

# 一颗杨梅的七十二变

## 25岁硕士生扎染落果为霓裳，多头融合书写青春经济新可能

青年人物

从生长到成熟，一颗杨梅需要漫长的等待，而采摘的窗口期，却只有短短一个月。或未进入销售渠道，或成了落果，农产品在盛产季被浪费并非罕见。如何及时卖出果实，让关于杨梅的记忆不止于夏天？一个年轻团队悄然上了心。25岁的东华大学服装设计与工程专业硕士生王若雯，带领00后团队，不仅卖出几十万元杨梅，更将非遗、文创、原创IP与杨梅巧妙融合，甚至把山野里泥泞的落果化作时尚扎染，书写着青春赋能乡村产业的新可能。

青年报见习记者 林千惠

一次偶然

### 打开了销售杨梅的渠道

最初，王若雯开始在校园推广杨梅，只是由于一次不佳的美食体验。2023年，她逛超市买杨梅，买到的杨梅品质“远不如家乡”仙居杨梅——不够甜，水分也不够。这份对杨梅的挑剔，来自她出身于“杨梅世家”的底气。从爷爷那一辈开始，王若雯家中就守着浙江仙居的杨梅山。门前有一条小溪，石板路通向山上的深处。摘果、爬树、闻香，是童年的日常。

“我买到的杨梅不如家乡的，可家乡的美味杨梅，却鲜为人知。”王若雯有些遗憾地说。她深知家乡果农的艰辛：他们将精心挑选的果实背下山，在集市的

烈日下等待未知的买主。果实易损，辛苦可能付诸东流。这份辛劳使得年轻人不愿返乡，留下信息相对闭塞的中老年果农独自支撑，形成了销售难、收益与付出难匹配的恶性循环。

怀着简单分享家乡美味的初衷，王若雯帮人带起了杨梅。最初她想的只是小本生意，未承想，好的杨梅遇上了懂它们的客户，名声迅速传开。“订单越来越多，不仅帮了我家，也带动了其他果农。一听说要杨梅，大家都很高兴地帮忙采摘。”不久，经她销售的杨梅金额达到了几十万元。

精心设计

### 让杨梅变成一种文化

然而，杨梅季只有短短一个月。作为设计专业学生，王若雯敏锐意识到，仅靠鲜果销售，对家乡产业的助力有限且短暂。有没有什么途径能增加家乡杨梅的价值呢？她开始思考。“在学校课程的学习中，我认识到设计能让物品超越实用，成为承载意义的符号。”王若雯说。

带着设计师的思考，她为家乡的杨梅设计出了一款以“果香校园”为主题的包装盒，融入仙居花灯、线狮、彩石镶嵌等特色家乡元素，和东华大学的校徽相结合，并被采纳使用。但王若雯希望让杨梅能够进一步被辨识和记住。很快，她的灵感就来了：“我和非遗代表性传承人相互交流，把他们的技术和杨梅交织。”于是，一系列独具匠心的文创产品诞生了。

“我头顶的缠花发簪，采用3D打印技术，杨梅由黏土制作，叶子是非遗技艺的绿色缠丝。”一支活灵活现的杨梅簪子，挂在王若雯头顶，一颗杨梅挂在叶上，仿若真物。挂着的杨梅是“东魁杨梅”。“这个品种的杨梅很大个，且甜，汁水多。另一些品种的杨梅，比如荸荠杨梅，会更小。”王若雯细致地介绍。通过小小的发簪，杨梅的“家族谱系”被悄然梳理清楚。

走进东华大学第三教学楼的工作

室，杨梅是绝对的核心。一排服装采用杨梅扎染，粉红色晕染出独特的纹理。架子上摆了一系列文创产品：使用非遗技法的杨梅簪子、耳环，抱着杨梅的兔子钥匙项圈等。

为了让杨梅能更贴近年轻人，王若雯还灵机一动，设计了属于杨梅的原创IP。那是两只为杨梅代言的卡通小兔，分别叫“叩叩”和“代代”，灵感来源于王若雯家爱吃杨梅的宠物兔。王若雯给它们分别设计了杨梅红、扎染紫色长耳朵的形象，并设定了它们爱吃杨梅的属性。以两只小兔为主角，她开发出一系列匹配的漫画、表情包，讲述它们的故事。“在它们的帮助下，杨梅附加产品销量增长了30%。”王若雯回忆。走进这间工作室，尽管不见杨梅树，但“杨梅”元素已悄然渗透每一个角落，成为设计灵感的源泉。

