

面包卖出“工厂价”，香不香？

——扩内需促消费一线行②①

■文/图 记者 沈婷

听说过毛衫工厂店、家纺工厂店，倒是还没听说过面包工厂店。

昨天中午，市区和平路上的美丽家族工厂店内，队伍已经排了二三十号人。有旁边工厂里趁午休出来的工人，有特地开车从平湖、桐乡赶来的小夫妻，还有熟门熟路的大爷大妈。店内，碱水面包4元/个、奶酥面包4元/个、培根芝士面包5元/个，大部分都不超过6元/个。

到了下午1点半，配送车刚到店门口，店员一边快速理货，一边反复提醒顾客：“蛋糕胚边角料5元一袋，每人限购两袋，排队取号！”不到半小时，百来袋蛋糕胚边角料便被抢购一空。

据美丽家族运营总经理徐嘉佳介绍，门店周边厂房多、来往职工基数大，企业自去年11月开始，盘活厂区北侧50米处的闲置商铺，创新落地“前店后厂”直营模式。从开业之初少有人知，到现在各方“安利”，如今周末的营业额可达到2万元左右，已成为嘉兴不少“面包脑袋”的心头好。

其实，这样的面包工厂店在嘉兴还有不少。

位于秀洲区车港镇的浙江新爱食品有限公司工厂店里，上百种产品价格大部分在10元以内，6月12日正式营业后，日均售出900单，周末客流高峰单日销量可突破1200单；平湖的桃李面包工厂直营店主打低价，奶油小贝、芋泥夹心面包、巧克力夹心面包等产品一大袋仅售3.5元，每天上午9点在保安亭开售，常常排起长队；同平湖的一鸣食品工厂店同样实惠，面包、饭团单价多在2至4元。

平价实惠、新鲜现制、环境简约……这被藏在厂区门口的面包工厂店迅速出圈，成为市民实现“面包自由”的好去处。这股热潮背后，其实是烘焙行业清晰可见的消费转向。

前些年，烘焙赛道盛行轻奢打卡风，商圈网红门店遍地开花，一块碱水结卖20多元，小蛋糕动辄三四十元，面包从日常主食变成了轻奢打卡道具。不少人抱怨，买顿早餐面包就要二三十元，长期真扛不住。与此同时，烘焙工厂在生产中会产生外形微瑕、边角余料产品，品质口感无差别，却因外观标准无法供给连锁门店，大多只能低价处理甚至废弃，造成食材浪费。一边是消费



者不堪高价望而却步，一边是优质原料无端损耗，供需两端的错位，正好给工厂店留出了空间。

“前店后厂”为啥能把价格打下来？徐嘉佳道出核心原因：依托原工厂大批量采购压低原材料成本，冷冻锁鲜技术减少了成品损耗，门店开在工厂门口又省掉物流费。说白了，就是去掉中间环节，让面包从生产线直接到消费者手里。

这波工厂店走红，本质上是大众消费心态的转变。当前，烘焙行业的品牌价值正从“颜值溢价”“手工概念”走向“性价比”“高频刚需”。此前不少年轻人愿意为网红装修、品牌噱头、社交打卡支付溢价，追求小众精致、氛围感十足的烘焙体验；如今，经济环境与消费观念共同推动理性消费浪潮，消费者回归食品本身“新鲜、好吃、实惠”的核心需求。

但火爆的工厂店模式，同样暗藏不容忽视的发展短板。工厂店普遍装修简陋、服务简单，对看重购物体验的顾客吸引力有限；低价策略如果引来一堆跟风作坊，光靠压价抢市场，迟早会把整个赛道口碑做烂；再加上消费者如果盲目囤货，面包过期浪费也是不可取的。

想要让人人可及的“面包自由”长久延续，也需多方协同发力。对烘焙企业而言，低价不能成为降低品质的借口，应坚守优质原料底线，建立标准化品控流程；同时跳出单纯价格战，挖掘差异化特色，打造自有爆款点心，平衡平价与产品创新。消费者也要树立理性采购观念，按需购买，拒绝过量囤货。市场监管部门需加大对工厂店巡查力度，规范食品储存、加工的卫生标准，严查使用劣质原料、虚假宣传等行为，守住食

