

小草莓如何“小康”一个县

特约撰稿 何建明、信世杰

高铁穿过合肥站不久，便驶入长丰县境内。狭长的县境，由南而北观之，宛若一头昂首挺立着的傲牛。

谁也无法阻挡一匹虎啸而奔的傲牛。安徽长丰有足够资格这样牛气：自2012年摘掉国家级贫困县帽子后，它连年奋进，于2016年跻身全国百强县行列。后几年的排位更是节节攀升，从2016年的99位升至2020年的76位。

绝不可小视这23位的递进。若换了之前，长丰人连进“百强”都不敢奢望。因为过去的它，太穷。穷到连稻麦都活不好，当地百姓说，咱叫“长丰”，其实是“常穷”。

过去的长丰，穷在先天不足上。1965年6月，这个由寿县、肥东、肥西、定远四县边界贫困地区组建而来的新生县，是个经济基础薄弱，缺少自然资源，且多涝多旱的“苦地”。地处江淮分水岭，地势高洼不平，“岗区十年九旱，湾区三年两淹”的顺口溜，是长丰自然条件的真实写照。先天不足，让长丰多年来都与穷困脱不开关系。上世纪80年代，苏州昆山、张家港等地的农民都已经住上“楼上楼下”、家家有“四轮车”时，长丰的农民们还几乎家家都是茅草屋，愁的仍是吃不饱饭的问题。

贫困半属天成，脱贫则是登天难事。自1994年长丰县被定为国家级贫困县后，尽管合肥市委、市政府一直在想办法帮助脱贫，长丰也认清了“穷在水上，苦在路上，差在工业上，落后在教育上”的病根，但受制于自然环境恶劣、自然资源匮乏的先天不足，一时难有良策。故长丰虽为省会城市所辖城郊县，长久以来却一直是全省经济的凹地，1999年在全省61个县市综合考评中排名倒数第7位。这个全省“倒数第7名”，让长丰人一直抬不起头来。

从“红果”到“红颜”

在长丰，流行着这样一句顺口溜：“穿的草莓衣，吃的草莓饭，住的草莓房，娶的草莓娘，要嫁就嫁草莓郎。”这是见草莓产业对人们的影响。长丰草莓的种植历史很长，但真正发展成一项产业，要从2001年说起。

这一年，全县花大力气围绕“加快发展、富民强县、路在何方”为题，进行了3个多月的解放思想大讨论，最终确立“快工强县、优农富民、融入合淮、与市俱进”的新发展思路。

据长丰县草莓协会会长夏世祥介绍说，长丰最早开始真正摸索种草莓的，是一个叫闫如坤的人。这个人家里做花卉苗木生意，大概在1970年，他见市场上卖一种他不认识的种苗。小苗两毛钱一棵，闫如坤买了5棵，回家种下，第二年开花结果，家人看着这些漂亮的小红果，却谁都不敢吃。犹豫了半天，闫如坤大胆试了一下，味道还真不错！

到1974年，闫如坤已经种了好几亩草莓，但一直不知道名字，拿到市场上卖时，就叫红果。种得多了卖不掉，他就坐火车到别处卖。列车员是个东北人，见他拿了这么多草莓，走过来问他这是去干嘛。闫如坤一听列车员说“草莓”，忙问他：“你刚才说这是啥？”列车员说：“草莓嘛，我们那都种！”闫如坤自此知道了这东西不叫红果，叫草莓。

一直到上世纪90年代末，长丰的草莓种植面积还不到2万亩，主要问题在销售，收获的草莓没办法远销，最多就卖到邻近地区。种出来的都卖不掉，自然没法再扩大生产。

草莓娇贵，只能卖鲜果，稍微一搁就烂。县委书记看到市场上倾倒的一筐筐烂草莓，痛下决心要打开销路，想尽办法安排专列把草莓运出去。

草莓种植真正形成规模，是在2001年长丰总体发展思路确定之后。当年举办的第一届“中国长丰草莓节”，把全国商贩吸引来收草莓，之后每年举办一届，打开销路，提升价格，草莓种植面积从此迅速提升上来。

到2020年，全县草莓种植面积达到21万亩，总产量约40万吨，产值55亿元，是全国设施草莓种植规模最大的县，种植面积占全国草莓总面积的10%以上。长丰全县种植草莓的农户有8万多户，从业人员18.5万人，受益农民达到35万人，于是就有了前面那句洋溢着喜气的顺口溜。

