

大美
田园

北京观光休闲农业行业协会会刊 LEISURETIME

本期策划

奇蔬异果展“蜂”采 五谷丰登秀“蘑”力
——记2014第二届北京农业嘉年华

大美人物

孙宝胜：
书法家的葡萄梦

深度大美

春访古北口

双月刊 总032期

2014.2



大美
有言

心有理想，春暖花开

大地回暖，理想的种子悄悄萌芽；
燕子春归，衔来卯月的灼灼桃花；
春风拂面，裁出一幅幅忙碌画卷。

新一期《大美田园》带着花开的气息，随着春天脚步姗姗而来。看，那边是农业嘉年华如火如荼，来自全国各个省市的农业创意精品琳琅满目。压花烙画京味十足，民族刺绣大放异彩；嘉年华上瓜样年华群瓜荟萃，“瓜瓜”其谈；草莓隧道里果香伴着一旁的“蘑”幻王国里群蘑起舞；连小蜜蜂也温柔了许多，带着金灿灿的蜂蜜加入这欢乐的海洋…品过农家饭菜香，又赏兰花如瀑开。一段段美好的回忆，一张张快乐的笑脸，一阵阵幸福的笑声，在这个春日里显得格外的明媚，勾勒出了休闲农业的美好未来。顺手再带回一株红豆杉，家里也有森林般的清新空气；带回几盆散尾葵，阳台上也有湿润的热带雨林……种种甜美让我们面对雾霾，面对P.M2.5都有了勇气，春暖花开了，碧水蓝天还会遥远吗？我们虽然无法左右天气，但是也不会输了快乐的心情！

再看已经结束的摄影大赛，一张张照片就是定格美好的回忆——果园里的快乐宝贝，花田里的曼妙身姿，是脑海里的颗颗珍珠；振翅的秋鸟，炫丽的花朵，是自然中

的小天使。带着相机走过四季，春品佳果滋味诱人，夏赏花海一望无垠，秋观红叶漫山遍野，冬拍雪后冰雕玉彻……透过屏幕，好像还可以闻到阵阵花香，听到婉转鸟鸣。即使有一天时光流转，过往褪色，我们依然透过岁月看到了当年的影子，那份心中最初的感动永不褪色。

游过嘉年华，看过摄影展，伴着风中飘零的玉兰花，似乎春来春归只是弹指一挥间，让人略有感伤。想想昆明火车站、失踪的MH370……马年伊始，似乎这个明媚的春天如空气一般时有雾霾。时值4月一个纯净的灵魂——海子的纪念日，那个要“做一个幸福的人”，给我们留下了“面向大海，春暖花开”的温暖诗句。

的确，破晓之前总有黑暗，只要我们勇敢的面对风雨，是苦是甜，都是生命的馈赠。只要心怀梦想，怀着对未来的希望，就总有一天会“春暖花开”，让我们记得，记得这春色无边的美好，记得伴着春天气息启程的脚步会一直勇往直前，到达梦想的彼岸。2014，让我们继续相约夏天！

——本刊编辑部

房山小清河郊野公园 · 二月兰

摄影：李唐才

这里的河水清澈见底，这里的柳树刚刚发芽，这里的二月兰争相开放。一朵朵，一簇簇，转眼之间山林间就成了花的天下，一片浪漫的紫色如同淡彩水墨铺张开来。周末带上鱼竿，坐在花丛中静看流水潺潺过游鱼，偷得浮生半日闲。



顾问 刘福志 蒋洪昉
张宏图 王修达

编委会
贺东升 任荣 冯建国
范子文 杨玉山 陈奕捷

主编 贺东升

副主编 冯建国

执行主编 吕彦

总策划 张振华

责任编辑 陈奕捷 陈焯

编辑 张颖 乔通
赵晨 王鼎

美术编辑 周丽娜

主办单位
北京观光休闲农业行业协会

单位地址:
北京市西城区裕民中路6号北楼415室
邮政编码: 100029
办公电话: 82997552 82997538
机构网址: <http://www.bjxcly.com>

编辑部
大美田园俱乐部
地址: 北京市海淀区知春路6号
锦秋知春8栋203室

邮政编码: 100088
办公电话: 400-630-1766
传真电话: 82359722-8007
投稿邮箱: dameibianjibu@ileisure.cn

封面: 碧水十渡
刘宝忠 摄

内部刊物

目 录

首页

房山小清河郊野公园

大美有言

心有理想, 春暖花开

P04

协会动态

全国休闲农业创意精品展在京举办北京展团喜获佳绩
京津两市休闲农业协会签订合作框架协议助推京津冀一体化发展
上海农业旅游代表团来京参访

P06

行业管理

休闲农业创新营销需借三种力量

P10

美通社

第二届北京农业嘉年华暨2014全国休闲农业创意精品展开幕
北京凤凰岭公园杏花节暨风筝文化节即将开幕
北京大兴区旅游行业协会承办"巧娘"手擀面邀请赛
北京平谷区第十六届平谷桃花音乐节开幕
北京平谷区召开"桃醉平谷"休闲农业发布会

P14

本期策划

奇蔬异果展"蜂"采 五谷丰登秀"蘑"力
——记2014第二届北京农业嘉年华

P36

大美人物

孙宝胜: 书法家的葡萄梦

P40

深度大美

春访古北口

P46

观察思考

从薰衣草森林看休闲农业园区构建强势品牌的一二三模式

P50

田园专栏

休闲农业开发应注意的原则
口齿生香木兰芽

P52

田园拍客

一年之计在于春
春花初绽, 赏花玉渊潭

P56

大美田园俱乐部

"三两肉, 一两花, 菊花水饺带回家!"
西柏店村游记
左边田园, 右边有机, 忙里偷闲北郎中
顺义北郎中游记

P12

大美北京

房山十渡拒马河春景
石景山区翠微山

协会动态

BEFA



全国休闲农业创意精品展在京举办 北京展团喜获佳绩

2014年3月15日至18日，由农业部乡镇企业局主办、北京市农委等承办的“全国休闲农业创意精品展”在北京市昌平区草莓博览园拉开帷幕。本次精品展由北京观光休闲农业行业协会协办，汇集了来自29个省（区、市）的产品创意、包装创意、活动创意、景观创意四大类3000余件精品。参展作品中，很多采用玉米皮、麦秸、粮食种子、蔬菜瓜果、树根树皮、畜禽羽毛、核桃皮等农副产品原料，通过创意制成了具备视觉印象新、表现形式奇、设计造型特和生态环保的艺术品，大大延长了农业产业链，提升了农副产品的附加值，不仅创意理念新、思路广，还具有很强的市场针对性、鲜明的时代特征和地域文化特色，进一步培育了农村经济新的增长点，提升了休闲农业文化软实力、竞争力和吸引力，加快了美丽乡村建设步伐。

我市由北京观光休闲农业行业协会组织了12个区县的4大

类45项展品参展，并在评奖中喜获佳绩——北京绿山谷芽菜有限责任公司（丰台区）选送的芽苗菜《绿色梦·我的梦》、朝阳区三间房乡康驹祥选送的京味葫芦镶嵌、密云县云艺手工艺品专业合作社选送的夫妻灵犀枕、延庆县妫水女手工艺发展促进协会选送的羽毛画《八达岭长城》获得产品创意类金奖，北京大道农业有限公司（海淀区）选送的京西稻田景观获得景观创意类金奖，北京农业嘉年华组委会选送的“北京农业嘉年华”活动，获得活动创意类金奖。此外，北京展团还获得了9项银奖和13项优秀奖。

农业部有关部门领导及市委常委牛有成，副市长林克庆，市委副书记赵玉金，市政府副秘书长赵根武，市委农工委书记、市农委主任王孝东，市委农工委副书记、市农委副主任刘福志，市农研中心副主任蒋洪昉，市委农工委委员王修达等领导先后到现场视察指导。

京津两市休闲农业协会签订合作框架协议 助推京津冀一体化发展



为贯彻落实京津冀协同发展和京津双城联动发展重大国家战略，加强京津两地休闲农业联动发展，促进两市居民之间相互往来、交流，从而加快推进两市一体化发展战略的实施，2014年4月10日至12日，北京市农村经济研究中心副主任蒋洪昉率领北京观光休闲农业行业协会参访团前往天津，与天津市休闲农业协会开展交流活动，并且签署了合作框架协议。这是继两市农委就一体化发展开展政府层面交流之后，农口行业协会间的首次交流活动。

10日上午，双方举办座谈会。天津市农委产业发展处林兆辉处长首先介绍了天津休闲农业发展情况及协会成立的基本情况；天津市农科院区划所所长、天津市休闲农业协会常务副会长李瑾重点介绍了协会2014年度的工作安排和目标。天津市休闲农业协会于2013年11月1日成立，已经完成注册、自身建设等工作，目前正在进行网站建设，出台了会员单位优先办理土地确权、享受贷款贴息等激励、扶持政策，下一步

计划完善经营主体建设、品牌建设、发展规划与认定标准制定、年度培训和论坛安排等任务。随后，冯建国处长详细介绍了北京观光休闲农业行业协会成立十年来的主要工作和经验教训。蒋洪昉主任表示，作为北京观光休闲农业行业协会的主管机关，北京市农研中心大力支持京津两地休闲农业的交流合作。他指出，天津休闲农业协会虽然起步晚，但工作扎实、程序清楚，在工作推进中的一些做法值得北京借鉴学习。最后，农业部农村社会事业发展中心休闲农业处刘纪昌处长对京津两市休闲农业协会抢抓机遇、主动交流给予高度评价。他指出，3月31日农业部韩长赋部长在北京调研时表示，京津冀一体化，农业也要协同发展。京津两地资源互补，尤其是天津拥有北京所没有的休闲渔业资源，北京拥有壮阔的山林、丰厚的历史文化资源，为两地强强联合、长短互补、合作发展提供了广阔的空间，京津两地农业的一体化发展，休闲农业是最佳的突破口。

10日下午，京津休闲农业两协会领导签署了合作框架协议，决定建立长期稳定的合作共赢机制，共同举办休闲农业发展论坛，共建共享休闲农业资源数据库，开展京津两地会员联谊交流活动，联合制定《京津休闲观光农业合作发展规划》，统一对京津两地资源开发、市场营销、空间布局、重点项目和精品线路进行规划。农业部农村社会事业发展中心休闲农业处处长刘纪昌、天津市农委副局级巡视员毛科军、天津休闲农业协会会长杨青松、北京市农村经济研究中心副主任蒋洪昉等领导出席签字仪式。

在津交流期间，北京参访团考察了天津市西青区辛口镇第六埠村民菜园、全国休闲农业与乡村旅游示范点水高庄园、天津滨海国际花卉科学园、东丽区无暇生态园、滨海新区休闲渔港等。

上海农业旅游代表团来京参访

2014年3月15日至18日，由上海市农委副主任吴延风带领的上海农业旅游代表团来京考察，北京市农委、市农研中心、北京观光休闲农业行业协会安排了丰富的参访行程。

上海参访团先后参观了密云县“山里寒舍”乡村生态酒店群、康顺达农业观光园、聚陇山庄、张裕爱斐堡国际酒庄、顺义区七彩蝶园、朝阳区蓝调庄园、通州区第五季龙凤港生态露营地、朵朵鲜生态蘑菇园和瑞正园农庄。这些休闲农业园区包括近几年通过全国休闲农业与乡村旅游星级创建评选出的五星级园区和在2013年北京休闲农业与乡

村旅游星级园区评定过程中脱颖而出的优秀园区，代表了北京休闲农业与乡村旅游的发展最新面貌。此次参观考察给上海农业代表团留下了深刻印象，他们表示，北京的休闲农业园区发展规模大、内容丰富、主题多样，很值得学习和借鉴，并希望将在北京的见闻应用到上海休闲农业园区建设发展当中。市农委委员王修达、市农研中心副主任蒋洪昉会见了上海参访团一行，北京观光休闲农业行业协会会长贺东升、副会长兼秘书长冯建国陪同考察。密云县农委与上海参访团举行了交流活动。

