

实施系统性改进提升 推动随州香菇产业持续健康发展

许景闻

随州是全国知名的香菇主产区、出口核心区,也是优质花菇、香菇种植技术领先区,是我国县域标木资源丰富地区,是我国优质香菇等食用菌生产气候环境最佳区。当前,随州香菇产业在规模扩张、市场拓展、品牌建设、政策扶持等方面取得显著成效。

经过多年培育发展,随州香菇产业已形成菌种培育、标准化种植、精深加工、冷链物流、出口贸易全产业链体系,是随州对外展示地方特色农业的核心名片。随着乡村振兴战略深入实施、农产品出口竞争加剧,消费市场对高品质特色农产品需求升级,随州香菇产业进入转型升级关键阶段。随州香菇产业要实现长久健康发展,必须锚定长远发展目标,完善政策体系、化解内部矛盾、优化人才结构、深耕特色品质、净化出口与人文营商环境,通过系统性改进提升,走出一条“人无我有、人有我优”的特色化发展道路,打造全国领先、国际知名的香菇优势产业集群。

一、随州香菇产业发展现状与现实主要矛盾

(一)产业发展总体成效

近年来,随州市持续加大香菇产业扶持力度,种植规模稳定、加工企业集聚、出口总量位居全省前列,带动大量农户就业增收,有效助力脱贫攻坚与乡村振兴衔接。在政府引导下,标准化菌棚建设、菌种生产、绿色种植模式推广、初加工产品外销稳步推进,产业基础扎实、群众参与度高,具备做大做强 的先 天优势。

(二)当前产业发展突出矛盾

一是政策定型不足,支持体系不够精准。现有扶持政策多侧重生产端补贴、基础设施建设,在产业长期规划、全链条配套、出口激励、品牌培育、人才激励等方面系统性不足;政策碎片化、短期化特征明显,部分政策落地衔接不畅,企业与种植户获得感不均衡,难以形成长期稳定的产业发展导向。

二是对本土实用型人才培养、任用不够,人才结构失衡。随州拥有大量懂菌种培育、懂种植管理、懂本地市场的本土实用人才、乡土能人、种植大户,但政策制定与企业发展更倾向引进外来人才,忽视本土人才的培育、激励与任用,同时专业技术人才、品牌运营人才、外贸人才整体短缺,人才梯队断层,制约产业精细化发展。

三是品质同质化严重,特色品牌辨识度不强。随州香菇整体品质较好,但多数产品停留在初级干菇层面,采购仍然是“买全国”的格局而品质混乱,品种同质化严重,缺乏差异化、专属化、地域化特色产品;品牌建设分散,区域公共品牌运营力度不足,“随州香菇”特色标签挖掘不深,没有形成“人无我有”的独家品质优势,高端市场竞争力不足。

四是出口贸易环境复杂,营商与人文环境有待优化。香菇出口面临国际绿色壁垒、贸易政策变动、国际市场竞争加剧等外部压力;内部存在部分企业低价竞争、以次充好、无序外销现象,损害随州香菇整体出口形象;产业人文环境建设比较薄弱,企业间协作不足、行业自律性不强,对外人文交流、贸易口碑维护不够。

五是产业形象建设滞后,发展短板认知不足。部分经营主体重规模、轻品质,重短期收益、轻长期品牌打造;对产业标准化、规范化、绿色化发展认识不到位,生产加工环节仍存在粗放模式;行业整体形象不够鲜明,对外宣传、文化赋能不足,未能树立高端、安全、特色的产业定位。

二、推动随州香菇产业持续健康发展的对策建议

(一)强化政策定型,完善精准长效支持体系

立足随州香菇产业长远发展,制定中长期产业发展规划,推动政策定型化、稳定化,避免短期政策频繁变动,明确种植标准、加工规范、品牌培育、出口扶持、人才建设等发展方向;优化政策支持重点,从单纯生产补贴,转向精品模式、精深加工、冷链物流、品牌运营、外贸拓展、本土人才激励等全链条扶持;强化政策落地监管,简化审批流程,建立常态化政企沟通机制,确保政策精准惠及种植户、合作社、龙头企业,破解政策落地不均衡问题。