品安全底线。长远来看，工厂店可探索线上线下融合模式，推出限量预订、分时段售卖模式，精准匹配客流，减少临期食材损耗，平衡经营收益与便民属性。

小小一家面包工厂店，承载的是普通人日子里那点实在的小确幸。这份触手可及的“面包自由”，也在推动烘焙行业慢慢走出溢价内卷，走向接地气、可持续的路子。



扫一扫更精彩

经济走笔

累计销售超1.1万台，订单已经排至明年——“嘉兴造”无人车驶向全国

■记者 陈曦 实习生 屠瑶婕 通讯员 沈歆妍

昨天，记者走进位于桐乡经济开发区的尚元智行(桐乡)科技有限公司，一辆白色的智能滑板底盘从不远处缓缓驶来，左前灯一闪一闪，在路的尽头丝滑转弯。

“这是X1，今年3月发布，是基于上一代W系列底盘的运营大数据升级而来的。”该公司副总经理张豪斌指着正在调试的滑板底盘说，这是一款适配1立方米体量的微型滑板底盘。

2024年6月，尚元智行落户桐乡后效益便开始翻番增长，2025年实现营收破亿元。今年更是立下新目标：营收冲刺2亿元大关，实现全年交付产品8000台。眼下，在手订单已排至明年。

这速度，让人不禁想问“凭什么”？答案就藏在这家公司的“基因”里：既有硬核技术的深度自研，也有产业链协同的生态滋养，还将实现算力赋能的数据飞轮。

走进展厅，一辆红色的T300无人厢式消防车尤为显眼。它高度仅1.7米，却搭载了12个摄像头，配备了临时打压泵、储备了泡沫、水和水管，相当于一座微型移动消防站，它能抢在大型消防车抵达前，快速压制火势。更巧妙的是，车顶凸出的摄像头接入了专用大模型，可与消防部门联动，自动检测火情并第一时间上报。

再往里走，一个满是黑白图案的车间，透着神秘气息，原来这里是AD标定室。只见一辆无人车驶入停稳，地面两根黄色长条缓缓收紧，夹住轮胎，电脑端随即跳出一系列数据。“无人车依赖摄像头、激光雷达和超声波雷达等多种传感器获取环境信息，出厂前必须做标定，确保传感器数据准确。”张豪斌表示，过去人工标定耗时、精度不稳定，如今标定室全自动操作，仅需10分钟，比以往缩短了一个多小时。

从柔性生产线到检测线、淋雨线，再到自动驾驶，每一辆无人车都要走完这些工序，最后还要在综合试验场接受严苛的“毕业考”。



占地20亩的试验场内，每天有20多台产品进行不间断测试。鹅卵石路、颠簸路、涉水路……18种模拟路况轮番上场。“新车型要跑满10000公里，相当于每天跑200公里，连续跑数月，才能拿到上市‘通行证’。”张豪斌说。

目前，尚元智行的智能滑板底盘及无人车累计销售超过1.1万台，行驶里程近9000万公里。实际运行中积累的海量数据，不断反哺底盘算法，让车越用越“聪明”。

“聪明”的背后，更是科技创新的硬核驱动。今年4月，新一代X5-MAX线控底盘亮相：高压平台、线控冗余、E-fuse保险丝——三项技术业内首发，迅速进入大客户量产配套。底盘域控制器同步上线。硬件从内向外迭代，软件从底层架

构到安全逻辑全面升级。

不止于此。今年10月，电子机械制动EMB还将登场，取代传统电子液压制动EHB。EMB既有灵敏的响应时间，还能够杜绝液压漏油隐患，并具有布置简单的特点。目前，已在试验场车上“跑”了起来，即将批量列装。

企业的跨越式发展，离不开与桐乡本地企业的紧密合作。正是这种产业链协同，让尚元智行拥有更强的竞争力。

一辆无人车由300多种零部件构成，蜂窝板来自振石控股，骨架与钣金来自蜂巢传动，而整车又服务于巨石集团的内部物料转运——从上游材料到下游应用，企业间相互配套、互为市场。这一闭环协作，既降低了供应链成本，也提升了响应效率，让尚元智行在本土生态中形成不可替代的竞争力。

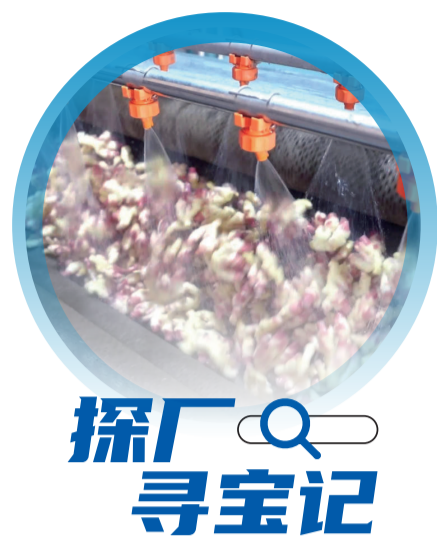
场景数据越积越厚，尚元智行的研发逻辑也在迭代升级。算力将是未来企业发展的关键支撑。企业依托乌镇之光超算中心，算力资源近在咫尺。高效的数据处理能力，让模型迭代周期大幅缩短，从数据采集到算法优化，形成闭环。

