

创女时代

返乡创业,她改变家乡蜡梅的传统种植模式,开发文创产品,构建销售产业链,逐步探索出一条以蜡梅产业发展引领乡村振兴的新路径,助推家乡做大做强“中国蜡梅之乡”金字招牌。

邓纪会：让蜡梅开在寻常百姓家

中国妇女报全媒体记者 任然
乐丁

“缟衣仙子变新装,浅染春前一样黄。不肯皎然争腊雪,只将孤艳付幽香。”“85后”邓纪会,土生土长于“中国蜡梅之乡”重庆市北碚区静观镇。静观镇蜡梅种植已有500多年的历史,全镇蜡梅种植面积达1万余亩,是中国三大蜡梅产区之一,其中以素心蜡梅最为出名,花姿优美,花香浓郁。邓纪会打造了128亩的蜡梅基地,培育品种达62个,蜡梅枝条累计销出100余万支,年产值达到320余万元,让静观的蜡梅香飘全国,她也被当地花农称为“蜡梅仙子”。

将家乡的蜡梅推向全国

邓纪会大学毕业后,做过花商,创办过花艺培训学校。2016年,她在广州进行蜡梅花主题花艺表演时,现场不少人觉得蜡梅漂亮,但大家却叫不出花名,不知道产自哪里。表演结束后,有观众来询问蜡梅的购买方式,邓纪会感到既失落又骄傲。

蜡梅对温度和湿度要求较高,只有在冬季气温5~15摄氏度的地区才能盛开。更南或更北的区域,要么不开花,要么不能露天种植,再加上川渝一直有种植蜡梅的传统,于是蜡梅成了具有地域特色的冬季花卉。

“把家乡的蜡梅切花推向全国”,邓纪会萌发了这个念头。于是,她深入各个蜡梅园了解静观蜡梅的特色,探寻打开销路的方法。她还受外地花商朋友的委托,免费帮忙代购蜡梅。



提升品质走专业化道路

2018年,从繁华都市正式返乡创业的邓纪会发现,受地域等因素限制,静观蜡梅过去都是靠花农肩挑背扛沿街售卖,销路一直局限于方圆百里内,价格自然很便宜。蜡梅卖不起价,还只有冬天才有收入,不少村民陆续续续将种植的蜡梅树砍掉当柴烧。

“花贱伤农,要想保住一代代传下来的

蜡梅园,只有让蜡梅变得更值钱。”邓纪会挨家挨户找花农商洽,主动提高收购价。她发现收购来的蜡梅质量参差不齐。为了提升品质走专业化道路,邓纪会创办重庆丽庭花卉种植专业合作社,采取“市场+公司+合作社+村集体+农户+科普+赋闲”新模式,带动农户种蜡梅。她邀请西南大学的农林业专家和当地有丰富蜡梅种植经验的“土专家”,指导花农把蜡梅种得更好。她定期召集花农进行指导,针对切花的数量、粗细、长短等品质按ABC等级进行分级。她还为农户提供蜡梅及其他花材的优质品种,帮花农低价购买农资,对产品进行兜底收购。花农剪花时,邓纪会还会派自己的工人来协助捆扎。

自从邓纪会返乡收购蜡梅,一束蜡梅的收购价从以前的6元左右提升到12元左右。如今,在邓纪会的带动下,当地村民规模种植蜡梅5000余亩,户均年收入4万余元。花农的荷包更鼓了。

蜡梅产业引领乡村振兴

为构建蜡梅销售产业链,邓纪会在供应端签约50余家花农、合作上百家花农,在销售端打通全国蜡梅销售渠道,最多的一天能发货上千把,少的也有几百把。

每到隆冬时节,一束束蜡梅装箱打包后,大部分通过航运,发往北京、上海、广东等全国各地鲜花批发市场,小部分做成创意蜡梅产品,零售给蜡梅爱好者。除此以外,邓纪会还打开了线上花店、小程序、抖音小店、直播带货等网上销售渠道,让蜡梅的购买触手可及。