(二)净化行业环境,建立专业的产业技术指导团队

建立技术指导人员准入与筛选机制,组建由农技人员、种植大户、行业能手、正规科研机构专家构成的产业技术指导团队,更加谨慎对待脱离实际的

理论型、炒作型非专业人员的“指导”;搭建官方技术服务平台,统一发布种植技术、病害防治、市场信息,避免不实信息误导农户;加大基层农技推广力度,用本土实践经验替代空洞理论,保障产业技术指导接地气、可落地。

(三)激活本土实用型人才,夯实产业人才根基

坚持“本土人才为主、外来人才为辅”,充分用好随州本土懂技术、懂市场、懂民情的乡土人才、种植能手、返乡能人、老技术员;建立本土人才培养、奖励、任用机制,给予技术带头人、示范大户政策补贴与荣誉激励;开展本土化技术培训,定向培养菌种培育、绿色种植、精深加工、电商运营、外贸实操等专业人才;搭建人才交流平台,鼓励本土人才抱团发展,填补人才梯队断层缺口。

(四)深耕特色品质,打造差异化核心产品

立足随州独特自然条件,培育专属菌种、特色品种,研发富硒香菇、有机香菇、功能性香菇产品,实现与其他产区香菇的品质差异化;严格推行绿色、有机、标准化种植,严控农药、化肥使用,建立全流程质量追溯体系,保障产品安全优质;延伸产业链,开发香菇预制菜、香菇零食、香菇保健品等精深加工产品,提升产品附加值;打造“随州独有、别处难仿”的品质标签,形成核心竞争壁垒。

(五)做强品牌建设,树立区域特色产业形象

整合区域品牌资源,做强“随州香菇”公共区域品牌,统一标准、统一标识、统一宣传;实施品牌分层战略,培育龙头企业自主品牌,打造高端精品香菇品牌;挖掘随州香菇历史文化、农耕文化,将地域文化融入品牌建设,提升文化附加值;加强对外宣传推广,通过专业展会、电商平台、新媒体矩

阵扩大品牌影响力,树立安全、绿色、高端的产业名片。

(六)优化出口贸易,净化出口与人文营商环境

规范出口企业行为,严厉打击低价竞争,以次充好等无序行为,建立出口质量黑名单制度,维护随州香菇国际口碑;主动研究国际绿色贸易壁垒,对标国际标准优化生产加工流程,提升产品出口适配性;加强行业人文建设,引导企业诚信经营、抱团发展,完善行业自律机制;搭建国际人文交流、贸易合作平台,拓展新兴海外市场,优化外贸营商环境,提升产业国际形象。

(七)健全长效机制,保障产业行稳致远

清醒认识产业粗放发展、品牌薄弱、人才不足、出口风险等短板,强化政府监管、行业自律、社会监督协同作用;完善质量检测、市场监管、信用评价体系;推动产业数字化、标准化、规范化建设,引导经营主体树立长期发展思维,摒弃短视行为,保障产业持续健康发展。

随州香菇产业是地方特色农业的核心支柱,承载着乡村振兴、农民增收、区域经济发展的重要使命。面对当前产业发展中的政策、人才、品质、品牌、出口、环境等现实矛盾,必须坚定长远发展目标,以定型化政策筑牢发展基础,以本土人才为主激活内生动力,以特色品质打造核心优势,以规范出口优化市场环境,以人文建设塑造产业品牌形象。实施系统性改进提升,破解发展瓶颈,走出特色化、品牌化、国际化高质量发展之路,推动随州香菇产业持续健康发展,为鄂北乡村振兴与特色农业现代化提供坚实支撑。

(作者系随州市食用菌协会会长)

