

# 董家村如何奏响新时代乡村“茭”响乐？

江南歌谣里唱：“春葶荠夏时藕，秋末茨菰冬芹菜，三到十月茭白鲜，水生四季有蔬菜。”在传统水乡的“水中八仙”中，茭白以其清甜脆嫩、百搭不腻的特质，成为百姓餐桌上的常客，更被冠以“水中人参”的美誉。

而在桐乡乌镇东南隅，有一个村庄，不声不响间，把茭白种成了产业，更种出了品牌、种成了文化，它就是董家村。

今天的“董家茭白”，早已不只是菜市场里论斤称两的蔬菜，而是国家级农产品地理标志产品，是世界互联网大会乌镇峰会餐桌上的明星食材，更是中国现代农业品牌化浪潮中，一个从泥土里长出来的鲜活样本。

一个小小的村庄，是如何让一株水生蔬菜跃升为承载地域文化与产业价值的时代符号的？百村行采访组走进董家村，在这片被“互联网之光”照亮的土地上，聆听一曲由泥土与智慧共同谱写的乡村“茭”响乐。



## 【提问】一根茭白何以戴上“国字号”桂冠？

立春清晨，薄雾尚未散尽，董家村的大棚茭白田里已人影晃动。种茭人张爱玉扎起裤脚，穿上胶鞋，蹚入齐小腿肚的浅水中，俯身、探手、掐苗，动作行云流水。

“这一步叫定苗，为的是去弱留壮，而且长势越好那一丛，越要多拔。”她边干边解释，“中间拔掉，四周留着，苗跟苗之间保持距离，通风透光好，营养也够。”棚内温度恒定在20℃左右，水汽氤氲，正是茭白分蘖的黄金条件。“早一天上市，就多一分价钱。现在村里有了冷库，采上来的茭白不愁没处存，心就不慌了。”张爱玉说。

如今的董家村，早已告别“靠天吃饭”的旧模式。大棚种植、冷库保鲜、品牌运营……30余年跋涉千里，董家茭白从一株无名青蔬长成一方支柱产业。

“以前谁家盖洋楼、买汽车，那是村里的大新闻。现在董家村几乎是家家都有小楼、户户开得上车。”村党总支书记吕立峰的语气里，有藏不住的自豪。

而这一切的源头，要回溯到1987年。

那年，村民张永根从杭州带回双季茭白“梭子茭”种苗，成了桐乡第一个“吃螃蟹”的人。彼时的董家村，水田连片、地势低洼，能种的经济作物屈指可数，村民一年到头“面朝黄土背朝天”，日子仍过得紧巴。张永根没有经验，只能自己下水蹚路。他把自家田切成十小块，同品种、异肥量，同肥料、错播期，同期数、调配比……3年时间，他在泥水里反复试错，终于摸清了每一茬茭白的脾气。

一亩茭白，收益曾抵得上十亩水稻。乡亲们眼热，纷纷跟进。效益节节攀升，董家人却没能耐头冲昏头。他们把目光投向更远处：注册“董家茭白”商标，成立专业合作社，建起专业交易市场。以“农户抱团”的思路，把产品质量、销售渠道、种植技术一条条厘清、定规。茭白，从此不再只是田里的收成，更是一整套有章可循的系统。

荣誉接踵而至。最让董家人骄傲的，是2020年4月30日，农业农村部正式批准对“董家茭白”实施国家农产品地理标志登记保护。那株从水田里起身的青蔬，终于有了沉甸甸的“国字号”身份。

巅峰时，董家茭白种植面积达13500亩，亩产2500公斤，总产值破亿元。

然而，盛极之处，隐忧渐生。品种单一、上市集中、长期连作带来的种性退化……这一切，让茭白价格坐上“过山车”，农户“丰产不丰收”的焦虑悄悄漫开。

怎么办？

多年在泥水里摸爬滚打，张永根比谁都清楚：手里要有自己的种子。他与浙江省农科院的农技人员一头扎进田里，日复一日蹲守、观察、筛选。耐低温冬季茭新品种“龙茭2号”就在那片试验田里诞生。它将茭白上市窗口从30天拉长至50多天，错开上市高峰，迅速成为茭白品种里的“当家花旦”，从浙江走向全国。

茭农们又借力合作社，摸索大棚栽培，让春茭上市再提早15至20天，效益陡增四成以上；保鲜冷库拔地而起，冷藏技术反复打磨，鲜茭保鲜期延至60至80天。“过去茭白一出水，上午割的，下午卖不掉就发黄，最后只能低价处理。”

张永根感慨，“没有冷库，你连讨价还价的底气都没有。现在不一样了，茭白在库里多住一天，心里就多一分从容。”

市场供应期从不足5个月拉长到9个月，抗风险能力与溢价空间就这样一点点提升。

如今，董家村不只卖茭白，更做起了种苗生意。

“全国种茭白的越来越多，我们也不能只守着老本行。”张永根指向村边那片100亩试验田，土畦整齐，茭苗青翠。合作社与高校、农科院合作，正选育产量更高、白度更纯、条形更优的新品系。“一亩田，优质苗的价格是100块，普通苗只要50块。我们敢卖两倍价，为什么？因为外省来的种植户，认的还是‘董家苗’。”他语气平静，却有不容置疑的笃定。

一株株青翠健壮的茭白苗，正从董家村的育苗基地出发，让“董家经验”扎进异乡的泥土，也悄然改写着中国茭白产业的版图。

人无我有，人有我优，人优我精——这十二个字，在董家村的田埂上抽穗、结荚，成为乡村振兴朴素的注脚。

■记者 应丽高 吴冰鑫 插画 张利昌  
图片由董家村提供

## ※村庄名片

### 董家村

董家村位于桐乡市乌镇镇东南部，乌镇大道与嘉湖公路十字交会穿村而过，东连南王村，南接皂林村，西邻金牛塘，北靠西浜村，区位优势显著。全村区域面积3.96平方公里，共有农户663户，常住人口2600余人。

