升级，建立13个剧场标准化流程，增设爱心服务亭提供花露水、凉茶、热水、针线、卫生用品等，让每位游客既能欣



▲印象·刘三姐（图由桂林广维文华旅游文化产业有限公司提供）

赏艺术盛宴，又能感受宾至如归的温暖。

品牌的羽翼，载着文化飞越山海。广维文华公司积极构建多平台、全方位传播矩阵，让桂林经典印象·刘三姐品牌传遍大江南北。2025年1月至10月，官方抖音账号发布视频97条，总播放量124.57万次，同比增长198.31%，通过生动视觉语言将漓江灵秀与民族文化厚重精准传递至海内外游客。线上热度与线下客流形成良性互动，品牌知名度与美誉度持续攀升。

“到桂林看印象·刘三姐”成为海内外游客共识，让桂林文旅魅力通过数字渠道走向更广阔天地。

文旅的合奏，奏响区域发展的华彩乐章。广维文华公司高规格举办公演20周年纪念活动、张艺谋漓江艺术学校25周年校庆，2025年醒狮文化节、非遗礼乐艺术节等特色活动轮番登场，创新打造“演艺+非物质文化遗产+节庆”融合模式，将民族文化、传统节庆与实景演艺深度绑定，为行业文旅转型提供实践样本。

赋能的笔触，绘就经济文化的双重

画卷。自入选桂林经典品牌以来，印象·刘三姐成为阳朔县旅游经济增长强劲引擎，以杰出业绩赋能城市发展。2025年国庆期间，印象·刘三姐累计演出16场，接待游客近5万人次，直接拉动演出门票、周边消费及阳朔县域文旅业收入攀升，成为激活区域经济“强磁场”。多年来，项目累计接待外宾近300万人次，成为中国传统文化走向世界重要窗口。

从艺术魅力的持续绽放到业态布局的多元拓展，从品牌影响的辐射四海到产业价值的全面提升，这台承载着桂林各民族集体记忆的艺术瑰宝，正以蓬勃昂扬的生命力，为桂林世界级旅游城市建设注入澎湃动能。未来，在市旅局、阳朔县人民政府指导下，广维文华公司将围绕打造“世界级演艺品牌”的目标，全面提升观赏设施，不断提升项目品质与服务水平，让印象·刘三姐品牌的艺术魅力与国际传播力同步提升，使山水实景演艺焕发时代光彩，推动桂林经典绽放更耀眼光芒，助力世界级旅游城市阳朔先导区建设。