

80元/斤的白草莓凭的是硬核品质

平度市白沙河街道大棚草莓开始收获,甜蜜产业助农增收

随着冬季来临,平度市白沙河街道巡寨村的大棚草莓悄然走红,以优质果品抢占鲜果市场。红草莓每斤售价最高达50元,特色白草莓每斤最高卖出80元的“土豪”价。如今,草莓产业不仅拓宽了市场销路,也带动当地村民增收致富。村党支部通过合作社整合农户资源,打造“巡寨草莓”品牌,结合采摘体验推动种植与文旅融合,为乡村振兴注入甜蜜动力。



扫码看视频

头茬草莓高价热销

走进巡寨村的草莓大棚,映入眼帘的是一片生机勃勃的景象:翠绿的草莓苗沿田垄整齐排列,鲜红饱满的果实点缀其间,部分草莓上还挂着晶莹的水珠,显得格外诱人。棚内,农户们正忙碌地采摘头茬草莓,或俯身修剪老叶,为新果腾出生长空间。

“头茬草莓口感特别好,现在红草莓每斤最高能卖到50元,白草莓每斤80元,一天能摘七八十斤。”85后种植户史阿妮手捧刚摘下的草莓,笑容洋溢,“再过十天进入盛果期,日产量有望突破200斤。我这两亩大棚,算下来每亩净利润能有五六万元,今年日子比草莓还甜!”

据悉,巡寨村草莓产业的底气源于二十余年的种植经验。从土壤深耕时的基肥调配,到挑选优质脱毒苗移栽,再到采用水肥一体化系统精准供给养分,每个环节都精益求精。草莓种植全程采用蜜蜂授粉,杜绝催熟剂,依靠“大果形、高甜度”的特色,积累了良好的市场口碑。



种植户正在查看白草莓的长势。

丰富品种提升竞争力

“市场在变,消费者口味也在升级,光靠传统品种不够了。”巡寨村党支部书记孙海兵介绍,近年来村里积极优化品种结构,在原有“甜宝”“香野”基础上,引进了高端红颜草莓以及“脆玉”“越雪妃”等特色白草莓,进一步增强了品牌竞争力。

品种多样化也吸引了更多采购商。收购商裴京涛表示:“今年巡寨草莓品相好、口感佳,品种也丰富。我们每天发货约500斤,精品红草莓每斤50元左右,优质白草莓每斤80元以上,订单已经排到了下周。”这些草莓主要销

往北京、上海、天津等一线城市及大型商超。

家门口就业促增收

草莓产业的蓬勃发展,也为周边村民提供了就近就业的机会。从种苗移栽、疏花疏果,到采摘包装,每个环节都需要人力。大孙戈庄村的孙大姐一边熟练地打包草莓一边说:“市场离家就十分钟路程,有活就来干,工资日结,既能赚钱又能顾家,特别方便。”

平度市白沙河街道大力发展特色种植产业,大棚草莓种植面积达到了1.1万亩,年产量近四万吨。后沙岭村、东西沙窝村、楼里头村、巡寨村均以种植



分拣好的白草莓。

大棚草莓带动当地经济,其中,巡寨村目前种植草莓面积近2000亩。

产业兴旺是乡村振兴的重要基础。平度市白沙河街道通过村党支部+合作社+农户的模式,将分散的种植户组织起来,共同打造巡寨草莓特色品牌。如今,这里不仅建成了规模化种植基地,还发展了亲子采摘、田园体验等休闲项目,形成了种植与文旅融合发展的新模式。红彤彤的草莓,既丰富了城市居民的果盘子,也鼓起了村民的钱袋子,成为推动乡村振兴的甜蜜引擎。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛
记者 马丙政 通讯员 杨璐瑶 袁嘉利 摄影报道

大咖齐聚 共话消费新趋势

消费50榜单在青发布,四地领跑区域消费格局

12月2日,毕马威中国第五届消费50榜单发布活动在青举行。本次大会以“聚智前行,引领消费破浪全球”为主题,全国消费领域重点企业代表、专家学者等200余位嘉宾齐聚一堂,共话消费新趋势,共探行业新未来,在充满挑战与机遇的当下,为中国消费企业开拓市场提供了前瞻思考与务实策略。

鲁粤京沪领跑消费榜单

活动现场,毕马威中国发布了第五届消费50榜单、《青岛市市南区消费观察报告》,从八大维度解读消费新趋势。中国银河国际副行政总裁杨素兰带来《理性与情感并存:2026年消费趋势与资本市场展望》主题演讲,为现场观众打开了前瞻视野。波螺油子、荷田水铺等本地代表性消费企业也分享交流了他们的行业观察体会与品牌故事。

