

新电商 新农人

从婚庆策划到水果电商,从尝遍天下的“寻芒者”到日订单超2万单的销售达人,他加盟拼多多希望帮助更多果农解决卖果难——

郑鹏飞：追着芒果“飞翔”

□□ 农民日报·中国农网记者 韩啸

作为一个钟爱芒果的人,郑鹏飞找到了一份理想工作。

因为疫情导致的交通不便,他的海外婚礼策划公司陷入绝境。为了生存下去,他决定带着自己的团队转型。因为太喜欢吃水果,尤其是芒果,他决定彻底放弃原来的工作,当一个卖芒果的电商。

为了优化供应链,他跑遍了全国大大小小的芒果产区。从广西百色的右江河谷,到海南的三亚,再到四川攀枝花,尝遍了全国数十种芒果品种,在追逐芒果的这一年,他也找到了新的生活意义。

停不下的“寻芒”之旅

六月,郑鹏飞从北京出发,驱车前往2000公里以外的芒果之乡广西百色。在那里,贵妃芒刚刚上市,新世纪芒、金煌芒、红象牙芒、桂七芒也即将成熟。

吃到第100个芒果的时候,他终于有了一个百色人的味觉修养。

他说,在百色的田东县吃一口桂七芒,才知道芒果能这么好吃。“有很浓的果香味,吃起来口感比较糯和有嚼劲,甜度又适中,吃完后唇齿间会有淡淡的青草味。有一种大自然的味道。”

仅仅是往北再走一点,到了另一个著名的芒果之乡田阳县,味道也会有一些不同。“不一样之处主要在于口感的‘后劲’。田东的芒果吃起来更醇厚,芒果香更浓郁,留香也更久。”

钟爱芒果的郑鹏飞很幸运。桂七是广西种植的芒果品种中比较特别的一个。在移动互联网时代,尽管人们可以吃到来自全国各地的应季水果,但对于广西以外的人,桂七芒仍然是难得的品种。

因为口感特殊,不是所有人都爱吃,所以产量并不多。通常在两广之间就把每年收下的桂七芒消化完了,并不轻易运往其他地方。

一个月后,郑鹏飞如愿品尝了广西百色市几乎每一个县城和每个镇的芒果。在那里,他学会了当地关于芒果的许多吃法,“青芒果可以切成小片沾辣椒粉,没有完全成熟的果子还会用来腌制泡菜。”

但田东的桂七芒依然占据了他心目中的第一位。出了田东,哪怕是在两县交界处,芒果的口感、形状和色泽都不一样。他把那些好吃的芒果品种和出产的村子都记录下来,好作为日后的供应商。

接下来一站是海南。

在三亚一座种满芒果的山上,郑鹏飞没有手机信号,他只好扯着嗓子 and 同伴互动,朋友在山的另一边也大声回应着他。他们都被对方逗笑了。

□□ 邹多为 王雨萧

日前,位于贵州省赤水市天台镇的红赤水食品园区一片漆黑,已连续工作17个小时的“90后”祁登益,在凌晨才回到工厂附近的家。

如今,从零做起的公司销售额由直播前2018年全年600万元跃至今年上半年的近1200万元,厂房也从650平方米一路置换到6000多平方米……疫情之下,企业仍在“云端”市场逆势增长。

海南岛常夏无冬,种植芒果的历史悠久,是中国芒果主要产区之一。中国芒果集中在广西、广东、海南、福建南部、云南偏南部以及四川攀枝花地区,区域间协调可以实现全年产出供应。最早上市的芒果产地是海南,从1月份一直到5月份。5月份到8月初的主要产地在广西,四川攀枝花的芒果季则是8月到10月。

