

记者 余建文 文/摄

小土蜂舞出甜蜜事业

秋末初冬，青山层林尽染，山坡上的枇杷树进入花期。前段时间，宁波森鑫蜂业公司的技术员周良指导员工，把几百箱蜜蜂运到杭州临安准备采蜜。“我们在宁波的枇杷产区也安置了大量蜂箱用于采蜜。”周良说，接下来的一个多月，这一群小蜜蜂将在果树林中辛勤劳作，采集新鲜的蜜源。

在江南地区，进入深秋时节，采蜜的蜜蜂就要进巢休息，养蜂人还要饲喂白糖帮它们过冬。而森鑫公司的“采蜜大军”却不畏寒冷，在冬天也能出勤工作。公司负责人吕春波说，他们使用的是四明土蜂，几乎一年四季可采蜜，“而且我们的产品是一块块的蜂巢蜜，与市面上所见的蜂蜜大不相同。”

早在3000多年前的殷商时代，先民就开始饲养蜜蜂、采食蜂蜜，蜂蜜也一直被视为滋补上品。宁波是浙江省主要的蜂蜜产区，特别是慈溪地区，引进意大利蜂采蜜卖蜜，养蜂业一度十分红火，但因为种种因素，近年来逐渐走下坡路。与之相反的是，由土蜂产出的蜂巢蜜悄然崛起，受到越来越多消费者的欢迎。土蜂蜜、老巢蜜如何能成为“网红”，能否带领蜂蜜产品走出市场低谷？这些问题值得业内人士深入探究。



四明山中的养蜂基地



蜂巢蜜结构



采割蜂巢蜜

小土蜂走进四明山

近日，记者来到海拔近800米的余姚四明山国家森林公园。景区入口处，是森鑫公司的蜜蜂园。山坡上的红豆杉林里，一只只蜂箱整齐排列，上面画着蜜蜂卡通图案，很是可爱。

“每只蜂箱养了1万余只蜜蜂，现在天冷了，蜜蜂会护食，性情有点暴躁，小心被蜇。”周良戴好手套，套上防蜂服，用工具小心翼翼地打开一只蜂箱。记者屏住呼吸，走过去细瞧，一大群蜜蜂飞了出来，围着记者“嗡嗡”飞舞，好在这些小家伙还和善，没有发起攻击。

打开蜂箱，里面有三四块蜂巢，上面密密麻麻爬满了蜜蜂。周良用刷子把蜜蜂轻轻赶开，只取下其中一块蜂巢。凑近观察，上面还有不少蜜蜂的幼虫。“我们会留下四分之一的蜂巢供蜜蜂繁衍、生长，其余的蜂巢蜜可拿来销售。”周良用小刀切下一小块让记者品尝，蜜汁入口特别甜，香味浓郁，而且蜂巢蜜在嘴里慢慢融化，就像咀嚼甜味果

冻，感觉很不一样。38岁的吕春波和记者讲起了他和蜜蜂结缘的故事。吕春波老家在新昌山区，因为邻居养蜂，他从小就喜欢吃蜂蜜。后来，因为建造钦寸水库，吕春波迁移到余姚黄家埠居住，他在家养了10多箱土蜂，所产的蜂蜜除了自家吃，也拿出来卖钱。“因为土蜂产蜜少，养土蜂的人也不多。”吕春波说，2017年，有位客户上门求购老巢蜜，说是能治鼻炎，正好他家有货。“那个客

户前后买来50公斤老巢蜜，我一下挣了1万多元。”从那以后，吕春波觉得养土蜂能赚钱。

养蜜蜂，山越大，蜜源越多。2017年，吕春波辞了化工厂的工作，找到四明山国家森林公园，申请设基地养蜂。起初，景区有顾虑，万一蜜蜂蜇了游客咋办？好说歹说申请了七八次还是被拒，最后吕春波承诺，游客若是被蜜蜂蜇了，他来负责，景区这才松了口。好在几年运营下来，基本安然无事。

