



剛剛過去的中國“五一”假期（5月1日至5日），各地土特產成為“香餽餽”，不少游客爭相選購旅游目的地的心儀產品作為伴手禮饋贈親友，傳遞溫情與關愛。同時，

隨着各地的“特產大摸底”，許多鮮為人知的好東西被“挖”了出來，更多的“隱藏款”特產開始走進大眾視野。

“隱藏款”特產，背後不僅是

多元、充足的內需動力，更展現出中國廣闊的消費市場上，這些特產正成為推動各地產業發展的“潛力股”。

本期，讓我們帶您看看“隱藏款”特產是怎樣養成的。

新疆：“海鮮陸養”有秘訣

您印象中的新疆是什麼樣子的？還是內陸乾旱地區嗎？但現實中，新疆維吾爾自治區已成為中國海鮮的生產和消費前列省（區）之一。三文魚、南美白對蝦、螃蟹、龍蝦……這些新疆產的“海鮮”，不僅供應到中國各地老百姓餐桌上，甚至遠銷新加坡、馬來西亞等國家。

網友都好奇，素有“離海

洋最遠的地方”之稱的新疆，怎麼養出這些“蝦兵蟹將”？用了什麼“新招兒”？

在新疆阿圖什市哈拉峻鄉“鹽鹼水還原海水海鮮智能養殖基地”，石斑魚、生蚝等各類魚蝦悠然自得暢游水中。

這座養殖基地距離哈拉峻鄉硝爾庫勒鹽湖2公里，初期投產面積1.5萬平方米。團隊用“一種水體生物營養補充及其



淨化平衡劑和制備方法”發明專利，按比例添加微量元素和益生菌，將鹽湖水改良為“人工海水”，實現全產業鏈現代化海產品養殖。

同時，養殖基地還研發了海水循環系統，發明了專利產品水體平衡營養劑，既滿足環保要求，也降低了魚苗在運輸過程中的死亡率和發病率。據悉，今年9月該基地將實現海

產品的量產上市。

像這樣的事例在新疆比比皆是。通過科技的進步和農業的創新，在氣候條件適宜的水域，通過現代化的養殖技術，新疆很多地方也能成功養殖海鮮。不僅如此，科技還為這些海鮮提供了更為便捷的交通和物流渠道，讓它們能夠安全、快速地到達全國各地的消費者手中。

上海：藏紅花拼出“新賽道”

很多人都以為藏紅花產自西藏自治區，殊不知它是“上海特產”。上海市崇明區永樂村是“中國藏紅花之鄉”。目前，全村藏紅花種植面積超700畝，年產值2000餘萬元。

藏紅花最有價值的地方就是它的三根雌蕊，有效成分含量最高的盡在花蕊的上部三分之一處，平均百朵鮮花才能收集一克

乾花絲。目前永樂村的藏紅花市價是35元至40元一克。能有這麼高的價格，主要是因為藏紅花的品質。

“精細化種植是我們崇明藏紅花高品質的主要原因。我們的種植方式是半年在土裏，半年在大棚裏，還要對種球進行一些處理，包括把側芽清理乾淨、為他們開花創造適宜的環境。”藏



紅花種植戶錢福英介紹。

隨着近幾年藏紅花陸續在安徽省、浙江省等地實現規模化種植，市場競爭日漸激烈，永樂村嘗試推行“龍頭企業+合作社+農戶”的新型農業發展模式。在此模式下，合作社為農戶提供技術支持、聯系銷售渠道、爭取扶持資金，農戶生產積極性不斷高漲，種植規

模不斷擴大。

除了將藏紅花花絲作為藥材銷售外，永樂村還積極對接上海市藥材有限公司，開發了包括藏紅花面膜、藏紅花花絲禮盒等系列產品。此外，還有藏紅花精油、藏紅花老白酒、藏紅花崇明糕、藏紅花燒餅，崇明區正不斷解鎖藏紅花新的“打開方式”。