休闲农业创新营销 需借三种力量

文/ 荣振环 (北京蓝海易通咨询有限公司总经理)

图/ 刘强

随着国家一号文件的推出,以及在农业领域相关政策的出台,休闲农业呈现出蓬勃发展的态势。越来越多的非农业从业者开始渗透到这一领域,原有休闲农业企业也摩拳擦掌,整装待发,休闲农业一下子成为热土和角逐的焦点,当然也是竞争最为激烈的红海,跟风效应,同质化现象,在这个行业尤为突出。

这种情况下,借势政策机会,面对中国庞大的内需市场,笔者认为,休闲农业企业要做大做强,其关键是要把握行业的本质,抓住关键的价值要素——顾客价值。在红海中运用蓝海思维去锁定目标客户,开展创新营销,持续创造价值,利用有效的营销策略,影响更广泛的目标人群,营造更大的利润空间。

在这个过程中,当前创新营销最迫切的任务是借力。仅仅依靠散装个体的力量是远远不够的。当然,借力是需要智慧的。关于借力,要坚信一点,太阳底下没有新鲜的东西。所有休闲农业当前的困惑和问题,其他行业早已经遇到过,此时,我们就需要借用其他行业的智慧,把这种智慧导入到休闲农业。从这个角度来看,我认为休闲农业未来的营销需要借助以下三种力量。

借力同行

任何一个企业都是单干干不长,独行行不远。尤其在当前这个时代,所有的休闲农庄都像是一只翅膀的天使,只有拥抱彼此才能够一起飞翔。

所以,我认为休闲农业企业首先要善于借力同行。如今,专注于休闲农业领域的咨询机构蓝海咨询和休闲农业领域权威营销平台大美田园正在北京统筹这种联合,让各个休闲农业彼此互通有无,尤其是共享客户资源,彼此互换前庭和后院的角色。即,A农庄的地方可以挂B农庄的广告,卖B农庄的产品,加设B农庄的体验,本身就是我帮助你增值,同时利用你的宝地帮助我吸引客源。

二者彼此相互借力,共享资源,彼此互为营销发动机。

当然,这种互利合作,联盟营销还在尝试之中。

实际上,在国外往往都有一个牵头组织,多数情况下,



房山区霞云岭乡

协会发挥着重要的角色。

比如成立于1953年的法国农会在1998年专门设立了“农业及旅游接待服务处”,并联合其他有关社会团体,建立了名为“欢迎莅临农场”的组织网络,鼓励多户农民加盟。2004年,法国农村地区接待了全国28.2%的旅游者,本国公民在本国乡村旅游的消费额约为200亿欧元,影响巨大。

他们把法国乡村旅游产品分为农场客栈、农产品市场、

点心农场、骑马农场、教学农场、探索农场、狩猎农场、暂住农场和露营农场等九大系列,在农业旅游也彰显多种形式,包括家庭农场、教育农场、自然保护区、家庭农园等,利用专业细分多样的产品来吸引顾客。

在协会的统筹下,大家组织和联合起来,集中开展宣传。通过出版了专门的宣传和指导手册,大力促销乡村旅游。然后通过农会牵头制定整体“农庄旅游”计划,这个计划直

接促使1.6万户农家建立起了家庭旅馆。

此外,在协会的带动下,他们有针对性进入社区开展营销,并鼓励更多社区参与到休闲农业的开发建设中来。同时,他们鼓励农民参与乡村旅游开发,然后由农会牵头加强了培训和指导,帮助新从业者快速规范化和盈利。通过这种方式,新兴的“绿色度假”蓬勃发展,每年可以给法国农民带来700亿法郎的收益,相当于全国旅游业收入的1/4。



这种大联盟实际上就是借力，大家联合起来，规范引导，建立一个联盟体系，抱团共赢，促进产业发展。而且在这种情况下，加盟群体可以错位竞争，又避免同质化和红海竞争，使得发展趋于良性。

借力顾客

这几年一直流行一个生产消费者和众包两个概念。生产消费者（prosumer=product+consumer）是由生产者和消费者这两个词合并而来的。众所周知，生产者赚钱，消费者花钱，但是生产消费者是在花钱的同时赚钱。更广义的理解，生产消费者在消费的同时也不断创造价值。众包是指公司把过去由员工执行的工作任务外包给大众网络的商业模式。

那么生产消费者在众包时代就会借由规模化产生强大的力量。大规模的生产消费者将能够帮助企业完成不可思议的工作任务。其实，小米手机的米粉就是这种大规模的生产消费者，他们在某种意义上成为小米手机的研发人员、市场营销人员、客服人员。他们在论坛上不断提出小米手机的改进意见，帮助小米手机完善；他们在多种场合不断评价小米手机的产品，帮助小米手机传播；他们不断提出小米手机使用困惑的解答，从某种意义上已经在行使小米手机客服人员的职能。所以，从小米手机的3年100亿美金的成长速度来看，借力顾客显得多么重要。

要知道，手机它也是一个相对传统的企业。休闲农业也是

如此，行业其实不是问题，问题关键在于是否真正懂得创新营销策略。

要知道，多年以来，很多企业忽略了一种重要的资源——消费者创新的热情和能力。大部分企业主要是依靠自身的力量，却没有想到最有效的方式，借用消费者的力量。

记住，企业原本需要花钱雇人去做的事，用户们却很高兴免费去做。只要你能够提供一个他们去做的理由或者引导一种他们去做的趋势和潮流。毕竟，企业的力量是有限的，大众的创意智慧是无穷的。而消费者一定比企业更了解自己。那干吗不发动他们。一旦你利用众包，规模化生产消费者为你发挥聪明才智，生产创造，你与消费者就不再是单纯的交易关系，而是两情相悦的伙伴关系。你的生意势必会因为他们的加入而不断壮大。

所以，对于休闲农业而言，关键是要懂得借力顾客，善于与顾客共同创造体验营销。

比如，西班牙的农庄营销特别灵活和因地制宜，他们非常注重主客交流和生活方式的体验，在农舍内，游客可与农场主人共同生活，参与体验性较强；经营形式也灵活多样，在农场范围内，游客可以把整个的农场租下，远离农场主人，自行料理生活上的事务，也可以在农场范围内搭帐篷露营或者利用旅行车旅行；此外，他们非常重视文化的复兴和传统习俗的渗透，保持乡村旅游独特魅力，让体验营销深入人心，这些游客就会成为传播放大器。

总之，借力顾客，属于取之于民，用之于民。用规模化的

“消费者生产”产生工作成效进一步作用于其他消费者，在社交媒体时代，是企业营销必须要重视的关键。

借力新媒体

新媒体一个比较好的定义就是所有人对所有人的传播，这个在网络经济支撑下的扁平世界实现起来已经非常简单。

要借力新媒体要做好两个关键，一个是内容，一个是渠道。内容里面重要的是话题和创意。渠道里面重要的是阵营和平台。

说到话题和创意，关键要构思巧妙，能够吸引眼球，引发关注，激发公众的讨论热情。

比如2000年俄勒冈州哈夫韦镇帮助一家互联网零售商做广告，小镇改名为“Half.com”。这次改名为小镇的学校带来7.5万美元收入和20台电脑，更重要是让这个相当不起眼的小镇声名远扬，带来许多客源。

说到阵地和平台，关键要形成自己的阵地，比如微博阵地、微信阵地，他们都隶属于大的传播平台，新浪的微博平台、腾讯的微信平台，在这个生态传播圈里，你自己的账号就是你的阵地，它成为你发声的重要窗口。

休闲农庄要懂得在这些拥有众多客户资源的平台建立自己的阵营，然后创造可供传播的内容开展话题营销或创意营销，让更多人把你的产品、体验、服务和环境变成谈资，这样新媒体平台就到处都有关于你的营销信息。

比如，在瑞士有个默默无闻的小山村Obermatten，其实它就是一个休闲农场，它只有78个居民。

村长在facebook上注册了一个账号Obermatten，这就是他们的新媒体传播阵地。村长采用的传播方式，既没有送人iPhone 5，也没有房子可以抽奖，他只承诺，只要你愿意加入这个粉丝点个赞，你的大头贴就会被印出来，贴在村子的布告栏上。

从此，这个超迷你小村，因为一个脸书活动而震惊全世界！

这是相当聪明的做法，对照世界各大观光景点，这个原本默默无闻的小镇，是无法和别人拼美景，拼自然资源的，他们选择另一条路建立旅行者愿意到此一游的诱因，那就是这个小镇跟我有不一样的关系，因为在那儿，曾经出现过我的玉照，这是其他景点所没有的，而这，就是它所创造的旅行的意义！

现在他们专门收藏来自世界各地粉丝寄来的信件跟礼物，成立了实体的友谊博物馆，以展示这些纪念品。这些来自顾客的内容又变成了吸引顾客的关键。

这就是借用新媒体，同时也是借力消费者的最佳做法。

总之，我认为休闲农业当前营销一定要善加使用“借”。阿基米德曾经说过，给我一个支点，我能撬起地球。创新营销讲究的是给我一个杠杆，我能无往不胜。休闲农业当前的杠杆就在这个借字。我相信，通过借力同行，借力顾客，借力新媒体，休闲农业的营销定会上一个新台阶。





■ 第二届北京农业嘉年华暨2014全国休闲农业创意精品展开幕

2014年3月15日上午9点30分,被誉为“融合都市农业第一品牌”的第二届北京农业嘉年华在北京市昌平区草莓博览园开幕。本次嘉年华依托首届场馆建设,在面积达1000亩的昌平区草莓博览园内开展活动。按照“一展两区三乐园”总体规划六大功能板块,以趣味性、知识性、科技性、互动性、参与性为设计原则,新加入的蜂彩世界馆,打破了首届静态植物展示的传统,将动态农业完美融入到第二届活动中,更有十大主题活动贯穿会期始终,为第二届北京农业嘉年华锦上添花。为生产者和消费者搭建一个交流、互动、发展的良好平台,让市民走进郊区,农民走进城区,让游客畅享绿色,体验农事乐趣,在轻松欢乐的气氛中增长知识、拓宽眼界,感受不一样的多彩农业世界。

■ 北京凤凰岭公园杏花节暨风筝文化节开幕

近日,北京凤凰岭第十四届杏花节暨第二届风筝文化节即将开幕。本次活动将持续到6月,在延续以往“杏花祈福”、“绿化植树”、“踏青赏花”等品牌旅游项目外还将继续推出清明文化节“风筝文化节”、“爸爸去哪儿—春季亲子游”等特色活动,并新增“赏千亩杏花、赶农家大集”、“杏花微雨、凤凰春意”等主题活动,持续增强游客的可参与性与互动性。杏花节期间,公园内首次举办“农家大集”,游客还可到凤凰岭游客中心参观曹氏风筝展,亲手绘制风筝,参加风筝放飞活动。



■ 北京大兴区旅游行业协会承办“巧娘”手擀面邀请赛

2014年3月30日,北京大兴区青云店镇东辛屯村“巧娘”手擀面邀请赛圆满结束。本次活动以“劳动光荣、技能致富、大众参与、贴近基层”为主题,由区总工会、区妇联、区旅游委、区服务工会、青云店镇政府主办,由区旅游行业协会、东辛屯村承办,共设20个参赛队,经过擀面、切面、口感三个环节的综合评比,青云店镇东辛屯村的王慧、王燕组合获得一等奖,此外比赛还分别评选出二等奖两名、三等奖三名及最佳口感奖、最佳外形奖、最佳制作工艺奖、最佳团队合作奖等单项奖。

■ 北京平谷区第十六届平谷桃花音乐节开幕



4月8日,北京平谷区举行第十六届平谷桃花音乐节开幕式,区四套班子领导出席开幕式。桃花盛放,不负春光。4月8日至5月8日,北京平谷举办主题为“花开平谷·乐动北京”的第十六届国际桃花音乐节。一年时光的积蕴,让2014年的春天格外温暖,桃花踏着阵阵马蹄提前赴约,一系列精品活动,期待游客参与其中,亲近最美桃花,感受最美音乐,体验最美生活。预计4月8日至20日为平谷赏花的最佳时段。桃花之美,遍及平谷的村村镇镇,山山水水,沟沟壑壑。为此,平谷区精心推出5个主打赏花地点,规划10条畅游线路,游客可依据自己的档期从容安排赏花

