突破“最后一公里” 深耕“可持续生态”

舟山晚报

从枝头到舌尖，最快不到一小时 登步杨梅“打飞的”出岛

□记　者　翁青青
通讯员　翁唐政　王若琦　胡纯洁

本报讯　新鲜采摘的登步东魁杨梅完成打包后，直接搭乘无人机跨海飞抵普陀本岛，再由冷链车无缝接驳，快速送达沈家门集散中心及城区各大生鲜门店。从枝头到铺货上市，最快用时不到一小时。

“从客户下单、基地采摘打包，到空运抵达沈家门集散中心，只需一小时左右。”登步杨梅种植基地运营方、浙江仙瑯梅林果业有限公司负责人郑胜华介绍，自杨梅上市以来，基地无人机已飞行108架次，累计运输杨梅近1000公斤。

据了解，海岛货运长期受制于潮汐、船班、风浪等因素，停航、延误时有发生。杨梅保鲜期极短，果农“即采、即递、即运”冷链通道，确实把海岛生鲜“保鲜期短、怕停航、损耗大”的老大难问题解决了一大半。天堑变通途，果农不用再眼巴巴看着船班取消、鲜果烂在码头——这事值得好好点个赞（6月16日《舟山晚报》报道）。

不过话说回来，掌声响完了，有些事还得再琢磨琢磨。

空运模式让送达消费者手中的杨梅依旧鲜嫩饱满，大幅降低了损耗与外运成本，也持续提升了市场口碑。这背后，是普陀区不断夯实的基础设施支撑：全区已建成直升机停机坪11个、无人机起降场（点）21个，开通直升机航线8条、无人机航线24条，并布局了完善的区、镇、村三级物流网络与多条客货邮、冷链专线。

为系统破解海岛生鲜从“枝头”到“舌尖”的保鲜痛点，普陀区交通运输局还构建了三套全时段兜底的外运保障体系：采摘高峰期，依托常规客船富余运力进行海运批量带货；短途精品与高时效急单，交由无人机速运网络精准运输；田间地头，则由冷链车直接开到农户家门口，实现生鲜即时入箱、即时加冷。三重梯队互补并行，形成了“即采、即递、即运”的高效闭环。

□一海

登步岛的东魁杨梅，从摘下来到坐上无人机跨海送达，不到一小时就能铺货上市。普陀区用低空无人机搭起的这条“即采、即递、即运”冷链通道，确实把海岛生鲜“保鲜期短、怕停航、损耗大”的老大难问题解决了一大半。天堑变通途，果农不用再眼巴巴看着船班取消、鲜果烂在码头——这事值得好好点个赞（6月16日《舟山晚报》报道）。

不过话说回来，掌声响完了，有些事还得再琢磨琢磨。

无人机再快，解决的只是“最后一小时”。真正决定杨梅能卖什么价的，还是“最初一公里”的品质把控和“最后一公里”的品牌叫不叫得响。换句话说，低空物流只是把货快速送到了集散中心，消费者为“鲜”多掏的那部分钱，最后能不能落到种杨梅的人手里？果农会不会刚从“运不出去”的难题中出来，又陷入“卖不上价”的焦虑？

把每一次无人机飞出来的数据用活——这是一个值得试试的思路。时间、温度、航线——这些信息天生就有。如果能跟杨梅的产地地块、采摘时间、糖度实测绑在一起，做成一份打不破的“果品档案”，扫码就能看到这颗果子几月几日几点从哪棵树上来，坐了哪架无人机，一路冷链稳不稳定。这样一来，消费者信的不再是摊主嘴里的“很新鲜”，而是一串实实在在的数据。品牌溢价就有了硬支撑。

顺着这个思路，还可以试着推出“低空特快杨梅”这个专属牌子。无人机运的那批单独贴标、单独定价，专门对接高端生鲜平台或者会员制超市。愿意为“小时级直达”买单的消费者，自然会为这个速度付溢价。

低空无人机架起的不单是物理上的桥，更应该是海岛共富的一条“数字天路”。数据信用、品牌分层、绿色激励、普惠覆盖，才能确保低空经济飞得稳，飞得远。

以新玩法拓展消费新场景

□一歌

艾草还是那束艾草，菖蒲还是那把菖蒲，只是搭配了玉簪叶、香樟果、祈福卡片，再挂上小葫芦和铃铛，身价就从几块钱涨到了几十元。端午临近，传统门挂完成了一场“美学进化”，成为花店爆款，在年轻消费者中圈粉无数（《舟山晚报》6月16日报道）。老习俗玩出新花样，是消费新场景的精准打开方式。

过去挂艾草，图的是驱虫避邪，实用功能至上。如今年轻人买艾草门挂，不仅要“有用”，还要“好看”“有仪式感”“能拍照发朋友圈”。一束精心搭配的艾草门挂，承载的是对传统节日的重新认同，对生活美学的主动追求。当商品被赋予文化内涵和情感价值，消费者愿意为这份“意义感”支付溢价。这正是消费升级的底层逻辑：从满足功能需求，转向满足审美需求、社交需求和精神需求。

端午的艾草，中秋的桂花，春节的年宵花……每一个传统节日都蕴藏着丰富的文化元素和消费触点。过去，这些习俗往往以“土味”形式存在，停留在自用或赠送的浅层消费。而一旦经过设计赋能、场景再造，就能衍生出全新的产品形态和消费场景。艾草门挂的走红，恰恰说明传统习俗是一座待挖掘的“富矿”。关键在于找到传统文化与现代审美的结合点，用年轻人的语言重新讲述古老的故事。

