

再走长征路 见证新时代

尾矿里“淘”锂、竹木中“掘”金 江西崇义的绿色发展“加减法”

中经记者 陈雪波 卢志坤
赣州崇义报道

在江西崇义县龙勾锂电产业园，赣州祺祥新能源有限公司(以下简称“祺祥新能源”)的生产车间里，自动化设备正将含锂尾矿转化为电池级碳酸锂。这家成立于2023年6月的企业，仅用一年多时间就完成了从动工到投产的全过程，2025年实现营业收入1.92亿元，2026年一

季度营收已达1.32亿元。祺祥新能源的快速崛起，正是崇义这个原中央苏区县产业转型升级的生动缩影。“十四五”期间，崇义县规上工业营收突破百亿大关，2025年达147.6亿元、较“十三五”末实现翻番式增长，企业数、利润总额同步大幅增长。规上工业增加值占GDP的比重从“十三五”末的19.8%提升至2025年的31.6%，经济增长贡献率超过60%。

在红军长征胜利90周年之际，《中国经营报》记者深入崇义多个产业园区、龙头企业实地探访，从传统钨业的精深加工到锂电新能源的异军突起，从南酸枣、毛竹等绿色食品的链条延伸到文旅体融合的乡村振兴新路径，一幅传统产业与新兴产业交相辉映、工业文明与绿水青山和谐共生的高质量发展画卷正在这片红色土地上徐徐展开。

传统产业焕新突围

“以竹代木”的优势日益凸显——竹材3至5年成材，强度优于硬木、密度更小，正契合了海内外市场对环保材料的偏好。

如果说新能源是崇义产业的新增长极，那么钨产业则是崇义工业的“压舱石”。作为“世界钨都”核心区，崇义拥有完整的钨产业链。龙头企业章源钨业建立了从上游探矿、采矿、选矿，到中游冶炼、制粉，再到下游硬质合金深加工的全链条生产体系，是国内少数具备一体化钨产业链生产能力的上市公司。

在章源钨业、耀升钨业的带动下，崇义钨产业从“有企业无产业”走向“聚链成群”，2025年规上钨产业营收达127.13亿元。在龙勾硬质合金产业园，章源钨业作为首批入驻企业，带动了10余家上下游企业落户，补齐了微

钻、再生钨粉、精密刀具等产业链空白，提供就业岗位近500个。

竹木产业是崇义的另一张“绿色名片”。全县拥有毛竹林70.3万亩，活立竹蓄积量超1.2亿株。江西乐汇林新材料科技有限公司2021年来到崇义，看中的正是这里丰富的竹资源和区位优势。公司总经理刘庆国介绍，企业年产竹地板、集装箱底板等产品，是国内集装箱底板品种较为齐全的企业，产品远销日本、欧洲。2025年，公司实现营业收入2.58亿元，税收591万元，带动当地100多户毛竹供应商和10多家竹帘加工企业配套发展。仅毛竹采购一项，每年就给当地农

户带来上千万元的收入。“以竹代木”的优势日益凸显——竹材3至5年成材，强度优于硬木、密度更小，正契合了海内外市场对环保材料的偏好。

绿色食品产业同样可圈可点。齐云山食品公司深耕南酸枣产业30余年，将民间小吃做成标准化、规模化的现代食品，市场占有率全国领先。公司通过“三包”协议带动400多户农户种植南酸枣，每年为农民增收6000余万元。2025年，企业实现营业收入3.47亿元。“十四五”期间，崇义绿色食品产业营收年均增长显著，南酸枣糕、梯田米、高山茶等特色农产品品牌影响力持续扩大。

绿水青山如何变成“金山银山”

从钨矿精深加工到锂电新材料，从竹木制品出口到南酸枣糕飘香，从国家级赛事落地到梯田大米品牌化，崇义这个原中央苏区县正以产业升级为笔，书写着革命老区高质量发展的时代答卷。

崇义的产业版图上，文旅和体育产业正成为新的增长极。国家体育总局自2013年起对口支援崇义，累计落实项目资金1.18亿元，派出6批次5名优秀干部挂职，从政策、人才、项目、资金等方面全方位帮扶。在国家体育总局支持下，崇义建成过埠三栖户外竞技、金坑元田乡村滑板、上堡万长山户外运动等6个基地，涵盖徒步、越野、滑板、滑雪、路亚等22种业态。2025年，全县举办国家级赛事10余场，累计举办各类户外运动主题赛事活动270余场，吸引游客16.63万人次，实现综合营收1280余万元，带动村民就近就业近3000人，人均增收2.7万元。

过埠镇洋江村曾是库区“水浸村”，如今已变身全国首个村级水陆空户外运动基地。安墨文旅董事长赵亦君告诉记者，基

地采取“政府建专业赛场、社会资本投资配套”的模式，一期标准赛场由政府投资建设，二期、三期的民宿、营地、咖啡屋等由企业投入。基地从2024年10月边建设边运营，第一个月就实现团队自给自足。“我们不只是做赛事，更要做‘平赛结合’——旺季做旅游，淡季办赛事，场地利用率全年超90%。”赵亦君说。基地内一个由集装箱改造的乡村咖啡屋，单日最高营收达1.5万元。赛事带来的客流还带动了周边农家乐、民宿和农副产品销售。