“要让蜡梅不仅仅是枝头上的观赏物,

还要让它成为生活必需品,让蜡梅飞入寻常百姓家。”作为北碚区非物质文化遗产“静观插花艺术”的传承人,邓纪会不断寻求新的突破。蜡梅开花时节,恰逢元旦、春节期间,她瞄准“两节”的礼品市场,通过花艺加工、包装设计,突出文化底蕴和情怀,把以前卖几元一把的蜡梅花卖到了20元~50元,开发的蜡梅礼品盒甚至卖到200元一盒,让蜡梅有了更高的身价。为提升蜡梅附加值,她先后开发了蜡梅切花、切花礼盒、花茶、蜡梅树、蜡梅盆景、蜡梅种苗等特色产品以及永生花、手机壳、香囊、首饰等文创产品。

为了提升蜡梅知名度,邓纪会创立并承办了第四届“静观杯”中国传统插花大赛。同时,结合素心蜡梅博览园、素心蜡梅博物馆等基础设施建设和展览、讲座、科普推广等文旅商业服务活动,她逐步探索出一条以蜡梅产业发展引领乡村振兴的新路径,将农业产业上升为具有文化、美学、教育等功能的服务产业,实现了价值链延伸,助推家乡做大做强“中国蜡梅之乡”“中国花木之乡”金字招牌。

作为巾帼新农人的代表,邓纪会曾获2020年西部农民工返乡创业大赛总决赛三等奖,入选2021年第五批全国农村创业创新优秀带头人典型案例推荐名单、在2022年第四届“嘉陵创客”创业创新大赛决赛中获一等奖……

接下来,邓纪会计划招募年轻村民做花艺师,开设更多蜡梅工坊,培育一批致富带头人。面向社会开展花艺沙龙和插花培训,培养潜在购买客户。栽种层次更丰富的观赏性树木,实现春有桃李,夏有荷,秋有红叶,冬有梅的乡村美景。研发纯露、精油、面膜等日用化妆品,让蜡梅既可看又好用。开展研学服务、开办民宿,丰富蜡梅“三产”内容,让村民收入更加稳定。“新一代年轻人不愿意做农业,我希望通过自己的努力,让蜡梅成为一代代人的致富方式,成为一代代人对家最亲切、最美好的回忆。”谈到静观蜡梅的未来,邓纪会充满了信心。

市场观察

投入量越来越多,日常生活中很少见到,只能在企业内部物流链条中流动

让可循环快递包装走出循环“死胡同”

新华社记者 张思洁
王皓 赵英博

近两年,多个部门、相关企业大力推广可循环快递包装,加快快递包装“绿色革命”。“新华视点”记者近日采访发现,在消费者收到的快递中,纸箱、泡沫箱、塑料袋等传统包装占据主流,可循环快递包装在日常生活中仍很少见到。

投入量越来越多,终端消费环节仍少见

2020年12月,国家发展改革委、国家邮政局等8部门联合发布《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》,提出到2025年,全国可循环快递包装应用规模达1000万个,快递包装基本实现绿色转型。

统计显示,截至2020年底,我国可循环中转袋全网应用率达93.8%。2022年第一季度,可循环快递箱(盒)应用规模达到758.69万个。

记者采访了解到,目前,多家快递企业已推出可循环快递包装。中通快递现阶段使用较多的循环中转袋,大小约等于普通编织袋,可循环50次以上,高于普通编织袋的1至3次使用寿命;在山西省的年均使用量为500万至600万次。

“2018年,顺丰快递推出‘丰BOX’循环包装箱,目前我们主要用于寄送衣服、鞋类等物品。”山西顺丰速运有限公司副总经理徐凯说。

京东研发的循环快递箱“青流箱”,目前已在北京、上海、广州等30多个城市常态化使用。京东在生鲜业务中全面使用可折叠保温周转箱替代一次性泡沫箱,2021年共计使用6000余万次。

数据显示,2021年,全国快递服务企业业务量累计完成1083.0亿件,同比增长29.9%。相比庞大的快递总量,可循环包装占比相对较小。

记者在多地采访发现,只有少数消费者在个别品类商品中使用过此类包

装,不少消费者在生活中“从没用过可循环快递箱”,很多快递员也表示“没见过这种包装”。

多位业内人士解释,目前,可循环包装多用于政府采购、电商平台供货等B端客户,到C端客户的相对较少。

回收成本高,实现循环难

记者调查发现,可循环快递包装成本高于普通包装,在物流终端“最后一公里”回收存在困难,导致推而不广,市场认可度较低。

中通快递山西管理中心总经理赵晓龙为记者算了一笔账:以中通快递单价36.5元的循环箱为例,在循环50次后,单次成本可降至0.73元,低于与其尺寸相近的4号箱成本。“但在回收过程中,循环箱会产生人工操作、扫描、车辆运输等额外费用,无形中加大了快递网点的成本压力。”

