

村里来了年轻人

密云山间新农场

韩秉志

当人们由城到乡的诗意栖居故事被反复讲述,真正的考验却隐藏在土地深处——新农人能否真正扎根?能否与乡村产业同频成长?

位于北京密云山区的飞鸟与鸣虫农场,为我们提供了一个值得认真观察的样本。8年前,这是一片荒草覆没的农地;如今,它成为北京生态涵养区内一个同时运转着生产、教育与社区的小型系统。

在这场发生在密云山间的实践中,农场两位创始人李一方和王婧没有把“回到乡村”当作城市年轻人的一次转身,而是试图验证一个问题:生态农业,能否成为更多年轻人的事业选择?

理想照进现实

2025年前8个月,是飞鸟与鸣虫农场成立7年来,经营状况最差的一段时间。

账目并不复杂,却始终对不平;农场活动照常开展,收入却迟迟跟不上。李一方心里清楚,把理想落到真实土地上,远比纸面推演困难得多。

来到密云前,她和王婧属于“看过世界的人”;李一方毕业于伦敦政治经济学院,做过10年国际组织项目管理和双语新闻发言人;王婧毕业于北京大学,曾是被不少媒体报道过的农业和食品安全专家。

在她们职业路径里,乡村并非“唯一选项”。但这种“有退路却选择留下”的状态,恰恰构成了成为新农人最稀缺的前提条件之一。

为了验证文章开头的问题,李一方频繁接触各地新农人,结论回到同一个判断:仅靠销售农产品,小规模生态农业很难长期存活,并难以与城市消费者建立稳定而有效的连接。

“有机农业的价值,绝大多数是外部化的。”李一方解释,更公平的乡村结构、更可持续的生态系统——这些价值真实存在,却很难在交易中被看见。单靠会种地,不足以支撑生态农业成为一份长期职业。

她和团队意识到,要让更多人真正进入农业,让原本看不见的价值被体验、被理解、被认可,意味着农场不只是生产场所,还必须承载教育、文化与社区关系。

这是一种高度跨界的能力组合。2015年,国内几乎没有类似成熟案例,“那就不如自己来试一下”。

李一方少年时代的理想,是成为像珍妮·古道尔那样的生物学家。但在工作中,她不断被农业场景所击中:在广州朋友的农场,她和有机肥“住”在一个屋子里,戴着口罩睡觉;

在东北,她第一次深入了解用发酵床养猪的有机农场,木屑混合菌种几乎没有异味。

“那一刻我突然意识到,我并不知道要做一个怎样的农场,但想留下一个‘作品’、一种生活的可能性:如

果不依赖补贴、不靠短期输血,生态农场有没有可能形成一种自我运转的状态?土地、食物、教育、人与人之间的关系,能不能被重塑?”李一方说。

位于密云区溪翁庄镇金巨罗村的飞鸟与鸣虫农场,就这样诞生了。

推开门,最先映入眼帘的是一条滑梯。孩子们从滑梯上冲下来,穿过沙坑与木屋。不远处,面包窑正升温,柴火味道慢慢散开。小鸡、小鸭、小鹅在院子里来回踱步,再往里,是被不断调整用途的土地——种植区、活动区、营地,没有固定动线,也没有刻意设计的景观。很多设施,都是和来过这里的人一点点共建出来的。

面包与零碳

因为“几个城市女性下乡种地”的反差被人记住;很多人来到这里是来参加——但对于飞鸟与鸣虫来说,其生命力不在宏大的规划上,而发生在一炉炉面包、一块块土地的细节中。

王婧最早提出做面包时,没有成熟销售渠道,没有成体系的烘焙设备,更不确定价格不算便宜的手工面包是否有人买单。王婧先做的不是品牌,而是窑。

那是一座从零开始的面包窑:选址、砌窑、通风、烟道……第一次点火,火候失控,倒灌的烟呛得人睁不开眼睛;窑温不稳,面包不是外焦里生,就是整体塌陷。失败被记录在日记里:温度曲线、发酵时间、面粉状态,一项项被拆解。

