

# 青少年站“C位”，文旅有好“戏”

## ——扩内需促消费一线行⑫

■记者 苗楠钰 通讯员 张子超

孩子们最期待的春假，开始了！从4月27日晚上起，嘉兴高速口、机场、火车站已被“春假大军”占领。以4月28日春假首日为例，嘉兴南站发往北京的始发车G566次上车人数超1100人，开往太湖南的G7492次学生研学团体超260人。

春假怎么过？最近，西塘古镇给出了一个“有腔有调”的答案。

4月29日至5月4日，“戏聚西塘 善迎天下”浙里有戏·2026长三角顾锡东戏曲艺术周如约而至，西塘古镇专为小朋友定制的“萌娃戏游记”也同步上线。当春假遇上戏曲周，大多数景区还在拼门票、拼流量，而西塘早已在此基础上，选择把舞台的“C位”让给青少年。

在顾锡东戏剧艺术馆bobo剧场里，孩子们可以跟着专业导师学唱学调、比画身段，可以站上真正的剧场舞台进行“C位”体验，更能画脸谱、做戏曲扇子，最终获得一张专属结业证书，让仪式感拉满。

这不是西塘第一次“以戏引流”，却是首次“以娃为角”。

从2024年的顾锡东诞辰100周年系列活动，到2025年长三角顾锡东戏曲艺术周，再到今年的“戏聚西塘 善迎天下”浙里有戏·2026长三角顾锡东戏曲艺术周，这座古镇正在用一场又一场“戏”，走出一条文旅融合的新路子。

浙江是全国首个全省推行中小学春秋假制度的省份，今年嘉兴春假衔接“五一”，形成8天假期的家长和孩子，正在成为文旅消费市场的“刚需新群体”。

西塘敏锐抓住了这个交汇点，让文化传承与经济增长双向奔赴。

先说“潜力”。今年初，浙江省以“开年就是戏”为主题，推出“浙里有戏”文化品牌，在全省11个设区市和90个县(市、区)开展巡演展演，同步落地“梨园都市”文旅市集已累计吸引客流超242万人次，带动文旅消费超900万元。

文化和旅游的耦合，正在释放出可观的“经济增量”。



再看“能力”。今年，西塘古镇除了推出各类春假亲子优惠套票和优惠券外，在剧目编排上也更注重青少年的喜好：备受孩子们喜欢的孙悟空与白骨精的对决，化身婺剧《三打白骨精》精彩上演；与《盗墓笔记》IP合作创作的越音剧《花夜前行》三部曲，用流行文化的叙事模式打破次元壁；以爱情为主题的浙江小百花越剧院(浙百团)经典折子戏专场《爱情的花园》内地首演更是吸引力十足。

一张门票换一张戏票，配合十余场特色活动轮番上演，让传统文化在孩子心田生根发芽。

红船起航地、嘉兴醉江南。以古镇为根，以顾锡东为魂，以长三角戏曲艺术周为平台，以“浙里有戏”为品牌，西塘以“萌娃戏游记”为切入点，打出了一张层次分明、环环相扣的“文旅牌”。

这种现象的确令人欣喜，但一个更

深层次的问题随之而来：青少年参与戏曲，究竟是一次性的“体验消费”，还是可持续的“文化投资”？

破题的关键，就在于能否把“看戏的”变成“演戏的”，把“过客”变成“常客”。

做强“浙里有戏”的省级IP。从“活动运营”走向“基地打造”，西塘结合长三角顾锡东戏曲艺术周的平台影响力和顾锡东戏剧艺术馆的实体阵地，即可将春假的“戏游记”固化为常态化的研学产品线。让西塘不仅成为“春假去哪儿”的打卡地，更成为“暑假学什么”的目的地。

完善“少年戏”的产业链条。借鉴品牌化运作经验，在嘉兴全市层面搭建统一的少儿戏曲交流展示平台，形成“培训—展演—赛事—升学”的完整链路。在文旅市集的框架下，以西塘为核心节点，开发沉浸式戏曲研学营、亲子戏曲民宿、戏曲主题文创等衍生态，就能让“一出戏”带动“一条街”。

补齐师资和课程“短板”。嘉兴可以推动市、县两级专业戏曲院团与文化馆联动，建立“戏曲教师驻校”制度。同时，可率先探索将戏曲研学纳入中小学生学习综合素质评价体系，让“每人每年一本戏”从倡导走向实现。

