



广西兴安：桂北山水间走出富民产业

中经记者 卢志坤 桂林报道

秋日的桂北大地，广西壮族自冶区桂林市兴安县界首镇万亩橘园硕果累累。溶江镇，张雪峰的错峰葡萄已陆续上市，相较于正季两三块钱一斤的阳光玫瑰，他的“妮娜皇后”却能卖到20至30元。华江瑶族乡，邓建忠的竹制品车间里机器不停，铁炮窑源源下线准备发往海外。兴安县城，茶商张利锋的门店摆满了“六

万亩果园串起富民路

沿着重走红军长征路的研学线路前行，湘江战役的红色记忆与万亩橘海的田园风光在界首交相辉映。界首镇是兴安县柑橘种植第一大镇，全镇种植面积达7.8万亩，年产量超10万吨。作为“兴安柑橘”国家地理标志产品核心产区，这块金字招牌让界首柑橘畅销国内，远销俄罗斯及东南亚多国。

品种上，当地下了不少功夫。砂糖橘、南丰蜜桔、沃柑、锦橘、脐橙、金秋等多个品种科学布局、错峰上市，有效拉长了鲜果供应周期。一颗颗金灿灿的果实，鼓起了乡亲们钱袋子。

砂糖橘好果每斤能卖到2.8元以上，精品果突破3元。南丰蜜桔优级果每斤约2.3元，沃柑精品果每斤2.5至3元。不过，这些价格随市场行情波动，每年有所不同。

种得好，还得卖得好。桂北水果交易市场坐落于G322与G241两条国道交会地带，是辐射桂北四县的重要水果集散枢纽，日均交易量超500吨，单日交易额突破200万元，旺季交易量可达数千吨。早年间，这里还是占道经营的马路市场，环境拥挤、秩序杂乱。近年来，当地镇党委、政府推动市场完成标准化升级改造，配备智能地磅计量设备，完善排水系统，交易环境焕然一新，果农卖果、客商收货更加便捷高效。

加工端同样在延伸。兴安果多丰公司引入智能化分拣生产线，运用光谱技术对柑橘做品质检测，按

桐红1934”茶，今年春茶季从华江收购的4万斤鲜叶已全部加工完毕，正发往全国40个销售门店。

2025年，兴安县地区生产总值增长4.2%，四大主导产业总产值突破42亿元，全年接待游客1134.8万人次，旅游总消费达117.59亿元。数字背后，是这座桂北小城依托山水禀赋和红色资源，把柑橘、葡萄、茶叶、竹制品等特色产业做成富民支柱的实践。

大小、甜度精准分级，推动优品优价。桂林日盛食品有限责任公司深耕深加工，把柑橘加工成罐头，产品出口日本、韩国、欧美及东南亚。

《中国经营报》记者了解到，目前全镇集聚100多家水果加工、冷链物流企业，构建起分选包装、仓储冷链、精深加工的完整产业体系。一颗柑橘，就这样串起了种植、分拣、冷链、出口的全产业链。

柑橘之外，兴安的水果版图还在延伸。

界首镇往南几十公里的溶江镇，全镇葡萄种植面积稳定在8万亩，年产量超16万吨，产业产值达16亿元，获评“全国乡村特色产业超10亿元镇”。种植大户张雪峰的150亩山地果园就坐落在这片产区上，种着巨峰、阳光玫瑰和妮娜皇后三个品种。正季葡萄集中上市时价格一路走低，阳光玫瑰跌至两三块钱一斤，种植户普遍亏损。

张雪峰用20年时间摸索出一套错峰栽培技术，把采收期拉长到9月至次年1月，错开价格低谷，其中妮娜皇后售价在20至30元一斤，远高于正季均价。2014年，他发起成立错峰葡萄种植专业合作社，推行“合作社+基地+农户”模式，到2022年辐射带动周边群众种植近万亩，传统管护亩产值约8000元，错峰管护可达12000至15000元，差距接近1倍。