上堡梯田景区则是农旅融合的典范。这个拥有全球重要农业文化遗产和世界灌溉工程遗产“双遗产”的梯田群，运营方崇义县发投集团明城旅游公司总经理张诚介绍，景区采取“景区自营管理+乡民返聘耕

种”模式，将梯田从农户手中流转，再返聘村民按照统一标准种植，收获的大米由景区统一收购、加工、销售。2025年，景区接待游客近20万人次，实现总营收约1200万元。

从钨矿精深加工到锂电新材料，从竹木制品出口到南酸枣糕飘香，从国家级赛事落地到梯田大米品牌化，崇义这个原中央苏区县正以产业升级为笔，书写着革命老区高质量发展的时代答卷。2025年，崇义成功入选全国首批全民运动健身模范县、全国首批高质量户外运动目的地建设地区，蝉联中国体育旅游精品目的地。在“十五五”开局之年，这座赣南山城正锚定“工业强县、生态富民、文旅融合”的目标，向着全国重要钨新材料与切削工具创新智造基地、美丽中国建设县域样板区稳步迈进。



图为崇义县城区景色。

陈雪波/摄影

从新能源企业落地看“崇义速度”

近年来，崇义通过推行“政企夜话”机制、项目服务专班、清单化推进等举措，精准破解企业发展难题。

祺祥新能源的故事，折射出崇义产业布局的前瞻性。公司技术副总叶盛旗向记者介绍，企业专注于从锂云母及含锂尾矿中提取电池级碳酸锂，产品供货给博世正极材料、厦门建发等企业，最终进入宁德时代、比亚迪等头部电池厂商的供应链。“我们的产品100%达到电池级标准，锂回收率在80%至85%之间，处于国内第一梯队。”叶盛旗说。这家总投资约10亿元的企业，从2023年8月动工到2024年10月建成调试，创造了当年建设、次年投产的“崇义速度”。目前公

司拥有241名员工，其中大部分为崇义本地劳动力，2026年预计纳税可达5000万元。

祺祥新能源的落地，得益于崇义对锂电产业的精准布局。依托赣南地区丰富的钨矿中伴生的锂资源，崇义将锂电新能源列为“5411”行动计划重点产业链之一，规划建设龙勾、关田两大锂电产业园。2025年，全县规上锂电产业营收达6.64亿元，2026年一季度已达2.92亿元。与此同时，延链补链项目先后成功招商引资落地，一个从原矿加工到正极材料、再到废旧电池回

收的锂电产业集群正在加速形成。

企业快速落地的背后，是崇义持续优化的营商环境和积极争取市场的主动作为。叶盛旗告诉记者，县政府通过一系列惠企政策，帮助企业节省了约一两亿元的启动资金。“县委领导挂帅主抓项目，从立项审批、能耗环评到用地手续，全程都有专班协助。”他说。近年来，崇义通过推行“政企夜话”机制、项目服务专班、清单化推进等举措，精准破解企业发展难题。“十四五”期间，全县招商引资落地工业项目49个，总投资131.9亿元。

八百年梯田走上“活化”之路 江西崇义上堡让农耕遗产变富民产业

中经记者 陈雪波 卢志坤
赣州崇义报道

在江西崇义县西部山区，有一片绵延不断、层叠如画的梯田群——上堡梯田。这片客家先民历经800余年垦殖而成的山地农耕奇观，如今已成为崇义文旅产业的核心引擎。上堡梯田景区由崇义县发投集团明城旅游公司运营管理，公司总经理张诚近日在接受《中国经营报》记者采访时介绍，景区通过“景区自营管理+乡民返聘耕种”的农旅融合模式，上堡梯田在保护中发展，在发展中富民，走出了一条传统农耕文化与现代旅游产业共生共荣的特

色路径。

崇义地处赣南山区，是原中央苏区的重要组成部分。浸润着长征红色记忆与上堡整训革命精神的崇义，将千年梯田农耕风光与红色文化深度融合，走出农旅融合、红色赋能的乡村振兴之路。近年来，崇义县将文旅产业作为县域经济的重要增长极，依托上堡梯田这一世界级资源，坚持“精心规划、精致建设、精细管理、精美呈现”的理念，推动农文旅深度融合。从无人问津的偏远山区到年接待近20万人次的知名景区，上堡梯田的蝶变，正是崇义立足生态优势、激活文化基因，赋能乡村振兴的生动缩影。