郑鹏飞的这趟旅程,就是希望趁每个区域芒果成熟的时段,找到当地最好吃的芒果品种和产地,在自己店铺里实现芒果的全年供应,从而保证每个月份的芒果口感都是最佳的。

不凑巧的是,来到海南的时候芒果季已经过去了。郑鹏飞立刻前往攀枝花,希望赶在8月攀枝花的芒果上市季之前,找到那里最有名的芒果。

他找到了。四川攀枝花市最有特色的芒果叫作椰香芒,因有淡淡的椰子香而得名。因为口感特别、挂果率低、价格不菲,被称作芒果中的“爱马仕”,是芒果爱好者的宝藏品种。

过去一年,为了寻找芒果,郑鹏飞去过全国芒果产区最远最深的山间。现在的他能分辨同一产区因为不同山头光照和水土的不同,芒果口味的变化。“比如山里的往往比田间的芒果好吃,虽然后者看起来个头更大,也更漂亮。”

他享受寻找芒果的过程。几乎每一天,他都要吃下至少4-5个不同品种的芒果,他也得以跑遍了南方,满足了自己偏爱芒果的味蕾,也看遍了沿途最好的风景。

新起点是做水果电商

寻找芒果之前,郑鹏飞拥有一家婚庆公司,在北京最繁华的国贸商圈,为新人们策划浪漫的西式婚礼,地点通常是在国外的度假胜地。

2020年,新冠肺炎疫情把一切都改变了。



广西百色田东县的芒果种植户们在进行芒果采摘和挑选。

何淞荧 摄

农民亦“网红” 集市上“云端”

网络直播不仅为“远在深山人未识”的优质农产品找到了新销路,也搭建起农村就业新平台。

据祁登益介绍,由于腊肉、香肠、腊排骨以新鲜生猪肉为原料,工厂稳定的猪肉需求量使养猪农户销路不愁。此外,优厚的工资水平和福利待遇有效帮助农村劳动力实现就业。

根据不久前发布的中国经济半年报,1至6月,我国网络销售保持较快增长。其中,新产业、新业态、新模式的持续加速为经济稳定恢复发挥了重要作用。

搭乘网络“快车”,“草原明珠”的美味步入千家万户。

从借钱开店,再到坐拥73万粉丝,依靠电商带货,牧民“太平哥”走出了不同寻常的小康之路。

“太平哥”本名太平,从小生活在内蒙古锡林郭勒盟乌拉盖草原。因地处偏远,贫困曾是当地人的普遍状态。

了。因为无法去国外举办婚礼,很多新人退款,也没有新订单。每月的店租、员工工资等仍需支出,郑鹏飞的公司很快就陷入了困境。

于是,他只好选择重新出发。疫情期间,衣食住行都受限,电商成了不少创业者的选择。为什么是水果?答案很简单:“因为爱吃水果,非常爱吃芒果。”每当看到不同的芒果品种,郑鹏飞都有想尝试的心情,有时看到长相特殊的芒果,也不忘拍照纪念一下。

最初,他在朋友圈试着卖亲戚家的樱桃,每天有几十个订单,这才有了转型做水果电商的灵感。但水果电商和婚庆公司是截然不同的两个方向,郑鹏飞必须要经历转型阵痛期。

和过去从事婚庆行业不同,郑鹏飞的客户从服务敏感人群变成了价格敏感人群。为了能至少把售价调整到市场中下层的水平,从包装的耗材到纸箱,每一环都要去仔细打磨成本,一点一点“抠”价格。

由于缺乏经验,在网上寻找供应商时,也经常遇到不诚信的卖家。“说好今天发货,要过好几天才能看到物流”,有时发来的果子和最初谈好的标准也完全不同。

他这才下决心要跑遍芒果的供应产地。有时,收果的山头太远,车辆进不去,郑鹏飞要负责把芒果从果农家中拉出来。每个芒果产地都有最远最偏的山头,去云南产区的时候全程没有高速,一路都是沿着悬崖峭壁而建的道路。白天进山,晚上又通宵搬运果子下山。

确定了供应链后,销售也是个难题。

郑鹏飞最终选择了拼多多,因为这里支持的农产品门类相比更加丰富,而且虽然一开始订单量不多,日销量只有十来单、几十单,但随着对平台规则越来越熟悉,订单量也翻倍增长。“我记得去年6月6日我抵达百色,到10号左右,一天的订单就有500多单,没过几天,就增长到1000多单,这给我的信心是一



