

一颗果子激活“田园引力”

——扩内需促消费一线行⑬

■文/图 记者 吕同

6月的嘉禾大地，田间地头瓜果飘香。日前，记者走进海宁市长安镇兴福村的植物图书馆农场，只见一串串紫黑色的浆果垂挂枝头。孩子们弯腰剪下果实，边采边往嘴里塞，被甜美的汁水染成了“大花脸”。游客王琳丽拎着满满一篮黑莓，兴奋地举起来让同伴拍照。“我们专门从杭州过来的，之前在小红书上看到推荐，得知这里又出片又好玩，果然没让人失望！”

让人没想到的是，黑莓最初只是农场切花业务的“配角”。农场负责人徐朱峰介绍，当初把黑莓当作插花素材引进，几年精心养护下来，长势意外喜人。于是他们顺势把这5亩黑莓地转型成了采摘项目，没想到一下子就成了“流量密码”。

眼下，黑莓采摘季临近尾声，农场又趁热打铁，瞄准端午节市场，准备推出艾草、薄荷主题的端午挂件DIY活动，一系列接连不断的花式体验让人气持续攀升，营业额较往年同期提升了20%。

一颗浆果的走红，绝非偶然。在嘉兴的田野上，“采摘经济”正重塑消费的时间和空间。

梳理一下嘉兴的“采摘日历”，你会发现它几乎填满了全年12个月。嘉善罗星街道鑫锋村以“桃喜莓莓”IP赋能，草莓季从当年12月持续到次年5月，番茄季则覆盖3至6月，果期全年无断档；海宁黄湾镇更把四季瓜果安排得满满当当：1月葡萄柚、4月樱桃、6月杨梅、9月葡萄……依托这条“四季不断档”的水果供应链，黄湾镇将7个村的分散果园、山水资源与文旅业态编织成一条“金链条”，2025年片区共计接待游客131万人次，实现营收超1.5亿元。这背后，是嘉兴突破传统农业“看天吃饭”的季节性局限。月月有果熟、季季有采摘，把农业的季节性约束转化为连续性供给，它带来的不仅是更长的经营周期，更是让消费者“田园期待”随时可以兑现。消费的“热度曲线”因此不再是短促的一波流，而是一条平缓绵长的上升弧线。

采摘消费的火热，当然不靠“果子好吃”。在物质供给丰富的今天，将流量转化为“留量”的真正密码，是人们愿意为“独特的体验”和“有意义的时间”买单。

植物图书馆的转型便是一次生动的印证。这家农场最初只做切花供应，但



每到花期，大批游客自发前来拍照打卡。于是，花艺课堂、黑莓采摘节、香薰手作等体验项目相继落地，从“卖花”转向“卖体验”，完成了从田间生产到消费前端的场景升级。这看似经营品种的简单叠加，实则是围绕消费者的参与感、仪式感和社交需求，将一次性的采摘行为扩展为沉浸式的生活美学体验，客单价和复购率由此跃升。

这股“求变”的风潮在嘉兴处处可见：桐乡桃园村的携李园里建起了空中景观栈道，村民把皮划艇、村咖、野火饭引入果园，让游客摘完果子还能“再泡半天”；南湖梅花洲农业园区、秀洲区千亩草莓园等，则将草莓采摘与古镇、湿地、温泉等景点串联成“一日游”线路，把一张采摘票延伸为半日甚至一整天的消费链条。

这些看似松散的“混搭”，其实有一条清晰的主线：以采摘为“入口”，以多元场景为“接口”，把零散的点状消费编织成链状的体验闭环。当采摘从一项单纯的农事变成一种融合自然、手作与社交的生活方式，消费活力便从泥土里自然而然地生长出来。这种内生的消费动力，比单纯的价格促销更持久，也更能有效带动农民增收和集体经济增长。

而“采摘经济”的持续走热，离不开政策的“推一把”。《2025年嘉兴市大力提振和扩大消费实施方案》明确提出：“推动63个乡村运营重点村丰富业态，吸引消费”。文旅部门则把目标定得更具体——2026年全域游客人次、旅游综合收入同比增长6%，围绕“古镇+”“乡村文旅”持续深化融合。

