

海棠花海翻涌“胭脂雪”，惊起了林间踱步的走地鸡；咖啡香气在小屋里氤氲，飘向晨露未晞的菜畦；马背上的人儿还未尽兴，户外大铁锅已经升腾起热气……这不是滤镜里“向往的生活”，而是85后返乡青年梁博正在打造的田园实景。

位于聊城市茌平区杜郎口镇的佳乡田园，就仿佛是陶渊明笔下现代版的“归去来兮”。这里被解锁的每一处，都足以让人发出“原来农场还能这样玩”的惊叹。梁博和他的小伙伴们，正以青年的方式，把“农家乐”的边界不断拓宽，在这片5000亩的土地上“折腾”出无限可能。

陶春燕 崔宇晴 郝忠诚
聊城报道

金融精英跨界做“三农” 在5000亩土地上“打一场仗”

东昌府区广平镇长大的梁博，人生轨迹如同跳脱的蒙太奇。当过兵、大学学的是舞蹈专业、毕业后从事金融行业，曾经为了挑战自我在一个月内完成了100份签单，拿到了20万的报酬，却也累得大病一场，近10年的努力工作让他在聊城市区拥有了自己的店铺，收入颇丰。可内心却总有一个“不安分”的念头蠢蠢欲动。

“老家是农村的，一直对‘三农’这一块儿有很大的一个情怀，很喜欢它的这种感觉。”城市里的钢筋水泥给了梁博光鲜亮丽的生活，但萦绕心头的田园理想从未褪色。在金融行业深耕的十年间，他始终关注农业农村发展，尤其对农产品电商化转型保持着敏锐观察。一次偶然的机会，他接触到了茌平佳乡田园，发现这里的发展理念与他积蓄多年的构想高度契合。于是，在2023年的8月8号，他正式加入了这里，让创意的脑洞开始落地成型。

“大！太大了！”和很多初次来到佳乡田园的游客一样，5000亩的大面积土地同样让梁博感到惊讶。“遇到的难题首先是品牌的如何塑造，如何推广，该怎么做市场调研，有多少人会喜欢这样的场景。”梁博称，自己不太喜欢“打没有准备的仗”，在最好的“兴趣老师”指导下，他把遇到的难题一个个解决，很快，佳乡田园里便结出了梁博种下的“果实”。

工分制、会员制、认领菜地

新点子层出不穷

四月好春光，春种正当时。眼下，在佳乡田园的WoWo农场里，规划好的一块块菜地被撒种、施肥、浇水，等到收获的季节里，一垄垄茄子、土豆、西红柿等新鲜蔬菜将被细心采摘，精心打包，送到每一块儿菜地的“主人”手中。

“春节过后，我就把自己关在这里封闭起来进行头脑风暴，思考今年我们应该打造哪些亮点出来。”梁博称，他和小伙伴们一起，为今年的佳乡田园重点打造了三大特色项目：一是新增WoWo农场400亩露天种植，创新推出“认领菜地”体验，让游客亲身参与农耕全过程；再是林下散养3000只走地鸡，推出“现抓现炖”特色农家乐；另外还升级了千亩海棠园，形成“春赏花、秋摘果、四季露营”的休闲空间。

梁博的新点子总是接一个，再接一个，在筹建WoWo农场的过程中，工人们意外挖出了一口以前生产队埋在此处的“土工钟”，他便将其挂在了农场门前的树上，并想着为农场的经营使用“工分制”，“游客可以在地里耕作赚取那种工分，然后

「小梁哥」打造现实版『田园乌托邦』

原来农场还能这样玩，5000亩土地上「折腾」出无限可能



用工分去换取自己在这里吃、住、行、玩的一些需求。”梁博还计划着农场未来的发展方向是“会员制”，让游客在这里有了饮食方面的美好体验感后，成为农场的会员，“一次性下单全年会有22次的产品配送，以这样的方式让他们持续成为我们的忠诚粉丝。”梁博说。

以年轻人的方式传播品牌 将游客的想法“搬”进田园

在对佳乡田园的规划里，梁博始终秉持“场景先行”的理念，着力打造沉浸式田园体验空间，让游客吃得开心，玩得也开心。在品牌传播策略上，梁博倾向于年轻人更喜欢的新媒体传播，重点布局短视频和直播平台，充分利用园区“吃住游学”一体化的资源优势，带领团队持续产出兼具趣味性和传播性的内容。“这里的场景内容比较丰富，有吃的、住的、玩的，能采摘、能团建、

能研学、能骑马、能露营，做短视频和直播的内容都比较好。”梁博说。

梁博称，佳乡田园的客流量目前也在持续增加，加之当前正值踏青季、研学季，游客较往常翻倍增长。“周六周天人数比较多，有时候能达到1000到2000多人，有时候一些大型活动能达到3000到5000人的日客流量”。

坐拥80%绿化覆盖率的佳乡田园，以其鲜花遍地的生态景观、吃住行娱丰富的人文特点也赢得了游客的广泛青睐。在这里，研学的小朋友既能化身“丛林探险家”，在广袤的自然课堂中自由奔跑，又能走进8000平方米的农事体验馆，了解农事文化，体验非遗传承；对于都市“打工人”，园区提供了多层次的解压体验，可以漫步林荫小道，在油菜花田拍照打卡，顺而逗趣一下萌宠乐园的小猪小兔和羊驼，也可以纵马驰骋，体验抓鸡摘菜的农家野趣。从柴火铁锅炖的烟

火气，到田园咖啡屋的小资情调，多元化的休闲场景满足了不同客群的个性化需求。

佳乡田园“小梁哥” 打造“济南的西花园”

敬礼的手握过金融合同，舞动的脚尖沾过走地鸡的粪便，如今梁博的“舞台”是这片佳乡田园，他的职业转型，比想象中更“土”、更酷、也更加开心。“以前主要是按标准去工作，每天都是去找客户、去谈产品。现在我们这里年轻人多，大家的创新意识也挺强，有什么想法我们就可以去实施。最大的收获是自己开心，达到了自己想要的那种生活状态，也结识了很多的朋友，很多人都知道了有一个佳乡田园有个‘小梁哥’”。

佳乡田园里的很多场景产品，都是由梁博亲自设计，这对于他来说亦是一场“跨界”，但对与这个挑战，梁博并不忧心，“并没有说是很专业地去设计，比如说咱那小院儿，因为以前也经常看到人家那种小院儿很有感觉，就总想有一个自己的这种小院儿，所以就按那种感觉去想，去一点点做，在网上看到比较好的网红打卡点就去复制下来”。

面向未来发展，梁博依旧会在这片5000亩的土地上开放更多的热门项目，他也计划着去打造一个共享的平台，吸引更多农业、文旅、康养及研学教育等领域的优质资源加入，通过精准招商与跨界合作，和更多志同道合的伙伴资源互补、合作共赢。“或许以后过生日的游客在我们这里会享受到田园风格的‘海底捞’式热情服务，我们以后也想着孵化一些文创产品，多方面增加收益。再加上我们这里地理位置好，离济南近，也可以打造成一座‘济南的西花园’……这里的未来的发展空间还是非常大的。”谈起将来，梁博的想法一个接着一个，从不设限。

农村广阔天地，青年大有可为。一年多的时间里，梁博把“流量思维”嫁接进脚下的土地，重新书写着“面朝黄土”的定义，描绘着乡村的未来。那些在田垄间疯长的海棠花，在林下踱步的“护食将军”，在直播间里被点赞的农家小院，都有那句“反正这里大，有的是地方，有的是可能”的豪言来做底。