

从开盲盒到精准验 职业验瓜师火了，你吃瓜了吗

正值夏日，旺盛的“吃瓜”需求带火了一项新职业——只需拍一拍，3秒就能挑出你想要的“梦中情瓜”，“验瓜师”这个职业最近冲上热搜，引发网友热议。这一职业怎么干？消费者怎么看？记者跟随验瓜师去体验。



职业验瓜师正在选瓜 视觉中国供图

“精准拍出七成半到八成成熟的瓜”

早上7点，在货车的喇叭声中，一箱箱西瓜正在瓜棚中过秤准备出货，这些西瓜都是刚刚从瓜园里摘下的。半人高的西瓜堆前，一个脸颊红扑扑、额头上还挂着汗珠的高个子姑娘张灵慧开始了一天的工作。1998年出生的张灵慧来自河北邯郸，前几年她来到北京庞各庄，工作就是筛选出合格的西瓜。普通消费者难以分辨好坏，她看一眼或听一下，就能知道是不是好瓜。

“每个瓜的声音都不一样。”张灵慧聊起西瓜来如数家珍，“生瓜皮硬没弹性，弹得手指头疼；熟过头的瓜声音闷，这种瓜切开后，往往瓜肉出了裂缝，放两天就会变质，不符合销售要求。我们要精准拍出七成半到八成成熟的瓜，多半成都不行，因为

熟过头的瓜消费者买回家很容易就烂掉了。”这几天，合作社到了出瓜的高峰期。“订量大的时候，我们每天需要拍上万个瓜。”张灵慧说。

像张灵慧这样的职业验瓜师并不少。来自河南省商丘市夏邑县的孙红凯说，验瓜并不是简单地“拍一拍”，需要丰富的经验和系统的技术。“我们得提前掌握不同品种、不同产地西瓜的特点，然后通过‘一看二拍三感受’的方法来判断西瓜的品质。”他解释道，“一看”是观察瓜蒂、纹路和底部颜色——瓜蒂卷曲、纹路扩散、底部发黄的西瓜通常成熟度更高；“二拍”是听声音，熟瓜会发出清脆的“嘭嘭”声，而生瓜则像拍石头一样沉闷；“三感受”是通过拍击时的手感判断，熟瓜会传递轻微的酥麻感，类似拍皮蛋的触感。

“不同品种的西瓜，声音和手感都不一样。”孙红凯说，“比如8424西瓜糖度高，声音更脆，而黑美人西

瓜则声音稍闷，需要长期积累经验才能精准判断。”他坦言，自己最初也是靠老师傅带，经过两三年的实践才真正掌握技巧。

“拍拍西瓜？我也行，让我来！”有网友调侃。但实际上，验瓜师的工作强度很大，在西瓜交易旺季，他们每天要检验6万至10万斤西瓜，相当于拍击上万次。一名好的验瓜师不仅要掌握丰富的西瓜种植知识，了解西瓜的生长周期、品种特点等，还要通过长期的实践积累经验，才能精准判断出西瓜的品质。验瓜师通常按件计费，每个西瓜收费2分到4分不等，高峰期经验丰富的验瓜师日收入可达1600元以上。

连接生产端与消费端的“品质桥梁”

“以前买西瓜就像开盲盒，切开之前不知道是‘报恩瓜’还是‘报仇

瓜’。”北京消费者张晓燕在盒马鲜生十里堡店挑选西瓜时，习惯性地拍了拍瓜，笑着对记者说，“我们自己买瓜时也会拍一拍，虽然听不出什么门道，但明显感觉这几年买到的西瓜品质有了很大提升。现在有了专业验瓜师把关，更能买到‘梦中情瓜’了。”

