人间事儿 LIFE STORIES

柠檬公主的逆袭，从下田开始

『00后厂二代』回国接手一万八千亩果园


单梓莹在柠檬地里拍摄短视频。

今年“双十一”期间，24岁的单梓莹和团队首次试水直播带货。11月6日，近4小时的直播中，他们主打的两款柠檬类饮品卖出1万多元。

“我觉得这是一个比较好的成绩。”直播次日，单梓莹从浙江省杭州市回到资阳市安岳县。站在位于安岳的柠檬基地，脚踩湿润的泥土，她笑得很真诚，“我们涨了450个粉丝，很不错了。”

——从英国的校园回到四川的田边，接手家里1.8万亩柠檬基地、320亩柠檬加工工业园，今年是单梓莹接班的第一年。

似乎，在家族企业年产约3000万斤柠檬的产量面前，直播带货的1万多元销售额并不起眼。但在单梓莹眼中，这是属于她的从0到1，“先接住家业，再发扬光大，这是一个传承的过程。”

1 “柠檬公主”也要下田

11月7日下午，安岳。

很难想象，眼前穿着雨靴、戴着草帽，熟练穿梭在枝叶茂密的果园中，和果农分析着雨水对柠檬影响的单梓莹，24小时前还在位于杭州的办公室里，化着精致妆容，和创业伙伴准备首次直播。

奔波于城市田间、线上线下，这是接班第一年，单梓莹的工作常态。但她并没有很强的割裂感，“这些都是我想认真做好的事。”完成巡园后，她又站在柠檬树下，用手机拍起了视频。

“我的家乡我代言，这里是中国柠檬之乡……”台词念到一半，镜头一晃，手机掉在地上，“要的就是这种效果。”一连拍了好几条后，已经是下午4点，单梓莹要赶紧从柠檬基地回到加工厂，因为几个小时后，她还要在厂里完成一场直播。

“你都不知道我一天要做多少事。”走出柠檬基地的途中，这位忙碌的“厂二代”才抽出时间讲讲自己的事。“一年前第一次下地时，我非常不适应。”利落地扒开挡路的树枝，单梓莹继续说，“地里有很多鸡屎、杂草，我从小到大没吃过什么苦，当时觉得好难啊。”

可就是这个一年前还说着难的姑娘，如今仅凭肉眼，就能判断出一颗柠檬属于48个等级中的哪一类。

“因为我很快就意识到了做农业的意义。”开着车，单梓莹指着路边巨大的广告牌，上面用硕大字体写着“10颗中国柠檬，7颗安岳产”。

“柠檬是我们的骄傲。”单梓莹家的企业所处的安岳县，是全国唯一的柠檬商品生产基地县，柠檬种植规模全国第一。围绕全县48万亩柠檬种植，一条完整的生产链条早已形成。在单梓莹从柠檬生产基地到加工厂房的路上，随处可见柠檬产品加工厂，以及配套的纸盒厂、铁架厂。

约1小时车程后，单梓莹将车停在厂房外。这是个占地超过1万平方米的厂房，是他们家的柠檬加工厂之一。

“刚刚我们在基地摘的柠檬，会送到这里进行二次加工。”单梓莹熟悉每一个加工流程：拆袋剪把、清洗分选、套袋入库……这段时间是柠檬采摘季，单家那1.8万亩柠檬基地的年产量在3000万斤左右，厂内空地上随时停着重型卡车，准备将这些新鲜柠檬运往马来西亚、泰国、俄罗斯等国。

2 接班的决心


柠檬基地里的员工，多是附近的村民。

“柠檬公主奇奇”，是单梓莹在社交平台上的昵称。今年8月，她开始在不同平台上讲述自己的接班故事。最初，身边有人劝她，说当下“厂二代”IP扎堆，这时起号有点晚了。

“恰恰是这样的扎堆，才让‘厂二代’这个标签越来越火爆，其中就蕴藏着各种机遇。”单梓莹并不急于追求账号热度，她的初衷是通过个人表达，为企业打开新的传播窗口。很快她就发现，很多第一次见面的人，都会说看过她的视频，叫她“柠檬公主”，说是她的“精神股东”。