何淞荧 摄

2015年,太平借钱开了一家特产店。然而,乌拉盖草原一到冬季就特别冷,每年旅游旺季只能维持40天。时间一过,店里门可罗雀。

为了维持生计,2018年,太平在快手上“尝鲜”直播带货。巨大的流量使得33岁的他一举“逆袭”成为镇上“网红”,还被短视频直播平台选为“幸福乡村带头人”。他家的炭烤牛肉干等特色产品凭借高品质积累起大批顾客,现在每个月的销售额保持在数十万元,并且逐步提升。

传授经验、下载应用程序、安装视频软件、培训拍摄技巧……被电商改变命运的太平开始帮助乡亲们,他说:“希望更多草原人学会使用电商平台,做好货,卖好货,比我更厉害。”

据中国贸促会研究院发布的报告显示,网络零售已成为农村消费新增长极。农村网络零售额由2015年的3500亿元增长到2020年的1.79万亿元。

近日,辽宁营口老边区柳树镇小边村特产网纹瓜又喜获丰收。这款甜瓜不一般,得

个极大地提升。”

这个以农产品起家的平台,已经逐渐摸索出了农产品批量上行的模式和算法。郑鹏飞逐渐学会了以商品流运营的方式,精准匹配到喜欢芒果的消费者,还学会了根据不同的收货地址,来分配不同熟度的芒果;并逐渐掌握了一套完整的“芒果成熟度”知识普及,以解答北方消费者们的好奇“为什么芒果收到后还是绿的?”

截至2021年7月,作为一个水果电商新人,郑鹏飞的芒必达水果店今年以来累计销量约1300万斤,日订单稳定在2万单以上。团队也由最初3人迅速扩张到40人。

助农才是根本

今年是芒果的丰收年,广西百色的芒果产量达到90万吨以上。郑鹏飞的芒果供应也因此有了保障。

但事实上,每年到了四月,百色的果农们都会失眠好几天。

百色右江河谷是中国四大干热谷之一,这里的土壤土层深厚、肥沃、耕性好;加上属南亚热带季风气候区,冬春少雨,春季回暖快,非常适宜芒果种植。但春季多雨,四月经常下冰雹,一旦遇上持续的冰雹天气,生长中的果子就会被打烂,当地的果农说,严重的时候,整片山的芒果都不能要了。

等到芒果的成熟期,夏天也到来了,大热天里,果农需要除草、修枝、摘果子,中暑是常事。因为收成不稳定,加上种植芒果的辛苦,很多年轻人都不愿意留在家里经营果园,留在家里的果农以老人居多。

可老人们不懂电商,不知道怎么把那些成熟的果子销售出去,在滞销的年份,通常会拉着三轮车去就近的市场上售卖果子。

第一次去百色,他的团队也遇到一家果农,果子质量很好,但因为地理位置不好,路况差,没有人进来收芒果。眼看就要烂在地里。郑鹏飞和他的团队主动进山收,山路不好走,就请当地的“爬坡王”们进山搬果子。

同样的故事还有很多。那时,郑鹏飞去陕西开拓苹果的供应链,打算丰富店内的水果品种,遇到一位70多岁、独自打理家中果园的老人,“她的苹果质量很好,果园也打理得很漂亮。但是因为没有销路,只能自己推车去市场上卖。”郑鹏飞决定,要帮老人把剩下的苹果都卖出去。借助新电商平台,他很快兑现了这个承诺。

后来,郑鹏飞决定开一个专门的扶农店铺,把自己的利润压低来帮助更多的果农。郑鹏飞说,虽然做水果电商以来,比过去做婚礼策划累得多,但他找到了这份工作更多的意义,并不想再回到原来。他希望能够发挥自己的力量,帮忙解决很多果农销售难的问题,也让更多的年轻人愿意回到家乡。

益于蜜蜂授粉+有机肥料,肉质绵软、味道香甜。就在上周末,发往全国各地约10万斤。

“根本不愁卖!”曾任村第一书记、有着多年种植和销售网纹瓜经验的致富带头人齐少坤在田间地头忙得不亦乐乎。现在,想批发价拿货得提前半年预订,否则只能根据地里情况零售价拿现货。