如今，红色遗址与万亩果园串珠成链，红色研学、田园观光、果品产业在兴安深度融合。

竹林深处茶飘香

沿着猫儿山南麓往深处走，华江瑶族乡坐拥48.46万亩有林面积，森林覆盖率达94%以上。这片瑶乡的竹林里，藏着一个独特的茶产业——六峒茶。

张利锋是福建人，2011年来到兴安做茶叶生意，卖铁观音、金骏眉和普洱。2016年他娶了兴安媳妇，决定留下来，深入华江寻找差异化产品。“华江有25万亩竹林，其中15万亩都有野生茶，长在竹林里面，不用打农药也不用施肥，比有机茶还高一个等级。”张利锋告诉记者。

2017年，张利锋正式开始做六峒茶，最开始就是两台机器的小作坊。茶青收购价逐年攀升，老百姓的叶子价格从最初的一斤10块钱涨到了40块钱。每个茶季，高峰期他的加工厂每天收购1000—2000斤鲜叶，至少200人在山上采茶。加工环节高峰期有30名女工在车间帮忙，按小时计酬，做完即结。他在五六个村委设了代收点，帮忙收茶叶的人也能赚到钱。他还和合作社、农户一起合作，共同打造了一片1000亩的

小竹签闯出大市场

与茶产业比邻而生的，是华江的毛竹加工业。

全乡23万亩毛竹，年采伐量500万条以上，60余家加工企业吸纳本地就业2300余人，年产值超2亿元。20世纪90年代砍一根竹子能净赚10块钱，不少农户靠竹子富了一回。后来竹价大跌，砍一根毛竹装车只有12块钱，人工费就要5到9块钱，高山上的竹子甚至不值得砍。

好在竹制品精加工撑住了产业。

华福竹业的邓建忠从1994年就开始做竹制品，厂里五六十名工人，厂房面积7000多平方米。他的厂子主要生产铁炮签、冰糖葫芦签、卡通签、咖啡搅拌棒等产

林下野生六峒茶示范基地。今年春茶季收购鲜叶约4万斤，平均价格30元，光鲜叶收购就为当地农户带来超百万元收入。

今年，张利锋推出了“六峒红1934”品牌，灵感源自一段红色记忆。1934年冬，中央红军翻越老山界途经华江，在千家寺宿营休整。当地百姓放下戒备，把挂在烟囱上的土茶煮好送给红军饮用，茶渣捞起来还能敷伤口消炎。

“我们想通过一款茶叶作为载体，传播传承红色文化。”张利锋说。今年恰逢长征胜利90周年，“六峒红1934”系列在销售中的占比明显提升，目前产品通过全国40个销售门店分销。

华江瑶族乡宣传委员张强介绍，六峒茶产业已覆盖华江全乡，现有规模以上制茶企业4家，制茶作坊50余家，年产值达2000万元以上。六峒茶的制作技艺已入选桂林市非物质文化遗产代表性项目名录，产品在东盟博览会野生茶比赛、国际鼎承茶王赛等赛事上屡获殊荣。

依托于当地的自然资源禀

赋，如今华江老百姓一年到头都有钱赚。每年的3月到6月是采茶季，上山摘茶叶卖给加工厂，一个人一天能赚200多块钱。7月到10月是旅游旺季，猫儿山景区2025年暑期接待量同比增长70%，农户在家门口经营农家乐，同仁村龙塘寨的龙泉山庄靠山泉养“瘦身鱼”和经营农家乐年

品，出口中东、以色列、日本等地。尽管一根仅售1至5分，但华江生产的铁炮签或已占据全球六成以上市场份额。

早年没有现成设备，邓建忠和几个同行去外地考察，找搞机械的人一起开发专用设备。“原来做一道铁炮签出来要七个工序、七个人，机器改完以后一个人就能完成。”邓建忠告诉记者，铁炮签在大桂林的市场占有率预计在百分之七八十。

除了传统产品外，车间里1米长网红烧烤签、心形爱心签、文创雪糕片等50余种新品琳琅满目，凭借持续创新，企业年产值突破千万元。不过，受国际局势影响，邓建



华福竹业工厂，工人正在作业。

卢志坤/摄影

忠称，近年来的出口量下降了40%到50%。他更焦虑的是行业升级，如今国外客户对无尘车间、食品级标准的要求越来越高，但土地审批难、项目资金申报滞后等问题制约着企业扩建。

