

# 普陀山水仙花香飘万里，成为文旅“金色名片”

## 从资源保护到产业升级，仅单场直播售出种球1.8万株

□通讯员 余静男

“这就是我们的普陀山水仙花，正值鲜花上市，消费者的反响很好。”近日，在普陀山合兴区域的水仙花种植试验基地，普陀山镇副镇长魏琦斌指着田间簇立的翠绿植株介绍道。

曾经存在于山林幽深处的野生水仙，如今通过规模化经营、网红主播带货等多元路径，实现了从资源保护到产业升级的华丽转身，正成为普陀山一张兼具文化内涵与经济价值的标志性文旅“金色名片”。



普陀山水仙花于2025年首次亮相浙江农业博览会

### 海岛名花的新生之路

普陀山水仙花的种植历史可追溯至明代，万历《重修普陀山志》中“水仙亦遍开，清香异常”的记载，印证了其当年在海岛的盛景。普陀山水仙以球大、花多、姿美、香清的特质，成为普陀山独有的生态符号。然而，康熙后随着朝山进香者增多，水仙种球被大量带离海岛，野生种群日渐凋零，雍正《南海普陀山志》中“水仙，今甚少”的记载，道出了这一名花的生存困境。

为守护这一珍贵资源，普陀山镇在合兴区域建立3亩水仙花种植试验基地，启动野生水仙引种驯化与提纯复壮工程。基地成功培育出6万余株优质种球，不仅破解了野生种群濒危的难题，更为下一步规模化经营奠定了坚实基础。“我们既要保护好这朵‘小白花’，更要让它重新盛开在产业高质量发展的大路上。”魏琦斌表示，基地已探索出成熟的种植养护技术，正积极对接科研机构深化品种改良，为产业升级注入科技动能。

### 规模化经营的强基之路

产业转型升级，载体是关键。普陀山镇以规模化种植基地为核心，构建起“资源保护—品种培育—产品开发—市场销售”的完整产业链，为普陀山水仙的新生提供了有效支撑。普陀山镇整合专业力量，制定标准化种植流程，从种球选育、田间管理到采收储存，全程实现有效管控，确保每一株水仙都保持原生品种的优良特质。

规模化不仅是数量的提升，更是品质的保障。基地将在目前6万余株种球的产能基础上，进一步扩大种植规模，规划新增多品类产品体系，涵盖盆栽盆景、文创礼盒等，满足不同消费场景需求。普陀山镇党委副书记、镇长贺磊介绍，普陀山镇将借助自身文旅产业资源优势，

把种植基地打造成集观光、研学、体验等于一体的文旅消费场景，切实将普陀山的海量客流转化为水仙花的消费暖流，实现生态保护、文化传承与旅游体验的深度融合。这种农文旅融合的经营模式，让普陀山水仙从单一观赏花卉，转变为可体验、可消费的文旅产品，为传统产业注入了新活力。

### 数字赋能的共富之路

“朋友们，这就是普陀山原产地的水仙种球，球大饱满，开花清香，想要的赶紧下单！”在直播间里，主播“普陀山小帅”正对着镜头热情推介。作为普陀山本土网红主播，他的带货直播成为普陀山水仙触达全国消费者的重要渠道。今年1月以来，通过与“普陀山小帅”等主播的深度合作，仅单场直播就售出种球1.8万株，这朵海岛名花走出浙江，销往全国各地。“普陀山小帅”表示，作为从普陀山走向全国的网红，能够为普陀山水仙花的推广作出贡献，感到非常荣幸。

直播带货的火爆，激活了普陀山水仙的市场潜能，延伸出“一花带万物”的产业链效应，为乡村振兴注入产业动能。种植基地带动了社区周边劳动力就业，基地的发展吸引了更多游客，周边民宿、餐饮、零售等行业迎来了消费热潮。普陀山镇还成立了强村公司，将水仙花种植、管理、销售等全链条统一管理，效益显著提升。数据显示，水仙花上市以来，销售额达100万元，合兴社区周边住宿预订量同比增长5%，水仙产业已成为带动乡村消费的重要引擎。

“普陀山水仙花在2025年首次亮相浙江农业博览会便斩获好评，验证了其市场认可度。”贺磊透露，未来将持续深化农文旅融合路径，让这朵传统名花真正成为普陀山标志性文旅产品，在传承千年文化的同时，为乡村振兴绽放持久芬芳。