齐少坤的底气源自网红经济的强大影响力。回想2020年,因为疫情,地里种的好东西卖不出去,眼瞅着它们变黑变烂,无奈之下,年过五十的齐少坤只好硬着头皮,找到“网红小镇”的网红主播解锁销售新技能。

改变传统的销售模式,打开线上销售的新天地。农民“触网”成电商,当地的河蟹、大米、蔬菜一茬接一茬地卖向全国。

“老好了!”操着一口东北话的农民齐少坤对“云”上集市赞不绝口,借助网络平台,农民、客户和商贩三方都得到了实惠,“日子过得就跟网纹瓜一样甜。”

更加香甜。

大荔冬枣虽然脆口好吃,但皮薄易碎,不耐运输,当地人形容“掉地上摔八瓣”。从前,冬枣从采摘到入库储藏,需要五到六次“倒筐换容器”,每一次都会因碰撞而加速腐烂破败。在大荔县商务局指导下,当地枣农与一些大型电商平台合作,通过源头采货直接到销地,降低损耗的同时保证鲜度。

2021年5月,大荔冬枣登陆美团优选售卖。7月,大荔冬枣在该平台的订单量环比增长超300%,在“地理标志农产品”类别中,大荔冬枣总销量排第2位,热度直追柳州螺蛳粉。

电商助农

在云南省香格里拉,8月正是松茸等食用菌上市的季节,作为云南当地特产的典型代表,松茸运不出去会影响整个产业发展。云南省松茸协会会长汤希金介绍,每年6月到9月,村民早出晚归每天在高原的深山里忙碌,希望当年有好的收成。今年受雨量骤减松茸产量本来就少,加上新冠肺炎疫情影响导致运力减少,采到的松茸如不能及时发货,将会直接影响农户的收入。

新鲜松茸运输时效要求在48小时内,且温度要维持在0-10摄氏度,如果路上耗时过长会导致松茸腐烂、霉变、起绒等。因松茸对运输的高要求,空运是松茸上行的最佳运输方式。而疫情反复导致云南省内昆明、丽江两大机场平均散航取消率达到了50%以上,当地的商家和农户面临松茸损坏造成的赔偿风险。不仅如此,一定范围的损坏对云南松茸的品牌也会有极大的影响。在这样的情况下,如何将新鲜的松茸运输出去,成了当地农商备感焦虑的问题。

为助力疫情之下的农产品运输,保障云南菌类产业正常运转,8月5日,顺丰航空正式开通“迪庆-昆明-深圳”松茸运输全货机航线,为松茸“飞”出去架起了空中桥梁。

顺丰速运云南南区相关负责人表示,在疫情前,云南散航运力能够运输近300吨松茸,疫情发生后,散航运输资源仅余94吨,有200多吨的缺口急需填补。对此,顺丰紧急在云南省内投入全货机4架,覆盖西南、华南、华东核心流向,日均提升运力100余吨;同时,还调用近20个车次的高铁,每日运输10余吨;紧急调用了多辆冷藏车,将松茸从产区运至周边省份机场紧急散货,保障松茸在收货点不囤积。

云南迪庆州对外经济贸易有限责任公司负责人张学忠感慨:“今年雨水稀少,导致松茸产量下降,每一颗松茸都弥足珍贵。每天松茸都能正常运出去,收益和招牌都保住了。”

汤希金强调,云南松茸产业的正常运转离不开全社会全行业的共同努力。不管是农商企业、物流公司、松茸商户,都在为保障云南松茸尽最大的努力,尽管困难重重,但全社会并肩作战,松茸“出滇”有了保障!