以上的设计，都出自王若雯和她团队的手笔。从在校园推广杨梅，到利用自己服装设计的专业所长，将杨梅变成一种文化，这股青春经济的活力，比她自己想象的更强劲。“如今我和团队助农，大约有几十万元的销量。如果算上被我带动起来一起做这件事情的亲朋好友，能有百万元的销售额。”王若雯盘点。

变废为宝

### 落果重生为时尚染料

“每年仙居有15%的掉落杨梅烂在地里被填埋，数量约为300吨。”团队里的00后、东华大学服装与艺术设计学院设计学硕士王腾飞说。在助农售果的时候，王若雯和团队也注意到，每年都有无数的落果无法转化为经济效益，成了被浪费的资源。

上一个假期，王若雯带领团队跑回了家乡的杨梅山，跟着果农在凌晨三点上山采杨梅。只不过，果农采的是新鲜杨梅，这群大学生却低头捡起沾了泥巴的落果，引来果农好奇的目光。“他们问，新鲜杨梅不要，捡地上烂杨梅干吗？但我们说，我们自有妙用。”王腾飞说。

摘了一大桶的落果，团队下了山。

将五六斤杨梅倒进缸里，一遍一遍地捣，花一小时左右，把杨梅果变成杨梅泥。开了火再加热，直到变成了一盘合格的染料，将衣服放进去染色、固色，再放到太阳下去晒。当一件件染着杨梅特有粉红色的衣物出现在眼前，果农都十分惊喜，“活了大半辈子，原来杨梅还能拿来洗衣服染料”。

王若雯和团队向果农证明，落果也是有用的。团队采用小批量制作的方式，进行长期试验，优化染料提取工艺，提高色牢度。而试验的小批量衣服，则放在线上店进行销售。这些衣服也受到不少人的喜爱：“之前搞公益活动的时候，有姐姐专门来询问杨梅扎染的衣服，说染料天然无公害，让人很放心。”



王若雯和她的团队一起设计出各种以杨梅为核心的文创用品。



使用杨梅扎染的衣服。



王若雯和她的团队设计的耳环。

本版摄影 青年报记者 吴恺

持续发力

### 青春力量点亮产业

2024年一年，王若雯带领团队，校园销售杨梅共计1.2吨。而在2025年，她希望更进一步，让家乡的杨梅为更多人所知。这一年里，她在上海开课，教学员做杨梅造型的非遗发簪，也积极研发杨梅衍生产品，从扎染工艺，到杨梅文创、杨梅酒，乃至开发原创IP“叩叩”和“代代”，积极地让杨梅成为一种“文化”。

令她感到温暖的是，不少家乡人都支持她。“在农村，大家联系密切，互相帮忙，好的消息能传遍街坊邻居。”王若雯说。长期的助农工作中，果农也和他们建立起了信任，相信这个只有二十五岁的大学生。她和团队以自身在上海学习到的知识，为在浙江的家乡杨梅产业添砖加瓦，

发现古老果业中的青春经济新可能。

随着盛夏来临，杨梅季开始又结束，王若雯对六月底杨梅的采摘，也记忆犹新：“杨梅季到来时，常是通宵摘，一天只睡一两个小时，因为你不摘，果实就落了。”摘杨梅有个小窍门：越黑的杨梅越甜，这点很难在阳光下看出。果农为了找到好的果实，常在夜间出行，头戴探照灯，采摘果实。每到那时，王若雯也同样回到家乡，帮助采摘。杨梅季的夜晚，漆黑的山内，探照灯的白光从树木间折射出来，令整个山林闪烁。站在家乡的山林和城市中间，这位新时代的助农人倾听着杨梅落筐的轻响，心中充满感慨：“这些探寻杨梅的探照灯，正是属于我们的特殊星空。”

### “鑫耕青年说”宣讲队扬帆起航

以青春之名传理论之声。近日，金山区疾控中心（区卫监所）“鑫耕青年说”宣讲队成立启动仪式顺利举行，特邀区委党校教研室主任、副教授付小平及“鑫健康·鑫医讲坛”成员出席见证。

仪式现场，付小平为宣讲队成员颁发聘书，区疾控中心（区卫监所）党总支书记袁春艳为队长授旗，并向各宣讲小组发放“宣讲工具包”。随后，付小平围绕“如何做好基层宣讲”，从“评判好课、设计好课、讲好课”三个维度，传授实用技巧与实践经验，带来干货满满的“入门培训”。

据悉，“鑫耕青年说”宣讲队旨在以青年力量践行核心使命：讲透党的创新理论、讲



活条线发展历程、讲实工匠精神传承，传递理论温度与专业价值。

后续，金山区疾控中心（区卫监所）将经培训、策划等环节推出优质宣讲作品，列清单展示，以青春之声为基层理论宣传添活力。文/园兴