同样的思路，可以复制到更多领域。春节的窗花、对联，能否从批量印刷走向定制手作？中秋的月饼，能否从“吃”延伸为“赏”和“玩”？甚至婚庆、寿宴等传统礼仪，也能通过场景创新、体验升级，催生新的消费热点。舟山作为海岛城市，渔绳结、渔民画、船模等非遗技艺，同样可以借鉴“美学进化”的思路，从“博物馆藏品”变成“可带走的生活美学”。当传统遇见创意，当习俗拥抱设计，消费新场景就会被不断打开。让我们期待更多传统习俗在“美学进化”中焕发新生，让消费的烟火气更浓、文化味更足。

过传统节日，不妨“求同存异”

□李海州

端午将至，岛城已漫起草木清香。卖菖蒲、艾草的也出现两种截然不同的节日景致：菜市场里，市民选购一把把原生态菖蒲、艾草，每把几元钱；各大花店中，同一种艾草搭配玉簪叶、香樟果与黄金球，挂上祈福卡片和铃铛，身价跃至二十八到六十八元（6月16日《舟山晚报》报道）。

一旧一新、一朴一巧，两种过节方式在同一座城市相映成趣。这引人深思，过传统节日，恰恰需要“求同存异”的智慧——守住共同的节日内核，容纳多样的表达方式，让传统在坚守与变革中生生不息。“同”是根基，是节日的定力；“异”是枝叶，是节日的活力。有根无叶则枯，有叶无根则浮。

“求同”，求的是节日的“魂”。传统节日在于代代相传的文化内核与精神期许，也是所有国人共同的文化根脉。无论是三块钱的素草还是几十元的门挂，都保留了“挂艾草、菖蒲”这个关键动作，许的也是同一个愿“驱邪避疫、祈求平安健康”。唯有守住这份根植人心的情感与文化，传统节日才能拥有延续下去的根基。

年轻群体乐于接受新潮表达，主动参与其中，让端午习俗走出老旧框架，走进日常社交与生活场景，是真正为古老民俗注入时代气息。正是这些接地气、有新意的创意，打破了传统节日“老龄化”的困境，让民俗文化被更多年轻人看见、喜爱、传承。

当然，“求同存异”不是无原则的放任，而是有底线的包容。这个底线就是：不能丢了“端午之所以为端午”的东西。节日创新可以追求颜值、贴合潮流、适配市场，但不能歪曲节日内涵、消解文化底蕴，更不能借传统之名过度营销、哗众取宠。新式艾草门挂、端午花束，始终围绕平安祈福的端午本意展开，是合理的创新；反之，若刻意篡改民俗寓意、过度商业化包装，便会本末倒置。

端午草木飘香的背后，是传统与新潮的完美交融。坚守文化内核之“同”，守住民族文化根魂；包容表达形式之“异”，激活民俗时代活力。秉持求同存异的理念，让老习俗适配新生活，让传统文化焕发新光彩，传统节日方能在代代相传中永葆魅力。

梅雨“无晴” 积极应对不利天气

竞舟 NEWS
扫一扫，下载竞舟客户端

注意！持续性强降雨，即将影响舟山→

竞舟
2026-6-16 22:21　634阅读

据省气象台消息

受梅雨带影响

18-25日我省将有持续性强降雨

暴雨范围大

持续时间长

本轮降水集中期恰逢端午假期和中考

市民游客要及时关注天气变化

□兵哥

记者从市气象台获悉，随着华南雨带北抬、江南雨带初步形成，13日起舟山与全省同步入梅，较常年（6月14日）提早1天。入梅后我市进入降水集中期，阶段性降雨将明显增多（《舟山晚报》6月13日报道）。

百姓对梅雨的感情有些复杂，既怕它“不来”，又怕它“乱来”。当潮湿天闷热时，选择怎么面对它，也取决于自己的人生态度。梅雨有时候带来诗意和浪漫，有时候又化身“暴力梅”袭扰人们的正常生活，着实让人“吐槽”又“偏爱”。

打好“主动仗”才能扛住“暴力梅”的考验。城市要扛住暴雨考验没有捷径可走，唯有踏踏实实、认认真真把各项防汛基础建设落实落细。一方面，对防汛排涝的基础设施和设备要进行认真检修；另一方面，救灾物资和生活物资要有一定的储备，以便在汛情或灾情发生时，人民群众的日常生活不受影响。

“居安思危，思则有备，有备无患”。梅雨季年复一年，我市也一直经历城市防涝的反复实战演练，积累了一定的经验以及高效运转的应对措施。好的经验要继续总结提炼，防涝的标准也要进一步提升，要为未来应对可能更强的降雨留下“余量”。

持续阴雨天，光照减少，容易让人情绪消沉低落，需要用积极心态去面对日常生活，可以用看电影、读书、写作、游戏等方式，积极化解沉郁的心理状态。此时，可以适当增加社交活动，与亲友聚餐增进感情，进行智力游戏等休闲娱乐活动，以缓解孤独感和无聊。不妨雨中作乐，换个视角发掘梅雨的美——这是大自然的恩赐，这是盛夏开启的序言。

年年梅熟，年年梅雨。在这漫漫雨季，让我们放松心态，去体会这雨的浪漫、多情、忧愁。走过六七月的梅雨季、七八月的三伏天，九十月的舟山必是风清气爽。