戏曲的传承，说到底是对人的投资。曾经，顾锡东从西塘的青石板路上走出去，成为影响一个时代的剧作家；今天，在古镇的戏台上，青少年们正在学着戏曲的唱腔，在古镇的烟雨间种下戏曲的种子。

这出“戏”，刚刚开场，而青少年就是最好的主角。

经济走笔  
扩内需促消费一线行



“2026年的第一口榴莲，吃上了！”昨天下午，家住南湖区东栅街道的董先生在朋友圈分享了和同事一起拼团的泰国金枕榴莲，一房房饱满的果肉在灯光照射下显得格外诱人。

随着榴莲新产季的到来，果市再度迎来“榴莲热”。昨天中午，记者来到嘉兴水果市场海广兴精品水果交易中心，空气中已经能闻到淡淡的榴莲香气，不少档口已经把榴莲摆放在显眼的位置。

“榴莲今天16柜全部清空，供不应求！”叶臣果业东南亚区域总经理丁宏如拍下一段小视频发给微信列表的客商，“明天还有新柜到货，需要预订请趁早哦！”

叶臣果业是嘉兴水果市场蝉联多年的“榴莲大王”，平均每年能售出2000车。丁宏如身后的几辆冷藏车上，还有工作人员在不停地卸货，贵妃、嘉年华、蓝腾……各种品牌一样俱全。

近期，市场里榴莲到货充足，日均进场近100柜，整体交易热、销路畅。据嘉兴水果市场行情指数监测，当前在售榴莲主要产自泰国，涵盖青尼、甲仑、金枕等主流品种，市场均价区间为每公斤35元至47元，整体售价保持平稳。

“由于节日临近，最近销售终端的需求量比较高。”丁宏如分析，随着节后供货量的大涨，价格会比现在更低一些。

今年是“榴莲大年”。根据预测，泰国榴莲的产量将比往年增加30%至40%。前不久，“超千吨泰国榴莲入境”的话题冲上热搜，不少爱吃榴莲的人士闻风而动，纷纷选购今年的第一口榴莲。

“今年产地光照、雨水条件好，榴莲成熟度高，果肉品质更优，价格也比去年实惠。”在常秀街某连锁水果店内，榴莲已经被摆放在店铺一进门货架上，店主张阿姨介绍，从4月初刚刚上市到现在，每公斤榴莲的价格已经降了20元左右，最近几天，来选购榴莲的顾客明显多了起来。

除了水果店，大型商超也为榴莲开辟了专属的“选购通道”。麦德龙超市推出了金枕榴莲限时活动，线下51.6元一公斤，可以自选果子，线上47元一公斤，可以送货到家；山姆会员店则推出金枕榴莲限购活动，每个用户限购5件，其高品质的榴莲果肉收获满满好评。

榴莲果肉虽绵密可口，但挑选榴莲却像“开盲盒”，如何才能选出“报恩榴莲”？

先看外形，优先选圆润饱满的“木瓜形”，果肉更足，轻微裂口(约1指宽)为佳，完全开裂则易滋生细菌；再捏尖刺，用拇指和食指捏相邻尖刺，能轻松靠拢说明果肉成熟，坚硬难捏则需继续催熟；后闻气味，成熟榴莲散发浓郁果香，有酒精味说明过熟，青草味则未熟透；最后轻晃，能听到果肉晃动声，说明果核与果肉分离，口感更绵密。

企业生产的所有家具都采用榫卯结构，相比使用胶水和钉子的家具，榫卯结构更加稳固耐用、环保健康，还承载着丰厚的历史底蕴，每一件出厂的家具都是传统工艺的活态传承载体。

既有30秒的机械切割，也有花费数小时的手工雕花；既有木头原材料的综合利用能力，也有榫卯结构的传承，裕华木业用“智造”提速、用“匠心”沉淀，在传统产业的转型升级中展现出无限可能！

扫一扫 更精彩



本版图片除署名外由受访者提供

# 智造与匠心双轮驱动

## 嘉善木业企业“打磨”无限可能

■记者 蔡舒安 通讯员 汪馨雨

### 探厂寻宝记

“滋——”机械臂抓取一块木板，自动换上用于切割的工具，根据提前设置好的参数，将木板切割成形，整个过程不到30秒。

走进位于嘉善县魏塘街道的浙江裕华木业股份有限公司(以下简称“裕华木业”)，在偌大的五轴加工中心车间内，机械臂早已取代斧凿。切割、钻孔、打磨等传统工艺都不再需要人工完成，智能化设备直接完成了所有工序，不用人工操作，将定制家具处理的效率提升近200%，操作精度能精确到一根头发丝儿。