在保护中寻找开发之道

上堡梯田的价值远不止于视觉上的震撼。2018年，它被联合国粮农组织认定为全球重要农业文化遗产；2022年，又成功入选世界灌溉工程遗产名录，成为国内少数拥有“双重世界遗产”桂冠的梯田景区之一。张诚介绍，上堡梯田的灌溉系统独具智慧——整个梯田区域没有一座山塘、一座水库，灌溉用水完全依靠山体自然蓄积和竹木管道引流，这种“无坝引水、自流灌溉”的传统方式沿用数百年至今。“农耕文化不是放在博物馆里的标本，而是活在大地上的生产生活方式。”张诚说，景区运营的核心原则，就是保持梯田农耕的原真性。

但保护不等于封闭。上堡梯田面临的现实挑战是：传统农耕者日趋老龄化，目前耕种主力平均年龄在50岁左右，年轻劳动力外流导致梯田维护和耕种面临压力。对此，景区采取了“返聘+培训”的模式，将掌握传统

耕作技艺的本地村民聘请回来，按照统一标准进行种植和管理。同时，景区也在尝试组建自己的耕种队伍，今年计划自营耕种面积从去年的300亩扩大到500亩，通过引入无人机作业及其他现代化手段提升效率，让传统农业在现代技术加持下焕发新生。

在景观打造上，景区保持了克制。“我们希望回归自然。做太多人为干预，游客会觉得没必要跑这么远。”张诚告诉记者，景区没有跟风设置网红打卡牌或过度商业化设施，而是聚焦梯田本身的四季变化——春季镜面水田、夏季连绵稻浪、秋季金色天梯、冬季雾凇雪景，让自然景观本身成为最大的吸引力。他甚至坦言，到了旅游旺季，景区会主动减少宣传推广，“怕人来太多，体验感反而不好”。这种看似“反常规”的运营思路，恰恰体现了景区对核心价值的清醒认知。

农民如何从景区发展中获益

上堡梯田景区的运营模式，可以概括为“景区自营管理+当地乡民返聘耕种”。景区负责规划、管理、营销和游客服务，而梯田核心的农业生产环节，则由返聘的本地村民完成。张诚介绍，这种模式让农民获得了多份收入：土地流转租金、务工报酬，以及按照景区标准种植后由景区统一收购的农产品销售收入。

具体而言，景区将梯田从农户手中流转过来，每年支付租金；同时返聘村民回来耕种，按照景区提供的品种、化肥、农药标准进行作业；收获后的稻米由景区统一收购、加工、包装，再通过自有渠道销售。这样一来，村民不需要承担市场风险，就能获得稳定收入。周边农户还可以在景区内或景区附近开办农家



图为上堡梯田。

陈雪波/摄影

“梯田+”业态的多元拓展

单纯依靠门票收入的观光模式，在上堡梯田已被逐步迭代。张诚介绍，景区正在从“做大众项目”向“做精品型”转型，从“观光型”向“体验型”升级。核心抓手是“梯田+”业态矩阵的构建。在住宿方面，景区已建成7家特色民宿，包括以客家文化为主题的“木梓排民宿”“归梵民宿”等，让游客能够栖居于风景之中。其中部分高端民宿配备了恒温泳池、私汤等设施，客单价明显提升。张诚表示，景区正在从追求游客数量转向提升客单价和服务品质，“游客量下来了，但营收做上去了”。

在文化体验方面，景区深度融合客家非遗元素，开发了版画、压花、拓印、剪纸、非遗美食制作、舞春牛非遗演艺等互动项目。游客不仅可以观赏梯田，还可以亲身体验客家传统技艺。研学教育是另一个重点方向，“一粒大米的故事”农耕研学课程已成为上堡的研学必修课，让孩子们在田间地头感受农耕文明的厚重。此外，景区还积极与周边户外运动基地、阳明山等景点联动，形成旅游合力，延长游客停留时间。

在伴手礼开发上，上堡梯田大米已成为成功的品牌案例。张

诚介绍，景区大米曾送检至江西婴幼儿米粉龙头企业，经过6次检测都合格，特别是南方大米中常见的重金属元素均没有超标。如今，上堡梯田大米从过去的“卖不完”变成了“不够卖”。黄元米果、上堡猎酒等衍生品也逐步打开市场，形成了从农田到礼盒的完整转化链条。

在品牌推广上，景区近年聚焦“大而美的乡村景观打卡”策略，通过视觉冲击力强的画面激发游客对田园故土的归属感与向往，主推“田园老家，上堡梯田”的宣传主题。而在旺季，景区反而主动减少对外宣传，将精力集中

在内部管理和提升上。“到了九月份丰收季，不愁游客，怕的是服务跟不上。”张诚说，这种“旺季做内功、淡季做营销”的弹性管理，正是上堡梯田多年运营积累的经验之一。

从八百年农耕遗产到年营收千万的旅游景区，从单一的观光产品到多元的“梯田+”业态，上堡梯田的蜕变证明了一个道理：传统农业与乡村旅游并非此消彼长，而是可以相互赋能、协同共生。在崇义这片红色土地上，上堡梯田正以自己独特的方式，书写着绿水青山就是金山银山的生动答卷。