计划,尽情体验世界级景观平谷桃花海不可复制的极致美。

区委副书记、区长姜帆在开幕式上致辞,他说,“今年的桃花音乐节以‘推陈出新,节俭办节’为理念,除了将延续国际音乐季、赏石文化节、丫髻山道教文化节等特色活动外,还将推出‘平谷首届文玩大集’等活动,给广大游客送上一道道平谷特有的桃花胜景、音乐盛典、文化盛宴。平谷素有‘北京生态谷、都市桃花源’的美誉,一年四季好景常在,春天是个大花园,夏天是个大公园,秋天是个大果园,冬天是个大乐园,不仅是平谷百姓的美丽家园,更是京津冀市民的休闲胜地,我们热忱欢迎大家常来平谷,观赏桃花美景,放松心情,体验健康生活。”

■ 北京平谷区召开“桃醉平谷”休闲农业发布会

4月10日上午,北京平谷区在大华山镇挂甲峪村召开“桃醉平谷”休闲农业发布会。副区长王红艳出席发布会并致辞。发布会以重点园区景观提升为抓手,推出了醉桃园结义、醉桃园茶社、醉桃园花海观景台等节点景观。在全国首次发布了桃乡谣、家珍谣、泉水谣、香椿谣等平谷民谣和平谷鲜桃新包装,增添了平谷特色乡村产品文化品味,提升了平谷农业形象。发布会利用现代信息技术,创新植入新媒体,公布了桃醉平谷微博、醉桃园微信和hi乡村网三个二维码,搭建起平谷都市型现代农业品牌推广平台。北京电视台、北京晚报、北京晨报、京华时报、北京青年报、搜狐网、农民日报、京郊日报等多家媒体出席发布会。

拒马河发源于河北省涞源县境内，随太行山蜿蜒向东，在大沙地进入北京地界。流经蒲洼、十渡、张坊、大石窝、长沟、韩村河、琉璃河等近十个乡镇。拒马河在北京的西南边陲如一条银色巨龙般，蜿蜒于千山万壑，绵亘于丘陵平原。拒马河历史悠久，因其属于二级河流，又被称为北京的母亲河。

春天的拒马河绿色星星点点，借着山峰的陡峭，河水的清澈，山凭水韵，水借山形，呈现出一派山水相依、风光秀丽的美好景象。



奇蔬异果展 “蜂”采 五谷丰登秀 “蘑”力

——记 2014 第二届北京农业嘉年华

策划/张振华 文/陈烨 图/任荣 陈奕捷

于2014年3月15日开幕的第二届北京农业嘉年华集合了500多种农业的“新、奇、优、特”成员，所展示的60余项先进农业技术让游客目不暇接，单说草莓科技博览区，就汇集了100多种农业品种、20多项先进农业技术及10多项创意农业体验活动。游客或是穿梭在种种奇蔬异果之中，观赏着新奇的瓜样年华；或是挽起袖子，亲自织一块布，磨一块豆腐，品尝田间劳作的甜蜜果实，体验与以往不同的农业。

足有一丈长的的丝瓜巨人、拳头大小的袖珍冬瓜、毛茸茸的小黄瓜、还有紫色的胡萝卜……本来熟悉的蔬菜老朋友突然变成千奇百怪的模样出现在眼前，让游客大跌眼镜。在饱眼福之余还可以买上一包“太空种子”回家小试牛刀，看看这些种子种出来的瓜果和平时吃的有什么不同。瓜样年华馆里的泡泡体验区、紫蔬探秘馆里的DIY萝卜印章、五谷道场馆里的五谷贴画……互动参与的项目不仅让小朋友热捧，爸爸妈妈也挽起袖子齐上阵，一起回忆了一下童年。走得累了，坐在“五谷道场”里的东北火炕上歇歇脚，纺纺线，剪几张窗花……在这样一场盛大的party上，饕餮一次农业的文化大餐！





瓜样年华

—— 呆瓜们也有春天

一两米长的丝瓜，小巧玲珑的葫芦仔，小瓜……小朋友们被展示的瓜类惊呆在地，原来呆瓜们也有春天！清明小长假前和整个假期，工作人员对场馆内的温、湿度都进行了调节。各种荟萃的群瓜也不负恩泽，在清明假期里争先恐后的展示自己珠圆玉润的曲线。瓜廊下拍照的游客不时地与大肚子瓜瓜们来个亲密接触，引发一阵阵的笑声。被撞倒的人不好意思地笑笑，还伸手去安抚被撞倒的大瓜，唯恐它们会从藤上掉下来。

转眼就到了这人间的五月天，天气一天天的变暖，这些开幕时还是“瓜宝宝”的小家伙也卯足了劲头，一个个小气球

一样一天一个样，今天长高一点儿，明天又胖了一些，只希望把最足的精神头展现在大家面前！

▼ 小贴士：瓜类的营养价值

瓜类泛指黄瓜、南瓜、冬瓜、西瓜、丝瓜、苦瓜、葫芦等。瓜类的营养价值主要是供给维生素、矿物质及糖类。而且瓜类一般富含水分，有些种类可高达90%以上。尤其适合干燥的春季和炎热的夏季食用，可以补充水分，缓解上火、中暑等症状。





紫蔬探秘

—— 一样的紫色，不一样的蔬菜

彩色玉米，紫薯，宝塔型的菜花……这些原来不常见的蔬菜如今已经不再稀奇，但是紫色的胡萝卜您见过吗？这嘉年华的“紫蔬探秘”就让我们近距离的接触了一次紫色的蔬菜。除了常见的紫茄子、紫洋葱，这里还有一棵棵在泥土中探头探脑紫色胡萝卜，一片片汇成了浪漫的紫色海的洋紫甜菜。胡萝卜、洋葱等已经是果实累累，一派丰收在望的景象。这里以紫色蔬菜作为主线，向我们展示了“你所不知道的蔬菜健康”。

汇集了40多种蔬菜和30多种紫色蔬菜的紫蔬探秘馆虽然人头攒动，却丝毫不让人觉得拥挤，好像走在自己开垦的小菜园一样。因为这里采用的高空管道栽培技术让各种蔬菜合理分布，不仅布局上错落有致，让人目不暇接，更是充分利用高层空间和光照，再结合营养液循环补给系统和高空深液流栽培技术让紫色家族生长在了半空中，既节省了空间又适合观赏。

走在蔬菜丛林中，一阵阵清凉的水雾迎面扑来，好似在雨林中漫步，让人不由得精神一振——这要归功于馆里的一项新型造雾技术。定时喷出的水雾给人一种清爽的感觉，让人仿佛置身云山雾绕之中。

▼ 小贴士：多吃紫色蔬菜好处多

紫色蔬菜中含有一种特别物质花青素。花青素除了具备很强的抗氧化能力、预防高血压、减缓肝功能障碍等作用之外，其改善视力、预防眼部疲劳等功效也被很多人所认同。对于女性来说，花青素是预防衰老的好帮手，其良好的抗氧化能力，能帮助调节体内自由基。长期使用电脑或者看书的人以及孕妈妈更应多摄取。



幽兰奇境

——来自空谷的你



蝴蝶兰、石斛兰、卡特兰、拖鞋兰……走出空谷的幽兰仙子姿态婀娜，竞相绽放。一束束雪白的蝴蝶兰倒垂而下，欺玉赛雪，连炫丽的灯光也为之而失色。一盆盆花或组成孔雀开屏，或含羞低垂静立一旁，一派名门气度。

一边的展牌上还介绍了各种兰花的名字、历史、种植和养护等知识，如果您动心，还有盆栽兰花可以带回家，点缀一下家中的阳台和角落！

度，盆内不能淋水过多。如果种于家居阳台，在晴日最好每天洒湿地面三四次，在夏秋季节不能让阳光直射。如果春季阴雨天过多，晚上要用光管给它增加光照，以利日后开花。

石斛兰：石斛兰喜温暖、湿润和半阴环境，不耐寒。生长适温18~30℃，忌干燥、怕积水，特别在新芽开始萌发至新根形成时需充足水分，但过于潮湿，如遇低温，很容易引起腐烂。天晴干热时，除浇水外，要往地面多喷水，保持较高的空气湿度。常绿石斛类在冬季可保持充足水分，但落叶类石斛可适当干燥，保持较高的空气湿度。

▼ 兰花小常识：

兰花是花香叶三美俱全的花卉，与菊花、水仙、菖蒲并称花草四雅，是中国十大名花之一。古时把好的文章称为兰章，把情深意厚的好友称为兰友，或兰谊，因此兰花成了人间美好事物的象征。兰花至少有750多属，超过20000种，广布于全球，但主要产热带地区。中国有166属，1019种，南北均有种植，而以云南、台湾与海南岛为最盛，大部分供观赏，部分可供药用。

蝴蝶兰：蝴蝶兰喜欢潮湿的环境，要求空间经常保持湿

卡特兰：有“洋兰之王”、“兰之王后”的美称，喜温暖湿润的环境，在春秋卡特兰生长季节，要求充沛的水分和较高的空气湿度。不可过分干燥，否则影响生长。卡特兰在兰花中是属于喜光的种类。但是光线太强会导致严重的日灼病或生长停滞、叶片变黄。

拖鞋兰：又称兜兰，为多年生草本，陆生植物。国际上大量的商品拖鞋兰都为杂交种，花朵硕大，色彩鲜艳。杂交种的拖鞋兰几乎无例外的都喜阴凉，通风，湿润的环境。生长适温为15℃~20℃，越冬最低温度10℃。



五谷道场

—— 飘香的五谷，心中的家乡

房檐下倒垂的一串串玉米棒，一条条的蒜辫子……走进五谷道场，一幅北方农村的生活画卷在眼前铺展而开。小麦种植区里一片丰收在望的景象，金黄的麦穗触手可及，仿佛置身田野大地中。绿豆、燕麦、青稞等也不甘示弱，抽苗拔穗，深浅不一的绿色描绘成一张张的大地春苗图。这里几乎是汇聚了五湖四海的常见农作物，组成了袖珍的中国农作物大百科。一旁的年轻父母正在给小朋友用实物讲解韭菜与小麦的区别，“以前没有实物，连自己有时候也分不清。这下好了，可以告诉孩子怎样区分这两种植物。”

除了可以参观各种农作物，园区里还增设了石磨面粉、石磨豆腐等农事体验活动，吸引了众多小朋友来试试身手，还有不少在农村生活过的老年人也来“忆苦思甜”。不少孩子好奇的围观石臼舂米，不时地问同行的爷爷奶奶那是什么？老一辈则感慨万分的伸手摸摸记忆里的老伙计们，直呼现在的孩子在市区里待太久了，不光农活不会干，连农具都不认识。

▼ 小知识：什么是五谷？

“五谷”在古代有多种不同说法，最主要的有两种：一种指稻、黍、稷、麦、菽；另一种指麻、黍、稷、麦、菽。两者的区别是：前者有稻无麻，后者有麻无稻。古代经济文化中心在黄河流域，稻的主要产地在南方，而北方种稻有限，所以“五谷”中最初是没有稻子的。





草莓科技博览区

——小草莓的大智慧

草莓科技博览区里成千上万颗成熟的草莓从两米多高的空中倒垂而下，仿佛飞行在翡翠色天空中的红色精灵，又像是一颗颗玛瑙般的星星在碧绿的“夜幕”下闪烁。午后的阳光从绿叶间洒下点点金色的光斑，草莓香弥漫在鼻尖……这里就是以中外22种优质草莓打造出的“草莓天瀑”。园艺师通过改变廊架的排列高度，结合现代无土立体栽培模式而创造出蔚为壮观的草莓奇景，营造了“醉人的莓香，流淌的甜蜜”的意境。

除了“草莓天瀑”，还有涵盖了立柱栽培、墙体栽培、A字架栽培、双层栽培、单层栽培等先进的栽培模式的“草莓隧道”，共计展示了国内外草莓51种，让游客在观赏的同时体验到草莓种植科技的神奇与震撼。