长丰草莓小镇的种莓大户郭同丰，刚把这一季的草莓换成真金白银，满脸带着笑。知道我们要来，他特地开车转了好几家莓园，才淘到一小篮尾果。即便是最后的尾果，色泽、甜度、硬度各方面也毫不逊色，比桌上摆的几颗网上买来的草莓模型个头大了不少，入口香甜。

去年连续经历了疫情和水灾，今年终于有了个不错的收成。谈起刚过去的丰收季的繁忙，郭同丰亮着嗓子说：“哪有啥累不累，农民种地，卖了果子晚上回家一数钱，啥累都没了！”可当他说起这十几年的草莓种植经历，却不乏辛酸故事。

郭同丰现在种植的大片草莓园，在2005年时还主要种稻麦，长势不好，收入也不多，后来他承包下来种草莓，一步步摸家前进。长丰草莓最开始种的都是“丰香”品种，连续种了多年，长势和收势都算稳定。

2007年4月份，郭同丰看到市场上有人在卖草莓苗，卖家说这种苗结出的果子又红又大，他就花了十块钱买了7棵，拿回家育出56



长丰草莓红似火。 张忠建摄

棵小苗。郭同丰后来才知道，这种果型又红又大的草莓品种，有一个很美的名字，叫“红颜”。

自古红颜多薄命，“红颜”草莓最开始也是命途多舛。郭同丰回忆最初改种“红颜”那几年，育苗成功率很低，幼苗大面积死亡，莓农们都不敢尝试，还有人在背地里说风凉话。

变化总是伴随着风险，郭同丰压力很大，但依旧坚信“红颜”能在这片土地上落地生根，让莓农发家致富。别人不敢种，他就自己种，让自家弟弟跟着种。遇到死苗情况，他就仔细琢磨，跑到合肥去请专家咨询。经过五六年的尝试，“红颜”终于在长丰土地上慢慢铺展开，莓农的脸上也绽开笑颜。

2015年，经长丰草莓协会推广，全县改种“红颜”品种后，每亩地增收一万元以上产值，全县20多万亩草莓，增收20多个亿，真正是一棵种苗改变一个县。

如今的长丰农业，再也不是连稻麦都活不好的旧貌，“长丰草莓”“长丰虾稻米”这些特色品牌，已乘电商之风销往全国，把“优农富农”的发展思路变为实在成果。

“长丰草莓”的品牌价值已逾73亿元，长丰“中国草莓之都”的称号也越喊越响。

“草莓皇后”“草莓劳模”

被称为“草莓皇后”的蒋秀芝身量不高，一副利落能干的样子。这一季的草莓丰收后，她正忙着处理地里的尾果，争取不浪费任何一颗“红颜”。

蒋秀芝从1994年就开始种草莓，最初只种了自家5亩地，到2003年开始租地种草莓，从15亩租到30亩，规模越来越大。2004年，县里组织种植户进行莓果评比，草莓硬度、含糖量、色泽这三个指标，蒋秀芝的草莓都名列第一，得了“草莓皇后”的称号。这个称号最初给的是蒋秀芝种的草莓，后来人们叫顺了，把蒋秀芝本人叫成“草莓皇后”，她也欣然答应。

如今草莓种植面积大，草莓园要雇用不少工人。蒋秀芝说，现在人工费越来越贵，平时普通用工要120块一天，到了忙时或者要干特殊一点的工作，工资还得增加不少。

眼下这一季草莓刚收完卖出，园里没什么要紧的活，几个年长的工人和妇女，正修剪着草坪和树木，看上去很悠闲。刚下过雨，混着刚刚修剪过的青草香气，整个草莓园像童话小镇一样。

长丰草莓发展起来之前，本地人都要到外地打工，把孩子留在家，托给老人照顾，一年到头也挣不了几个钱。现在情况大不一样，年轻人陆续返乡种植草莓，老年人只要愿劳动，就能在家附近的草莓园里找零活干。如今，草莓种植户家家富裕，不少人都到合肥买了“草莓房”。

1979年出生的田峰，就是返乡创业种草莓致富的典型。回忆起上世纪80年代末上小学时，田峰大脑里还都是吃不饱饭的记忆。中专毕业后，他选择南下打工。出门的那天是1999年10月5日，田峰记得清清楚楚。从长丰一路南下，折腾了好几天，到了广州的一家合资企业。