“车辆正在调试中……”一辆白色无人车发出声响并向前驶去。在技术突破的新节点上，尚元智行正加速前行。



扫一扫更精彩

民营企业正当时
智算未来



探厂寻宝记

昨天上午，记者走进位于南湖区新丰镇的新丰生姜开发有限公司旗下生姜品牌“姜中煌”生产车间，一股清新、带着泥土气息的甘香扑面而来——全然不是想象中生姜的辛辣刺鼻。循香望去，传送带匀速运转，气泡清洗池里水花翻涌，嫩黄的姜块正欢快地翻滚。

这仅仅是第一步：清洗。腌制、脱盐、脱水、灌装、杀菌、封口……一颗新丰嫩姜从收购到入库，要闯过32道“关卡”。车间里，大部分工序已实现半自动化：灌装机精准地将姜块送入瓶中，贴标机“啪”的一声贴好标签，玻璃瓶便乘着传送带，缓缓通过杀菌区和晾干区，井然有序。

但记者很快注意到，整条流水线上，唯独分拣环节至今保留着纯手工作业。四五位工人围坐在操作台前，手指翻飞，将一块块生姜精准拆解，分门别类。为什么偏偏这一环不交给机器呢？

“因为姜的形状不规则，用机器切，它分不出哪段最嫩、哪段适中，哪段已经老成了根茎。”企业负责人吴霞是位90后返乡创业姑娘，指尖在姜身上轻轻一划演示：“我们得精准地把它分成三部分：最嫩的拿去做招牌酱汁嫩姜，中间段做另一规格产品，最老的根茎挑出来晒干磨粉，做成红糖姜茶、姜粉。机器切下去是一刀切，可人的手，知道姜的‘脾气’。”

这种“脾气”，正是新丰姜数百年攒下的底气。新丰镇种姜历史可追溯至明代，六百年传承，让这片土地上的生姜生出了独特的秉性。如今全镇生姜种植面积达9000亩，产量占浙江全省一半；嫩姜与腌渍姜均已注册国家地理标志商标。而全镇95%的生姜，最终都流向了“姜中煌”所在的这家企业。

底气来自历史，更扎根在源头。记者随后走进姜中煌与浙江省农科院共建的试验田，嫩绿的姜苗在智能滴灌的精准滋养下舒展身姿，生机盎然。“嘉兴这边的土是黏土，姜长得慢，产量是别处低一点，但品质好，腌出来的味道细、脆、香。”说话的是吴霞的母亲吴文金，也是新丰嫩姜加工技艺的市级非遗传承人。她本不善言辞，可一说到种姜，立马头头是道。

从土壤微生物的科学调控到精准水肥管理，从生态防虫到姜种脱毒技术创新，现代农业科技已渗透进这片姜田的每一环。而每一项技术落地，都由吴文金亲自把关。在她看来，一颗好姜，从种子入土那一刻就得把握好。正是这股从源头就较真的劲儿，让“姜中煌”的嫩姜，还没进车间，就已经赢在了起跑线上。

吴文金从2003年起就开始从事生姜加工，可当年她的姜，只在本地集市和周边村镇打转。2016年，其女儿吴霞大学毕业，毅然返乡创业，接过了传承接力棒。她做的第一件事，就是把姜搬到电商平台。如今，她干脆把直播间搬进车间。传送带旁，手机和补光灯早已架好，吴霞侧身指着身后运转的灌装线，对着镜头说：“大家看，这就是你们收到的那瓶姜，刚从这条线上下来！”“阳光工厂式”的直播，让消费者亲眼见证一颗姜从分拣到灌装的全过程，迅速拉近了与年轻群体的距离。从线下小摊到线上爆款，一颗小嫩姜就这样撬动了一场传统农业的转身。如今，“姜中煌”全平台年销量已超600万元，且每年保持10%的增长。

从明代姜田到车间直播，从指尖分拣到半自动生产线，一颗新丰嫩姜历经32道工序，终于从田间抵达餐桌。车间里飘出的那股甘香，正伴着直播间里的吆喝声，飘向更远的地方。



本版图片除署名外由受访者提供

母女接力让传统生姜产业走出转型新路——六百年姜香飘进电商直播间

■记者 吕同