

# 网上卖“粪”，谁说行不通？

农民日报·中国农网记者 缪翼

五六月很多花卉果蔬开花结果，上海市民张瑾给阳台上栽种的辣椒、茄子、西红柿都施了一波生长肥。杨国民的店铺销量随之迎来了一个小高峰，一场直播下来，成交量能有3000多单。

戴着白手套，抓起一把深褐色絮状物，搓一搓，嗅一嗅。直播间的杨国民，总是带着一脸憨厚的笑容，熟练地给大家推介自家工厂自产自销的羊粪肥。

如果不是短视频和直播这类消费新场景，张瑾就不可能知道有羊粪肥这么好的有机肥。

相应地，随着阳台经济的兴起，杨国民获得了创业新机会，他的抖音主账号@小杨厂长-纯羊粪发酵有机肥已经有了30多万粉丝，一年卖出2000吨羊粪肥。

## 走上人生新路

小时候，离开家需要勇气；长大后，回家更需要勇气。大学毕业后在大城市打拼了7年，“厂二代”杨国民做出了回家接班的决定。

3年前，他回到老家内蒙古锡林郭勒苏尼特右旗，接手父亲经营17年的羊粪肥厂，当起了“大粪厂长”。

“大粪厂长”不好当。程序员出身的杨国民有些“社恐”，酒量也很“菜”，显然不适应父辈传统的线下销售模式。

就当杨国民打起退堂鼓时，想到父亲的期望，再四望锡林郭勒牧场茫茫草原和成群的牛羊，心里盘算着：1只羊2天产1斤粪，1斤能卖2元至3元……便下定了“以后要跟羊粪打交道”的决心。

“互联网卖货可能更适合我一些。”有过电商创业底子的杨国民想到了线上销售，“那个时候还不确定能做成什么样，但觉得抖音至少是个突破口。”

2021年10月，杨国民开始了第一次直播，一部智能手机、一个支架、一台补光灯，一个人就是一个团队。

第一次面对镜头给消费者介绍产品，他不敢对自己有过高要求，能张得开口就行。然而，羊粪肥毕竟是一个小众品类，全程1个多小时，进到直播间的人总共不超过10个，而且直播间绝大多数时候都是0人在看，杨国民觉得自己一直对着一堵墙在自言自语，很有挫败感、很尴尬。

“没有过人的社交本领去打开线下销售渠道，线上这条路必须走下去。人进不来，我就把产品送出去。”杨国民对自己有清醒认识，把电商直播当作救命稻草。他依然每天按时出现在直播间里，一遍又一遍讲解肥料发酵原理，介绍肥料使用方法和效果。渐渐地，直播间的人多了起来。杨国民至今还记得直播间同时在线人数超过100人的那天，他“特别特别开心”。如今，杨国民一场直播下来，成交量基本在1000单左右，最多时能达到3000多单。去年，通过线上渠道，他一共卖出2000多吨羊粪肥，他自豪地说：“相比父亲经营时，年销量增长了5倍多。”

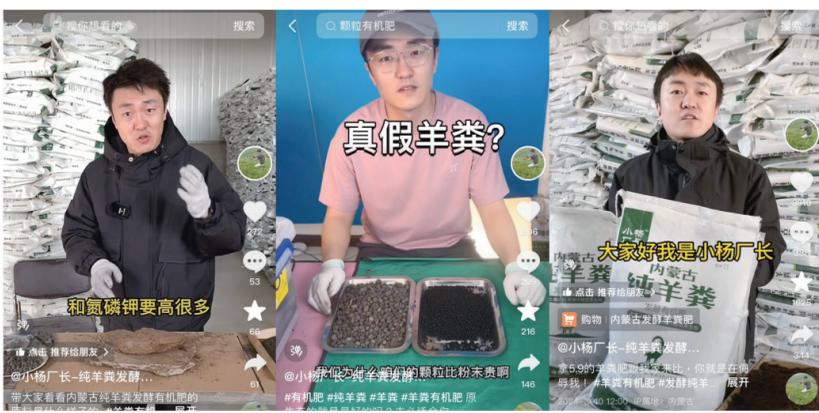
杨国民是个善于总结的人。他总结说：“当我们发现线下很多传统的渠道、方式、内容已经固化时，不妨顺应时代的潮流和新兴的手段去做事。”抖音电商就是给年轻人预留的新渠道和新方向，当生意越来越难做时，或许可以从电商渠道去寻找突破口。7月24日发布的《2024抖音电商达人成长报告》显示，过去一年，抖音电商新增带货达人528万人，同比增长74%。