谁在聘用专业验瓜师？记者了解到，除了专业批发市场外，各大生鲜平台也纷纷引入验瓜师。

某生鲜平台有关负责人告诉记者，消费者对西瓜的需求量在加大，购买要求也日益个性化，比如有的要买约4千克/颗的瓜，有的则要买1千克/颗的瓜，有的追求糖度在10以上，有的则认为8—10之间刚刚好。经过验瓜师专业分级的西瓜，虽然在验瓜环节增加了成本，但通过精准分级减少了损耗，整体销售更好，价格也不会因此上涨。“过去因品质不稳定导致的退货率高达15%，现在降至5%以下，供应链效率的提升也有助于让利给消费者。”该负责人说。

从消费者反馈来看，记者走访北京多家商超和菜市场，多数消费者认为验瓜师的存在极大降低了买到生瓜、烂瓜的风险，也有不少消费者感觉“现在随手买瓜都是个甜瓜”。“以前买西瓜全凭运气，现在有的电商平台会标注‘验瓜师精选’，甚至能看到糖度检测报告，这让我更愿意下单。可能贵一点，但至少不会浪费钱买生瓜。”正在北京市三源里菜市场挑瓜的95后女孩王朗坤对记者说。

怎样成为“验瓜师”？据了解，

目前国内尚未设立国家统一的“验瓜师”职业资格认证考试，但多数从业者通过行业培训、企业内训、实践经验积累等途径掌握相关技能，继而获得认可。“验瓜师这一职业的出现，不仅为西瓜产业提供了专业的品质把控，也为就业市场提供了新的机遇，成为连接生产端与消费端的‘品质桥梁’。”商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所所长董超说。

精准消费，“精细分级”

验瓜师的兴起，反映了消费升级背景下，市场对农产品标准化、精细化的需求，也折射出中国农业从“增产导向”向“提质导向”的深层转型。“过去消费者更关注价格，而现在，成熟度、甜度、口感等指标成为购买决策的关键因素。”董超分析，传统农业依赖批发市场层层分销，品质把控相对松散，水平不一。而验瓜师直接介入供应链前端，以专业分级为产品做把控，有效解决了传统农产品交易中的信息不对称问题。“随着城乡居民收入持续增长，消费者对食品品质的要求显著提高。”董超说，“这种模式可复制到其他生鲜领域，如荔枝、芒果等，推动农产品整体品质提升。”

在西瓜上市季节，夏邑县专门组建了验瓜师队伍，在各个西瓜交易点配备一到两名验瓜师，为前来购买西瓜的客商验瓜。

当前，夏邑县现有西瓜种植户8000多户，西瓜经纪人200多人，职业验瓜师150多人。

据人民日报海外版

智能棋盘、手腕球、回弹健身球……

老年人的玩具开始畅销了？

智能棋盘、手腕球、回弹健身球……随着我国老龄化进程加快，一个曾被忽视的消费领域——适老玩具，正悄然成为银发经济的增长点。“银发族”被看见的需求何以成为创新的“催化剂”？适老玩具的背后，又勾勒着怎样的银发经济未来图景？



将棋子调大规格后，适老化国际象棋更适合老人娱乐使用

适老玩具撬动银发经济新支点

在中国广州市第二老人院的活动室，老人们与伙伴挥汗对战木质桌面冰球，比思维、拼技巧的老年益智玩具趣味赛不时开展。这些让老人着迷的玩具，正掀起一场银发经济的新浪潮。

国家统计局数据显示，2024年末，我国60岁及以上人口首次突破3.1亿人。在这一背景下，适老玩具逐渐从边缘品类跃升为新消费赛道。记者了解到，过去一年，淘宝平台上“适老玩具”搜索量同比增长124%，成交量同比增长超70%。从消费群体来看，55岁以上的消费者占比逐渐增高。

在义乌经营儿童玩具生意十年

的商户关卫江，敏锐地捕捉到这一风向转变。一年多来，在他所经营的天猫心育玩具旗舰店中，老年消费者更钟爱的健体玩具与益智玩具频频“爆单”，店铺用户画像中50岁以上的消费者占比升至三成。