“一听到‘精神股东’，就知道是最开始关注我的朋友。”11月7日晚7点，在加工厂内，坐在堆积成山的新鲜柠檬前，单梓莹开始直播。这场对话不为卖货，她只想和粉丝聊聊天，顺便介绍一下自家企业和产品。

“对我来说，接班既意味着传承，也意味着寻找新的增长空间——在已有种植和供应的基础上，进一步做好产品、品牌和消费者沟通。”单梓莹在直播中讲述着自己的思路。今年7月，她和伙伴在杭州成立了自己的消费品牌项目，以电商作为主要渠道，探索直接面向消费者的柠檬产品业务，首批产品是柠檬冻干片和冷萃液。

这是真正属于单梓莹的从0到1，围绕产品的每个细节，她都很清醒。

单梓莹清楚目标受众——想要追求便捷并且干净生活的年轻群体。为此，光是产品的包装设计，他们都进行了反复推翻重来，“因为在市面上，和苹果相关的产品，包装盒上就印上苹果，和柠檬相关的就印上柠檬。我们希望外包装能让受众人群愿意拍照分享。”

当然，更多的关注点还是产品本身。例如其中的冷萃液，是将安岳柠檬与苹果、接骨木花风味结合。因为目前国内的同类产品大多以双瓣茉莉风味等为主，所以对于是否要加入接骨木花这个元素，团队内部曾有过分歧，“但另一位合伙人拿出了很多调研数据来支撑结论，让我们决定挑战一次。”单梓莹说。

从结果上看，这两款产品上线3个月，销售额突破百万元。

“我们没有投流，也不卷价格。”这支年轻的创业团队很清醒，“我们想要做的是品质，一旦为了热度降低成本，那就违背了我们做品牌的初心。”

这个“00后厂二代”觉得，初心这个词很好。她想到自己刚回国时的盲目自信，那时觉得自己已有很好的理论基础，做品牌就是手拿把掐。

“还好我们出去走了一圈。”在多个城市调研后，这支年轻的团队感叹天外有天、人外有人，“很多前辈的经验、资源比我们更丰富，我们真的能行吗？”

3 家族与企业的牵绊

“所以就要做好产品、做好品牌。”说这话的是单梓莹的父亲单小平，他刚从云南昭通回来。这一趟，他和当地敲定了关于扩大柠檬生产基地规模的合作协议。这位被炙热阳光晒得黝黑的企业家，身上有着明显的“创一代”特质：做事果断、吃苦耐劳。

在单梓莹的童年记忆中，父母很忙，除了柠檬厂，家里还涉足食品加工、塑料生产，“那时我就想，长大后要做一个像父母这样有明确目标的人。”从小，父母就直白地告诉她，这个柠檬产业未来要交给她。但即使这样，父母在得知她对播音主持有兴趣，并考上西南大学相关专业后，还是支持她先去学自己喜欢的专业。

“只是到了读研的时候，父母明确要求我选商科。”如果说，从前对于接班家里的柠檬企业，单梓莹还只停留在“有这个概念”层面。那么，到了接班这一年，她愈发感到自己重新认识了父母，“例如，他们从来不催我结婚生子，说把我当接班人培养，这就是我的事业。”

对此，单梓莹也坦然谈到，自己确实站在父辈的肩上，拥有了更好的资源和条件，所以她觉得，自己有责任创造更多价值。

这位已经习惯下田的“厂二代”，时常会想起那些在果园、工厂里工作的村民。阿姨、大叔们会向她表示感谢，说着因为有了这份工作，可以在家门口挣到钱，能陪着孩子长大，更会时常提着自家的桃子、柚子、鸡蛋，满满一筐硬塞给她，“所以，接班这件事不仅与我的家庭相关，还关系到这些村民、每一位员工，这些都是我的责任。”

“应该说，我们一家人在共同努力做好这个企业。公司的发展与我们自己、与家庭，都紧密相关。”父女两人都不约而同将这种凝聚力归结于血缘，这是民营家族企业中最紧密的纽带、最深沉的羁绊。

“我们的根肯定在农业方面，再往上就是把规模做得更大，质量做得更好。”站在挂满果实的柠檬树下，“柠檬公主”正在成长。

华西都市报-封面新闻记者 杜江茜 李佳雨 陈远扬 摄影报道



11月6日，24岁的单梓莹（左）和团队首次试水直播带货。