事实上,此类包装在实际生活中的循环情况与最初设计相去甚远。西安市一家物流公司的负责人向记者透露,此前曾在一段时间内推行过循环箱,但是很难达到设计的循环次数。

“虽然快递员反复说明要把箱子退回来,但很多用户并不习惯,想自己留着用或者卖废品。还有用户担心使用次数一旦多了,循环箱不干净、不结实。”这位负责人表示,可循环快递箱的破损率和丢失率较高,企业出于成本考虑,不得不把重心转移到回收效率更高的B端客户。

除材料成本外,由于“最后一公里”配送以“求快”为首要原则,高昂的时间成本也让很多快递员对循环箱“爱不起来”。

一位从业者向记者举例,一名经验丰富的快递员单日可派件200件左右,按工作8小时计算,单件派送时间约为2.4分钟,而循环箱由于需要用户当场拆箱再进行回收,派送时长平均为8分钟。同等条件下,循环箱快件的派送效率只有普通快件的三分之一。

在不少消费者看来,使用可循环快递箱意味着“麻烦”。通常情况下,此类包装需要用户现场拆箱取货,再由快递

员将包装箱带回回收利用。一些消费者出于隐私考虑,不愿意现场拆箱。

对于学生族、上班族而言,取件时间受限,大部分快递只能被投进在驿站或快递柜。“下班后回家拆箱签收,再等快递员上门来取。”曾使用过循环快递箱的西安市民杨女士表示,使用循环快递箱“有点折腾”。

此外,业内人士表示,目前,整体的快递流通趋势是从东南沿海到西北内陆,逆向物流存在困难,导致大量循环箱在使用后无法再次回到物流网中重复利用。

畅流程、除壁垒,走出循环“死胡同”

自2021年3月12日起实施的《邮件快件包装管理办法》明确规定,寄递企业应优先采用可重复使用、易回收利用的包装物,鼓励寄递企业建立健全工作机制和回收流程,对包装物进行回收再利用。

多位受访人士认为,加快快递包装循环利用,实现绿色、环保、节约的目标,需要生产企业、寄递企业、用户等共同努力。

目前,业内尚未建立起统一规范的可循环快递包装生产和回收流程。虽然多家快递企业已推出各自品牌的可循环快递包装,但是在生产、使用和回收再利用环节,循环箱只能在企业内部的物流链条中流动,这在无形中提高了循环包装的使用成本,也限制了覆盖面。

陕西科技大学包装工程系副教授李志强表示,相关政府部门可以协调物流领域主要企业形成统一的循环包装运营模式,“只有打破业内壁垒,才能让循环包装真正走入循环”。

业内人士建议,建立大数据平台,完善可循环包装全生命周期的信息追踪,使包装逆向物流或就地处置成为可能;在社区、高校内增加可循环包装回收点,做好循环箱的回收、清洁和消杀工作,减少损耗率和丢失率。此外,对环保包装生产企业给予适当支持,提高全社会对可循环快递包装的认可度,让循环包装真正走进千家万户。

创客空间



“我国数字文化产业下一阶段发展的真正动能蕴藏在服务实体经济和乡村振兴这样的国家战略大局之中。”

李卓

“数字文化产业的兴起是中国文化产业新发展阶段的核心特征,但在政策红利不断、大勢向好的背景下,微观主体的创新和投融资依然面临一系列显隐风险。赋能实体经济和乡村振兴是未来几年我国数字文化产业发展的突破点,而有效识别和防范创新过程中的显隐风险是行稳致远的关键。”

在近日举行的“第六届中国数字文化产业国际峰会”——数字文化消费新场景与投融资主题论坛上,中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端对当前我国数字文化产业发展面临的机遇与挑战进行了系统分析。