貴州：一“抹”茶香飄世界

梵淨山下，貴州省銅仁市江口縣貴茶茶業股份有限公司的“世界抹茶超級工廠”車間內，自動化抹茶生產線開足馬力加緊生產，茶香四溢，這些抹茶銷往國內外，滿足食客的期待。

抹茶起源于中國隋朝（公元581—618年）時期，鼎盛于宋（公元960—1276年）。宋朝是中國茶文化的高峰，其中的點茶法更是如今風靡全球

的抹茶的源頭。

多年來，貴州憑借高海拔、低緯度、多雲霧的地理氣候優勢，成為中國優質高原茶的核心產區，700萬畝以上的茶園面積則為貴州發展抹茶產業提供了良好的基礎支撐。

2015年，貴州開始探索抹茶產業的可行性。2017年，貴茶茶業股份有限公司新建起了高標準抹茶基地。第二年，年



產4000噸的抹茶精制車間開始投入使用，這也是目前全球最大的抹茶單體車間。

如今，貴州抹茶已經占到中國抹茶總產量的四分之一，開發的“歐標抹茶”（指符合歐盟國家對進口茶葉的衛生及污染物的限量標準的抹茶）也遠銷法國、俄羅斯等國。

2023年，貴州銅仁貴茶茶業股份公司茶產品產量達1200

噸，綜合產值超3.5億元，其中抹茶銷售突破1000噸，抹茶系列產品出口到全球40多個國家及地區。

同時，貴州銅仁貴茶茶業股份公司與江口縣多家茶業生產企業簽訂聯盟協議，帶動全縣抹茶產業快速發展。如今，聯盟有61家企業，種植符合歐盟標準的茶園14萬畝，帶動近10萬茶農增收致富。

雲南：一顆堅果從“洋”變“土”的歷程

“您訂購的堅果禮盒已經發貨啦！”今年以來，雲南臨滄的夏威夷果備受歡迎，訂購電話響個不停。

臨滄市鎮康縣眾裕農業開發有限公司總經理馬建瑞高興地說，今年是夏威夷果賣得最好的一年。

夏威夷果，又名澳洲堅果，原產于澳大利亞。是一種營養豐富、口感獨特的乾果。地處瀾滄

江與怒江之間的臨滄，有得天獨厚的光、熱、水、土等資源。20世紀90年代，臨滄市引進試種夏威夷果。經過多年的品種選育、馴化和擴繁培育後，本地化的“臨滄堅果”，皮薄而光亮、果仁潔白而飽滿，口感酥脆、有醇厚的奶油清香，品質十分優越。

2018年，臨滄堅果成為中國國家地理標志產品。2020年，臨



滄被中國農業農村部等九部委認定為中國特色農產品優勢區。如今，臨滄全市堅果種植面積已達262.77萬畝。占全球種植面積的40%。

近年來，搭乘電商、直播的“東風”，產自臨滄的澳洲堅果已能實現“次日達”消費者手中，熱銷中國。2023年，臨滄市堅果乾殼果產量9.65萬噸，綜合產值

59.39億元，其中農業產值24.91億元，農產品加工業產值25.38億元。

（央視網、新衆報、齊魯壹點、中國新聞網、澎湃新聞、中國新聞網、中國日報網、貴州日報天眼新聞、人民日報、中國新聞社、農視網）

（本版圖片由新華社、雲南日報、受訪者提供）

閱讀多一點

說說你不知道的家鄉新特產

安徽省安中市雷邱縣已成為中國最大的鵝肥肝生產基地，有朗德鵝養殖企業140多家，全縣年產鵝肥肝5000噸以上，年產值近20億元。

四川省雅安市年產魚子醬50噸，遠銷30多個國家和地區，創匯近1140萬美元。

山東省荷澤市曹縣白蘆筍種植面積超過10萬畝，約占中國的60%，年產優質蘆筍12萬噸。

山東省聊城市冠縣靈芝產量占到中國總產量的三成以

上。冠縣靈芝至今已具有30多年的歷史，是中國最大的靈芝種植和貿易基地。

湖北宜昌產的冬蟲夏草年產60噸，宜昌還擁有全球唯一冬蟲夏草產業化仿生態繁育基地。

蔓越莓早在2014年就從北美地區引入黑龍江省佳木斯市撫遠市，2023年當地的蔓越莓種植面積達到4200畝，產量有3000噸左右，已成為中國最大的蔓越莓種植基地。

（本報綜合）

最近，中國各地不少新土特產顛覆了不少人對傳統鄉村特產的印象。新土特產自帶的“地域反差感”，也讓不少人開啓了對自己家鄉的經濟地理再發現，一些新土特產甚至以一種全新的視角帶大家再度認識自己的家鄉。

為何好多人不知家鄉產什麼？

“新土特產們”之所以出人意料，主要原因是隨着農業技術進步，新設施和新模式的推廣，很多農業品種已走出傳統的主產區，在一定程度上突

“農業大摸底”，越摸越驚喜

破了自然條件限制。同時，中國幅員遼闊，給了發展新土特產充分的實踐空間。如此，不僅南北方、東西部之間品種交流互通頻繁，一些國外特有品種也能在中國找到適宜區域。

很多農產品因為引進時間不長，市場銷售也不在本地，就出現了某種農產品在出產地不如在銷售市場知名的局面。

讓好產品飛入更多百姓家

中國社科院農發所研究員胡冰川分析說：“推廣這些不為人

知的特產，有助於形成地域品牌，也能對鄉村獨特資源進行有效挖掘，提升地方知名度，創造更多的就業崗位。”

