

“品秋”“晒秋”“捡秋”……金秋十月,雪堰镇不断“解锁”新场景。城湾山上的枫树、栾树等树木悄然“换装”,“红叶经济”兴起;柿子园内喜获丰收,秋天的味道愈发浓厚;“村咖”的风也吹来了,为秋季文旅市场注入强劲动力。

# 人间好时节 “堰”遇一场秋色

□ 记者 徐梦超 宋祎凡

走进雪堰镇夏墅村,扁扁的脆柿坠满枝头。孩子们手握剪刀,穿梭在柿子树间,小心翼翼地剪下果实。“成熟后的脆柿外表不像普通柿子那样火红,而是像橘子一样青黄,由于前期天气影响,今年柿子个头偏小,但是甜度比较高。”种植户王亚芳热情地邀请记者品尝,一口下去,柿子的香甜充盈了口腔,果肉脆爽、多汁,很是解渴。

据了解,每箱脆柿约3.5公斤,售价50元,目前已销售400公斤。为帮王亚芳销售柿子,村委工作人员经常在朋友圈帮忙宣传。每周末,慕名而来的游客络绎不绝。

拎上亲手摘的脆柿,走进不远的龙凤谷景区,每一处风景都如同精心布置的画卷,而在这幅画卷中最令人向往的,莫过于围炉煮茶的温馨时光。

“随着常州市农文旅融合‘破圈’,城市知名度逐渐提升,景区尝试依托区位优势,在旅游赛道上做出升级。”常州市龙凤谷生态旅游发展有限公司负责人刘奕告诉记者,春天赏花,夏天漂流,秋天围炉煮茶,冬天滑雪,平时还有特色玻璃栈桥,近期,景区还计划将武进特色与晒秋习俗相融合,因地制宜举办“秋市”,已有不少游客报名参加。

依托得天独厚的山水资源,位于太湖湾修心谷内的山谷咖啡也收获了不少好评。

品尝着香醇的咖啡,从咖啡馆向外远望,三面环山,一面临湖,正值秋季,粉黛盛开,整个山谷被粉色浸染,散发温柔而宁静的气息。据了解,修心谷内还有鲜花小镇、养生食府、马术俱乐部、太湖游艇俱乐部、高尔夫草坪、四季花海、自然农法果林、茶场等内容,不仅“露营友好”,而且对“毛孩子(宠物)”开放。



## 花木电商奋战“双11”

本报讯 (记者 张宁) “双11”正火热进行,本地的花木企业也迎来了线上销售高峰。

“这棵种子不会特别细,好养。”在江南花都产业园,连日来,花木电商平台直播持续不断,淘宝、拼多多、抖音、快手等平台销量齐头并进。常州匠心花卉园艺有限公司是一家主营多肉的园艺公司,负责人孙柏宁正在通过直播,向粉丝推荐培育出来的新品种。今年“双11”期间,除了通过折扣、满减等优惠吸引消费者下单外,公司还加密直播场次,并开展多渠道营销。孙柏宁坦言,“双11”的竞争压力

特别大,平台会给大直播间提供更多的流量扶持,像多肉这种小众商品,能做的就是将价格压到最低,“之前价格300多元的产品,现在只要100多元。”

常州智绿园艺科技有限公司经营范围包括肥料的研发和销售以及绿化配套产品等,工作人员正在加快产品打包和发货的速度。据了解,今年“双11”预售时间比往年提前了10天,商家们也有更多的准备时间,更加从容地吸引和留住消费者。早在9月初,智绿园艺就通过梳理往年的销售情况,将爆款产品进行了预打包。总经理韦庆阳告诉记者,“双11”开始以来,每天的订

单量都在稳步提升,“平时的话一天五六千单,现在一天四五万单。”

近年来,县域电商一路高歌猛进。江南花都产业园所在的嘉泽镇跃进村,以花木种植为主产业,通过转变生产思路、销售模式,成立花木电商富民合作联社,将原村级花木专业合作社、农地股份合作社、村级劳务合作社的736户农户全部纳入,推行“电商企业+合作社+农户”一带一订单式种植、订单式销售,从原本的“种什么卖什么”转为“要什么种什么”,农户平均每亩产值从2万元增至6万元。目前,跃进村已孵化电商企业100多家。

## 常州经开区开展首届外卖配送职业技能比武

本报讯 (沈澎澎 记者 黄雅婷) 日前,常州经开区首届外卖配送职业技能比武在遥观镇和美先锋骑手驿站举行,进一步提升外卖骑手的交通安全意识,规范外卖配送行为。

比赛分为理论知识和实操两个环节。活动中,经开区交警大队遥观中队指导员以案说法,针对去年以来50多起骑手交通事故成因作了讲解。美团、饿了么骑手代表发出“骑士总动员 文明平安行”倡议。

近年来,随着互联网新业态的发展,外卖骑手成为越来

越多灵活就业的选择,遥观镇目前有255名美团、饿了么外卖从业者。遥观镇将“打造骑手之家 让‘驿站’变‘益站’”作为2024年度重点创新项目,成立快递行业联合工会委员会,打造和美先锋骑手驿站,新建10家户外劳动者驿站,推出组织领新、筑巢暖新、志愿同新等行动,为骑手提供免费体检、团圆饭等暖心服务,让外卖骑手在遥观有“家”的归属感,真正打通服务新业态新就业劳动者的“最后一公里”。