



2000亩少山杏红妆“出山”

六百年历史国家地理标志产品迎来丰收季，可持续采摘到7月中旬

六月初夏，崂山脚下的少山村甜香四溢。2000亩杏林次第泛黄透红，麦黄、柞实等早熟品种抢鲜上市，明星产品少山二号也开始少量采摘。这个拥有600多年种植历史的国家地理标志产品，正以独特的风味和品质，拉开一年一度的丰收大幕。

抢鲜“麦黄”“柞实”打头阵

进入6月，城阳区夏庄街道少山社区的杏园里热闹起来。金黄的杏子挂满枝头，果农们穿梭林间，忙着采摘今年第一批成熟的红杏。而山下的街道旁，卖杏的长摊已经摆开，黄澄澄、红彤彤的杏子整齐码放，吸引了不少路过的市民停车问价、尝鲜购买。

“现在上市的主要是麦黄和柞实两个早熟品种，还有少量的少山二号。”少山红杏专业合作社负责人栾心波介绍。麦黄杏如其名，麦收时节果皮转黄，肉质柔软、汁水丰沛；柞实杏个头略小，酸甜适口，是不少市民每年必尝的“第一口杏甜”。而作为当家品种的少山二号，目前只有零星成熟，大量上市还要再等一周左右。

少山村现有杏林2000余亩，年产量稳定在五六百万斤。由于品种搭配合理，从6月初的麦黄、柞实，到6月中旬的少山二号、少山红，再到6月底7月初的关爷脸，采摘期可以持续一个半月。“进入6月，这些品种陆续成熟，能一直吃到7月中旬。”栾心波说。

价格方面，早熟品种走的是亲民路线，而少量上市的少山二号优质果，已经卖到每斤15至20元。“大流价格也不会低于10元。”栾心波表示，随着端午假期和周末游客带动，预计今年销量和价格都将保持稳定。



果实挂满枝头。

“少山二号果实大，小的也有80克一个，大的能到400多克。三个杏凑一斤，很正常。”栾心波说，这样的“大块头”摆在摊位上格外显眼，经常引来顾客好奇地端详和询价。

传承 200多棵百年老杏树

少山杏的种植历史，可以追溯到明代万历年间。如今，村中依然保留着200多棵百年以上的老杏树，关爷脸、大扁杏等传统品种就是几百年农耕选育的“活化石”。

真正让少山杏从“土特产”升级为“品牌果”的，是上世纪七八十年代的一次偶然发现。栾心波的父亲当时在公社担任果树技术员，负责村集体苗圃选育工作。“父亲在杏林中发现一棵杏树表现特别好——丰产、口感还好。”这个“偶然”选出的品种后来以“崂山红杏”之名，



少山二号少量上市。

被评为山东省科技成果三等奖。

更重要的是，少山拥有不可复制的小气候。杏树开花早，每年3月中旬正值花期，极易遭受“倒春寒”侵袭。当地有句俗语：“外面的杏，十年九不收。”但少山三面环山，形成天然屏障，霜冻危害小，实现了“十年九收”。加上沙壤土、山泉水等独特水土条件，少山杏的糖度、胡萝卜素、维生素等指标均高于其他产区。

凭借过硬品质，少山红杏先后获得国家地理标志产品认证、山东省农业文化遗产。“每一个地理标志产品，都是一方水土的特定产物。”栾心波表示，少山杏离开少山，就种不出这个味道。

热卖 少山二号成电商“宠儿”

从过去追求丰产，到现在追求优质，少山杏的品种结构一直在优化。通过嫁接改良，当地选育出少山红、少山二号等新品种。其中，少山二号凭借独特优势，迅速成为种植面积最大的当家品种。

“少山二号有个特点——不离核。”栾心波解释，普通杏一掰就开，少山二号掰不开果肉与核。有人觉得是缺点，但恰恰带来了多重好处：果肉纤维多、口感好，运输过程中不变色、耐储存，而且产量极高。“小拇指粗的树枝，老品种关爷脸只能挂五六个果，二号能挂十五六个。”正因如此，少山二号不仅在地摊上抢手，更是电商“爆款”。

那棵发现于分田到户政策前夕的少山二号母树，如今已有一抱粗，长在农家庭院，一年还能摘四五百斤杏。少山二号是线上销售的“宠儿”。“电商不大愿意要关爷脸——它没有二号丰产，个头小，高温天卖相也不好。”栾心波说，正是电商的推动，包括关爷脸等不少老品种嫁接成少山二号。