在草莓科技博览区里集中体现了的科技农业，展现了世界草莓大会精髓。除涵盖了立柱栽培、墙体栽培、A字架栽培、双层栽培等先进的栽培模式展示外，场馆还运用了世界领先的电子数控技术。仔细观察，就会发现在这个面积超过一万多平米、种满了草莓的大型温室里，除了来来往往的游客，竟然一个管理人员都没有！这个负责整个场馆的“大管家”，其实只是一台小小的电脑。这台电脑虽然个子小巧，却拥有一个灵敏的头脑。通过一套先进的温室智能全自动化控制系统，当这台“草莓管家”发现园区的温湿度不适合草莓生长时，他就会打开天窗来调节温度，依然无法回到正常条件的话他还会开启风机或者降下水帘来满足草莓居民的生活条件，保证草莓们在场馆里生活得顺心如意。



“蜂”彩世界

—— 傲娇蜜蜂藏锋芒 只酿花蜜不蜇人



“嗡嗡嗡，嗡嗡嗡……”“蜂”彩世界里不只有穿梭在花丛中一群群小蜜蜂，还有三只头戴“蜂”帽，身着“蜂”衣，被成千上万只蜜蜂包裹着的“大蜜蜂”——原来啊，这是三位表演者！这可真是太神奇了，谁都知道，蜜蜂可是昆虫界的“小辣椒”，得罪她是要吃不了兜着走的！但是这几位表演者是怎么避免被蜇到的呢？

原来秘密就在于他们身上涂的一种蜜蜂的分泌物，蜜蜂一旦嗅到，就趴在上面不肯离开，因此不会落到裸露着的脸上和手上去蜇人。工作人员还介绍，其实蜜蜂并不是攻击性很强的昆虫，只要人不主动去惹它，它是很少会主动蜇人的。

在这里可以看到的还不仅仅是群蜂飞舞，还可以近距离欣赏蜜蜂采蜜授粉的全过程。一群群的小朋友们好奇的张大眼睛，看眼前的小蜜蜂是如何通过圆圈舞、镰刀舞和8字舞等

方式传递信息的。

在“小蜜蜂采花蜜”的互动专区，不少人都在等着“采蜜”——在花蕊中间放置一枚圆形“蜂蜜”，参与者持有的“小蜜蜂”和“蜜”之间是磁铁和铁的关系，成功采到蜜的“小蜜蜂”可就领取到奖券。活动的难度虽然不高，却吸引了很多游客。来一展身手的不仅是小朋友，不少大爷大妈也禁不住摩拳擦掌。

“蜂”彩世界的建立打破了首届嘉年华上只有静态植物展示的传统，将动态农业完美的融入到活动中。如果有遇到您有头痛失眠、风湿等病症的问题，甚至可以在工作人员的帮助下体验蜂蛰治病的特殊疗效，更可以大展身手，制作一款属于自己的、带着清雅蜜香的蜂皂带回家。

“蘑”幻王国

——菌类世界里的魔幻之旅



“蘑”幻王国里可谓是群蘑荟萃，来自天南海北的蘑菇欢聚一堂。场馆共分为由蘑菇万象、好食多蘑、着蘑美味、英蘑荟萃四大主题板块构成，再加上蘑菇走廊、蘑菇大树和欢乐蘑菇，一共构成了7个区域。

王国里最引人瞩目的就要数蘑菇时光机了，近两米高的时光机上搁置着一个巨大的红色橡胶锤，只要有大力士把它砸向时光机平台中间的按钮，面前的屏幕上就会升起两道光柱。砸下去的力气越大，光柱升得越高，时光机旁边电子屏幕上对菌类知识介绍的年代也就越久远。

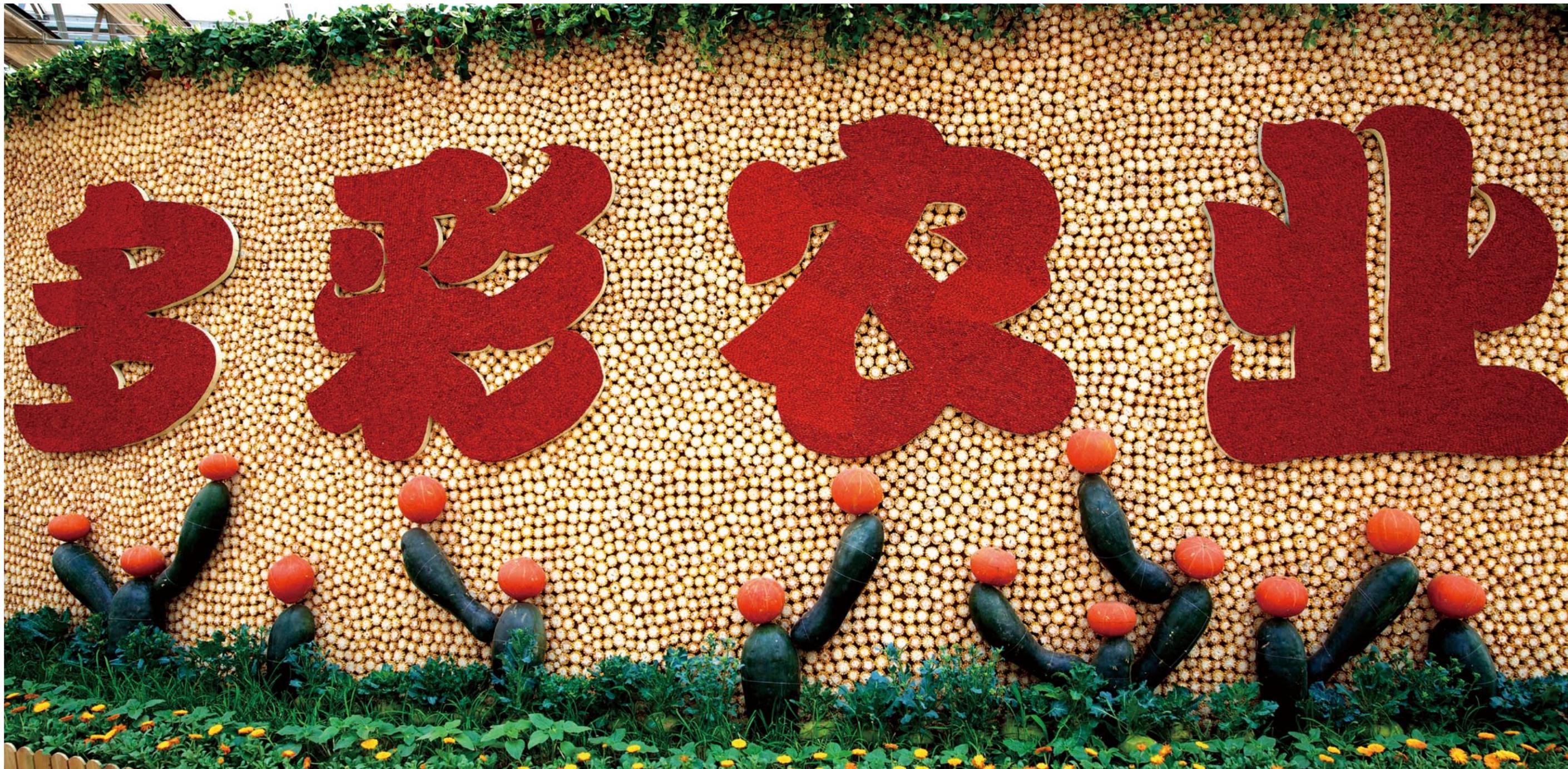
现场负责人介绍说，“蘑”幻王国场馆是以食用菌类为主题，通过实物展示、声光电技术等，从多个角度阐述食用菌的

营养、药用价值及保健作用，介绍了很多种食用菌的常见烹调方法，让这些好看、好吃、又有营养的新型食材走上寻常百姓家的餐桌。

▼ 蘑菇物语：

大多数蘑菇成熟时很像一把撑开的小伞。大部分蘑菇可以作为食品和药品，营养丰富，富含人体必需氨基酸、矿物质、维生素和多糖等营养成分，是一种高蛋白、低脂肪的营养保健食品。经常食用蘑菇能很好地促进人体对其他食物营养的吸收。春季养生很适合吃蘑菇补充身体营养。





嘉年华上的农业是丰富多彩的，它用生态方式传承文化，用生活方式诠释乡愁，用生产方式满足消费。蔬菜水果不再是一排一排的站在田野里，而是俯拾皆是。从上垂下的丝瓜含羞带怯，颗颗草莓红艳诱人，脚下的豆苗向你招手示意，生菜君甚至离开母亲大地的怀抱搬进了管道……现代化的农业不再是传统印象中的看天吃饭、面朝黄土背朝天，而是用机械化的进程来减轻农民的负担，用美观大方的立柱式栽培等来节省土地和资源，用更多高科技元素的融入来让我们更亲近自然，用变身成盆栽的蔬菜水果让我们在家里，在办公室里也有养眼的绿色。这就是现代农业，她不再只是向我们单纯的提供了一份食物，而是交给我们一包种子，让我们用一个花盆、一把泥土、一个喷壶和一份等待，来收获一盆青翠，一分快乐，去体验怎样培养一丝耐心，去慢下脚步来观察一个小生命的茁壮成长，来改变我们一成不变的生活；它不再是一味的向自然索取的原始农业，而

是鱼菜共养的生态鱼缸中“菱花幽幽水上浮，鱼儿悠悠戏红菱。鱼儿何时摆尾去？只剩红菱漾水间”的摇曳生姿，是这美好意境下充满勃勃生机与活力的生态农耕。它带来的是一场现代农业的飨宴，一次科技的嘉年华。不知道下一次它又会带来怎样的惊喜？让我们拭目以待！

农业，不再是面朝黄土背朝天



请把你的 微笑留下

结语

请把书，带回你的家；请把微笑留下……虽然只是萍水相逢，但是一本杂志把我们联系在一起。灿烂的春花，翩跹的蝴蝶，啾啾的鸟鸣，潺潺的溪水……你有多久没有和自然亲密的接触了？忙碌的工作，高耸的水泥森林，一条条电线把天空分割的支离破碎……匆忙行走的尘世间，总是急着向前赶，微笑的天使已经离我们渐远。“久在樊笼里”总想要“复得返自然”，却因为种种原因无法实现愿望的你，捧起这本《大美田园》是否也露出了会心一笑？就先把不能去田野里撒个欢儿的遗憾放下，在《大美田园》中漫步一下吧！

伴着悠扬的歌声，让我们放下心中的烦恼与压力，无拘无束的任性一次，重温一次脑海里儿时的田园风光。累了，就停下来歇一歇，看看那片怡人的绿色，看看青藤上好像在向自己微笑的瓜果；烦了，就静下心来深呼吸一下，体验一下空气中芬芳的草莓香气；倦了，就坐下来剪一张窗花，望一望丰收的五谷……生活就是这样简单而又美好。



房山天开花海



孙宝胜： 书法家的葡萄梦

采写/陈焯 图/天葡庄园提供

他出生于黑土地，却扎根在密云这片葡萄之乡。他种得葡萄尚未长成，就已在网上被订购一空。为了种出更甜美的葡萄，他远赴欧美台湾。爱葡萄，爱书法，低调做人淡泊名利，爱生活，爱助人，带动京城葡萄商圈。他就是天葡庄园的创始人，孙宝胜先生。

一气呵成的葡萄园

毕业于八一农垦却在从事建材行业的孙宝胜，心里一直有个不了的田园梦，梦中一望无际的农场上硕果累累，蔚蓝的天空映着劳作的笑容……日子在奔波劳碌中一天天的过去，孙宝胜的事业蒸蒸日上，心里的那个梦想也一直在脑海里萦绕，挥之不去。直到2007年一个偶然的契机，孙宝胜来到了位于密云的巨各庄镇。当时镇上正在筹划打造一条以葡萄酒产业与文化创意产业的有机融合为主题的“酒乡之路”，希望以葡萄产业带动镇上的经济发展。

