

两岸青年创业者在舟山开了一个会 如何抓住“美丽经济”的机遇

□记者 黄燕玲

“学费、培训费、资料费、食宿费全免。”2024年度“浙江千名乡村CEO培养计划”招生简章的内容,让很多人看到了浙江发展乡村的信心和决心。

从“美丽乡村”到“美丽经济”的转折点在哪里?诗画乡村,青年又承担了什么样的角色?

9月11日,以“两岸一家亲,和美乡村行”为主题的2024浙江·台湾农业合作专题活动首次走进舟山,两岸的青年代表坐在一起,共同探讨“美丽乡村”建设,共话乡村振兴中的青年担当。



马岙

美丽乡村缘何成为美丽经济?

“全国有多少个永安村?20多个。”“但余杭的永安村,只用了4年的时间,村集体经济就从每年37万元做到了550万元,今年更有望突破千万元。”活动现场,浙江省乡村建设促进会副会长、两岸专委会主任吕绍麒的介绍,让大家对这个200多公里之外的村庄顿时燃起了兴趣。

余杭永安村何以从全国20多个“永安村”中强势“出圈”?倍数递增的村集体经济从何而来?它的发展路径又将给我们什么样的启示?

吕绍麒没有藏着掖着,他直言,永安村之所以可以实现从“美丽乡村”到“美丽经济”的跨越式发展,关键在运营。

2018年,杭州市农业农村局在全市范围推出“高标准农田示范区建设”项目,永安村作为第一批试点被列入其中。但这个人口基数仅有3000多人的乡村,有着浙江很多乡村共同的“痛点”:村里约97%的土地属于永久农田保护范畴,只能靠农业发展,无法投入商业或工业用途。这样一个看上去再普通不过的村庄,该怎么脱颖而出,寻找发展点?答案是品牌化运营。

永安村结合大禹治水的底蕴,挖掘出“禹上稻香”品牌,配合品牌落地,村里开启了一系列的活动。例如内容丰富的“开镰节”,包含环保创意秀、草垛和迷宫乐园、稻田音乐会、百米长桌宴等。以活动为载体,永安村的“禹上稻香”通过媒体宣传、口碑传播等,逐渐被大

众所熟知。仅一个月时间,永安村就吸引了2万人次游客。每逢周末,“长桌宴”不得不每天翻桌。

但要让永安村的“禹上稻香”品牌产生更多品牌价值,还得制定完整的发展体系。由此,“品牌化引领”“数字化赋能”“组织化创新”三步走的“三化互促”在村里成型。

永安村引入数字农业线上监测系统,让大众可以随时查看水稻生长、天气情况、土壤肥力等实时监测数据。之后,村里又发动乡贤、企业等以每10亩地8万元的价格来进行认养,认养者不仅可以线上看自己的水稻生长情况,还可以组织员工来村里团建,把精美包装的大米作为员工福利和商务礼品发放。

就这样,永安村从一开始需要“请”26家来认养稻田,到现在已经有68家“抢”着认养。如今的永安村,已经做到水稻还没种下,就完成了销售。

依托“禹上稻香”,永安村开拓了40多种文创产品,例如稻米锅巴、米酒、米月饼等等。村里的文化礼堂也衍生出了乡村书店功能,定时请不同领域的大咖做分享。现在单每年来永安村考察的研学团,就有1300多个,这方面的村集体收益就有几百万元。

一个曾经默默无闻的乡村,通过品牌创建,呈现出时尚、现代的色彩。“美丽乡村”就此成为“美丽经济”。

“美丽”转变,乡村需要什么样的人?

从吕绍麒的分享中不难看出,乡村振兴,关键在人的谋划,但,乡村要吸引什么样的人?

今年“浙江千名乡村CEO培养计划”报名情况或许可以给我们答案:4000人报名,300人入选,录取比例为13:1。在入选的人中,本科学历以上的占比达到68%。

没错,乡村需要人才,特别是高素质人才。

高素质人才的引进,可以给乡村带来什么样的改变?以杭州余杭区为例,据相关报道,目前全区在在岗职业经理人27名,在他们及其运营团队的努力下,共引进各类项目122个,吸引投资资金2.99亿元,为村集体经济创收超1亿元。

一个有资源、有想法的乡村创业者对乡村发展有多重要?活动上,小沙女共富工坊主理人黄翌的分享,给了我们直观的感受。

黄翌出生于台湾,成长于大陆,因三毛与小沙结缘。“毫不忌讳地讲,我和团队之所以选择小沙,是因为看到了它的前景,也看到了‘钱’景。”黄翌说。

但刚落地小沙时,黄翌就发现,自己把乡村运营想得太简单了。“我当时将小沙定位为旅游景区,而非乡村。”黄翌说。但很快,她在运营中发现了乡村不同于旅游景区的特性,其中最主要的是一点,乡村的人流主要集中在双休日以及节假日,这便逼迫她开始思考,工作日场地该如何利用?