当然，老品种也有自己的舞台。关爷脸虽然产量低、不耐运输，但颜色红亮、风味浓郁，深受本地采摘游客喜爱。

如今，2000亩杏林已成为少山社区的乡村振兴关键产业。每年6月，周边的游客纷至沓来，摘杏、品杏、买杏，街道两侧的长摊一个挨着一个。一颗小小的红杏，串联起种植、采摘、电商、乡村旅游的产业链条。从明代的杏苗，到今日的富民产业，少山杏用六百年时间，书写了一颗果子如何长成“金名片”的生动故事。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 陈小川

一个小小直播间，带火一镇“土特产”

莱西市河头店镇打造三级直播矩阵，14.7万粉丝卖出28万元农产品

走进河头店镇镇级直播中心，墙上张贴的直播带货工作账号三级矩阵图尤为醒目，一级矩阵为镇级工作账号“河头店的店儿”、二级矩阵为9个新村书记工作账号、三级矩阵则是部分片区党支部书记工作账号，每级矩阵工作账号后面赫然有刚刚更新的粉丝量。该镇党委组织委员郝昊高兴地说：“依托我们镇级直播中心，目前已经孵化出三个‘金牌书记’，带动吸引片区党支部书记和部分村民前来学习培训，打造出一支直播助农主力军。”

截至目前，全镇直播带货工作账号矩阵粉丝量已达14.7万，累计发布视频131个，其中85%浏览量破万，累计销售额达28.1万元。

自莱西市发布《莱西市“党建引领、头雁领航”发展村书记直播带货经济三年行动计划》以来，河头店镇因地制宜，整镇推进，依托镇党建综合阵地建设了镇级直播中心，研究制定《河头店镇发展村书记直播带货经济三年行动方案》，全力推动村书记直播带货经济发展。建立“1+3+N”（即1个镇级直播中心+3条特色产业+N个书记直播间）的工作体系，采取“组织选拔+自主推荐”的方式选拔18名村党组织书记发展村书记直播经济，同时吸引“新农三宝”“莱西棚二代”等20余名周边村民自发到直播中心学习直播带货。

“目前，我们镇已经形成了完整的镇级直播中心—新村党组织书记—片区党支



金牌书记直播带货助农。

部书记三级直播带货工作矩阵，加上孵化成功的小部分村民，其实已经形成了3.5级直播带货工作矩阵。当然，我们的最终目的是助农增收，因此我们的最终目标是建成有广大村民参与的四级直播带货工作矩阵。”该镇党委副书记张鲁说。

成立镇级直播中心，钱从哪里来？如何保障健康持续运行发展？为此，河头店镇划出了“硬杠杠”。该镇出台了《河头店镇发展村书记直播带货经济运行管理规范》，从产品质量、公私界限、账目管理、纪律作风等方面设定刚性约

束。坚持“合力推进、收益共享”原则，由九个新村集体经济组织出资，与镇本土社会组织“小雨滴”共同成立青岛青莱农产品销售服务有限公司，其中各新村分别占股7%，“小雨滴”占股37%，将公司决定权掌握在村集体手中。在收益方面，提取纯利润的10%作为法定公积金，20%用于镇级直播中心运营，剩余部分按股权比例进行分配，形成风险共担、利益共享、合力共赢的良好局面，保障直播带货工作持续健康发展。

据镇直播中心负责人张瀚林介

绍，镇直播中心配备5名工作人员，主要分为直播与短视频两条主线开展工作，其中1人统筹整体运营、对接外部资源；2人负责直播运营、选品把关、售后处理；2人负责短视频策划、拍摄、剪辑与账号运营，每天下午晚上固定开播，直播时长超过6个小时，收益按规定比例分成。

农产品的季节性特点非常明显，因此，直播带货能够满足消费者一年四季的多样化需求是关键。河头店镇直播中心立足镇域农业产业优势，系统梳理出三条特色产业链，通过整合优质农产品资源，形成了三大核心品类：一是果蔬类，秋月梨、白玉黄瓜、草莓西红柿等时令果蔬；二是生鲜类，以墨瑞鲑鱼、大闸蟹、天宝驴肉为代表；三是粮油类，有石磨全麦面粉、高油酸花生油等；确保应季供应、品质稳定。

“下一步，我们重点做强‘金牌书记’招牌。着力打造‘一书记一特色、一账号一IP’吸引力的特色‘金牌书记’账号，年直播总场次不低于450场，粉丝不低于6万、销售额不低于30万元。全年各级工作矩阵开展直播带货不少于600场，发布短视频不少于300条，线上销售额突破200万元，同步带动文旅产业发展，为全镇乡村振兴注入强劲动力。”张鲁副书记信心满满。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 马丙政 通讯员 李焕青 摄影报道