从资源富集到价值共生 ——随县文化旅游业高质量发展路径研究

刘相 包子璇

随县地处鄂北咽喉,集炎帝文化、编钟文化、淮源文化、大洪山生态等资源于一身,先后获评“湖北旅游强县”“湖北省全域旅游示范区”“荆楚文旅名县”“休闲国家标准体系应用县”等荣誉。近年全县来坚持“以文塑旅、以旅彰文”,持续深耕文化寻根、山水寻根、乡土寻根与烟火寻根四条主线,通过创意活化历史遗产、培育美食与民俗经济、打造“夜游随县”“祈福巡游”等消费场景,推动旅游产业向休闲、度假、康养、体验全面升级,一个更具吸引力的“寻根随县”正缓缓展开画卷。

一、随县文旅发展现状分析

随县文旅产业最深厚的依托,在于炎帝文化、编钟文化、淮源文化、大洪山生态的叠加优势。四大资源空间相连、文化同源、价值互补,构成了不可复制的核心竞争力。炎帝文化源远流长,“炎帝神农传说”“随州炎帝祭典”入选国家级非物质文化遗产,寻根节已成为全球华人寻根祭祖的核心载体,也是铸牢中华民族共同体意识的重要交流平台。丙午年寻根节延续“烈山问祖·华夏铸魂”主题,创新融入元宇宙技术,依托AR、VR打造云端祭典,方便海内外华人线上遥拜始祖。曾侯乙编钟代表了中国先秦礼乐文明的最高成就,2025年入选联合国教科文组织《世界记忆名录》,其“一钟双音”技术和乐律铭文成为东西方文化交流的“金色名片”。淮源文化积淀深厚,作为千里淮河发源地,桐柏山淮源承载着淮渚祭祀、大禹治水等历史记忆,是中华文化文化的重要标识,兼具自然探源与人文溯源双重价值。大洪山是国家级风景名胜 区、国家森林公园,兼有佛教名山与红色遗址等多重文化积淀。这四张名片,使随县在全省乃至全国文旅版图中占据特殊地位。

近年来,随县文旅融合取得扎实进展。交通骨架与配套设施趋于完善。炎帝故里、随州市博物馆、曾侯乙墓遗址三大片区整合贯通,建成12公里炎帝大道慢行通道,沿线串联古铸金声、烈山陶韵、砺石开元三处驿站,融入非遗制陶、山野露营、文创展销等多元业态;大洪山环琵琶湖40公里绿道、自在小院民宿集群、樊家台研学营地等项目加速推进;旅游一号公路随县段56公里串联安居、均川、柳林三镇,全线156公里形成爱心闭环,配套充电桩和休憩驿站,初步构建“快进慢游”的交通网络。业态创新破题起步。炎帝故里推出沉浸式光影剧、情景剧和亲子营地;博物馆升级VR体验馆,游客可沉浸式参与《穿越青铜纪·遇见曾侯乙》项目,虚拟敲击编钟,感受古乐魅力;大洪山举办公路自行车赛、百公里越野赛等品牌赛事。暑期夜游活动累计吸引游客超13万人次,研学团队超8万人次,文旅体验从单一观光向多元参与转变。跨界联动意识逐步觉醒。随州依托寻根节流量,联动襄阳、荆州、荆门共建荆楚文旅走廊,通过庙会市集、消费惠民、文化展演等活动,将节庆人气转化为产业增量;配套举办的“寻根随州·星光璀璨”群星演唱会,探索“文化+音乐+旅游”新模式,吸引近两万名省内外游客;“五一”期间湖北省龙舟公开赛在白云湖举办,线上线下近80万人次观赛,成为四季活动的亮点。四季节庆体系初步建立。以寻根

节为龙头,春赏花、夏避暑、秋庆典、冬康养的活动格局渐次展开,景区正从单一门票经济转向多元引流模式。品牌影响显著提升。“神韵随州·一见钟情”城市品牌不断叫响,寻根节期间70余家媒体同步直播,全平台传播量达3.7亿人次;曾侯乙编钟入选《世界记忆名录》后,随州博物馆荣登“中博热搜榜”市级馆前列,编钟文化从专业领域走入大众视野;大洪山多次获央视报道,品牌形象从区域山水向全国性休闲度假目的地转变,核心景区85%游客来自随州境外,随县正从“过路地”变为“目的地”。