人們對特色物產的青睞，不僅僅是因其好吃好看，也因其蘊涵着一地的風土人情和文化風貌。傳統的特產，往往承載着當地的歷史沿革、民風民俗和特色文化，現在這些有新意的新特產，更洋溢着當地蓬勃發展的生命力，也成為文化交流的全新載體。（本報綜合）

文化中國行

遇見“新中式”，遇見年輕人的詩和遠方

根據中國旅遊預訂平臺同程旅行發布的《2024“五一”假期旅遊消費報告》，剛剛過去的“五一”假期（5月1日至5日），以古城古鎮打卡、非遺文化體驗、博物館展覽等文旅體驗為特徵的“新中式”旅行，成為年輕遊客的消費熱點。

究竟什麼是“新中式”？中國社會科學院經濟所經濟增長研究室副研究員楠玉表示，將中國傳統文化元素與當下審美潮流相結合，將中式元素與現代社會生活環境和當代中國人審美融為一體的，都可稱之為“新中式”。

目前，新中式消費群體在人群結構上呈現出年輕、多元的趨勢，催生出越來越細分的場景需求。除了服裝領域，“新中式”的熱潮還席卷了美食、養生、家居等多個領域，也帶動了國風寫真、古城游覽等諸多文旅活動。



旅游消費
年輕人偏愛「新中式」



“五一”假期，“文博熱”“漢服熱”“演藝熱”在千年古都西安持續升溫，身着漢服白天到博物館看展陳，晚上再沉浸式看一場洋溢着盛唐風華的演出，已成為很多年輕遊客口中的新中式“Citywalk”（城市漫遊）。

“中華傳統服飾本身的美，就足以觸動我們的文化基因。”“西安和唐裝漢服的適配度太高了！”在熱門打卡地西安大唐不夜城、鐘鼓樓等片區，不少“95後”“00後”年輕人如此總結“新中式”穿搭對他們的吸引力。

“‘漢服體驗’的熱度也促進了傳統文化的傳播與傳承。比如借由各地舉辦的漢服出遊活動，花朝節、上巳節等傳統節日開始被更多人熟知，雲錦、綵絲等傳統工藝也讓越來越多的人產生興趣。”漢服愛好者宋楠說。

隨着“新中式”旅遊迎來消費熱潮，西安漢服門店新增400餘家，增幅達到28.6%。

逛世遺，游古城，品美食，賞南戲，戴簪花，購國潮……“五一”假期，“世遺之城”福建泉州文化旅游受熱捧。

“這次來泉州最大的期待就是提線木偶，但沒想到滿足期待的同時還聽到了家鄉的弋陽腔，非常驚喜。”來自江西的遊客劉凱說，他很欣賞泉州的文化包容性，“五一”泉州好戲連臺令他流連忘返。

“游蟬埔、戴簪花、美自己”已引領全國文旅時尚。泉州蟬埔村舉辦木偶戲、南音等民俗展演及“花YOUNY的蟬埔”市集活動、“迎豐·醒春”親子游園會等特色活動，彰顯閩南文化魅力，豐富遊客出行體驗，接待遊客超過29萬人次。

此外，泉州的文博場館亦廣受歡迎。泉州市非物質文化遺產館每天都有8個非遺項目進行現場展示互動，接待遊客4.8萬人次，同比增長314%；泉州海外交通史博物館接待遊客3.53萬人次，同比增長124.8%，文化過節成為假日新風尚。

借力「新中式」
小城有了大產業

休閒服飾上加入龍鳳刺繡、中式夾襖搭牛仔褲、針織開衫配馬面裙……2024年，“新中式”在火熱出圈的道路上一馬當先，頻頻登上中國各大社交平臺熱搜榜。

這種將中式元素與現代潮流雜糅的設計風格，也正在吸引着越來越多的年輕消費者。數據顯示，2023年，中國“新中式”服飾市場規模達10億元級別。

在傳統紡織行業，“新中式”服裝盤活了從面料到成衣的各個環節。山東曹縣、浙江許村頻繁“出圈”。借助“新中式”的力量，“小地方”也有了大產業。

以被譽為“中國最大漢服生產基地”的山東曹縣為例，自今年開年以來，當地以馬面裙為主的龍年拜年服飾，在春節期間銷售額超過3億元，整個一季度馬面裙網絡銷售額逼近9億元。

在電商作用下，曹縣服裝銷售發生轉折性變化，不僅建成服裝加工完整產業鏈，還在近年來快速占據漢服市場四成份額。據統計，2023年曹縣漢服總銷售額超百億元，今年以來漢服網上銷售額已達19.8億元，同比增長90.8%。