作为返乡大学生，杨国民具有互联网思维，懂得利用短视频、直播工具，依托家乡资源禀赋开启创业生涯。在日渐空心化的农村，返乡创业青年带来了不一样的气象，切实改变着家乡的面貌。

现在回想起来，杨国民很感谢自己当初的选择和坚持。

## 打造小众爆品

7月24日，在抖音电商“寻找同行者”举办的“新收入·新消费”主题分享会上，杨国民回忆了自己在抖音电商的创业历程。“这两年，我发现居家年轻人开始打理起自家的阳台，比如种些多肉植物，甚至种蔬菜。”杨国民说，这让他开始关注阳台经济，“年轻人搞种植，追求质量，消费层次相对较高，而作为肥料的羊粪，就是非常好的一种选择。”



杨国民在视频中讲解羊粪肥。(来源：受访者本人)



杨国民在视频中讲解羊粪肥。(来源：受访者本人)



杨国民在放牧。(来源：受访者本人)

然而，羊粪终究是粪，市场上不少羊粪肥类产品的品质参差不齐，有的发酵不到位，存在一定臭味，不利于家庭存放，有的商家会在粪中掺土，质量没有保障。

杨国民深知互联网思维的核心是用户至上，体验为王。“我们主要是从用户的角度出发，替用户想问题。”虽然杨国民家的羊粪厂一直坚持使用大草原的纯羊粪作原料，但仍不太适宜家庭阳台种植使用。

在进入抖音电商之初，杨国民就给自己定下了做长期生意的目标，立志要把产品质量做到最好。为此，他坚持用纯羊粪作原料，并改进羊粪肥加工工艺。经过长达半年70℃高温发酵后的羊粪肥，呈絮状，质地细腻，没有杂质，也没有异味。“肥力温和，不伤根、不烧苗，这样高品质的羊粪肥才是养花种菜的好帮手。”杨国民说。

父亲经营时期，杨国民家的肥料专供南方大型花卉苗木市场，生产的都是40公斤的大包装产品，不适合线上零售和快速运输。现在，他引进了小包装机器，将原先大袋包装供卡车运输的羊粪肥料改成了1公斤、2公斤、5公斤及10公斤等不同规格的小包装。同时，进行了品牌升级，包装图案、包装材料等也不断改进，更加符合用户审美。

买上一包杨国民家的羊粪肥，你会发现，外包装上特别贴心地印有详细的施肥和追肥使用方法，让人一看就会。怪不得一个月最多能被网友买走300吨。

3年前，还没什么人在抖音上卖羊粪肥，杨国民是头几个“吃螃蟹”的人。如今，杨国民不再孤军奋战，抖音上卖羊粪肥的人慢慢多了起来，这个小众品类在互联网上也找到了自己的一方天地。

## 吸引“同行者”

起初，杨国民会被奚落：想赚钱想疯了，居然还有人在抖音卖“粪”？

现在，生意做得越红火，杨国民听到的声音也变得越来越多。很多网友觉得能在网上把“粪”卖出去很厉害，想法很新。

从被质疑到被肯定，过程想必不容易。杨国民说他们

挺过来了，还吸引了许多“同行者”，他们是一——来自河南的网友。

曾经奚落杨国民的“黑粉”就有他一个，而随着店铺销量节节攀升，这位网友渐渐领悟到羊粪肥拥有无限前景，便前往工厂实地参观。最后，这位由“黑”转“粉”的年轻人辞掉了原本的工作加入了杨国民的团队，与他一道将羊粪肥通过网络卖向千家万户。现在，杨国民的电商团队已有20余人，9个主播，3个直播间维护人员，余下的负责编导和拍摄。