然而,阶段性成效背后潜藏着不容回避的结构性隐忧。从资源管理看,景区分属不同主体,跨景区联票协调成本高,客源互送、收益共享机制缺失,淮源风景区等特色资源尚未纳入统一协作框架,资源聚合效应远未释放。从文化叙事看,四大IP之间缺乏有机串联,从炎帝“削桐为琴”到曾侯乙编钟“礼乐巅峰”的传承脉络,从大禹淮渚治水到炎黄农耕文明的共生关系未被清晰讲述;文化表达宏大轻日常、重历史轻当代、重展示轻体验,年轻群体难以产生情感共鸣。从消费表现看,游客平均停留不足1.5天,过夜率低于20%,二次消费占比偏低;节庆期间客流井喷,非节庆期间迅速回落,经济乘数效应未能充分释放。从产业生态看,产品供给同质化明显,深度融合产品缺位;研学课程半日即返,康养产品缺乏闭环,夜游项目缺少文化主线,淮源探源、水文化体验等产品亟待开发;治理上条块分割、协同乏力,人才上塔尖空缺与塔基薄弱并存,城乡之间景区独热而乡村不旺。

二、随县文旅高质量发展路径探索

破解“融而不合”的困局,不能零敲碎打、头疼医头,必须从资源、文化、产品、消费、机制、人才、城乡等维度一体发力,推动从“空间相连”走向“价值共生”。

(一)以资源整合打破体制壁垒。建立以联票收入分配为核心的收益共享机制,设立文旅融合发展专项资金,将客流互送、产品联动、营销共推纳入制度化激励,让各方在协同中共同受益。借鉴“管委会+运营公司”模式,政府主抓规划监管,专业公司负责市场运作。结合“十五五”建设炎帝源头文化保护传承区和全国休闲度假旅游目的地的战略定位,明确核心景区错位发展格局:炎帝故里聚焦谒祖文化体验,博物馆聚焦文博研学与礼乐沉浸,大洪山聚焦生态康养与户外运动,淮源风景区聚焦淮水探源与湿地科普,形成功能互补、抱团发展的生动局面。加密各景区旅游专线和夜间接驳,完善慢行绿道,建立

跨景区游客数据共享平台,构建“快进慢游、全域通达”的流动体系。

(二)以叙事重构凝聚文化灵魂。确立“炎黄同源、礼乐同脉、山水同境、淮源同根”核心主题,统一标识、标准色和导览牌,强化整体辨识度。立足考古与文献,系统阐释从炎帝“削桐为琴”到曾侯乙编钟礼乐集大成,再到大洪山当代自然音声疗愈的“礼乐之源—礼乐之巅—礼乐之续”完整链条,同时串联从大禹治水到淮渚安澜、从炎帝农耕到淮源滋养的人与自然共生脉络,组织高校开展多学科攻关,并通过论坛、纪录片、研学课程持续传播。转变表达方式:炎帝文化从祭祀向农耕、养生多元拓展,编钟文化从陈列向互动体验转化,淮源文化从静态遗迹向沉浸探源延伸,大洪山生态融入禅养和本草内涵,让宏大叙事可感知、可参与。整合媒体资源,在主要客源高铁站投放沉浸式广告,利用短视频制造热点话题,让潜在游客提前感知随县文化。

(三)以认同培育筑牢文化根基。实施四大文化薪火相传教育工程,编写《炎帝故里》《编钟礼乐》《淮水之源》《大洪山本草》系列本土教材,按学段分层纳入地方课程,每学期安排4至6课时,让身份自豪感从小扎根。推动仪式生活化,将寻根节核心议程简化为每月可举行的标准化民间祭祀,鼓励社区、学校、企业组团参与;设置“礼乐晨钟”“编钟雅集”等常态化体验,让编钟文化走向日常互动;在淮源景区定期举办“淮河源祭水节”、湿地生态观察等活动,让水文化融入百姓生活;在大洪山推广节气养生市集、艾草采摘节等,使文化传承成为民众自发的生活方式。在全域公共空间植入四大文化视觉元素,利用新媒体推出“炎帝小课堂”“淮源故事”等系列短视频,形成人人参与、代代相传的氛围。