隨着新中式馬面裙頻頻“出圈”，浙江嘉興海寧市許村鎮幾百臺提花機同時轟鳴，一天就能產出3萬多米布料。

這個站在“馬面裙經濟”風口浪尖上的“中國布藝名鎮”，已有紡織企業接到了來自東南亞等地的面料訂單。“我們會開發新的花型、色系，讓‘國潮’面料更符合海外客商審美，打造全國性的面料集散地。”許村鎮副鎮長馬明剛說。

隨着“新中式”興起，浙江義烏飾品行業的各家店鋪也迎來了大批量訂單。項鏈、耳環、戒指、手鐲、胸針等飾品融入龍鳳、錦鯉、戲曲等中國元素，不僅受到中國消費者喜愛，更是受到日韓、東南亞客戶青睞。

不祇是服裝服飾和箱包工藝品，近年來在家居裝潢、奶茶餐飲、美妝時尚等多個領域，也都能看到“新中式”的影子。

江蘇啟東一家家具生產廠的負責人表示，原先企業生產的家具以現代風為主，去年以來“新中式”風格的家具銷量持續增長，他們也開始加大在“新中式”產品上的開發。

山東淄博張店區華光路“三宅悅舍”新中式家具店負責人倪文麗是一名“80後”，她說：“最初我們店是賣原生態風格的家具，後來我發現明式風格的家具能給人一種簡約、輕奢之感，便嘗試做起‘新中式’。前些年來買‘新中式’的基本都是中年人，最近幾年我們的消費人群中也有了許多年輕人。”

牽手世界
「新中式」美美與共



一段時間以來，中國持續優化簽證政策，或是對外單方面免簽，或是與他國互免簽證，或是簡化便利簽證手續，一連串擴大中國免簽“朋友圈”的“組合拳”，為世界與中國帶來雙重利好。對暢通人員往來、拉動旅遊業、加強經貿合作、促進人文交流都有積極意義。

近日，在山東省博物館，來自美國的Holly和Ken夫婦跟隨着講解員的腳步，在展品前駐足觀賞。喜歡中國文化的Ken感慨：“這座博物館很壯觀，視覺上很震撼，山東古代的文物質量之高令我印象深刻。”

Holly分享：“濟南這座城市，隨處都能感受到文化氣息。今天來到山東博物館，Ken對山東古代的青銅器也產生了濃厚的興趣。”Ken說，下一站他們將前往山東美術館，感受山東的多樣文化藝術魅力。

不僅外國友人喜愛“新中式”，許多中國年輕人也“越了解越喜歡”，主動將“新中式”融入自己的生活，並採用多種方式向全世界介紹和分享“新中式”文化與美學。

“讓世界看見中國的美！”近兩年，一系列以此為主題的變裝短視頻在各大網絡平臺上火出了圈，UP主們身穿中式傳統服裝、民族服裝亮相國外街頭，收穫了超高的回頭率。而在意大利街頭，也有這麼一群穿着傳統蘇式及新中式絲綢華服的年輕人，成為人群中的一道風景，來自蘇州的劉旭東和鄒宇佳夫婦在其中十分亮眼。

去年9月，夫婦倆前往了烏茲別克斯坦，帶著蘇州特色文化與當地傳統匠人互動交流。今年2月，他們參加了2024威尼斯狂歡節開幕式巡遊，在當地學校及相關機構，為意大利孩童帶去別樣的中式手工體驗……

“我們準備了蘇州絲綢博物館的文創產品，也有印着年畫圖案的賀卡等，這些不光是一樣樣東西，更是一份份邀請，希望他們有機會來蘇州，擁有不同的文化體驗。”鄒宇佳說。

在世界上其他國家，漢服文化正受到越來越多人喜歡。“墨爾本漢服社之前是澳大利亞墨爾本大學的一個學生興趣社團。”漢服社社長、墨爾本大學城市規劃專業研究生靳倩瑩介紹，“隨着時間推移，越來越多其他學校對漢服有興趣的同學也想加入我們。後來，我們將漢服社擴大到面向全墨爾本。”

“服飾是服務於人的，喜歡漢服的朋友既可以選擇身着傳統漢服出行，也可以將漢服元素巧妙融入日常穿搭。”靳倩瑩介紹，“在日常穿搭中，我們嘗試加入盤扣、纏花等經典漢服元素，讓漢服與現代時尚結合，這一巧思吸引了不少當地友人學習。”

（中國經濟新聞網、經濟日報、新華網、山西雲媒體、中國新聞網、新華社、News快報、湖南日報、齊魯壹點、文旅山東、淄博日報、姑蘇晚報、人民日報海外版）

圖①為一女子身穿漢服在北京頤和園西堤留影。圖②為頭戴簪花的遊客在福建省泉州市蟬埔村拍照。圖③為在山東曹縣有愛雲倉漢服基地，女主播在直播推介漢服。圖④為在上海，“非遺+”火熱出圈，吸引眾多中外遊客。（新華社圖）