这个规划深深打动了当时的孙宝胜，唤醒了他心里那个久违的田园梦，也让他敏锐的感觉到了葡萄产业的无限商机。说干就干，梦想的种子就这样开始萌芽、长大。承建过大棚温室的他对于葡萄园的规划并不陌生。资金困难，人员缺乏……种种难题在梦想的热情面前都迎刃而解。为了解决最难的土地问题，当地巨各庄村委会大力支持孙宝胜的想法，协调农户认真做好土地流转，争取上级部门支持，找政策，跑规划……终于将300多亩土地流转成功。为了让出地的乡亲们放心，保证他们的经济收入，孙宝胜与大家签订了流转协议，土地流转以每年每亩租金900元为底价，每三年递增一次，租期19年，实现了每年人均每亩地收入1200余元，推动了土地流转工作的顺利进行，也确保了大家的根本利益。众人拾柴火焰高，土地有了，资金到位了，技术人员也将在几个月后入驻……在当地党支部、村委会和村民的热情帮助下，大家一鼓作气，从2010年9月开始动工，当年上冻前就完成了11个温室大棚的建设。天葡庄园也成为了“酒乡之路”上最早建设上马的企业之一。

回忆起创业当初，孙宝胜一脸的云淡风轻，似乎都已经只是一个过往。而现下怎样带动乡亲们一同致富才是他所关

心的大事。在相关部门的支持下，孙宝胜的天葡庄园走向了都市型现代农业的发展道路，员工也发展到了40多人，这些人大部分都是土地流转的农户，让他们在享有土地资金的同时又拿到了一份可观的收入。乡亲们从农民摇身一变，成为了“工薪族”，甚至在庄园里工作为荣。还有不少身患残疾的乡亲也被孙宝胜放在心上，他不仅帮助修路，还提供可在庭院里种植的葡萄秧苗，两年即可挂果，每年可增收3000多元；同时提供的还有景观栽培葡萄，不止是提供免费的种苗、花盆，还配有专业的技术培训和指导，一年后按每盆300元左右的价格回收——这一项每户的收入就可以达到6000~15000元！这一举动不仅在巨各庄镇酒乡之路的精品葡萄产业带上起到了模范带头作用，也让孙宝胜成为了密云政协委员。

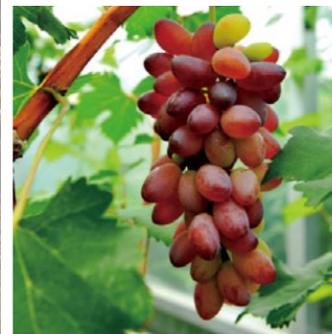
葡萄串出的新体验

天葡庄园创建至今，短短不到三年时间，从当初的11个温室大棚发展到现在的15个大棚，汇聚了以夏黑为主打的国际国内十几种顶尖品种的葡萄。在他的带动下，周围乡亲们的收入也提高了，甚至庄园还推动了整个京城葡萄产业发展……种种荣誉面前，孙宝胜却依旧在思考，怎样才能让在休闲农业领域竞争日趋激烈的京城把葡萄园做出自己的特色来？除了葡萄采摘，还可以往哪些方向发展呢？

经过实践摸索，孙宝胜培育了可以带回家的盆栽葡萄，种在花盆里的葡萄小巧可爱，在家里也看到了葡萄园里才有的景色，园子里还增加了自酿葡萄酒、榨葡萄汁等娱乐项目，还让只喝过瓶装葡萄酒的城里游客在体验亲自采摘果实之余，还体验到了一把酿酒的乐趣。尤其是小朋友，酿酒时把葡萄捏爆使他们大大地体验了一次恶作剧的快感。针对这些小顾客，孙宝胜



密云天葡庄园



还灵机一动，萌生了“以葡萄画葡萄”的念头，用酿酒、榨汁多余的葡萄汁当颜料来画葡萄，让小朋友天马行空的涂鸦。就连剪枝剩下的葡萄枝也妙笔生花，变成上面趴着几只小蜗牛的工艺品……在大棚里，还新添了几张桌子，只待闷热的夏日，游客就可以躲进葡萄棚里一享清凉。在享受过视觉与味觉上的葡萄饕宴之后，看着枝繁叶茂的葡萄藤中透出夕阳的点点余晖，葡萄也给披上了一层柔和的光晕。晚风拂过，枝叶沙沙作响，如同情人的絮语，架下是冰凉的啤酒和香气四溢的火锅……抑或是寒冬腊月，看着棚内犹如仲春的嫩绿，火锅的水汽氤氲出亲朋好友幸福洋溢的笑脸，醉听雪落悄无声，红酒一杯能饮无？

为了葡萄走天涯

葡萄园里有了个大、味甜的华思维，有了散发草莓香的夏黑和果香四溢的香妃，吉尼斯世界纪录糖度最高的保持品种金手指也在园子里安了家，甜蜜在味蕾上绽放，喜悦在心里开花。但是孙宝胜却并没有止步于前，为了学习更多的葡萄种养知识，与国际先进技术接轨，他又踏上了“取经”的道路。中国的葡萄之乡吐鲁番，法国的葡萄酒产区都留下了他的足迹。

在法国长达28天的考察学习中，孙宝胜惊奇地发现这里与自己想象中的机械化现代葡萄园不同，当地有相当多的农场主很少用机器来进行耕作或收获。他看到在法国葡萄种植技术中，主要是用剪刀来控制甚至降低产量来达到提高葡萄质量的目的。在种植葡萄期间一些传统的法国葡萄酒产区都会运用有机或者生物动力法来进行耕种，依靠害虫的天敌来抑制病虫害，少用甚至不用农药，以自然发酵的天然肥料取代化肥，尽量少的去干扰葡萄树的生长。这些“自然种植”，“求质不求量”理念可以说与自己的想法不谋而合。在环境日益恶化，保护环境越来越重要的今天，毕业于农业院校的他深知对土地循环利用的重要性，土壤的肥力一旦破坏将会是不可逆的灾难。在此之前，天葡庄园里的肥料一直是从内蒙古运来的羊粪。曾有人劝过他，这样的成本未免太高了，可是孙宝胜不为所动。这次看到国外的可循环再生葡萄种植模式，孙宝胜暗下决心要将自己的理念贯彻到底。

现在葡萄园里种植用的肥料除了原有的羊粪，还有沼渣、牛粪、鸡粪等。多种有机肥料的轮换使用不仅保证了葡萄正常生长的营养所需，提高了葡萄的产量和抗病力，还有效的保证了土壤的肥力。大棚外的薄膜也选用日本进口的无滴消雾大棚膜，这种大棚膜透光率高、保温效果好、抗拉张，有效的阻隔了外面的雾霾天气和害虫、细菌，使这里的葡萄与病原体隔绝，几乎从不生病，自然也就不需要农药。在有机肥料的滋养和大棚的呵护下，园子里的葡萄过上了幸福的生活，结的果子也自然含糖量高、口感好，即使是通过温湿度、光照控制，营养调控等措施，改变了果品成熟期反季节上市的葡萄，也可以摘下来直接品尝。漫步在葡萄架下顺手摘下一颗放到嘴里，薄薄的果皮被咬破的瞬间，酸甜可口的果汁流出，娇嫩的果肉几乎可以融化在嘴里，让人唇齿留香。这是记忆里小时候葡萄的味道，一改反季节水果“徒有其表，尝尝酸得直咧嘴”的印象。



“天葡美景密云水，欲饮琼浆频频催；醉卧架下君莫笑，京城虽好不云归。”孙宝胜的坚持终于得到了回报，原生态种植、生物动力推动下的天葡庄园让游客流连忘返，留下佳言妙语。这一切他看在眼里，甜在心上。

葡萄架下的写意人生

天葡庄园真神奇，一奇葡萄四季摘，二奇架下飘墨香！以往在天葡庄园举办的采摘节上经常有书画家在碧绿的葡萄架下挥毫泼墨，一展风采，为庄园平添了几分书香雅韵。

其实大多数人不知道，孙宝胜也是个不折不扣的书法爱好者，而且卓有成就。身为海协会书画交流分会理事、中国书画家协会理事、中国书画界联合会理事、燕京书画院特聘书法家的孙宝胜自幼在家庭的影响下，就开始临摹古人碑帖，苦

心钻研。上大学前他就已经研习众家所长，打下了坚实的书法基础。在大学中，他的课余时间基本是遨游在书法的海洋里，漫步在白纸黑字的天地。在北京举办的第十届国际文化艺术节上，孙宝胜被几幅经典的书法作品深深吸引——这几幅作品的作者正是号“清心斋主”，中国书画界联合会理事、中国书法艺术研究院副院长王铁牛先生。几次见面之后，两人不仅成了忘年交，更成了一对师徒。

孙宝胜一提起书法就像变了一个人，他笑言自己不喜欢烟也不喜欢酒，却对书法情有独钟。生活中有了烦恼，事业上遇到不顺利……每到这时孙宝胜就会一个人待在书房，把种种不快都抛诸于脑后，只专心致志于手中这一支毛笔，眼前一方宣纸的世界，在这黑与白之间挥洒自己的人生，宣泄自己的情绪。一幅作品方成，心中的种种郁结也随之烟消云散。

如今事业有成，孙宝胜依旧喜欢钻研书法，有来造访的好

友更是当场挥毫写下自己的祝福，一会儿功夫，一幅苍劲有力的作品便跃然纸上，让人鼓掌叫好。更多的时候，是孙宝胜望着园里繁星般的葡萄，沉浸在充满葡萄芬芳的书法创作氛围中，在一张白纸上书写自己的五彩人生，在葡萄产业里创造自己桃源乡。在不远的将来，那美好的画卷上会有民族风格的红酒庄园，会有张张丹青水墨，当然，还少不了玛瑙般晶莹的葡萄！

时值春日，北京的天空似乎并不晴好，但是在天葡庄园的暖棚里一派春意融融。几只猫儿和小犬在葡萄架下嬉闹，葡萄藤上翠绿的叶子恣意伸展，犹如张开的华盖，华盖下是一串串才只有豆粒大小的小葡萄，玲珑剔透，让人禁不住遐想，待到果实成熟的季节会是怎样一幅丰收图？此时，孙宝胜脸上的笑容分外满足。

天葡庄园多佳果，香妃羞掩金手指。

笑问庄主何所在？葡萄架下写辉煌！



春访古北口

文、图/刘玉奎

“转眼间大地暗下来，古镇上灯光星星点点，脚下的小路也变得模糊起来，该下山了。‘大家快看，东边升起大月亮来啦！’我们不约而同回首望去，蟠龙山上空一轮又圆又大的满月冉冉升起，真是落日美景刚刚谢幕，又迎来了月洒人间的好戏。”

我曾经在密云工作生活了25年，虽说十几年前就已经回到城里远离了那方山水，但梦中多少次回游过撒满我们青春与激情的那片热土。每当我挎着相机游弋在城市公园、大街小巷，扫街在高楼林立的都市繁华时，熙熙攘攘的人群，拥堵的城市交通……这些天天浮现在眼前的景象似乎使我麻木。创作激情渐渐逝去，走向大自然的感觉从心底油然而生。经过几次尝试，找到了我梦寐以求的感觉。当然，地点首选

在我熟悉的第二故乡——密云。当地老乡那熟悉的乡音让我感到格外亲切，质朴的民风至今尤在。密云的山水水，清新的空气，还有那深夜中满天眨眼的繁星，这一切都是吸引我把拍摄重点放在密云的原因。