“沾光”的牧民和工人。从2022年开始，杨国民家的线下工厂一直在扩建，除了增加生产机器和发酵池外，在线上生意的带动下，来工厂上班的工人也整日忙碌起来。杨国民说，现在工厂门口经常停着本地牧民的车，他们会自己把羊粪送来，“原先羊粪没有销路，牧民要么家用，要么直接废弃，很可惜。”杨国民在线上把产品销往全国后，需求量大大增加，会向当地牧民大量收购羊粪原料，“牧民们很乐意卖给我，这样也能给家里增加一部分收入。”

同时，在销售高峰期，每天可以发1万多件快递，间接带动了快递行业上岗率。杨国民很庆幸，自己当初去抖音电商做出了尝试，不仅自家的生意蒸蒸日上，看到越来越多人好起来，这是一种更大的成就感。

直播间的催更人。考虑到现在阳台种菜的以年轻人居多，其中不乏种植新手。杨国民在自家阳台上也养了金钱树、玉树、朝天椒等植物，用自家工厂加工的羊粪肥照料它们，为的是慢慢摸索，得出经验，分享给直播间的网友。“肥怎么施？怎么追肥？”他有自己的心得，“别照看得太勤，可以懒一点，施肥可以施，别天天浇水……”如果哪天他断更了，准会有人来催更。

看到抖音卖羊粪肥的人渐渐多了起来，杨国民很欣慰：“我们内蒙古的小众品类终于‘变废为宝’，走出草原，在互联网上找到了自己的一方天地。”的确，通过杨国民的故事，我们有理由相信，大草原的羊粪肥借助抖音电商这一新的消费场景，成为更多人种菜养花的好帮手。

# 黑龙江伊春筑牢粮食安全党政同责新屏障

本报讯(农民日报·中国农网记者 刘伟林)近年来，黑龙江省伊春市紧紧围绕粮食安全党政同责要求，严格落实责任制考核，建立领导干部职责清单，督导市、县两级党政班子成员履职尽责，抓实、抓细、抓牢粮食安全相关工作。

伊春市成立了耕地保护和粮食安全考核工作组，制定《市委常委会及其委员粮食安全工作职责清单》《市政府领导班子及成员粮食安全工作职责清单》，并与10个县(市)区党政主要负责同志签订了“耕地保护和粮食安全”责任书，扎实推进“耕地保护和粮食安全”重点任务、108项节点任务高质量完成。

该市强化粮食安全责任制，将县(市)区领导班子和领导干部履行粮食安全工作职责情况纳入责任制考核内容，并将耕地保护和粮食安全责任制考核纳入党政领导班子和领导干部绩效考核体系，督促各级党委和政府领导班子成员认真真抓实干，真真切切解难题。2023年下发通报12次，发现问题40个。今年春季开展

“农资打假”专项行动，累计宣传教育21余万人次，出动警力300余人次，检查种子、化肥销售商店180余家，有效保障粮食安全工作提质增效。

为做好稳粮扩豆工作，市委、市政府牵头抓总，各相关职能部门督导推进，各县、县政府具体实施，各收购企业直接落实的四级联动工作模式。伊春市发改委认真履行市政府秋粮收购工作专班牵头单位职责，采取包联推进工作方式，深入大豆种植户调研了解生产、销售及质量等情况，理清产销主要矛盾并有针对性地采取有效措施；嘉荫县由县委、县政府牵头成立秋粮收购专班，联合各有关部门深入8个乡镇及农场实地摸排余粮数量，组织企业腾仓倒库提前做好收购准备，在收购期间由粮食、市场、公安、交通等部门开展联合检查，及时消除问题隐患。在市县企业联动协作下，自2023年以来，全市共积极应对上争取4轮大豆收购政策指标，共解决本地农民约12万吨大豆销售问题，对农结算资金达6亿元以上，切实保障了农民利益。

# 2024年苏货直播新农人培育行动启动

本报讯(农民日报·中国农网记者 李文博)近日，2024年度苏货直播新农人培育行动在江苏省泰州市正式启动。为提升广大农民数字素养与技能，江苏已连续四年开展此项培育行动，以期培养出一批急需的农业电商人才，聚集起一批优秀的新农人主播。