“最畅销的产品是手腕球和旋转滚珠魔方。”关卫江说，这两款玩具分别属于健体型与益智型，运动强度都不大，但是趣味性足，适合大龄消费者日常锻炼、消遣时间。

适老玩具或将是一个极具潜力的赛道——有了这样的判断后，关卫江决定尝试新商机。

“其实，老年玩具与儿童玩具在锻炼反应力、抓握力、协调性方面存在共通性，有些儿童玩具甚至只需在细节上做一些微调，就能实现适老化转型。”关卫江回忆道，投产试水适老玩具仅3个月，店内的10余

种适老玩具成交表现就大超预期。此后，他投入更多的精力对产品进行研发与打磨。

“2024年春节前，我们的产品每天出货一万多单。”关卫江说，近段时间，拳击训练器、站立式乒乓球训练器等上架产品也广泛受到欢迎。

产业链创新照亮“夕阳红”

适老玩具市场的勃兴，不仅催生了新的消费增长点，更推动着传统产业链的深度变革。在这场产业跃迁中，浙江丽水云和县的转型尤为瞩目——这座“中国木质玩具之乡”依托数十年产业积淀，将木玩与老年康养深度融合，延伸出一条智慧产业链。

在云和县老年益智木玩研学基地，20名来自当地的学员正体验

“技巧球”游戏，体验如何让小球在抡起后能够准确落到球杆的不同部位。“看似简单，但是需要很大耐性，还要锻炼手腕的巧劲！”65岁的张阿姨感叹道。

传统木玩产业转型的关键，在于从“有趣”向“功能”的升级。截至目前，当地已开发生产200多款有助于提高老年人手脚协调能力、减缓记忆衰退的木玩产品。

浙江米米智康科技有限公司总裁殷茜告诉记者，公司通过与西安交通大学医学部脑健康科研团队、绍兴市阿尔茨海默病防治研究课题组交流合作，开发了兼具娱乐和健脑功能的老年益智木玩产品100余款，获得30多项专利，已服务500多家养老机构。

不仅如此，云和县加速布局海外市场，将老年木质玩具推广至海外养老机构、老年学校、社区公共空间等老年活动场所。

“2024年，我们的产品成功出口到德国、日本等市场，受到海外老年朋友的喜爱。”殷茜介绍，其定制化策略打通了海外市场——例如，德国老年人喜欢国际象棋，企业便设计研发富有质感的实木棋具；剑玉游戏在日本老年群体中受到欢迎，便专门开设专属生产线。今年第一季度，该企业生产的老年木玩产品销售额同比增长50%。

以健康需求为锚点，以在地产业为依托，以全球视野谋布局——适老玩具不仅关乎民生，更可以是创新引擎。云和县经济商务局相关负责人表示，当地还将探索木

玩文创产业的有机融合新路径，加大对老年用品核心技术研发及产业化的支持力度。

银发经济勿忘“老有所乐”

在浙江省中山医院老年医学科主治中医师李思敏看来，适老化玩具的流行，本质上是社会对老年精神需求的回应——他们追求的不仅是生存保障，还是生命质量的延续。“老年人退休后社交空间明显缩小，容易感到寂寞，而合适的玩具可以给他们的生活带来许多乐趣。如桌游、卡牌等游戏需要多人配合，老年人通过参与这些活动可以增强社交互动频率，这有助于降低压力激素水平。”

此外，在选购玩具时，老年群体可匹配自身兴趣，根据过往爱好加以选择。“比如，喜欢音乐的老年朋友就可以选择节奏类玩具。”李思敏说。

企查查数据显示，近十年来，我国银发经济相关企业注册量逐年增加。2024年我国累计注册约8.3万家银发经济相关企业，创近十年注册量新高。

中国老年学和老年医学学会老年教育分会总干事张劲松表示，细分市场领域的创新机遇正不断打开银发经济新窗口。张劲松表示：“随着60至70岁的‘新老年’群体正以活跃的消费姿态打破‘衰老即衰退’的陈旧认知，银发经济也有望从保障型消费向品质型、享受型消费跃迁，释放巨大潜力。”

据半月谈