(四)以产品创新重构消费闭环。推动谒祖日常化。在炎帝故里增设常态化小型祭典,开发“炎帝八大功绩”研学课程,以动手体验替代单向讲解。拓展赏乐深度。设置编钟敲击体验区,打造演艺精品剧目和主题文创,让国宝成为可互动的产品。培育淮源探源新业态。依托桐柏山淮源景区,开发“千里淮河第一源”徒步研学、湿地观鸟、淮渚祭礼体验等项目,配套建设淮源文化科普馆,让游客在寻源中感悟中华文化。将康养与炎帝文化深度绑定。把温泉开发作为大洪山提质一号工程,高起点规划“神农温泉康养度假区”,融合温泉疗愈、炎帝本草和中医养生,形成“泡神农温泉、品炎帝药膳、习八段锦”的产品闭环,努力将游客停留时间延长至3天以上。同步

植入“炎帝本草”主题,开发药膳、艾草泡脚等配套服务,利用森林资源拓展徒步、露营、篝火晚会等夜间项目,解决“夜间无消费”的困局。围绕四大景区打造风格统一、文化特色鲜明的美食街区、文创市集和康养小镇,让“吃、住、购、娱”均具文化内涵。

(五)以机制革新激活市场动能。组建统一文旅运营公司,由县建发集团控股、专业文旅集团参股,整合核心景区产品开发、营销推广、票务管理和收益分配职能,政府负责规划监管与公共配套。建立规范的公务接待入园结算机制,保障运营可持续。将跨景区客源互送量、联票发行量、二次消费占比、过夜率、游客满意度纳入年度考核,与评优评先和绩效奖励挂钩,使“联动”成为各方的理性选择。出台用地、融资、税收等优惠政策,设立文旅产业投资基金,引导社会资本投向民宿、文创、研学、淮源水生态体验等短板领域。依托随州市职业院校对导游、讲解员、民宿管家开展常态化培训,着重强化文化讲述能力,推行能力等级认证与薪酬晋升挂钩。建立一线人才职业晋升通道,对在省级以上技能大赛获奖者给予奖励,用可见的成长空间留住年轻人。对高端人才采取项目合作、顾问指导、短期聘用等柔性方式引进,建立随县文旅专家智库,持续提供外脑支持。

(六)以城乡协同促进共建共享。依托旅游一号公路和环大洪山绿道,设计串联景区与乡村的主题线路,按资源特色打造农耕体验村、民俗民宿村、非遗工坊村、淮源生态村等,实现“一村一品”。推广“村集体+平台公司+农户”的“自在小院”模式,让村民以房屋入股、务工就业等方式参与经营增收,配套发展农耕餐饮、民俗展演等业态,实现一个民宿集群带动一个村庄。实施“新村民计划”,设立乡村振兴文旅产业基金,引导资本、技术和人才流向乡村,建立城乡文旅信息共享平台,让文旅发展成果惠及广大群众。

随县文旅产业的生动实践表明,文化资源富集地区的高质量发展,关键在于实现从“空间相连”到“价值共生”的跨越。这一跨越,既需要在体制机制层面打破条块分割,构建利益共同体,更需要在文化深层厚植本土认同、构建情感共同体。只有系统整合炎帝、编钟、淮源、大洪山等多元文化资源,构建起完整的文旅产业链,才能把文化旅游业真正培育成支柱产业,让沉睡的文化资源活起来、传下去、火出圈,在文化强国建设中展现县城担当。

(作者分别系随县县委常委副校长、随县县委党校教师)



讲文明 树新风 公益广告

社会主义核心价值观：富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善

文明连着你我他
新风吹拂千万家