照片由受访者提供

## 建行岱山支行 成功阻断伪造资金证明诈骗

近日，岱山支行凭借敏锐的风险识别和精准的核实判断，成功拦截了一起伪造资金证明的诈骗，为客户避免了经济损失，受到客户赞誉，切实展现了支行在反诈战线上的使命担当。

一天上午10时30分左右，岱山支行营业部接到客户来电，要求核实某能源公司当日在支行开具的资金证明真伪。客服经理询问后发现，该证明并非支行员工开具。由于近期网点未办理过对公资金证明业务，客服经理察觉异常，立即联系该企业的管户客户经理核实情况，得知该企业账户余额为零，且未申请过此项业务。随后，客服经理在系统中查询资金存款证明台账，也未发现相关记录。营运主管在告知客户支行无开具记录的同时，主动提供总行集中点联系方式，建议其进一步核实。

上午11时26分，分行渠道部来电指导支行协同开展客户核实工作，并传达总行信息，提示需协助客户在当日下午2时8分前完成验证。营运主管再次联系客户，了解到对方为一家与能源公司有业务往来的贸易公司，其业务员通过微信结识自称能源公司工作人员，对方

为推进大宗交易发送了资金证明图片，该贸易公司因心存疑虑遂进行核实。营运主管核验了资金证明编号、凭证号码等信息，发现均不符合规范。通过微信获取证明照片后，进一步发现多处格式与内容不符合正式标准。查询企业账户信息显示，该能源公司账户长期余额为零，处于待睡眠状态，且支行从未为其开具资金存款证明。综合多项伪造特征，营运主管迅速判断此事涉嫌诈骗。

核实情况后，营运主管第一时间向贸易公司反馈并开展风险提示，该公司业务员随即联系能源公司工作人员，发现已被微信拉黑。支行立即联系能源公司财务人员，对方表示对此事不知情，并说明其在他行开立的一般账户正常使用。支行同步对该公司进行风险提示，经其同意，对其在支行开立的账户采取只收不付管控措施。

该企业联系人通过电话，对支行工作中细致、精准、及时的风险核实与提示工作表示高度认可与赞扬，对支行帮助其避免遭受诈骗损失致以衷心感谢。能源公司财务人员也对支行的风险提示及相关配合工作表达了感谢。

(虞涵 黄璐斯)

## 中国平安十度蝉联 中国最具价值保险品牌

最近，国际权威品牌评估机构 Brand Finance 发布《2026年全球品牌价值500强榜单》。中国平安以488.39亿美元的品牌价值十度蝉联中国最具价值保险品牌，位列全球第32位，较2025年提升3位，排名中国第10位，品牌价值同比增长13%。

中国平安持续深化“综合金融+医疗养老”战略，实现高质量发展。财报显示，截至2025年9月30日，集团实现营业收入约9016.68亿元，保持稳定增长；归属于母公司股东的营运利润达1162.64亿元，同比增长7.2%，其中第三季度营运利润同比增长15.2%；归属于母公司股东的净利润1328.56亿元，同比增长11.5%，第三季度当季净利润同比大幅增长45.4%。截至2025年9月末，中国平安个人客户数近2.5亿，平均每6个中国人中就有1位平安客户，客均持有合同数达2.94个，体现出用户对平安品牌的长期选择与持续信任。

中国平安通过深耕客户需求、升级账户体系、打造优势产

品、构建“一个客户、多个账户、多种产品、一站式服务”的综合金融解决方案，为客户提供“省心、省时又省钱”的服务体验，实现品牌长期价值的成长。

平安的数据库沉淀30万亿字节数据，覆盖近2.5亿个人客户。以海量数据为基础，以科技公司服务技术开发与应用，公司持续拓展场景应用的深度和广度，赋能金融业务优体验、控风险、降成本、促销售，为品牌发展提供强大的技术底座支持。

2025年前三季度，平安绿色保险原保险保费收入552.79亿元，通过“三村工程”提供乡村产业帮扶资金473.90亿元。凭借在可持续发展领域的卓越表现，中国平安MSCI ESG评级提升至AAA级，位列“综合保险及经纪”亚太区第一；恒生ESG评级上调至A级，排名A股（可投资）成分股公司前10%，在H股金融行业中前20%；万得可持续发展评级（Wind ESG）上调至最高等级AAA级。

(中国平安浙江分公司)