苏货直播新农人培育行动，是通过整合行业资源，建设开发系统化、专业化的新农人互联网营销课程体系，逐步形成了围绕“互联网营销”“直播电商”“短视频创作”“农产品供应链选品”等新农人关心的实践实操技能公益课程。每年度优化完成12节公开课+18节线上视频微课的教学内容。

据统计，截至2023年底，苏货直播的行业公益讲师队伍通过线上+线下，已累计完成全省6.1万新农人的互联网营销公益培训。在数字技术蓬勃发展之际，“一起致富”“苏货直播”平台，将省级品牌赛事和苏货直播新农人互联网营销大赛两赛办，进一步提高农业品牌互联网活跃度和美誉度，使营销达人与农业品牌在比赛中合作共赢、共同成长。

# 村务公开“面对面” 干群关系“心贴心”

农民日报·中国农网记者 吕兵

近日，山东省济宁市梁山县韩垓镇盛德村的会议室热闹非凡，村党支部书记王申刚正在向村民作2024年上半年工作汇报：“今年上半年，咱们村先后筹资80多万元修建了6米宽的水泥道路1000米，硬化街巷两侧的空余地面3000平方米……”

参会人员除了党员代表和村民代表，还有镇上派来的包村干部，大家一边听一边讨论，遇到心存疑惑的就举手提问。“这是村里的‘民主日’，咱们参与一是监督，再就是让咱实实在在地看看村里的变化，放心大胆地支持村里的建设。”看今年咱们村发展的势头不减，特别提到今年大力发展乡村物业，这是给村里做贡献的大好事，俺们一定积极参与。”活动中，村民代表纷纷提出意见和建议。

自2006年以来，济宁市在山东省首创村务“民主日”制度，坚持每年1月5日和7月5日开展村务公开“民主日”活动，让村务公开从“你贴我看，一贴了之”的单向公开，变成“我说你议大家评”的双向互动交流。此项活动经过十余年检验，已成为基层民主政治建设和乡村组织振兴工作的重要抓手。

为确保“民主日”活动出实效，济宁明确了3道程序。活动开始前，各村召开村“两委”联席会议，研究制定活动方案内容，通过公开栏、微信群等途径，广泛征求群众所盼所盼。活动进行中，主要围绕报告村务，向村民代表会议报告工作进展及工作打算，村会计逐笔报告村级财务收支情况，村“两委”成员对村民代表提出的问题解释与答复，让群众监督。活动结束后，一是将群众关心关注的惠民政策、重大事项、民主测评等作为重点进行公开，提高“三务”公开内容的及时性和覆盖面；二是召开村“两委”联席会议，研究村民代表提出的问题，制定完善和改进工作的具体措施，责任具体到人，明确完成时限。

“民主日”活动期间，济宁市委社会工作部派工作人员采取“四不两直”方式，对7个县(市、区)11个乡镇(街道)的20个村进行抽查暗访。“耕耘结硕果，扬帆再启航，十几年的坚持，证明‘民主日’活动是符合老百姓期待的。下一步，我们要在坚持活动的基础上，进一步强化组织领导，细化公开内容，严格公开制度，增强为民服务的精准性和时效性，为人民生活得更加幸福再接再厉。”济宁市社会工作部有关负责人说。



# 贵州三都县：“马上经济”焕发新生机

近日，贵州省三都县中和镇首届水族部落传统赛马活动“马王”总决赛在三洞赛马场上演，来自中和镇21个村(社区)的120多匹骏马在万众瞩目下展开了巅峰对决，为当地“马上经济”的发展注入了强劲动力。比赛期间，当地还进行了一系列以马文化和少数民族文化为主题的文体活动，包括水族民族民间艺术表演、水族古歌和声非遗展演、马铃声表演以及村级特色展示等。随着“马上经济”的兴起，三都县正逐步走出一条独具特色的乡村振兴之路。图为赛马活动现场。

罗朝兵 摄(来源：大国三农)

# 把课堂搬到田间地头

农民日报·中国农网记者 杨丹丹

炎炎烈日，走进安徽白湖农场集团高标准农田，现代化的农机在田地里来回穿梭，一场“田间课堂”正在热闹开讲。

“如今的小麦，耕、种、管、收各环节都实现了机械化”“种子从田间收割到进入加工厂，要经过智能化的清洁去杂、精选分级、烘干打包”……安徽农业大学农业机械化及其自动化基层农技定向培养班的27名学生一边领略着农业“新科技”，一边听老师讲解小麦收割机的工作原理、育种生产线的工艺流程。