田峰不像其他年轻人那么爱换工作，他在这家厂里一直干下去，从普通工人慢慢做到了生产主管，并在2006年与厂里相识的妻子结了婚。成家之后，田峰和妻子进一步计划在广州安家的事。当时，他一个人的月收入就有一万元左右，两口子在广州供一套房不算困难。可当他父亲得知儿子要在广州安家后，开始在家大闹。

自古以来，养儿防老似乎是天经地义的事，田峰父亲也这么看。儿子好不容易出息了，却远在天边，老了之后指望谁？拗不过父亲，也拗不过心中的孝道，田峰还是携妻带子回到了阔别十余年的家乡。离职返乡那天，是2011年4月

10号，田峰记得同样清楚。

返回家乡后，他试了几份工作，都不太如意。2012年在北京昌平举办的世界草莓大会，让田峰看到了新的机会，他自学网页制作技术，尝试做了“长丰草莓网”。网站做好后，与外界的联系变多，机会也就变得更多，外地人纷纷发信息给他，说想尝尝长丰草莓，这让田峰萌生做草莓电商的想法。

父亲得知田峰回家还是做草莓买卖后，又发了脾气：我一辈子种草莓，你小子现在回来又搞这个，能有什么出息？你还能种得过我？！

父亲虽然让田峰回到家乡，但想的是他能在离家不远的合肥找个“体面”点的工作，而不是继续在土地上卖命。

田峰明面上顺从着，私下里还是想在草莓上找出路。外地人想吃到长丰草莓，他就想办法把草莓快递出去，可这么金贵的东西，根本没有快递公司敢接。周围人也劝他尽早放弃这个不切实际的想法。但田峰不服气，本着这股决心，他一家家快递公司跑，打包票承担下所有可能存在的风险，终于把这条路子打通。

打通了快递环节，接着是改良包装方式，让快递包裹更抗压，更耐高温。随着来自全国各地的订单越来越多，田峰又意识到了新的问题：货源不稳定，货品品控也难以保证。

周密思考后，田峰决定暂缓快递销售业务，回到源头去，自己种草莓。他说服父亲一同创建“田峰草莓园”，探索有别于传统的新种植方法。在科学技术指导和新的销售方式支撑下，田峰把自己的草莓事业发展了起来，也赢得了父亲的赞许。

2014年，田峰发起成立了“莓福园合作社”，为贫困户提供草莓种植技术，传播新型销售理念，先后带动200多位社员一块实现共同富裕。

2020年11月，田峰当选“全国劳动模范”，身披红绶带步入人民大会堂的那一刻，他体会到了身为劳动者的荣耀，并把这种荣耀归于劳动者集体。当天，他在微信朋友圈留下一段话：

“荣誉和梦想同在，挑战和机遇共存。谢谢大家的支持和帮助，成绩属于过去，荣誉归于大家，未来仍在创造中！同志们，让我们携起手来，让我们的草莓更加辉煌。”

长丰草莓业的发展看似一路坦途，但其中却隐藏着不为外人所知的艰辛。

虽然种草莓是在大棚里，多少能避免靠天吃饭的农业普遍短板，但依旧抵抗不了严重性天灾。2018年冬天的一场大雪，让长丰积雪量达到40厘米，而大棚的积雪承重最多20厘米，一夜大雪压垮了几千亩大棚，造成巨大损失。2020年疫情肆虐，封闭式管理让草莓无法往外流通，40块钱一斤的精品草莓降价到一两块都卖不出去。政府部门联系各个草莓大户，想尽办法做好消毒工作，尽量把草莓拉出去，减少莓农损失。

不论坦途还是险路，长丰草莓业发展的背后，是政府始终在保驾护航。自从2001年制定“优农富农”的农业发展思路以来，长丰县政府从各方面着力引领草莓业发展。

在品牌建设方面，政府从2001年开始办第一届“中国长丰草莓节”，打开销路，解决滞销问题。从2008年起主导“长丰草莓”申请“中国地理标志农产品”，2020年4月正式获批。如今，“长丰草莓”品牌价值达到73.66亿元，“中国草莓之都”的名气与日俱增。在科技层面，政府同样投入巨大，为提升全县莓农种植水平，每年培训3500人以上，为增产增收不断在全国各地寻求新品种，尝试找到“红颜”的接班人。为了开拓品种，县领