面包窑建好后的1个月,王婧每日走路去工地烧窑,脸熏得像个大包公。“这东西怎么能烤得了面包呢?”“这些姑娘就是玩票,待不了半年就得回城去。”村里有人说。

使用天然酵母+柴烧的面包窑,全靠面包师的经验。面团发酵到刚好时,窑温也必须刚好。王婧睡在面包房的地板上,整夜盯着酵母发酵。

第一炉面包终于烤制成功。上线开售第一天,面包预订一空。

于是,有了“百日百包”计划——连续100天,每天做一款不同的面包。因为农场需要把“时间价值”变现的产品,而面包是难得能把土地、劳动、附加值压缩进价格里的对象。

积累经验后,王婧也有了新的想法:“为什么不自己种麦子?”

对于一个小农场来说,种小麦意味更长的周期、更高的不确定性。从做面包,到掌握面包的源头——麦子,这一步把她们从手艺推向农业系统。进入轮作的麦子融入土壤改良计划,进而成为品种和气候的观察对象。面包,不只属于厨房,也和土地、时间发生了关联。

没有追求快速扩张,面包的制作保持节奏:限量、预订、季节性变化;中秋做月饼,每年有不同主题;日常面包不断更新,但有一部分经典款被保留下来——“保留40%,更新60%”的原则,逐渐成为农场活动整体运营的隐性规则——既不被经验绑架,也不让系统失去稳定性。

有人专程驱车到密云取面包;有人在节日里把它当作“能讲清楚来历的礼物”;也有人因为面包第一次走进农场;

还有人来取经也想做窑烤面包。

如今,面包成为飞鸟与鸣虫最稳定的一项收入来源。每到年终结算,账目被一笔笔摊开,农场收益的40%用于反哺乡村;农场绝大部分员工都是周边村镇的女性,她们在家门口就能实现增收。

与王婧的面包并行推进的,是李一方主导的零碳实践。

那时,飞鸟与鸣虫农场的轮廓基本成型:土地、有机种植、食物加工、亲子活动、社区共建。她们开始意识到一个问题:如果这些努力仍然依赖外部能源、依赖城市系统的持续输血,那么它终究无法成为一种可以被复制的乡村路径。

飞鸟与鸣虫,立志做全国第一个零碳农场。启动前,她们找到能源、农业、环境方面的专家,把农场面积、投入、人员结构、运行方式一条条列出来,请对方判断可行性。当然,也受到不少质疑:“做到零碳不可能吧?”

促使她们继续往前走的,是一个朴素的认知——如果连尝试都不开始,那么这个答案永远不存在。

“我们想把每一笔排排放都算清楚,看看一块真实运转的土地究竟能走到哪一步。”李一方说。之后一年,这些开始被逐项记录:一棵树一年能固定多少碳;有多少吨秸秆用于堆肥;厕所产生多少废水;每年消耗多少电力、柴油和天然气……

没有模板,没有范例,也没有现成的系统。用最笨拙的方式开始:一张张手写表格、一次次现场对树木土壤碳汇的核算;还有一轮轮夜以继日的保护性耕作——通过对水稻田的甲烷减排、有机肥、绿肥等方式增加土壤碳汇。

2025年底,当“北京首批零碳农场”的称号真正落在飞鸟与鸣虫头上时,李一方反而很少再提这个过程。她更愿意说的是另一句话:“我们希望,一个小农场的尝试实践,可以为后续农业农村减排固碳的发展带来一些启示。”

不再只是项目

如果只有土地和产品,飞鸟与鸣虫依然只是一个经营项目。真正让这块土地获得韧性的,是不断被卷入其中的人,以及人与人之间逐渐形成的关系网络。社区不是农场的附属品,而是后者得以持续运转的条件。

第一次来到农场,有人是为了面包,有人是带孩子参加活动,也有人只在周末找个能待一下午的地方。真正发生变化,往往是在第二次、第三次到访之后。强信任关系编织的人际网络中,社区被一点点构建出来。