“把课堂搬到田间地头，让课本上的知识接了地气。”在实地体验了一体化的智慧农业云平台管理系统后，学生纷纷表示“大开眼界”，对农业现代化有了全新的认识。

这个班级的学生是安徽农业大学2023年招收的首届定向培养的基层农技推广人才，是学校首批“订单式”培养的新农人。

乡村振兴，人才是关键。2023年，安徽省首次实行基层农技推广人才定向培养招生，实行“带岗入学，就业有编”的培养方式，学生毕业后在乡镇农技推广机构上岗

就业，同时纳入事业单位编制人员管理并享受待遇，旨在为乡村全面振兴“量身定制”一批实用型专业才。

安徽农业大学2023年共录取定向培养生174位，分别来自安徽15个县(市、区)，涉及农学、植物保护、园艺、动物科学、水产养殖学、农业机械化及其自动化、智慧农业7个专业。在高质量完成课堂教学的同时，学校在人才培养方案中增加了专业技能和实践课程比重，依托试验站、合作企业、科研院所等实践基地，定期组织学生开展劳动实践、社会实践、科研实践、生产实践，让学生真正实现“入学即入职”，蹚出了新农人培养的新路子。

今年7月，这174位学生迎来了第一个暑假，他们在学校的组织下深入“三农”一线，走进田间地头、回到家乡基层，开展农技推广实习实践，开启特别的假期生活。

2023级农学专业基层农技定向培养班的王妹，在专业老师和辅导员的带领下，和班级其他34名同学一起，来到位于安徽宿州的安徽农业大学皖北综合试验站。

“大豆叶形主要有卵圆形、椭圆形和披

尖形三种，分别具有多荚或多粒的特征。”在试验站的大豆试验田里，农学院教师李佳佳手握多棵新鲜豆苗，向学生介绍大豆的生物学特征，教学生如何判断绒毛颜色、辨别叶形、测量株高。

“原来只在图片中见过，今天第一次近距离接触大豆种子与幼苗。”王妹坦言，手里拿着真实的农作物听课，在农田里学习种植技术，书本上的知识终于在脑中得以具象化，也更加理解了实践的意义。

白天，同学们参观现代农业展览馆、农机大棚，调研家庭农场、合作企业，学习大豆、玉米等作物的育种知识、田间管理、栽培技术、农机使用，手动测量作物的百果重、出仁率；晚上，回到宿舍里，开研讨会、整理数据、写实习日志。在这里，学生可以与农作物“零距离”接触，可以亲身体验、实地操作，打通了理论与实践教学联动的“最后一公里”。接下来，在集体实习结束后，他们还将到各地农业农村局开展为期20天的暑期实践。

为了“让订单”培养更加“精准化”，安徽农业大学充分发挥特色和优势，聚焦乡村振兴战略和农业现代化建设需要，创新基层农技推广人才培养模式，科学设计

培养方案，优化课程设置，丰富教学内容，配备优质师资队伍，推进学科交叉融合，强化实践教学环节，着力培养“全科农技推广人才”。

例如，该校智慧农业专业基层农技推广人才定向培养工作依托植物保护学院开展，同时也联合农学院、工学院、人工智能学院等单位共同完成。在课程设置上，除智慧农业专业课程以外，还增设了信息技术、农业政策法规、农业经营管理、创新创业等与农业农村工作密切相关的课程。在人才培养方案的制定上，尤其注重加强实践能力培养与锻炼，比其他专业同学增设了6到7个学分的实践教学环节，强化面向农村基层工作的实务训练。学校为该班级配备了植物保护、生物育种、人工智能等多领域的“导师团队”，为学生提供全程式、精细化指导，真正实现了“强强联合”。

今年，学校又招生录取了新一届基层农技推广人才定向培养生118人，未来，学校将带领越来越多的青年学生走进田间地头，成为新农人，让“谁来种地、怎么种地”的时代课题有了新答案。