从第一批500只蜂箱运上四明山，抓野蜜蜂培育、繁衍，5年下来，森鑫公司已发展到2600多箱土蜂，年产土蜂蜜25吨以上，成为宁波最大的土蜂蜜生产企业。

老巢蜜变成网红菜

42岁的周良是嵊州人，养蜂20多年。初中毕业后，他就跟着师傅，用大卡车驮着蜂箱跑花而居、追花而行，每年奔波几千里，当起了“游牧”的养蜂人。

“以前我们养的是意大利蜂，个头大，产蜜量高。”周良说，意大利蜂当天采的蜜当天就能割，采下的是水蜜，卖给收购企业。当气温降到10摄氏度以下时，意大利蜂就不出去采蜜

了，而且需要进食大量的白糖过冬。

周良说，养蜂采蜜辛苦，一开始还挺赚钱，但后来市场渐渐变了味，造假盛行，比如用低价油菜蜂蜜冒充高价洋槐蜜，甚至用果糖假冒蜂蜜等。2010年底，“假蜜门”被央视曝光，市场口碑崩塌。另一方面，水蜜经过工业化浓缩加工，营养成分损失很多。这几年，蜂蜜价格一路走低，很多养蜂人离开这一行业。

与意大利蜂相比，个头小、产蜜量低的土蜂却显示出独特优势。吕春波说，只要气温高于零摄氏度，土蜂就会离巢去采蜜，基本上全年无休，也不用喂白糖。一般来说，土蜂蜜3个月割一次，也有半年割一次、一年割一次，时间隔得越久，蜂巢颜色越深，营养价值越高，价格也越贵。好的老巢蜜，每公斤可以卖到200多元。

“因为蜂巢蜜完全是原生态

的，没经过任何加工，消费者看得到，也吃得放心。”吕春波说，公司起初通过微商方式营销，来四明山旅游的上海客人特别多，有的人喜欢上老巢蜜，老客户带新客户，名气慢慢做出来了。吕春波还组建了营销团队，把这一产品带进了上海的餐饮市场，有几家高档餐馆甚至把老巢蜜做成了招牌菜，切成小块给食客享用，大受欢迎。后来，央视一美食栏目摄制组在上海看到蜂巢蜜菜肴，特地循味而来，到四明山养蜂基地，拍摄了专题片，为森鑫公司做了免费广告。到2019年，该公司在上海市场的销售额有200万元以上。

土蜂蜜孕育大市场

吕春波说，蜂巢蜜是一块块的，与寻常蜂蜜大不相同，“为了保持产品形态的完整，我们定期用专车送去上海，成本很高。”受疫情影响，出省物流运输不畅，今年森鑫公司改变思路，大力开发宁波本地市场，就近销售。

一方面，传统的水蜜产品日渐式微；另一方面，本土蜜蜂的蜂蜜产品异军突起，让更多人看

到了土蜂的价值。眼下，宁波各地的草莓大棚里，用土蜂授粉已非常普遍，让小蜜蜂“外包打工”给养蜂人提供了新的出路。而且在海曙等地，也有农庄尝试规模化养殖土蜂，开发蜂巢蜜等产品。

市农业农村局政策法规与改革处的汪泳调研员看好土蜂蜜的发展前景，“投入少，经济价值高，又不占用耕地，很适合在山

区推广，促进山村共富。”今年，在市派农村工作指导员的牵线下，森鑫公司先后在宁海县的胡陈乡、深明镇和象山鹤浦镇南田岛等地，以“合作社+农户”的模式，建设蜜蜂养殖基地，对蜂农进行技术指导。在胡陈乡沙地下村，已经设置蜂箱500多只，入股村民40多户，并产出首批蜂蜜，森鑫公司以每公斤160元价格收购。土蜂蜜要做大市场，形成产业