“我们竹制品行业对环保非常重视，污水基本都回收了，锅炉也改了生物颗粒燃料。”邓建忠说，“只要给政策，把厂房条件改善起来，订单能接住。”全县竹制品企业近年来陆续将燃煤锅炉更换为空气能加热设备，80台锅炉改造一次投入就近400万元，急需项目资金支持。

目前，兴安县全县共有88家竹制品加工厂，全产业链年产值达5亿元，产品涵盖40余种，远销中东、日本、韩国、东南亚及欧美市场，在2025年东博会上成功签下30亿元产业大单。当地群众编了一句顺口溜：“毛竹空，赚钱轻松；身在竹山，一世不穷。”

张利锋打趣，当地茶叶不值钱的年代靠卖竹子，竹子价格跌了又赶上野生茶值钱，“一年到晚都有钱可以赚”。

张利锋打趣，当地茶叶不值钱的年代靠卖竹子，竹子价格跌了又赶上野生茶值钱，“一年到晚都有钱可以赚”。

柑橘和葡萄撑起兴安的水果经济，六峒茶和竹制品让华江的绿水青山变成了金山银山。几个乡镇、几样特色产物，拼出了兴安乡村振兴的底色。

90多年前，红军在湘江两岸浴血突围，翻越老山界继续长征。如今，这片红色热土上的果农、茶商、竹匠们，各凭一技之长，把桂北山水间的资源禀赋做成了实打实的富民产业。

老山界下的新长征 广西兴安红色旅游跑出“红+绿”加速度

一座19.34米高的标志正在矗立

兴安是湘江战役的主战场之一，境内保存着全国重点文物保护单位红军标语楼、县级文物保护单位衡州会馆和小红军墓，以及老山界、龙塘江隘口阻击阵地遗址、红军桥等红色遗迹。长征国家文化公园（广西段）兴安境内项目已全面建成开放。这些不可复制的红色资源，构成了兴安文旅产业的差异化竞争力。

长征胜利90周年的时间节点，正在催化兴安红色旅游的一轮集中建设。

老山界龙潭江景区是其中的重

红色旅游怎样带动一个乡

红色旅游的价值，最终要体现在对地方经济的拉动上。

华江瑶族乡的变化是一个缩影。这个人口约1.8万人的少数民族乡镇，近年来确立了“历史红色+生态绿色+瑶乡原色”三色融合发展思路，将辖区纳入长征国家文化公园廊道建设总体规划，串联打造出“千祥一同仁一高寨”红色旅游精品线路。龙塘寨以红军、红枫、红豆杉、虹鳟鱼“四红”文化为载

年轻景区的成长烦恼

在快速发展的同时，兴安红色旅游也面临不少现实挑战。

据兴安县文旅中心方面介绍，当前存在的主要问题包括：业态层次较为单一，缺少红色实景微演艺、剧本研学等年轻化体验产品；夜间文旅业态基本空白，游客多为半日打卡，难以形成过夜经济；研学配套硬件不足，缺少专用教室和体验场地；数字化建设投入有限，

要载体。该景区2021年开始正式运营，同年底即获评国家4A级旅游景区，资源禀赋集“红色历史”与“生态峡谷”于一体。县红色文化研究会和景区紧密配合，目前正全力推进红军文化园扩建工程，核心项目包括：一座高19.34米的“红军翻越老山界”标志，高度取自红军经过此地的年份1934年；一个纪念广场；一段约600米的红军古道修复；以及红军形象雕塑群和红星廊、红军亭等配套设施。

“陆定一当年写下将来要在老山界上立一块碑的遗愿，一直还没

有实现。”兴安县红色文化研究会会长、老山界龙潭江景区总顾问邓昭贵告诉《中国经营报》记者，这个标志由兴安县红色文化研究会与景区联合发起，向社会募集资金建设，目前100多万元资金已基本到位，由天津的一家市政工程公司承建。到目前为止，整座标志的主体工程基本完成，“我们要求必须抢在红军长征胜利90周年纪念活动之前建好”。