她及时转换思路,开展村民培训。指导村民学做咖啡、掐丝珐琅,并开发场地的互动体验功能。慢慢地,掐丝珐琅不仅是双休日、节假日游客可以体验的一项工艺,更是平常工作日村民增加收入的一种途径。半年多,黄翌便将“冷清”的地方变成了共富的孵化地。除此之外,共富工坊开展7个非遗类的校本课程,与20多家校园展开合作,吸引了一批年轻人的回流。

能在短短半年就及时止损、调整思路,这不得不讲黄翌的个人工作经历。来到小沙从事乡村工作之前,黄翌是一位文化传播工作的从业者,在不同的城市运营文创空间,并在IP孵化方面积累了丰富的经验以及合作人脉。可以说,她深谙文创产品的经营、宣发之道。来到小沙从事乡村工作以后,她没有舍弃曾经的客户基础,而是利用以往资源,积极将小沙“推”出去,不断寻求小沙IP和其他品牌的合作。

前不久,黄翌便与一个潮流品牌合作,带领小沙女共富工坊前



黄翌(右)为游客讲解掐丝珐琅作品

往东京参展,凭借掐丝珐琅手工艺品拿下百万订单。乡村资源在她的整合下,一点点被发掘,一步步走出乡村,走向国际,转化成了更大的经济价值。

这些成绩在黄翌眼里,只是“还好”,她觉得,乡村可以“更好”。至于什么是“更好”,这就需要像她这样的“入乡”青年继续去探索。

同样来到乡村寻找发展机遇的,还有展茅friend in友善咖啡主理人翁亚珍。2017年,她瞄准舟山的海岛乡村,开始了创业之路,在老渔民父亲的帮助下,她先是在东极海域做起了大黄鱼养殖,接着又在展茅乡村开起了咖啡馆。她用自己的尝试,做到了农文旅的融合。

“舟山乡村良好的创业环境,是支撑我前行的动力。”翁亚珍说。她也会思考,怎么将海岛的黄油、村里的咖啡做到让更多人喜欢,创造更多的经济价值。“也许这就是乡村和年轻人的双向奔赴,让乡村不仅有风景,还有故事。”翁亚珍说。

“我认为,乡村运营,需要斜杠青年。”吕绍麒说。在黄翌等成功扎根乡村的青年身上,我们看到,乡村需要懂市场、懂经营的年轻人,以弥补乡村治理资源的断层。

吸引更多青年“入乡”,乡村还差点什么?



吕绍麒(左四)在余杭永安村

活动上,来自台湾嘉义大学的青年学生张译烜说:“毕业后,我也许会回到乡村,去寻找自己的发展机遇。”乡村,何以吸引年轻人主动“入乡”?又何以将“入乡”的年轻人留住?

吕绍麒还有一个身份——“浙江千名乡村CEO培养计划”专业导师,因此他对乡村如何留住人才,有着较为深入的观察。

和城市运行的逻辑不同,乡村始终是一个熟人社会,“入乡”的青年,无论是乡村CEO,还是创业就业的青年,他们大多不是本地人,作为“外人”,他们想要在一个不大的村子里做出一番事业,需要付出相当的“融入成本”,同样,一旦他们熟悉之后,想要留住他们,乡村也需要付出一定的“激励成本”。这是一场互相的付出。“实际上,我们对乡村人才的相关政策,还是比较模糊的。”吕绍麒说。他建议,想要增强乡村人才的乡土认同感,就要给予他们身份认同,无论是职业经理人的分红制度,还是相关职称职位的认定制度,都应该积极谋划。

其次,引导和教育要从娃娃抓起。吕绍麒说:“曾经,我们的培养知识体系都是离乡教育,于是一代又一代年轻人,从农村出发,最后留在了城市。但随着乡村振兴、浙江‘千万工程’的实施,乡村也有年轻人一展宏图的空间,乡村也呼唤返乡青年。”

一边是多年的教育让年轻人向往城市生活,一边又是乡村的快速崛起呼唤年轻人的回归,这就形成了一个悖论。怎么去化解这份冲突?返乡青年人才又该去哪里找?“首先我们要有勇士,先去探路,带大家看到乡村的美好。”吕绍麒说。活动上,“90后”青年、舟山千年马岙旅游开发有限公司总经理俞佳逸便是这样一位“勇士”。因为一份乡村情怀,他在2021年关掉了自己运营良好的文化传媒公司,转身投入乡村运营。同年,马岙从“海上河姆渡,千年稻香村”出发,不断完善旅游基础设施建设,打造的第一届稻香节便为马岙带来了前所未有的流量。之后马岙继续深挖稻香品牌,被评为全国乡村旅游重点村、浙江省金3A景区村,与本地企业联合开发的观音米饼等产品入选了浙江伴手礼评选,马岙街道莫澳好市入选浙江省首批精品乡村培育市集……

“这些年,马岙引入了包括西餐厅、手工坊、咖啡店在内的18个乡村旅游新业态,直接带动了37名‘85后’年轻人来村创业就业。”俞佳逸对马岙的一切如数家珍。这位“勇士”在“入乡”中,寻找自我价值的认同。

“有勇士,也要需要返乡教育的‘加持’。我认为各地需尽早规划返乡教育,例如可以在小学时期加入乡土教材,提升孩童对乡村的认同感。”吕绍麒表示。

另外,他建议,乡村在建设,需要避免成为“另一个城市”。

“双休日、节假日去乡村,是城市人逃离城市的一种方式,有些乡村为了满足城市人的需求,一味复制城市经营模式的店铺,这种经济模式很容易被模仿、被超越。”吕绍麒说。真正的乡村,是应该有生态产经,有生命属性的。吕绍麒可以归纳出很多乡村种类,例如桃花源型、运动型、创意型、康养型、美学型、历史型等等,这需要乡村运营者对乡村文化的提炼与创新。

乡村的定位需要政府的统一谋划。例如舟山市台办会同相关部门历经3年打造、全省首创的“两岸文创助乡村”行动,便有效发挥了两岸文创优势,在区域品牌打造、农旅人员培训、田园综合体谋划、农旅企业形象识别设计、特色美食与文创产品开发等领域为舟山提供了大量的经验和智慧,助力舟山乡村全面振兴。

未来的乡村,是一个愿景可持续、产业可持续的“桃源”。它会吸引越来越多的年轻人怀揣美好的愿景主动“入乡”,也会带动不同的产业在乡村生根发芽,茁壮成长。



马岙莫澳好市

照片由采访对象提供