据了解,毕马威中国消费50榜单发布活动自2021年启动以来,已在上海、北京举办4届,持续为消费行业注入新灵感、开拓新机遇。榜单的发布不仅是对中国消费市场的一个重要观察窗口,也是对企业发展战略和市场趋势的重要参考。

今年的消费50榜单从品牌价值与社会责任、用户体验与服务生态、智能化与创新能力、供应链与运营效率、组织与团队能力、可持续发展与环保、产品与服务的差异化、市场洞察与消费者细分8个维度进行评选,从结果来看,上

榜企业覆盖文化创意、食品饮料、生物医药、母婴、零售服务商供应链、教育培训、个护美妆、服装配饰、宠物、餐饮和珠宝11个领域,其中占比前五位的分别为食品饮料(29.6%)、餐饮(24.1%)、服装配饰(13.0%)、零售服务商供应链(11.1%)、文化创意(5.6%)。从地域分布来看,山东、广东、北京、上海是上榜企业的主要来源地。这些地区在消费支持、补贴力度及税收优惠政策方面具有明显优势,且政策落实效果良好,为企业发展提供了有力保障。记者注意到,本次上榜的山东企业共28家,青岛企业表现亮眼,既有青岛啤酒、青岛食品、利群集团等“老牌劲旅”,也有荷田水铺、波螺油子、船歌等新锐力量。

市南“双核”驱动消费升级

记者从现场了解到,本届活动系毕马威消费50榜单发布五年来,首次落地非直辖市市区。这一动向,反映了业界对青岛整体消费活力、开放格局与营商环境的认可,也凸显了市南区在消费潜力与现代服务业发展等方面的区域优势。

根据《青岛市市南区消费观察报告》,目前市南区呈现“东西辉映”消费“双核”格局:以中山路为核心的西部历史城区,是国内保护最完整、风貌最经典的历史城区之一,全市40%以上的老字号集聚于此,打造出独具魅力的消费

场景,古巴文化交流中心等81个特色商文旅项目开放运营,让百年老街焕发全新活力。以奥帆中心为引领的东部浮山湾商圈则展现出国际化消费新气象,13家大型购物中心、上千家国际一线品牌集聚于此,2024年营收突破150亿元,品牌首店超过350家,是全省首店最集中的区域。正在打造的“奥帆黄金步道”年轻文化消费街区,将与西部历史城区遥相呼应,共同构筑市南消费升级新版图。

2024年,市南区实现生产总值1650亿元,服务业增加值占GDP比重常年保持在90%左右,总量分别约占全市的10%、14.2%,是青岛的现代服务业中心。人均消费支出5.1万元,是省内唯一突破5万元的县市区,也是全省唯一获评2024年全国夜间经济优选城区。人均生产总值、居民人均可支配收入等多项指标稳居副省级城市中心城区前列。

据介绍,市南区将以此次活动为契机,继续全力构建以“时尚消费”为重要支柱之一的“1+6+1”现代产业体系,加快推进全方位扩大内需、发展现代服务业、强化科技创新引领、优化营商环境、加强和创新社会治理五项作示范、见实效行动,实施“高水平开放计划”“全区域全领域人工智能+计划”“强化党的基层建设计划”三项保障计划,加快打造现代化国际大都市示范区,为青岛市消费创新和城市发展注入源源不断的活力。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 张琰

文创“潮”出圈 文物“活”起来

本报12月2日讯 2日,记者从西海岸新区获悉,当地通过打造“青西风物”文创品牌,将琅琊刻石等历史文化元素与现代创意设计深度融合,近期陆续推出涵盖文具、家居、收藏等多元品类的文创产品,让传承千年的文物跨越时空走进日常生活,为中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展注入新动能。

琅琊刻石作为中国现存最古老的刻石之一,其篆文字体结构严谨、线条匀称,承载着“书同文”的历史意义,是西海岸新区珍贵的文化遗产。“青西风物”品牌以此文化符号为核心,将篆书艺术精髓与琅琊刻石的历史底蕴融入现代产品设计,把“一字一史”的厚重感转化为兼具审美价值与实用功能的生活雅物。

“青西风物”的创新不仅局限于产品层面,更致力于构建完整的手造产业生态。目前,山东手造·文化创意产业研发中心正在建设中。该中心将传统手造技艺与现代产业需求相结合,打造集手造研究、技艺传承、产品研发、展示体验于一体的创新平台。

作为西海岸新区文旅融合的重要载体,“青西风物”品牌还深入挖掘本地非遗资源,以现代审美重新诠释传统手工艺。无论是运用传统雕刻技艺的摆件,还是手工编织的日常用品,每一件作品都体现着传统手造与现代生活的对话,让非遗技艺真正融入当代生活场景。(青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 栾丕炜 通讯员 李涛)