作为桐乡市唯一的茭白专业村，董家村深耕特色农业，以“一根茭白”撬动乡村振兴，获评全国“一村一品”示范村镇。

依托董家茭白专业合作社，村里创新推广“茭田养萍”“茭田养蟹”“茭蟹共生”等绿色生态种养模式，对农户实行专业化管理服务，并大力开展标准化栽培技术示范与推广，持续提升茭白品质。如今，“董家茭白”已先后获得国家绿色食品认证和国家农产品地理标志登记保护，并荣膺全国百佳农产品品牌、浙江名牌产品、浙江省农博会优质产品金奖等多项殊荣。

多年来，董家村坚持推行产业化经营模式，有效带动2000余户农户稳定增收、共同富裕。

从田间栽培到精细筛选，从品牌打造到市场拓展，董家人始终秉持精益求精的态度，凭着一股敢想敢干、务实奋进的精神，让清甜鲜嫩的茭白走出桐乡、走向全国，成为镌刻在广袤乡土上的董家村独特印记。



## ※村书记的心愿⑧

### 特色产业强根基 产村融合惠民生

我是董家村党总支书记、村委会主任吕立峰。在历任村“两委”班子和全体村民的接续奋斗下，董家村先后荣获全国“一村一品”示范村、桐乡市文明村等荣誉称号，走出了一条具有本地特色的乡村振兴之路。

如今，村道干净整洁，新房错落有致，村民脸上洋溢着幸福的笑容——一幅宜居宜业、和谐美好的乡村画卷正徐徐展开。

在这片沃土上，茭白始终是董家村最闪亮的名片。我们始终将产业发展作为强村富民的关键抓手，立足本地资源禀赋和生态优势，聚焦茭白特色产业，创新构建“党支部+合作社+创业基地+农户”四位一体的发展模式，持续擦亮“董家茭白”品牌，推动农业增效、农民增收。

面向未来，董家村将紧紧抓住毗邻乌镇高新技术产业园区的区位优势，主动融入乌镇发展大局。通过“统一装修村民安置公寓房，并按月向村民支付租金”这种返租模式，既为村民带来稳定收益，又免去了他们自行装修和维护的负担，同时有效盘活了资产，进一步壮大了村级集体经济。我们将持续优化生活配套，打造受年轻人青睐的董家村乡村人才公寓，为扎根乌镇的新居民提供温馨、舒适、便利的安居环境。

乡村振兴，关键在人，核心在产业。站在新的起点上，我们将继续以实干笃行书写董家村高质量发展的新篇章，让这片土地上的幸福故事不断延续、生生不息。



## 【追问】董家村何以读懂村民对“家”的深沉寄托与情感归属？

农业兴旺让村民鼓起了腰包，但切身的幸福感，藏在屋檐下。

“从前，董家村是个实打实的农业村，房子老了，路也破了，村民想翻新都没底气。”吕立峰回忆，彼时村子所在的东片以种水稻为主，收入微薄，西片早些年种菊花、烟叶，钱包渐鼓，村里便流传一句自嘲话：“家在西片，吃得起羊肉面。”一碗十块钱的面，竟成了衡量富裕的标尺。这句玩笑，像刺一样扎在村民心里。

改变出现在2013年。这一年，乌镇大道建设征迁，涉及董家村打竹浜自然村48户、300多亩土地。这一年，也正是吕立峰接手班子工作的头一年，“我当时就一个念头：这是董家村发展的一次重大机会，抓住了，往后就不一样了。”

他一遍遍往市里、镇里跑，磨政策、谈方案，确保每户至少一人享受养老保险，尤其优先保障老人，实现“补款最少、获益最大”，为长者兜住晚年生活底线。

更大的变革源于2019年。乌镇推进16平方公里互联网产业园建设，涉及董家村4个村民小组、237户、2500多亩土地。“这是我负责村班子工作后面临的第二场‘硬仗’，也是董家村最大的机遇。”吕立峰说。

故土难离，顾虑重重。面对村民的不解和困惑，村里组建了一支18人的代表团，有村民代表、党员、小组长、企业家等。他们上门说、现场量、一起选，那些年久模糊的宅基地界线，一寸寸量得

分明；新户型怎么选、评估公司怎么选，一一陪到户、帮到人。

更关键的是，董家村首次试点“宅基地+公寓房”双安置模式：每户分得90平方米宅基地，外加一套110平方米公寓房。“三层楼的自建房，大约90平方米，虽说比过去120平方米小了，但一家子住也足够敞亮；110平方米的商品房，可自住、可出租，实在用不上也能出手。”吕立峰补充道，“政府还统一返租，帮有意出租的村民对接租户，每月返还1500元，一年稳稳增收1.8万元。”

他算了一笔账：按一户家庭两位老人算，每年养老保险约6万元，加上租金1.8万元，合计近8万元，“这在过去，是不敢想的数字。”

“乌镇是世界互联网大会的永久会址，高端人才源源不断流入。”吕立峰说，“我们要做的，是用乡村的空间资源，换取发展的长久红利。这条路，既不牺牲农民权益，也不脱离村庄的基底。村民有自己的新房，收着稳定租金。我们不搞大拆大建，而是专注‘小而美、专而精’，让乡村成为城市产业链里不可或缺的一块拼图。”

这或许正是城郊融合类村庄的破局之道：保留乡村的肌理，激活服务的功能，让乡村成为城市并肩同行的伙伴。

从一株茭白到一个品牌，从一片农田到一座人才社区，董家村的故事，兜