亮点，还有不少难关要攻克。比如改进包装方式，防压防撞，让蜂巢蜜实现快速长途运输，扩大销售圈。“随着土蜂蜜产量的增加，后续深加工也要紧紧跟上，让更多人分享这‘甜蜜的事业’。”吕春波说，蜂蜜可以发酵用来做酒，他们已经研发出低度的蜂蜜酒和高度的蒸馏酒，消费者反映口感不错，首批500公斤蜂蜜酒一售而空。公司正与宁波的高校合作，改进工艺，实现蜂蜜酒的批量化生产。森鑫公司还用马蜂泡制药酒，并尝试把桃胶与蜂蜜结合，做成年轻人喜欢的潮流饮品，提升产品附加值。

为城市发展和基层治理贡献力量 镇海逾三成青年参与社区青春行动

记者 沈孙晖
通讯员 陈巍

随着吊车将电梯准确放入指定位置，一部全新的加装电梯像积木一般在单元门口拔地而起。“小倪，多亏了你的努力，电梯这么快就装起来了。”近日，镇海招宝山街道后大街社区西长弄弄51号的居民们，围着该区住房和建设局物业管理中心年轻干部倪天任连连道谢。“后续还要通电检查，相信过不了多久，大家就能用上电梯了。”倪天任的话让居民们欣喜万分。

这是后大街社区首部加装电梯，倾注了倪天任近两个月的心血。从提出申请、业主表决、费用分配，再到提交审批、安装施工，

作为“90后”的倪天任成天泡在老旧小区里，与社区干部挨家挨户宣传和讲解，协调解决加装电梯工作中的堵点难点。据悉，这已经是倪天任推动加装的第3部电梯了。

党的二十大报告指出，广大青年要坚定不移听党话、跟党走，怀抱梦想又脚踏实地，敢想敢为又善作善成，立志做有理想、敢担当、能吃苦、肯奋斗的新时代好青年，让青春在全面建设社会主义现代化国家的火热实践中绽放绚丽之花。在镇海，各条战线的青年骨干不仅立足本职岗位争先创优，还在团组织融入社区的探索实践中主动作为，为城市发展和基层治理贡献青春力量。

“社区作为城市治理的‘最后一公里’，是党和政府联系群众的

神经末梢，更是共青团引领凝聚、组织动员、联系服务青年的重要载体。”镇海团区委书记陈雯雯介绍，该区今年组织开展青年助力城乡现代社区建设行动，统筹多方青年力量下沉，根据社区需求推出纠纷调解、加装电梯、助老助残、疫情防控、文明创建等10多个社区青春行动项目，鼓励引导青年社会组织、青年文明号参与基层社会治理与社区服务工作。

11月18日，招宝山街道西门社区举行了一场老年人智能手机公益培训活动。在镇海区文广旅游体育局青年志愿者手把手指导下，近百名老年人学会了用手机点外卖、打车、预约挂号、查询公交车等操作办法。镇海区图书馆副馆长周晓卉是

当天活动中的一名志愿者。不厌其烦的讲解，让其嗓子有些沙哑。“这些程序年轻人用起来很简单，但教会老年人并不容易。”周晓卉说，老人们戴着老花眼镜，一边对照手机，一边在纸上记录操作步骤，认真学习的模样让她感受到参与活动的意义，“我们要多一点耐心，像陪伴长辈一样，帮助他们跨越‘数字鸿沟’。”

庄市街道同心湖社区60余名社区青年志愿者，每月到社区“青年之家”轮流开展“四点半”托管活动。“他们自发来到社区，帮忙照顾双职工家庭的孩子，开展课业辅导，还会组织孩子们画画、做游戏。”该社区党委副书记马佳瑞告诉记者，托管课程如果因为疫情暂停，志愿者们还会主动请缨参与社



周晓卉教老年人操作智能手机

(镇海团区委供图)

区防疫工作，“他们的服务惠及了近万名社区业主。”

青年唱主角，社区写青春。据悉，镇海已有逾4万名青年参与社区青春行动，在辖区青年群体中占比超过三成。而青年也正把个人所

能融入社会所需，日益成为镇海基层社会治理的生力军。“镇海将继续探索青年群体参与社区治理的新路径，发挥青年在参与社区建设等方面的独特优势和作用，为社区建设注入青春新动力。”陈雯雯表示。