导在招商、引商、亲商这些软性服务上想尽办法，留得住客商，才能把长丰草莓销往全国各地。

有了政府的引领和扶持，再加上莓农的辛勤耕作，长丰草莓的名气打响了，长丰莓农的腰包也鼓了。

另一张名片

草莓之外，虾稻米是长丰农产品的另一张名片。政府主导下的虾稻共养模式，富了一方百姓，也走出一条高品质生态农业道路。

在这条生态农业脱贫致富道路上，张玲是个典型代表。

采访之前，当地工作人员特地给张玲去了电话，询问她身体情况如何，是否能够接受采访。得到肯定答复后，工作人员松了一口气，解释说张玲这两年刚换完肾，怕她身体太过虚弱。

新修的乡间马路十分平整，汽车在农田间驶过，不多会儿就到了张玲所在的下塘镇太张村。村口立着一块黄绿色牌子，写着“长丰县太张水产养殖专业合作社”，张玲正穿着一身下地干活的衣服。

张玲出生于1980年，是家里四个孩子中的老大。那时候全县都穷，吃不饱饭，父亲到外地打工，留下母亲带着姐弟四个生活。夜里点煤油灯，不小心引起大火，母亲从最小的孩子开始，一个个往屋外拖，等到想起最大的张玲时，她已经严重烧伤。

火灾之后，小张玲被鉴定为二级肢体残疾，天天跑医院。那时候医疗水平跟不上，为了追求治疗效果，用药过猛，张玲的肾脏功能经年累月受损，27岁时被确诊为肾衰竭。

在查出肾病之前，张玲的人生是另外一重轨迹。2000年嫁入邻村同样贫困的一户家庭后，张玲和丈夫相互扶持过起日子来，两年后，女儿诞生。由于身体原因，张玲实在没法从事田里的重体力劳动，只能在女儿刚一岁时就离家外出打工。

张玲2003年到昆山，在制衣厂踩缝纫机，计件拿工资。虽然手有残疾，但张玲很拼，挣的一点不比别人少。老板看她脑子活，做事麻利，调她去做仓管，负责出入货，工资最多能拿到3000块一个月。相对于合肥那时候平均七八百块的工资，这个收入算得上高。

到了2007年，张玲有天突然间感觉身体出问题，持续发烧，小便排血，去医院一查，确诊肾衰竭。之后就从昆山回了长丰，一边治病一边休养。本计划把病治好，身体休养好再说，但在家待了两年身体还不见起色，只能再出门到邻近的合肥打工。

在合肥，张玲干过食堂、在车间打扫过卫生，还凭着自学，一周拿下了别人三个月才能学会的电工技术。本以为这项手艺能成为她后半辈子的依靠，可命运并没有因此顺从她，常年在在外奔波劳累的她再次病倒。2012年，病痛缠身的张玲和丈夫带着20多万元外债再次回到长丰。

在政府宣传和扶持下，他们两口子开始搞稻虾养殖，启动资金主要靠贷款，一边养身体一边干地里的活。

稻虾养殖之路最初并不顺利，遇到技术难题，张玲就自己跑合肥找专家。安徽省农科院丁凤琴教授了解到张玲的情况后，专门开车过来进行技术指导。张玲的稻虾越养越好，成活率高了，个头大了，成色好了。最重要的一项技术成果是，能让龙虾提前半月上市，产值直接翻上一倍。

稻虾养殖，应该是有稻又有虾。丁凤琴教授帮忙找来农科院的“水稻教授”张效忠，种上了张教授研制的水稻新品种，出来的虾稻

米卖到8块多一斤。

2014年时，张玲一家是建档立卡的贫困户，到2016年春天就甩掉了贫困的帽子。2016年春天龙虾刚上市时，她骑三轮拉着到市场上去卖，好的时候一早晨能卖3000多块钱。

2016年最后一天，“长丰县太张水产养殖专业合作社”的牌子立了起来，张玲成了合作社社长。合作社里残疾人社员家庭居多，张玲解释说，相对于种金贵的草莓，稻虾养殖要求没那么高，不管是手脚不灵活，还是脑子慢一点，都能在家人的帮衬下把田种好、把虾养好。