古北口，这个既熟悉又陌生的地方。40年前，为响应毛主席的号召，寒冬时节我随单位拉练来到古北口。虽然在此只住了两天，但给我的印象十分深刻。当时住的老家就是杨令公庙大院，房东大娘十分热情的迎接了我们。当时窗外飘着大雪，房东大娘怕我们冷，用大木柴猛烧火炕，开完忆苦思甜大会回来我发现我的军大衣上烧了一个大窟窿，大家啼笑皆非。时隔40年，种种原因未能再去看看。从去年10月到今年4月，短短的半年时间里我反复来到古北口12趟，一次次的长城拍摄体验，一次次的收获，竟让我流连忘返。虽然许多拍长城摄影前辈的作品已经达到极致，甚至令后人难以逾越，但我有我的长城结。这里有我的青春，有我不了的渊源。登上长城细细品味它的险峻沧桑，感慨万千。长城建造之不易世人瞩目，当年为抵御外侵不惜以百万人辛劳数十载，长城脚下步步埋有白骨，历尽风雨依然不倒。现在长城成了游人们的游玩之地，面对着烈烈北风，怀古之情油然而生。长城内外景色万千，才令世人有了“不到长城非好汉”格言。我们攀登险峻的卧虎山长城鸟瞰秀美的古镇，到东侧的蟠龙山长城拍日落，晚上住在山脚下的农家院，次日凌晨再登蟠龙山拍日出。虽然辛苦些，但被祖国的壮美河山所震撼，美景在快门声中被记录下来。

兔年初春的一个周末下午，我和几个摄影驱车从北四环上京承高速，一路驶去又踏上了去古北口的路。高速公路行车的舒适给大家带来了好心情，我们一路欣赏着路侧的风景，从太师屯下高速，走密古路来到古镇古北口。位于密云县古北口镇的古北口村，有着厚重的文化底蕴。隋朝设军阵、杨家将戍边关、戚继光筑长城、康熙皇帝避暑、乾隆皇帝阅兵、八千子弟兵“长城抗日保卫战”等历史故事在京郊大地广为流传。“七郎坟、令公庙，琉璃影壁靠大道，一步三眼井，两步三座庙”，形象地表述了古北口村独有的景观特色，我们每次来此都有一种新鲜的感觉。我们来到密云古北口的古御道村多次住宿过的民俗接待点野蔬坊，主人刘大娘见来了老客人，脸上的笑容绽放得像朵花，热情地开始张罗。天色不早，我们放下背包来不及寒暄就抄起家伙往村后山上的长城上跑，因为这种点来此还有一个目的，就是拍日落景色，也算是为明天到金山岭拍片做个热身吧。古御道村后的山上就是蟠龙山长城的起点，不算太高，道也较好走。我们沿着山路奋力往山顶疾奔，我们的喉咙中发出沉重的呼吸声，脚步也越来越沉重。眼望着落日大家不时地停下来举机拍摄，我们披着橘红色的晚霞之光只用了30分钟就登上了长城，在这里向西可以俯瞰古北口全镇，卧虎山险峻的身影与远处的山峦混成一体，若隐若现，潮河蜿蜒着经过古镇向密云水库流淌而去，向东可以瞧见蟠龙山长城焕发出神秘的光彩。夕阳下，整个大地泛着金黄的色调，圆圆的落日在迷雾中散发出最后的粉红色余晖，这时潮河也在阳光的映照下像一条亮色的飘



带，空中不时飞过归巢的鸟雀，在山顶上我们感觉空气像凝固了一样，古老山镇的一天就要结束了，而我们远道而来的几个老友却是紧张拍摄的开始。大家尽兴的抢拍这一难得的美景。落日景色给拍摄者留的时间不多，可以说是争分夺秒，清脆的快门声似乎不大，但在我的耳朵里却似记录瞬间美景的快乐乐章。最后一缕阳光在我们的目送下消失在远处的大山背后，漫天的橘红色与大地的剪影构成强烈冷暖色调对比，我们在长城上沉浸在这美景之中。

转眼间大地暗下来，古镇上灯光星星点点，脚下的小路也变得模糊起来，该下山了。“大家快看，东边升起大月亮来啦！”我们不约而同回首望去，蟠龙山上空一轮又圆又大的满月冉冉升起，真是落日美景刚刚谢幕，又迎来了月洒人间的好戏。

我在月光下扛起明月三脚架奔向东边的另一段长城，深蓝色的夜空一轮明月，明月照耀下的是群山峻岭和长城，蟠龙山长城在皎洁的月光下更显蜿蜒曲折，此时谁身站在此地能不为此美景而激动呢。拍摄了十几张后，我回头向同伴们所在的方向望去，夜色中大家的身影已经模糊不清了，我用随身带的手电向他们的方位打着联络信号，很快回答的电筒信号就发回来，我想该收了，虽说这景色挺美，但这深山老林的保不准窜出一个半个老狼、土豹子啥的，还真不好应付。我们相互检查了一下装备，打开手电深一脚浅一脚的往山下摸去。忽然我发现少了个人，急忙四下张望，身后较陡峭的一段坡上有亮光，有人掉了，我赶紧往回摸去，原来这位老兄有点恐高症，白天没问题，天黑路陡就不行了，正手脚并用着往下溜呢。我上前用独脚架让他用手拉着，脚踏实地的一步一步走过这段较险的路，终于平安走回住地。

热气腾腾的农家饭已经摆好，大餐就要开始了。农家院宽敞的餐厅里就我们一桌，可以说我们没花钱就把这家给包下来了。定好的热菜、凉菜陆续摆上来，猪耳朵、小葱拌豆腐、酱牛肉、老虎菜一大盘之后热菜又端上来了，小鸡炖蘑菇、扣肉、红焖栗子鸡、猪肉炖粉条、葱炒柴鸡蛋、红烧豆腐、豆腐炖白菜、炒土豆丝、尖椒炒牛肉丝、炖鱼头豆腐、干炸嫩嘴鲢鱼……嘿嘿。我拿出自带的美酒，大家不用谦让都把自己的酒杯倒的满满的，还等什么？喝啊！大家碰杯后一仰而进，醇厚的酒香顿时弥漫在宽大的餐厅每个角落。饭菜虽多，大家的第一筷子却不约而同的伸向“酱炖鱼”，来到密云吃什么？鱼啊！推杯换盏一轮后，大家的话匣子就打开了，谈天说地好不热闹，从阿波罗登月到利比亚内乱，从D72配显影药到3号4号放大纸，从密云水库的建成到唐山大地震时到白河大坝抢险……天上一脚、地上一腿，嘻嘻哈哈谈笑之间，一桌酒菜已只剩残羹。“来饺子喽！”老板娘端着热气腾腾的大盘饺子送到桌前，“老板，有辣椒没有？”大家嚷着要吃辣，转眼间，拌着香油的青辣椒碎末用小碗端上来，韭菜馅、猪肉大葱、茴香馅三种薄皮大馅的饺子真是香啊！餐桌上只有咀嚼的响亮之声，谈天的、说地的都没声了。转眼间三盘饺子盆干碗净了，“老板，上饺子啊！”响亮的叫声透过农家院的围墙响彻古北口，在夜空中久久不散。饺子就酒越喝越有，两瓶酒已经瓶干底净了。古北口野蔬坊农家院的灯光一直亮到深夜。

大家打着哈欠铺着床被，我坐在炕边等着，一位老兄回头看着我问道：“都啥时了还不睡觉？”“睡觉？嘿嘿，没门！准备一下，出去上夜景课。”“啊！？还有节目呐？”

深夜的古镇上，除了偶尔传来几声狗叫，万物皆休，在

此时拍摄夜景是我早就策划好的。每天午夜12点后古街道上的路灯关闭，只保留不多的照明，这是我上次留宿时注意观察到的。本来今夜想拍星轨的，可是我疏忽了，今夜是阴历十五满月，月光把天际照得亮堂堂的，星星们都藏起来了，根本看不见。咋办？刚才还说给人家上夜景课呢，现在拍什么？大家还等着听我白活呢。望着夜朦胧中的街道，深深地吸了几口，灵机一动，拍“光绘”。我把意图与大家说明后，我们相互配合在黑暗中忙活起来，不时为拍的好画面小声嘿嘿笑起来，刚才还不愿意出来拍照的老兄兴头来了，一会儿当模特，一会儿摆pose……山区的春夜里，我们是浑身冒汗兴致勃勃，一直拍到大家满意为止。

拖着稍疲倦的步伐回到住处，躺在微热的火炕上，伸伸懒腰，心想该好好睡一觉，明天（已经是第二天了）还有节目等着呢。谁知，这床（火炕）太硬，腰不好的人喜欢，可我睡惯了软和的床，还真不适应。正折腾着，房间里左边传来了重重的鼾声，右边传来咯吱吱的磨牙声。正庆幸还有一位没动静，“咣”一声响亮的大屁喷发而出，震的屋角放置的一个扫把应声倒地，吓了我一跳。这一声响把打呼噜的都给震的没声了，嘿！还真是一物降一物。都安静了，正暗自高兴，没想到，呼噜声又起了，而且还变调了，先是细细的吹声，而后是“咳”的一声结束，那边磨牙的也变成吧唧嘴了，在睡梦中吃的那叫香，吵得我根本睡不着。披上衣裳来到院子当中看月亮，空气真是清新。古北口我40年前拉练来此，后来一直没有来过，老想再来此地重游，没想到今年短短的几个月间十几次来此，心里真是痛快，这里真是心灵净化的休养之地。

拂晓时，我们根据天气的变化取消了登长城拍日出的

计划，随即游览了村落的古御道。当年慈禧太后去承德走的就是这条路，民俗村落修饰的干净整洁，一条小河沿村默默流过，山间不大的田地上人们起早在耕作着，树上的喜鹊叽叽喳喳叫个不停，一派长城脚下的平静景象。

回京途中，我们又来到库北湿地，拍摄了两个小时的候鸟群。在此歇息的候鸟比上次来时更多，遮天蔽日，蔚为壮观。

我们在长城大山之间寻机拍摄景色，寒冷中我们有欢笑，饥渴中我们的精神得到了最大满足。当日落和日出的美景呈现在久居城市中的我们眼前时，我们只有惊愕，感动。大自然的魅力无边，造物者的赏赐无私的给予了欣赏它们的人，我们被这震撼人心的景色所感动着，哽咽着向同伴大声喊道：“用三角架！注意白平衡！注意景深！宁欠勿过！用手动！”在一片清脆的快门声中，美景被定格在卡中，同时这美好的记忆也将永久的刻印在脑海里。密云的山水，古北口的长城等着我，我会常来欣赏这里的美景，将它们存入我的卡中，流芳百世。

我们现在见到的长城大多经过修复而显得宏伟壮观，气贯如虹。而古北口的卧虎山、蟠龙山长城就不同了，残壁断墙，满目疮痍，站在这里我感到历史的久远，时代的沧桑，在阵阵山风中我们仿佛看到前人在此为抵御外寇而刀光剑影，震天杀声还在耳边回荡，仿佛看到抗战将士浴血奋战，献身疆场。这里残长城的一砖一石，座座被日军炮火炸开的烽火敌楼，城墙上的道道弹痕还是那样清晰。岁月并没有抹去长城的伤痛，它像遍体鳞伤而又身负重任的巨龙蜿蜒于重叠的山峦之中，时刻向后人诠释着中华民族不屈不挠的性格。我相信来此的中国人都会被这壮丽的画卷感染。古北口、残长城，我会再来的！



仲春四月的傍晚，夜姑娘已经披上晚霞的纱衣，朵朵浮云像羽毛，像花瓣，软软的飘在空中，似乎在向太阳告别，诉说着自己的不舍。群山在夜幕的笼罩下已经染上了一层宝蓝，山下的灯光次第亮起，打出柔柔的光晕，呼唤回家的人儿。望着家乡的方向，心底的眷恋如同在水中化开的墨滴般缠绵，如同归巢的倦鸟，只想高声呼唤，我回来了！





从薰衣草森林看 休闲农业园区构建强势品牌的一二三模式

文 / 荣振环（北京蓝海易通咨询有限公司总经理）

长期从事品牌咨询和培训，接触很多休闲农业园区从业者，被问到最多的两个问题是休闲农业园区到底能不能建设成强势品牌以及该如何以最小的投入建设品牌。

为什么会有这两个问题？笔者认为主要是有三个误区。

- 品牌是奢侈品而非必需品，因为建设品牌需要大投入，这不是休闲农业园区财力所能够支持的；
- 品牌是个系统工程，它对技术层面有较高要求，而休闲农业园区缺乏足够的人才支持；
- 品牌打造需要时间和历史积累，绝非短期能够卓有成效的。