#### 传统产业的科技跃迁

20世纪的嘉善，众多木业企业如雨后春笋般兴起。繁荣背后，也隐藏着发展的危机。由于木业产品单一且档次低，产业一直蜷缩在价值链低端。

当大部分木业企业还在做饰面板的时候，裕华木业早在2004年就探索转型实木复合地板生产。“饰面板很容易受到湿度、温度影响，导致开裂、翘皮、变形等，尤其在我们潮湿的南方地区更加明显。”裕华木业销售经理刘杨告诉记者。

转型实木复合地板生产后，企业迅速扩建了两个成品地板厂，掌握了从原木储备、基材到成品地板出厂的全产业链生产工艺。

在裕华木业的生产基地，粗壮的原木垒放在一起，这里的每一块地板都是从原木开始，经过原木制材、刨切木皮、板材开料、开槽、油漆等十几道工序，才成为我们看到的地板。

虽然工序复杂，但裕华木业并未止步于“做出来”，早早就做好了战略布局——依托科技创新，实现产品创新，不断开拓新赛道。

企业与中国林科院木材所、北京林业大学建立了长期合作关系，先后参与国家863计划、948项目、国家火炬计划项目等，不断在地板防水性、阻燃性、尺寸稳定性等多种功能和生产工艺上求新



求变。155项发明专利及“品字标浙江制造”“浙江省专精特新中小企业”“国家林业重点龙头企业”……多项荣誉见证着企业的创新步伐。

化学诱导变色工艺就是企业创新研发的一项标志性成果。传统给木材着色的方式就是在木材表面刷一层“颜料”，好比用覆盖式的方法给木材上了一遍粉底。“我们通过在木材表面刷一层药剂，渗透到木材内部发生化学反应，让木材改变颜色。”刘杨拿起一块变化后的木板，原先的白色已经看不到，从木材自身透出来的灰色鲜活又自然。

多年来，裕华木业一直没有停下创新转型的脚步，如今，企业已经从木业企业转型为一家以实木整体家居为核心，集专业设计、生产制造、全球销售与全链

条服务于一体的综合性制造企业。

#### 升级全品类木业制造能力

智能化并未让裕华木业丢掉对原材料的敬畏和对工艺的坚守。

“木头是大自然馈赠的原材料，要物尽其用才不浪费，边角料也可以发挥价值！”刘杨告诉记者，如何高效利用这些边角料，对企业长远发展至关重要。

在企业展区，木材边角料除了用来做一些零散小家具，还能用来做工艺品、线香、精油等各种产品。着眼于国内市场，企业还利用木材原料布局橡木酒桶细分市场。通过不断研究、试验和总结，企业形成了一套完善的工艺技术路线和不同产地橡木风味差异数据库，未来将为白兰地、威士忌风味酒酿造提供全套技术解决方案，力争成为国内首家生产

橡木风味酒桶的制造商。

在雕刻区，有着30多年工作经验的雕刻工人吴正仁正对照图纸，手持凿子沿着墨线稳稳推进，他不时停下，用指腹摩挲斜面，对照纸上弧度调整刀锋角度，细碎的木屑纷纷落下。“机器可以替代一部分人工，但所有匠心的花纹雕刻仍然要依赖人工来完成。”刘杨说。

眼下，企业拥有全品类木业制造能力，具备面向全球的产品花色设计能力以及定制化生产能力，打造了鸚鵡地板、元素全屋定制、皓壁木作实木家具等品牌。“客户需要的地板、墙板、木门、移动家具、全屋定制及衍生产品等，都能在裕华木业一站式购齐。”说起产品，刘杨自豪不已，木地板这一个品类，企业的年产量就超300万平方米。

企业生产的所有家具都采用榫卯结构，相比使用胶水和钉子的家具，榫卯结构更加稳固耐用、环保健康，还承载着丰厚的历史底蕴，每一件出厂的家具都是传统工艺的活态传承载体。

既有30秒的机械切割，也有花费数小时的手工雕花；既有木头原材料的综合利用能力，也有榫卯结构的传承，裕华木业用“智造”提速、用“匠心”沉淀，在传统产业的转型升级中展现出无限可能！



扫一扫 更精彩