孩子们反复出现在同一块土地上。春天播种、夏天除草、秋天收获。在水稻田埂上走过,偶尔会惊起一两只青蛙;在果园里摘桃子,小马会走过来撒娇让你分给它吃;掰玉米时,小鸡在脚边追着虫子跑。孩子们意识到:食物不是凭空出现的,生命也不是抽象概念,他们不是在“体验一次活动”,而是在时间里与土地建立关系。农场也不再只是“一个项目”,而成为许多家庭频繁光顾的场所。

王婧记得,最初的建设阶段,她们始终是“外来人”。工地上的木匠、电工都是本村人,下雨了就回家,施工自然停摆。她们试图用熟

悉的方式去推进:开展

会、列计划、做总结。结果一地鸡毛,节奏对不上,沟通不断失效。那时候,她一度觉得自己和这个村庄水土不服。

转折并不是某次郑重其事的“融合仪式”,而是一些很小的瞬间。

车胎爆了,有村民主动帮她们补胎;在村里晒太阳的大爷大妈能自然聊上几句;有人顺口邀请她们“要不去家里吃顿饺子”。

变化也发生在农场内部。最开始,很多员工并不理解农场在做什么。生活方式农场、窑烤面包、线上线下混合经营,对他们来说都是陌生的,需要被反复提醒,如何回复客人、如何推荐产品。

慢慢地,厨房大姐会主动提醒:“今年的酸菜好了,可以上架了。”有员工建议周末增加面包试吃,提醒该多准备一些现货。

农场的决定不再全部来自创始人,而是在日常工作中被大家自然地做出来。这是王婧最骄傲的时刻——当农场不再需要创始人事无巨细地作判断,它才真正站稳了。

这种关系网络,正不断吸引新人加入。

李跃第一次来农场是为了买窑烤面包。一天就吃完整个面包礼盒后,她开始以志愿者的身份出现,又逐渐兼职帮着包装、收餐盘、画标识牌、贡献创意。

有一次,李一方忙于星级园区申报,李跃通宵帮她做好PPT。

“厌倦了一眼望到头的城市职业路径,农场提供了被信任、被需要、被允许参与构建的空间。”李跃说。后来农场“白日梦”面包咖啡店启动,她成为001号店长。

有人来打零工,有人参与活动,有人在节日里被邀请来吃面包喝咖啡,也会在儿孙、亲戚回来时面包招待他们——这种吸引村民的日常,比任何“叙事”都更有说服力。

回头看,直到今天,飞鸟与鸣虫在周边村庄的辨识度依然有限,并非所有人都理解它在做什么。但在这块密云山间的土地上,专业、耐心与责任被一寸寸落进现实:产业开始运转,人与土地形成稳定关系,公共价值在日常生活中被反复确认。

这场不喧哗、不急于被定义、却持续发生的实践,回应着乡村全面振兴对“塑形”与“铸魂”的双重期待。

青春首秀站上

凌晨2点33分,春寒料峭,细雨如丝。国铁广州局长沙南站的站台上,站台灯的暖光温柔地裹着往来的身影。

“G9693次列车即将进站,请各位旅客站在白色安全线内!”清脆的声音穿透雨幕传来,刘美婷稚嫩的脸庞上不见困意,只有藏不住的认真。这位“00后”女生以铁路人身份在站台上开启了热辣滚烫的青春首秀。

作为重要交通枢纽,长沙南站的工作节奏分秒必争。春运期间,这里每天开行近700趟列车,平均两三分钟就有一趟列车接发,日均发送旅客15万人次。人潮涌动,对初出茅庐的刘美婷来说,繁忙里多了紧张与忐忑。身上的电台成了她最离不开的“法宝”,遇上拿不准的问题,她第一时间按下呼叫键,略带紧张地轻声唤“师父”——值班员李彦廷。

“小姑娘踏实又勤快,肯学肯问,遇上旅客有困难,总是第一时间上前帮忙。别看是新话,做事特别靠谱。”李彦廷的话里满是赞许。

白天,刘美婷穿梭在站台的人流中,主动帮助老人、小孩拎起沉重的行李;深夜,她紧盯列车进站的每一个细节,重复着引

各种“疑难杂症”接踵而至。一天,一趟列车缓缓停靠在站台,旅客们有序下车,一位中年男子神色慌张地冲开人群快步走到刘美婷面前,声音颤抖地说:“我老婆……突然心脏不舒服,她有冠心病,我们得赶紧去医院!”