基于这三个误区，很多园区得出结论：我们还没有到品牌建设阶段，这事可以将来再说。殊不知，这个将来注定不会到来，因为没有品牌就没有将来。

针对这两个问题和三个误区，笔者结合长期品牌咨询实践，给休闲农业园区提出一个“一二三模式”。

“一”是指一个本质，企业必须要了解品牌的本质，才能更好的建设品牌；

“二”是指两大抓手，品类和聚焦，这是中小企业建设品牌最关键的切入点；

“三”是指三个体系：品牌理念体系、品牌传播体系和品牌管理体系，这是品牌建设的根本保障。下面我们来详细探究这一二三模式。

一个本质：品牌是烙印

要想开展品牌建设，企业必须理解到底什么是品牌以及

品牌的本质是什么？不理解品牌，何谈建设品牌。所以企业必须先了解品牌的定义，这就需要从品牌的起源进行挖掘。品牌一词来源于古挪威文字，意思是“烙印”和“烧灼”。它的原始含义是指在牲畜身上烙上标记，以起到识别和证明的作用，用以区分不同生产者的产品和服务。

既然是识别和证明，品牌的领域实际存在于一个6英寸的神秘空间，即大脑里。一个产品，是我们想要卖什么，一个品牌是客户想要买些什么。

为此，关于品牌定义，笔者总结一个关键词：烙印。品牌就是产品或服务在客户心中的烙印，是在顾客脑海中建立一个“形象标签”。从这个角度讲，我们自然可以看到，品牌的拥有者不是企业，而是顾客。品牌就是顾客对产品或服务在头脑中印象的总和，它属于认知和心智范畴。

两大抓手：品类和聚焦

既然是品牌的所有者是顾客，它是心智和认知范畴层面的烙印。我们就必须要找到关键的切入点。顾客是如何了解品牌的或者如何把产品或服务上升到认知层面的。仔细研究，我们发现一个关键。顾客是以品类进行思考，以品牌进行表达的。假如你口渴了，你会先来思考是喝水还是饮料来解决你的需求，水和饮料是品类，如果你选择水，接下来你会选择是喝农夫山泉、乐百氏、娃哈哈、依云还是其他，这些就是水这个品类中的品牌。

了解这个认知过程，企业做品牌就必须从品类出发，要形成与品牌的紧密关联和深度捆绑。以北京的休闲农业园区



金福艺农为例，他们首先锁定了一个品类，番茄主题园区，并起了一个易于品牌传播的名字——“番茄联合国”。通过锁定一个细分领域和主题确定了自身的品牌席位。应该说，国内各种休闲农业园区多数都是大而全，而不是小而美。当企业锁定一个细分领域，集中突破，更容易快速取得公众的认知。

品类明确后，下一步就要聚焦。休闲农业园区要在市场上求生存、谋发展，一定会面对激烈的竞争。如果分散兵力和精力，形成多个焦点，最终企业毫无长板，根本无助于实现品牌本质的把握——在顾客头脑中形成烙印。

所以，休闲农业园区想要突破，必须聚焦自身的特点，然后形成排他性或独特性的优势，否则只能淹没在同质化的竞争红海中。换言之，在品类中要通过聚焦凸显特色，形成品牌个性。

金福艺农通过聚焦番茄联合国这个品类，然后把番茄文化做深做透。比如他们每年举办番茄文化节，向更多公众展示数字化种植、参与番茄创意设计、品味番茄中的文化。在文化节活动中，他们推出番茄艺术创意长廊、番茄实验室、番茄文化主题艺术展等精彩纷呈的活动，彰显对番茄的紧密捆绑，做到从专注到杰出，通过系列主题活动建立了排他性品牌特色，强化了顾客的心智烙印。

值得一提的是，金福艺农不仅仅只有番茄，他们还有花卉、其他蔬菜、瓜果、粮食等农产品，但是他们的智慧在于有所为有所不为，知晓“如果想样样突出就无法杰出”的道理。于是，他们锁定番茄，然后聚焦优势资源放大公众对自身番茄主题园品类的认知，最终取得不俗的成绩。

三大体系：理念、传播和管理

锁定了品类，并且已经进行战略性聚焦，接下来的品牌建

设就需要通过体系来构建和管理，为品牌建设和打造保驾护航。这里面包括三大体系。

首先是品牌理念体系，其主要包括品牌愿景、品牌核心价值、品牌定位、品牌口号等。好的品牌一定有清晰的品牌理念体系。

其次是品牌的传播体系，传播体系包括两块大内容，一个是传播的内容，一个是传播的渠道。传播内容是可以进行传播的素材、理念、文案、活动、话题等等，传播的渠道分为线上和线下，线上主要是网站、博客、微博、播客、微信、论坛等等，线下是杂志、报纸、户外媒体、展会、沙龙等等。有了内容和渠道，要建立内容与渠道的适配性，然后进行整体的编排，设计好传播计划，整齐划一地开展品牌推广。

最后是品牌的管理体系。这里面包括品牌组织、品牌管理制度和品牌执行。组织是谁来开展品牌工作，管理制度是在哪些环节设计规则，让品牌行为有整体一致表现力；执行是通过目标、策略、计划和预算四层面控制，让品牌任务有效达成。

案例：薰衣草森林如何打造强势品牌

2001年，在台北外商银行工作的詹慧君与在高雄教钢琴的林庭妃，为了开一家咖啡店与种一亩香草田的梦想，素不相识的两人不顾众人不看好的评价，各自准备了100万元，离开城市搬到偏僻的台中新社山里共同创办了薰衣草森林。

她们仅用5年的时间，薰衣草森林从当初仅有3名员工的小咖啡店扩充成现在超过百人员工的企业，涵盖了四种品牌七家分店，来客数由第一个月的1000多人增加到目前每个月超过5万人。两个当初对休闲餐饮完全外行的女生，合力打造出梦幻的薰衣草森林，成为一则令人惊异的传奇故事。

如今的薰衣草森林已经成为台湾幸福旅游产业代表，它以创造幸福感的旅游经验闻名于世，成为游客心目中占据重要席位的休闲旅游品牌。

薰衣草森林是如何做到的？其关键就在于“一二三模式”。

一、本质层——烙印。

在薰衣草森林没有出现之前，薰衣草类主题园区整个台湾已经有多家，就如同大陆现在有很多家薰衣草主题园区一样。但是，多数薰衣草主题园区都会以普罗旺斯为原型和参照强化薰衣草的主题，比如东方普罗旺斯、台湾普罗旺斯等等。

但是，当大家都提普罗旺斯的时候，就会出现普罗旺斯同质化，价值空心化，一方面这样的普罗旺斯无法激起大家的好奇心，另一方面也无法传递足够有吸引力的价值。

薰衣草森林一开始就是一个偏远地方种植一小片薰衣草的景观咖啡馆。它寄托了两个创始人的创业梦想。一个一直希望拥有一亩自己的薰衣草田；一个一直渴望有一个可以安静身心的地方，梦想开间咖啡馆。于是两人相遇相识，共同创业。所以，这种附着着创业精神景观咖啡馆从本质上重新赋予了公众对于薰衣草主题园和咖啡馆一个创业梦想的烙印，这个烙印就和薰衣草森林建立等号关系。

二、战略层——品类聚焦

既然是薰衣草主题景观咖啡馆，两位创始女性就充分放大薰衣草的特色。除了满园种满薰衣草，那里提供的食物、产品也几乎都和香草有关，像薰衣草香烤全鸡、迷迭香羊排，还有香草松饼、比萨卷；另还贩卖薰衣草精油香皂、香水膏、香草系列的护手霜、幸福手创茶，甚至代表薰衣草的紫色T恤。这就让薰衣草主题放大，凸显对品类的紧密捆绑，让薰衣草主题给人以震撼。

三、战术层——三大体系

1. 品牌理念体系

薰衣草森林的品牌理念体系非常简单，“创造顾客的满意与感动”，这是薰衣草森林的首要坚持；其次是员工满意度，至于赚不赚钱，考虑顺序反而排在后面。

薰衣草森林坚持认为：“我们很重视起心动念的念头，只要那个念头对了，一切都会如此不同。”

为了打造远离尘嚣环境的梦，让所到顾客满意和感动，她们非常坚持旗下任何据点都不接团客、不跟旅行社合作，为此，许多员工不解：“接团客不是可以增加业绩吗？”他们会认为他们两个女老板不切实际，但正是这种“不切实际”却是薰衣草森林有今日局面的关键。

“太理性做出来的产品就和大家一样！”她们的合作伙



伴王村煌说。所以很多事情经过深层思考后会发现，两个女生其实才是“最聪明的老板”，因为她们坚持正确的理念。

所以，基于这种理念，薰衣草森林做任何拓展，创始人就一定要首先问三个问题：喜不喜欢？快不快乐？有没有意义？她们希望自己和来她们店的朋友都可以感受到生活中难得的宁静，以及身心灵的满足与丰厚的踏实。这是她们做事情的源点，也是她们品牌文化能够植入顾客心智的关键。

做自己喜欢的事，同时这些事又能够带给别人快乐与美好，这样的人生是很幸运与幸福的。

2. 品牌传播体系

薰衣草森林的品牌传播体系以故事和体验见长。曾经她们的创业伙伴王村煌在转寄给同事的一封信中，述说了两个女生追求自由及到最偏远咖啡厅的故事，这封信创造了感动效应，陆续被网友不断转寄，一下子打开薰衣草森林的知名度，令薰衣草森林逐渐红火了起来。

现在，登录薰衣草森林的网站，里面有许多漫画和各种与薰衣草森林相关的创业故事、体验故事。无论是森林快报、司机秘籍、主厨上菜、有话对你说等等，故事性和体验性俱佳，这些都为薰衣草森林带来巨大的口碑传播。

3. 品牌管理体系

薰衣草森林的品牌管理体系是一种精神驱动的品牌管理。管理者从外部吸引品牌人才，统筹品牌管理工作，开始整理薰衣草森林的品牌特性，并撰写品牌手册，通过手册汇整两位创办人的核心经营理念及运营知识，然后透过教育各层级的主管及员工，进一步聚合出内部所一致认同的薰衣草森林品牌精神。

同时，为了将这种精神延续，还制作了一本薰衣草森林的“圣经”，虽然名为品牌手册，但内容不是作业流程，而是两个女生创办薰衣草森林的理念。这些书面内容为薰衣草森林的扩展起到关键性的作用。

总之，透过薰衣草品牌的快速崛起，来反思休闲农业园区的品牌建设。关键是要抓住本质，找到突破，建立体系。当我们深刻理解了品牌本质是产品或服务在顾客头脑中的烙印，然后通过品类占位和聚焦突破来争取品类地位，形成品牌特色，最后再通过三个体系保障品牌建设，短期树立强势品牌一定不再是一件不可企及的梦想。而此时，只要拥有品牌之梦，敢于重新想象，梦想也许就会近在咫尺。





田园专栏

TIANYUANZHUANLAN

农业品牌与创意农业

休闲农业开发应注意的原则

文 / 要雁铮

休闲农业是涉及到农业环境、农村社会和农民生活的新型服务产业，是农业和服务业两大产业的融合，关系到农业、农村和农民的可持续发展，休闲农业资源的开发应把握以下原则：

1、要以农业生产为根本。休闲农业是依托农业资源而开发的一项农业休闲性活动，是一种以提升休闲品质，提高农民收益，促进农村发展的新型农业。因此，它基本上并没有离开农业产销活动的范畴，这使得农业资源的妥善应用成为休闲农业经营的基本生存条件，所以休闲农业资源开发仍应以农业经营为主体，将农业生产作为根本。

2、以实现农业、农村、农民的可持续发展为出发点和落脚点。休闲农业资源的开发应充分利用当地景观与生态资源，但不应与环境保护相冲突，也不应以破坏自然资源为代价。而应始终将实现农业、农村、农民的可持续发展作为出发点和落脚点，使人类活动与环境维护得以动态平衡，也使得自然资源与生态体系均衡发展。