政策的力道，最终落到了田野里的

客流和营收上。2026年清明假期，全市113个3A级景区村庄接待游客52.82万人次，营收1323.56万元，同比分别增长24.83%和54.23%；“五一”假期，全市3A级景区村庄接待游客149.3万人次，营收4848.13万元。这些数字印证了，政策杠杆一旦找准“场景创新”与“业态融合”的支点，就能撬动可观的市场增量，让消费热度有了坚实而可持续的依托。

端午将至，田间地头的瓜果正随节气渐次饱满成熟。这份带着泥土芬芳的活力，或许正是嘉兴乡村消费最生动的底色。

经济走笔
扩内需促消费一线行



企业新链接
走企业，看高质量发展

【企业新链接】

浙江屹立机器人科技有限公司是一家集专业研发、生产、销售和服务为一体的工业机器人集成应用商。主要产品有关节机器人、桁架式机器人、协作机器人自动化生产线，专业为新能源汽车、人形机器人企业定制核心零部件自动化、智能化制造设备。细分领域集中在齿轮、传动轴、球笼、星型轮，以及各类机加工机床配套的自动化。公司为机械加工企业提供一站式软硬件集成方案。

2025年5月，公司从嘉善搬至嘉兴市南湖区七星街道。作为省级专精特新中小企业，屹立机器人凭借准确的市场定位和扎实的经营思路，在复杂多变的环境中实现逆势增长。2025年公司走出了一条逆势上扬的亮眼曲线。

【行业新动态】

来到浙江屹立机器人科技有限公司正门中央，一座极具设计感的大型金属雕塑LOGO格外醒目。整体呈V形外框，银灰色金属质感搭配蓝色色块，线条锐利硬朗，一股浓浓的科技气息扑面而来。

谈及日常工作状态，董事长许振红笑着打趣：“厂里特意留了董事长办公室，可我根本坐不住，不是泡在生产一线，就是外出跑市场、见客户。”

产品定位：一毫米宽度，一公里深度

“很多企业死掉，是因为什么都想做。”许振红说。

深耕行业多年，许振红有着精准的经营思路——用“高、精、尖”的产品定位，深耕“一毫米宽度，一公里深度”。当前公司聚焦关节机器人、桁架机器人自动化等核心品类，主要做机加工的三个细分赛道：球笼、齿轮、传动轴。而这三类零部件正是新能源汽车、人形机器人产业的核心配套件，精准踩中当下热门产业风口。

“不管哪个风口起来，我们都站在下面。”她乐呵呵地说道。

但光有方向不够，还得有“降维打击”的打法。凭借多年服务高端客户（万向钱潮、比亚迪、欧迪恩等）积累的技术能力，公司推出一款售价仅十来万元的协作机器人工作站，专供买不起百万级设备的小企业。

“就像小罐茶，把高端品质拆成小包装，普通市民也能买得起。”她说，“我们用高品质做下沉市场，这就是降维打击。效果立竿见影。”据介绍，一家轴承厂买了她的设备后，发现一台机器能干原来四台的话。

亮眼口碑的背后，是企业对技术创新的极致追求。车间里，研发团队对机械臂的重复定位精度死磕到0.01毫米；实验室里，为产线算法的稳定性反复调试上千次；当客户提出柔性生产需求，团队推翻既定方案、重构技术路径，把单一设备升级为“机器人+数字孪生”的整体解决方案，拓展新的智能制造场景边界；面对行业“卡脖子”技术，团队投入千万元研发基金培育核心团队，坚持自主创新。

如今，公司手握91项专利技术，强大的技术储备成为企业驰骋市场的硬核底气。

营销突围：从“蜗居”到“出圈”

有了产品，但怎样才能让更多人知道、认可？时间倒回一年前，许振红的公司还“蜗居”在嘉善一处1500平方米的老厂房里。“客户一看，心里就没底，大项目不敢给你。”她回忆道，尽管自己在视频里把项目讲得非常有力，可人家一上门，眼神里明显有失望感。