邓昭贵告诉记者，景区同时正在建设一个可容纳120人的红色文化培训中心，配套数十间住宿房间

体，获评“全国乡村旅游重点村”和“广西民族特色村寨”。瑶族反面刺绣（自治区级非遗）、瑶族歌舞等民俗资源也被整合进旅游场景，形成了“一首歌、一台戏、一桌菜”的文化品牌。

龙潭江景区的带动效应尤为直观。据邓昭贵介绍，景区运营以来，周边村庄农家乐已发展到近100家，“特别是离景区最近的龙塘寨，现在每家每户都在搞农家乐和

民宿，基本上吃上了旅游饭”。

民宿经济也在这片山水间生长。华江溪溪相遇民宿老板涂涂告诉记者，她的民宿2025年5月开业，设有12间客房，雇用周边村民约12人，月薪4000多元。不少北京、上海、杭州等一、二线城市的游客通过小红书这些平台慕名而来，在暑假期间，她的民宿始终处于满房状态。

产业融合层面，兴安县正在探

索多种路径。记者了解到，界首渡江遗址公园内设立了“湘渡好物”线上小程序和线下售卖区，推广湘江战役主题文创和本地农特产品；华江六峒茶打出“六峒红1934”品牌，将红色文化底蕴与地方特色产业结合。

此外，老山界龙潭江景区成功引进重庆一家文旅投资公司合作开发溪降项目，并规划生态蹦极、飞拉达、漂流等户外体验业态，以

社会力量合作的路子。与此同时，尽管华江旅游公路二期工程设计已完成，但因多种原因，相关项目暂被叫停，通达条件的改善仍需等待政策窗口。

此外，红色资源的“正本清源”问题也引起从业者关注。邓昭贵提到，周边一些地方为发展旅游，“这个地方也说是老山界，那个地方也说是老山界，会显得比较混

乱”。他认为，中央红军翻越老山界的路线是非常明确的，革命历史、红色历史不可改变，应当以红军中央纵队走过的路线为正宗老山界红军路。

尽管挑战不少，但兴安红色旅游的底牌依然扎实。红色资源和生态资源的“双重不可复制性”构成了当地的独特优势。正如邓昭贵所说：“红军中央纵队走过的历

史，哪里能找到第二个？龙潭江大峡谷的自然景观，你再多钱也造不出来。”

如今，长征胜利90周年的时间节点，也在形成强大的政策势能和社会关注度。兴安县《政府工作报告》提出，2026年力争全年接待游客总人数和旅游总收入均增长8%以上，红色研学接待量突破6万人次。

弥补红色旅游“参观有余、体验不足”的短板。邓昭贵透露，景区还在意向洽谈温泉康养、低空旅游、探秘鸡公顶（索道）等招商项目，试图打通冬季旅游的淡季瓶颈。

按照华江瑶族乡的定位，其发展侧重于深挖漓江源生态优势与猫儿山文旅资源，重点发展高端民宿、康养度假、亲水休闲、森林户外运动等业态，打造高品质康养休闲旅游目的地。

索多种路径。记者了解到，界首渡江遗址公园内设立了“湘渡好物”线上小程序和线下售卖区，推广湘江战役主题文创和本地农特产品；华江六峒茶打出“六峒红1934”品牌，将红色文化底蕴与地方特色产业结合。

此外，老山界龙潭江景区成功引进重庆一家文旅投资公司合作开发溪降项目，并规划生态蹦极、飞拉达、漂流等户外体验业态，以

社会力量合作的路子。与此同时，尽管华江旅游公路二期工程设计已完成，但因多种原因，相关项目暂被叫停，通达条件的改善仍需等待政策窗口。

此外，红色资源的“正本清源”问题也引起从业者关注。邓昭贵提到，周边一些地方为发展旅游，“这个地方也说是老山界，那个地方也说是老山界，会显得比较混

乱”。他认为，中央红军翻越老山界的路线是非常明确的，革命历史、红色历史不可改变，应当以红军中央纵队走过的路线为正宗老山界红军路。