3、综合考虑、因地制宜、科学规划。休闲农业资源开发要从我国人多、地少、水缺的国情出发，充分考虑当地自然、人文条件，不能盲目跟从。在功能、区域、类型上定位起来，不能急躁冒进；同时，休闲农业资源的开发是一项大型投

资项目，涉及到土地、交通、旅游、城建等众多部门，需要政府指导、全盘规划，充分考虑当地自然条件、市场状况，将非农产业发展情况，将城市规划、农业规划、农村规划有机结合起来，做到有序推进、量力而行，不盲目追求大规模投资和高档次消费。

4、以增加农民收入，提高农民生活水平和整体素质为目标。休闲农业资源开发应考虑农业休闲参与者的需求，最大可能地满足消费者，但其最终目的应以农民利益为目标。要通过休闲农业资源的开发利用，提高农业生产的科技和生态化程度，加快农民增收的步伐，带动农村风貌的变化，提高农民的整体素质，从而实现农村经济、社会和环境效益的进一步发展。

5、以满足消费者需求为导向，不断创新经营模式，实现永续经营。休闲农业资源的开发应以满足消费者为导向，突出休闲农业自身的独特性，尽可能保持自然和历史的原始风貌，进一步挖掘特有的休闲农业资源，突出自己的优越性，同时，要努力反映当地文化的特点。随着休闲农业的不断发展，其经营形式上应立足于本土化经营，根据自身所在环境的条件，建立自身独特的风格，以便能够长期吸引游客，实现永续发展。

野很美味

对于野菜达人来说，山野间就是私房菜园，正所谓“广阔天地，大有可吃”。没有农药、没有化肥，没有苏丹红和吊白块，自己采集，亲手烹制，犒劳味蕾——关键是，在CPI高企的今天，还不花钱！总之，有野菜吃的日子，才是好日子！

口齿生香木兰芽

文、图/牛三聪

春暖花开，是人们踏青采摘的季节，挖野菜更成了老少皆乐的一件趣事。春季的野菜尤其多，苦菜、荠菜、马齿苋……京西门头沟地区有一种野菜，形与香椿极为相似，入口清香，营养价值也颇高，而且还有一段传奇故事。

相传当年花木兰替父从军，带兵征战走到北京灵山一带时遭困，此时兵疲马累，粮草紧张，眼看就要断粮，花木兰十分着急。一天，她在山头遥望，远处群山相映，漫漫无边，不由心生忧虑。忽一转身，看见树上生长着一片片红叶，她就顺手摘了一片含在嘴里，有微微苦涩。又过了两天，她发现自己没有任何反应，于是心中一喜，立刻召集众兵士们纷纷采摘这种红叶，用作食物。后来，人们给这种红叶起名叫木兰芽。

木兰芽其实就是栎树的嫩芽，每年谷雨前后，栎树枝上就会生出这种红黄相间的嫩芽，形态跟香椿芽很相似。其果实可入药，具有散风寒、通窍之功效，可治头痛、鼻塞不通、牙齿疼痛等。

京西门头沟地区群山环绕，树木丰林，遍布着的就是栎树。但你要问栎树，当地人肯定摇摇头，说不知道，因为当地人管它叫木兰树。木兰树一般与丛生的灌木长在一起，周围遍布荆棘，所在之处不是陡坡就是峭壁，因此采摘嫩芽就变得十分困难。住在这里的人打记事儿起，就会记得一到春天，人们就会上山采来大把大把的木兰芽。采来的木兰芽看着鲜亮，闻一闻清香四溢。

木兰芽属甜菜类，不苦，只是略带涩味。将采下来新鲜的木兰芽用凉水泡上一天，就能去掉它的涩味，这时再倒上生抽、香葱、蒜末、香油、辣椒等调料这么一拌，一道可口的凉拌木兰芽就端上桌了。吃上一口，嫩中带脆，很有嚼劲儿，且又营养丰富，可谓是满齿生香。

木兰芽不仅能凉拌，还能做馅，包饺子、包子、馅饼都是不错的选择。把木兰芽洗干净切碎后掺入用甜面酱炒过的肉丁做成包子，蒸好后咬上一口，嗯！松软的包子皮里裹着酱香的肉馅，中间还夹杂着木兰芽特有的香气和清脆的口感，真的是让人一口接一口停不下嘴来。转眼一个包子就被消灭掉了！舔舔手指，再来一个！这时候要是再有碗热腾腾玉米粥配着，真是做神仙也不换！





一年之计在于春 *spring*

都说春天的桃花美，比桃花美得是这无尽的春光。一年之计在于春，农民已经在这无尽的春光中开始了辛勤的劳作。有花香作伴，还有阵阵杨柳风拂过，闲暇之余在桃花海中翻几页书，也不辜负了这个春天的韶华。

拍客：王希宝

春花初绽，赏花玉渊潭 *Cherry Blossoms*

时值玉渊潭樱花季，20多个品种的2000余株樱花分批绽放，成片的樱花与成林的水杉、成径的竹溪，将整个公园装饰得宛如童话世界。赏花时节，人潮涌动，游人如织，到处充满了欣欣向荣的繁华景象。在沁人心脾的花香中漫步，回归自然，感受绿色，尽享都市里的田园风光。

拍客：冰沁于心

拍摄地点：北京市海淀区玉渊潭公园



“三两肉，一两花，菊花水饺带回家！” 西柏店村游记

菊花自古以来就与“梅、兰、竹”并称为四君子，傲雪欺霜的风骨历来为人称颂。其实菊花不仅可以观赏，更有很高的食用药用价值！菊花具有平肝明目、散风清热、消咳止痛的功效，用于治疗头痛眩晕、目赤肿痛、风热感冒、咳嗽等病症效果尤为显著。本期大美田园就带大家去一个好地方，一起吃点儿好东西。



提起北京平谷，熟悉它的人马上就会联想到大桃，最多再想到桃花音乐节，当然，还有操着平谷口音、健谈而朴实的出租车司机。平谷县城往西约6公里，有个叫西柏店的小村子，200多户，常住人口707人，在北京地区来讲，应该是绝对的小村子。村子虽小，但最近几年，人家种的“食用菊花”可谓是十里八村远近闻名。

每次提起这食用菊花，村老支书赵谦书记总会忍不住打开话匣子。

西柏店村素有种植菊花的历史，但99%的人仅仅知道是观赏而已。那是在很久很以前，大约上世纪八九十年代时，村上有位老中医，每年都会利用村部前面的半亩地种些菊花，这老中医可视这菊花如宝贝，一是不准折花，二从不送人花。他把菊花入药来为当地的村民治病，去火明目效果之好，令人称道。

时间来到2005年，平谷西柏店村被北京市政府列为新农村建设试点村，北京农学院的专家下到西柏店村，被村部前这菊花吸引住了，最幽默的是专家偷偷采了两口袋（上衣口袋）花，跟老书记说：“赵书记，咱中午吃火锅吧！”等到中午吃饭时，专家才从口袋里掏出了菊花（大约二两），说道：“赵书记，这菊花是可以食用的，你知道吗？今天中午啊，咱就涮着吃！”赵书记半信半疑，心里想：“幸亏没让老中医看到，真能吃吗？没听说

过！”结果不吃不知道，这一吃就为村里吃出来了一个新的产业。

到2013年12月为止，西柏店村共建设了60多个食用菊花大棚，每棚可产菊花2000斤左右，市场最低价格可以达到40元/斤。主要为各大火锅店供货，在火锅店每斤花可分5盘，20元/盘，算下来就是100元/斤，可见其价格空间之大。更重要的一点是，目前在全国，食用菊花的种植面积不超过20000亩，尚处于起步阶段，无论是内销还是出口，前景都非常看好。

经过8年的研发生产，目前西柏店的食用菊花已经开发出了几种吃法，主要有食用菊花宴（菊花火锅）、菊花水饺（纯手工制作）、菊花糕点、菊花酒（正在酿制）。今后一个时期，西柏店村食用菊花发展总体思路是：以市场为导向，以农民增收、生态富民为目标，在继续扩大菊花产量的基础之上做菊花的深加工，着手加工菊花酒、菊花茶以及菊花制药的生产研发，同时加深菊花品牌的内涵，以菊花为作为添加饲料饲养菊花猪、菊花鸡等。

赵书记有一句顺口溜：“三两肉，一两花，菊花水饺带回家！”东北也有句俗话说叫“饺子就酒，越喝越有”。这大冬天儿的，邀上三两老友，菊花水饺，菊花火锅，再来上二两菊花酒，岂不美哉！



左边田园，右边有机，忙里偷闲北郎中 顺义北郎中游记

脱离成本，不谈质量
为了体验高质量的“逍遥派”生活
小编亲赴“北郎中”一探究竟
五味杂陈的羡慕嫉妒恨，此时正在翻江倒海

■ 被誉为“京郊股份第一村”，十个“北京最美的乡村”之一的北郎中村位于北京市顺义区赵全营镇境内，一听名字不禁让人好奇，为什么要叫北郎中呢？据村中老人讲述：在明代永乐年间，瘟疫大肆蔓延，有位名医以村内一口古井——“四眼井”的水配置中草药，治住了瘟疫，挽救了全村人的生命。人们为了纪念这位名医，为村子取名为“北郎中”。

提起北郎中，就不能不提“北郎中花卉种植基地”。这里可是2008年奥运会、花博会及国庆60周年庆典的花卉供应商。每到逢年过节这里的花卉预订热线就一直响个不停，客户纷纷致电预订这里的精品花卉。今年该村花木中心专门针对“两节”市场培育的30万余株蝴蝶兰就成为了市民眼里的“香饽饽”，元旦期间仅3天时间16万株蝴蝶兰就被抢购一空。

现在的北郎中俨然是一片花的海洋，村花木中心智能温室花卉展销厅内一年四季温暖如春，姹紫嫣红的蝴蝶兰含苞待放。这里有“内山姑娘”、“火鸟”、“新源美人”、“大富贵”等十余个品种的蝴蝶兰30万余株。遨游其中，阵阵花香扑鼻，整个人似乎也染上了兰草的芬芳清气。这种震撼人心的清雅之美，还需您亲自到场体验，尤其是在兰花怒放的季节，会美的让人不忍靠近，唯恐自己一身世俗浊尘玷污了清丽的兰花仙子。

赏过四君子中的兰花，这里的菊花也是一样的不可错过。园里的菊花花团锦簇，清冷中不失高贵典雅，无

论是乡村游还是拍照都是不错的选择。这里的菊花文化创意产业园围绕菊花的品种、文化、艺术的展示、观光、习作等主要内容，分成品种艺术区、赏菊观景区、科普教育区、文化娱乐区、综合服务区等五个区域，汇集国内外菊花品种，形成菊花品种大观园；每逢菊花盛开的时节还会开展菊花插花、花艺展和教授游客做插花等各项活动。疲倦时，躲出车水马龙的大都市，坐在菊海中品一杯菊花茶，看干枯的朵朵菊花在水中复活一般舒展开洁白的花瓣，再尝尝这里的特色菊花宴……人淡如菊，孤标傲世，大概是这种感觉。嗯！不虚此行也！

北郎中不止景美，人更美。原因很简单，“一方水土养一方人”。其实，深层次的原因是在这个到处充斥着食品安全问题的氛围下，北郎中基本吃的都是各种绿色无公害、或者有机食品。

这里有10个月出栏的猪，它们平时吃着玉米和大豆，喝着山泉水，天天看着美景，逛着花园，心情甚好之时还会甩两下自己的小尾巴……难怪这里生产的猪肉供不应求，这样的猪生产的猪肉怎么会不香？

如果你有时间，一定要来这里看看菊花和蝴蝶兰的优雅绽放，因为美丽就在你身边。

如果你有时间，一定要尝尝这里的猪肉，回忆一下那久违的味道，让自己吃的更健康，活的更开心。

左边田园，右边有机。
这才是真正的田园生活。

大美卡

京郊游扫码消费 农产品配送到户



北京观光休闲农业行业协会
Beijing Entertainment Farming & Agri-Tourism Association



大美田园
leisuretime

服务电话：400-630-1766

一起遛遛

大美田园俱乐部网址：www.ileisure.cn