那时候，有朋友半开玩笑，说她“口气大过底气”，也有人劝她现实一点。但许振红不信这个邪。通过2年多时间的努力运营，找政府、找投资人，去年5月，屹立机器人终于搬入占地21亩的新厂区，五层办公楼、标准化生产车间、智能仓库、多功能培训室一应俱全。

“搬到这里之后，订单量很快上去了。”许振红说，“客户一看你有实力，心里踏实，愿意下单。”去年8月，公司订单增长率一度达到90.8%，虽然因为交货压力太大主动“踩了刹车”，但全年依然保持着稳健增长。她说：“我们定位中高端不是一句口号，而是要做到。做到不是什么都去做，而是选择哪些不做，这需要艰难地取舍。”

许振红还亲自出镜运营短视频账号，每日更新产品讲解、项目案例视频。只见厂区参观通道墙面上，几块二维码展板格外显眼——掏出手机扫了扫，一段动画视频立刻弹了出来：“这是我做的项目展示，1000多个项目，每一个都有自己的‘身份证’，这样看着方便又省钱。”

“我每天发，总有几个人来询价。”她满怀信心。如今，公司还积极拓展海外市场，在泰国、马来西亚、越南、柬埔寨等东南亚地区占据近5%的市场份额。

采访结束时，许振红坦言：“我现在最大的烦恼，就是成长的烦恼。越干越来劲，也需要不断超越自己。”

“通过努力，公司将继续保持每年20%的稳步增长速度，不断打磨产品、深耕技术。”对于公司的未来，许振红有着清晰的规划。

一位90后“全国先进个体工商户”的生意经

■记者 周丽丽 通讯员 沈美琴 图片由受访者提供

昨天，桐乡濮院镇油车桥粮油农机专业合作社理事长刘惠婷将100多吨小麦送到粮站。这是今年合作社粮食烘干入库后卖出的第一批粮。仓库里还堆着不少，接下来得陆续出库。她来不及细算卖了多少钱，转身又钻进拖拉机驾驶室——小麦腾出的田块正等着翻耕，机插秧的农时一天也误不得。

这是她回村务农的第14个夏忙。几天前，全国先进个体工商户表彰大会在北京举行，刘惠婷榜上有名。可她顾不上高兴，“粮还没卖完，地等着耕，秧等着插，一刻也耽搁不起。”

从会计冠军到插秧高手

1990年，刘惠婷出生于油车桥村的一个农民家庭。为了让女儿到城里上班，后来父亲把她送到浙江工业职业技术学院读会计专业。

2012年，她代表学校参加全国用友电算化比赛，拿下特等奖。宁波一家培训机构向她伸出橄榄枝——教电商会计，工作体面，收入也可观。

可刚实习满3个月，转正当天，她辞职了。原因来自父亲的一通求助电话。那年，父亲流转了300多亩地，还接了周边农户1000多亩的机插秧任务。育秧、催芽、插秧，工序复杂，父亲累得胆囊炎反复发作，经常半夜急诊。

“我爸不会轻易开口，那次是他太怕耽误了乡亲们的农事。”回村时正值插秧季，她学习了半天操作插秧机，第二天就下了田。刘惠婷至今还记得被乡亲们围观的情景：“一个女大学生，会插秧？他们拿放大镜看我，稍微插得不齐就议论。”

凌晨四点就起床，深一脚浅一脚地插秧，换来的却是这样的评价。委屈吗？委屈。但她没吭声，回去问父亲、问厂家，琢磨插秧距、控深度。第二年，那些挑剔的农户主动点名：“一定要小刘来插。”