刘美婷下意识用电台呼叫,“师父,站台上有一名旅客心脏突发不适,请求支援!”话音落下,她一边疏散周围的旅客,一边快速联系综控室进行广播寻医。在她的妥善处置下,这位旅客的状况逐渐好转。这时,赶到现场的李彦廷了解情况后,协助旅客顺利出站前往医院。此时,刘美婷的额头已沁出细密的汗珠,这是她第一次独自处理紧急的突发情况,“当时脑子里就记着师父教的,先了解情况、稳好现场,再准确交接,一点都不敢出错”。

之后再遇挑战,她会尝试自己处置,电台里的询问声渐渐少了,自信应答声多了起来。和她一样,长沙南站管内18个站共有500余名“90后”与“00后”参与了今年春运,以青春力量守护旅客平安出行。这是刘美婷的第一个春运,而这些年轻人的成长故事还在继续。

谢瑶

生活中的经济学

奶茶店为何不卖小杯

张 晓

走进一家奶茶店,向店员报上要点的奶茶口味,通常会被问:“大杯还是中杯?”打开外卖网页也是如此,绝大多数奶茶店提供的选项依旧是“大杯”和“中杯”。那么问题来了:小杯去哪了?为什么大多数奶茶店的杯型分为大杯和中杯,却没有小杯?

答案藏在“价格锚定效应”里。消费者在对价格不确定的情况下,会以某个锚定价格作为参照,来调整对商品价值的判断,进而作出消费决策。

假如某款奶茶小杯10元,中杯13元、大杯16元,顾客通常会认为小杯是基础选择,10元就是价格锚点;假如只有中杯13元、大杯16元两种选择,那么顾客会认为中杯是基础选择,13元就是价格锚点。可见,将中杯作为最小容量,可以顺势推高价格锚点,提升人们对奶茶价格的判断。锚定价格后,消费者往往会掂量一下哪个杯

型更划算。以某奶茶品牌的珍珠奶茶为例,中杯容量480毫升,价格13元,大杯容量660毫升,价格16元。大多数消费者“凭感觉”算一算:在中杯价格上加3元能多将近200毫升,买大杯吧!

对奶茶店而言,制作奶茶的原料和人工成本呈现边际递减,不同杯型的制作成本差别不大。不提供小杯选项的背后,是奶茶店将价格锚点上移,并利用消费者对性价比的追求,卖出更多大杯,提升经济效益。

近年来,奶茶店还出现了一种趋势,即只提供一种杯型,消费者在购买奶茶时只需考虑口味是否喜欢,而不必纠结于哪个杯型更具性价比,这也是为了让价格锚点更清晰,进一步提高消费决策的效率。

不只是奶茶,很多产品都运用“价格锚定效应”实现促销。比如,同类型家电产品里,中端产品功能比低端产品强不少,价格比高端产品低不

少,往往成为品牌“爆款”;再比如,商场促销服装的价签上,1000元的折后价旁标着3000元的原价,将3000元当作锚定价格,折后价格就显得更加划算了。

所以这个“锚”,可以是价格、规模、功能、数字等,人们作决策或评估时往往会受到“锚”的影响,它先入为主成为影响消费者决策的“隐形之手”。但是,有了“锚”作为参照物,真的意味着“有利可图”吗?比如在快餐店,包含薯条等小食和饮料的套餐看起来比单点要划算得多,但是,你真的有需要吗?这真的是你爱吃想吃的吗?

在做决定时,我们期待有一些简单直接的信息作为参考和依据,这显然节省了时间精力,但有时也会导致决策出现偏差。买单之前不妨冷静思考一下:值得吗?划算吗?需要吗?有了这一连三问,若还是想买,再下单也不迟。