梳理过去5年文化产业投融资格局

陈端结合相关数据,对过去5年我国文化产业投融资整体格局变动进行了梳理。她表示,在移动互联网流量红利见顶、行业监管和金融监管叠加共振等多因素影响之下,2017年以来我国文化产业投融资市场进入调整阶段。2020年新冠肺炎疫情暴发,线上文化消费快速崛起,云游戏、云健身、云旅游、云综艺等文化消费新形态提供了行业增量发展的空间,尤其是网络直播与电商产业的深度融合,催生了以直播电商为代表的万亿级市场,为行业发展注入了新动能。而2021年以来,元宇宙、虚拟人、Web3.0等代表新一代互联网形态的概念受到了广泛的社会关注,也为投融资提供了新的落点。

“我国数字文化产业的发展首先是技术驱动型,技术创新打破了原有的产业边界和价值创造模式,为产业发展注入了新动能。以元宇宙理念为引领的场景融合创新时代来临,为数字文化产品的产品创新、业态创新带来新的想象空间,Web3.0为内容众创、共享和分配提供了新的机制,但兼具产业属性与意识形态属性的文化创新必须与我国的政策导向、文化根脉和制度土壤有效兼容才能行稳致远。”陈端表示。

她同时指出,去年以来,国家层面加大了流量经济整肃和互联网反垄断力度,文化创新首先要把握好各项政策背后的底层逻辑,同时要与更大的产业底盘结合才能有效放大文化创新的杠杆赋能效应。我国数字文化产业下一阶段发展的真正动能蕴藏在服务实体经济和乡村振兴这样的国家战略大局之中,让文化产品以IP为引擎的流量聚合效应在国家政策倡导的领域进行流转变现才能形成良性循环。

数字文化产业投融资的机会点和风险点

陈端用两组关键词对未来我国数字文化产业投融资的机会点和风险点进行了研判。

她认为,城市更新与文化消费新场景的融合创新、面向Z世代人群以“IP+社交”为引擎的“文化+”新消费、以线上线下流量协同和沉浸式体验提升为特点的数字文旅、结合乡村振兴政策大勢的农文旅融合创新、与城市发展相结合的电竞游戏,以及跟上上述领域相关的硬件投资或许可成为新的增长点。

针对未来企业创新和投融资的风险点,陈端指出,保持政策敏感度始终是文化产业生产和投融的关键,此外,包括技术路径风险、商业模式风险、内外源现金流风险以及生态位风险,都是未来微观主体在创新过程中需要着力防范的。

“数字文化产业未来的创新发展是生态为本而非单兵突进,要审慎研判产业生态所处的阶段,谋求最适合自己的优势资源能力禀赋积累生态位,超越当下生态阶段或自身生态能级的布局往往会跌入陷阱。”陈端补充说。

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端谈数字文化产业发展中的机遇与挑战

赋能实体经济和乡村振兴是突破点

简讯

山东莘县「巾帼管家」以「零跑腿」服务模式助企纾困

“你这个肉制品项目调理环节的用水量太大,应该用我省重点工业产品用水定额先进值来核算,能够节省三分之二的用水量。”近日,山东省聊城市莘县的投资项目会客厅内,该县行政审批服务局的“巾帼管家”王丽燕对建设单位用水提供了参考意见。

据悉,莘县行政审批服务局为发挥项目全链条集中审批和服务优势,力争把生态问题解决了在前端,专门成立了一支“巾帼管家”。这支特殊的队伍充分发挥女性细腻、认真、耐心等特点,全力指导和帮助建设单位做好前期手续准备,积极帮助建设单位解决难点、堵点问题,提高建设单位办理手续的效率,确保重点项目尽快落地。

“没有核准文件,咱们先上评审会,不用非来窗口提交材料,网上申报、受理后再借助双向邮寄服务也能办理业务。”为了克服疫情反复的不利影响,探索开展不见面技术审查、“零接触”现场踏勘,完善重大项目环评审批绿色通道,实行容缺受理,最大限度助企纾困,“巾帼管家”积极推动落实“零跑腿”服务模式。今年以来,“巾帼管家”助推召开了5次建设项目环评专家评估视频会,为14个建设单位出具了技术评估意见,帮助建设单位每年比原计划用水量削减70多万立方米。

(于跃 王潇)