“他们觉得我插得比老手还好。从那天起，我再也没想过离开这片土地。”说这话时，她黝黑的脸上漾开自信的笑容。不善言辞的父亲看了她一眼，



眼神里有心疼，也有欣慰。操作农机这件事，刘惠婷似乎有天赋。小时候，她就喜欢跟在父亲后面修手扶拖拉机，四年级时就能开拖拉机下地。2013年，她成立惠婷家庭农场。此后十几年，插秧机、收割机、无人机……能开的全开，要修的全会。“我不是全开，但必须会。万一手机忙不过来，我能顶上；而且散户田少，叫不来大机手，我开过去个把小时就能帮人家收完。”

她说得轻描淡写，而背后的辛苦只有自己知道。夏忙时节，顶着烈日高温，插秧机没有遮阳棚，一天十几个小时晒下来，人像从水里捞出来似的。冬收更苦，寒夜里收水稻，耳朵冻出冰碴子，“收着收着，感觉耳朵不是自己的了”。

新农人的账本里不只有利润

如今，她在家人的支持下流转了2000多亩地，覆盖周边4个村。她牵头运作的油车桥粮油农机专业合作社，从最初7名社员发展到110人，固定资产突破860万元，水稻耕种收机械化率达100%。她搭建“田间大课堂”，2025年累计培训本地农民2000多人次。

“以前种田靠苦力，现在靠脑力。”科学管理、精准施肥、无人机飞防……今年她预判雨水偏多，特意把小麦田开深沟，增强沥水性。最近实测测产，她的平均亩产达到600.84公斤，每亩比往年增收100元左右，“别小看这100元，2000亩就是20万元呢。”

麦子抢收那几天，多数烘干房不愿做代烘干——占地、费人工、利润薄。刘惠婷却每年都做。“赚得虽少一点，但稳定，关键能帮农户。”

前不久，农户盛业华拉着两车麦子急得团团转：“原先说好7毛5分一斤，装好车后收购老板突然反悔，只给6毛8分。”卖的话，损失一万块；不卖的话，水高，捂一夜就坏。一筹莫展时，他想到了刘惠婷。

由于那次的货车不带卸功能，刘惠婷便带着用铲车卸，73吨小麦，从晚上7点到次日凌晨3点。卸完、烘干，还帮着联系了一个靠谱的买家。“如果没人帮我，麦子就得烂掉。”盛业华感慨地说。

“不愁卖”的底气：只做回头客

记者采访时，烘干中心院子里摆着

很多蛇皮袋，乌镇恒源油坊的老板王晨正往车上搬菜籽。他捏起一把放在鼻尖闻了闻：“日晒的比烘干的香多了，榨出来的油，本地人就认这个味儿。”每年这个时候，他都准时来拉货，一次几十袋，从不还价。

刘惠婷的“货”，似乎从来不愁卖。

比如她养的五百多只鸡鸭鹅。每年两批，放养在田里，吃的是自家产的小麦和水稻。“不吃饲料，最多重五六斤，肉紧得很，炖的汤上面漂一层金黄的油。”她说。没有网店，没有直播，连个像样的招牌都没有。可每到年底，濮院羊毛衫市场的老板们就打电话：“今年给我留十只，过年送人。”

同样“佛系”的，还有她种的定制米。客户提前说好要多少，她按需种植、现碾现送，不压货、不浪费。有人劝她注册商标、进超市，她嘿嘿一笑：“我就做回头客，口碑比广告管用。”

不过，别以为她只会“躺平”做老生意。今年，她与种业公司合作，参与“嘉善优610”杂交稻制种。

制种是个技术活。公本母本要拉花授粉，时机、风力、湿度都得掐得死死的，差一点都不行。“种业公司提供亲本，全程技术指导，最后回收。”一亩地保底2800元，产量高了还有额外奖励。试种成功的话，她打算在周边推广。“我们这边的人勤快，你赚钱了，他就跟着干。大家一起赚，不好吗！”

她算得清，也看得透。从特等奖会计生到全国先进个体工商户，刘惠婷用了14年。她放弃了城里的工作，换来了100多个社员的家底、2000多亩土地的生机，和一个村庄对现代农业的信心。

有人问她后悔吗？刘惠婷跳下拖拉机，拍了拍身上的土：“干农业，很有奔头！”

嘉优小店