自己富裕了，也带动了周边的贫困户脱贫致富，张玲感到很自豪。让她最感自豪的，还不单单是带动他人致富这么简单，而是让残疾人能够通过自身的努力创造财富，实现自我价值。

实现共同富裕后，张玲也幸运地匹配到了肾源。在2019年3月8日的一条朋友圈中，张玲写道：“重获新生，想想我这一辈子，能活几世，值了。”

一封“乡村请柬”，“相见”美丽乡村

让农民的口袋鼓起来，是长丰振兴乡村的第一步，要真正建成美丽乡村，还需经济、文化两手抓。杨庙镇马郢社区，几年间从省级重点贫困村一跃成为美丽乡村建设样本，很像长丰这几年发展的一个缩影。而马郢的蜕变，同样得益于发展的核心思路规划。

我们是在下午到达马郢，正碰见一群乘大巴来进行研学活动的中学生。孩子们叽叽喳喳，到处瞧，到处看，像马归草原一样欢快。在马郢，他们能上手体验各种农事活动，能去陶艺馆“玩泥巴”，还能去马场学骑马。负责人杨磊告诉我们，要不是预报说下午天气不好，来的入肯定更多。

马郢乡村旅游的牌子这两年名气越来越大，即便受疫情影响，2020年依旧接待游客39多万人次。而这么一个已经能够靠旅游业增产增收的村子，在2016年之前还是个基础设施建设落后的空心村，全村1000多人，只剩300多名老人、孩子留守，青壮年全都外出打工。

2015年底，从合肥到马郢挂职的第一书记钟宇和朋友们一起商讨，起草了决定马郢发展思路的“马郢计划”，提出助学、助农、助村三项核心内容。钟宇想要做的，是在城市与农村之间架起一座桥梁，让城市人回归乡土，助力乡土。

本着这一目的，钟宇招募志愿者到马郢开展公益活动。以理念聚人，比靠利益聚人要稳定得多。随着“马郢计划”传播度的增加，越来越多志愿者愿意深度参与活动，甚至在马郢租个小院成为“创客”。一批拥有梦想，又愿意用心做事的人就此集结。

一方面吸引志愿者参与，另一方面，钟宇还积极争取政府支持。自2017年以来，长丰县共投入5000多万元进行马郢基础建设与公共设施建设，往日乡村的残败旧貌，几年间就换成一片亮丽新颜。

2017年底，钟宇挂职期满，按说应回原单位工作，可马郢村民自发组织全体签名，又把钟宇留了下来。组织上增派钟宇担任马郢社区协调委员会主任，但村民们还是习惯叫他钟书记。钟宇同负责联系马郢社区的长丰县杨庙镇党委委员、武装部部长杨磊一起，继续为马郢的美丽乡村建设劳心劳力。

细数马郢这几年的发展历程，杨磊很有成就感，也很感叹。2018年马郢逐步发展起来后，有不少大企业来洽谈，希望整体接盘马郢，进一步打包改造。钟宇、杨磊等人商议后，一一拒绝了这些企业。他们也就此形成了一个共识：乡村振兴的主体是农民，必须以农民为主角，包括近年来到马郢的新村民和创业大学生。企业整体接盘短时内可能会给村民带来更大的直接利益，但很可能由于完全的资本化运作迫使农民搬离农村，这是他们万万不能接受的。马郢的发展目标，不仅在于村富、村美，更要振兴乡村文化。

家乡变美、变富后，外出务工的年轻人慢慢回流，马郢变得更有人气。大大小小的文化活动定期开展，传统民俗活动一项项复苏，马郢的文化“灵魂”在驻村干部、志愿者、创客和本村村民共同参与中又活起来。

谈到未来规划，杨磊说起他们的“泛马郢计划”，要让马郢的发展带动周边乡村，实现共同富裕。这种带动，并不是照搬马郢的模式，而是按“一村一品”的思路打造独有特色，把乡村产品做好，集体资产盘活，同时把乡村文化发展好。

夜宿马郢“乡东”民宿，窗外是阵阵蛙鸣和风吹杨树叶的哗哗声，在这自然之声中安然入睡，让久居都市的身体得以完全放松；清晨，在啾啾鸟鸣中醒来，到田间地头走一走，随手摘几束田野草野花。这是城市中人梦寐以求的田园生活，也是我们东方农耕民族的心灵归宿。如今，源自马郢的这份“乡村请柬”发送到越来越多人手中，邀请更多志愿者、创客、游客参与到“乡建”中来，“相见”于美丽乡村。