方丹

地方实践

山东冠县 电商培训“入园”又“进村”

8月23日,山东省冠县定远赛镇党委政府举办“大学习大培训”首期培训班,电子商务专家曹银全和聊城江湖文化传播有限公司经理郭鑫贤在银郭庄村民俗文化产业园现场授课,参加培训的学员达60余人。

此次“培训进村”旨在挖掘更多农村电商人才,推动农村电商快速落地、助力乡村振兴。曹银全围绕电商的概念、意义、发展现状等问题进行了系统介绍,从“什么是电商”到时下热议的“自媒体电商的发展”,再到农民朋友关注的“短视频电商”和“变现”,课程贴近实际、可操作性强,让村民们对农村电商的运营产生了极大兴趣。聊城江湖文化传播有限公司经理郭鑫贤作为一线从业者,分享自己十多年来的创业经历,讲述从“电商老师”到“归乡创业”的一路摸索,尤其是如何将工艺葫芦线上销售,让学员们受益匪浅。

学员徐雪云说:“我一直在做营养膳食方面的微商,但销量起伏伏,感觉没有抓住重点。通过这次培训,让我有了些新的想法,回去后会和老师继续交流学习,也把网店开起来。”

定远赛镇党委书记刘飞表示:“银郭庄村民俗文化产业园是在镇党委政府的关心和上级扶贫资金的支持下建成的,未来将成为定远赛镇及周边地区电子商务发展的‘发动机’。下一步,我们将积极发展电商产业,培养电商人才,为乡村振兴贡献力量。”

杨振亚 农民日报·中国农网记者 李锐

甘肃兰州 八成以上乡镇有电商村级服务点

近日,笔者自甘肃兰州市商务局获悉,兰州市农村网络交易买进和卖出比由30:1逐步变为目前的8:1左右,卖出量呈快速上升势头。

“目前,永登县、榆中县和皋兰县已列入国家电子商务进农村综合示范县项目,依托项目,我市主要从建设电子商务公共服务中心、建设仓储物流配送体系、建设农产品电商经营标准化体系和打造电商人员培训体系四个方面开展工作。”兰州市商务局相关负责人介绍,目前,兰州已基本建成农村电商县乡村三级服务体系。

据了解,2020年兰州全市农产品网络销售额位居全省第一,占全省的24.7%,带动10余万农业种养养殖户增加了收入。按照一县一中心、一乡(镇)一个服务站、一村一个服务点的标准,全市共建成3个县级电子商务公共服务中心,45个乡镇服务站和436个村级服务点,共484个服务网点,覆盖全市85%以上的乡镇。

同时,兰州市在电商人才培养等“软件”配备上也下足了功夫。截至目前,按照《兰州市电商人才培训实施方案》的标准共培训2万余名电商实用人才,其中农村人员1.2万人。兰州市还与知名科技公司合作,从产品溯源入手,在苦水玫瑰、兰州百合、高原夏菜等特色农产品中按照规模化种植、标准化生产、商品化销售的要求,加工适宜网络销售的优质农特产品,取得了不错的销售业绩。

蒋凌



日前,在福建武夷山市星村镇前兰村南山岗,武夷山筑梦前兰生态茶叶农民专业合作社直播团队成員叶茂超、彭福娇和叶磊(从右至左)在茶园直播销售茶叶。武夷山筑梦前兰生态茶叶农民专业合作社直播团队由19名合作社的年輕茶人组成,平均年龄28岁。他们通过重塑营销模式,提升产品品牌价值,推动当地电商产业发展。

林善传 摄

行业聚焦

□□ 张铭阳

正值大荔冬枣产销旺季,8月18日清晨5点,陕西省渭南市大荔县户家村枣农户东海来到枣园,将挂住露水的冬枣采摘下来,8点前就送上了社区电商的运输车,当晚他的冬枣会运到青藏高原的客户那里。“我种的枣能卖到青海、内蒙古、黑龙江、新疆,全国各地的老百姓都能尝到我们黄土高原的特产了。”户大叔的脸上挂着几分自豪。

户东海今年51岁,种了12年冬枣。十几年来,他和村民也曾种过苹果、梨,但赚不到钱。自

从改种冬枣,日子便宽绰了不少。现在,户东海经营着10亩枣园,年收入30万元。靠种冬枣的钱供儿子念了大学。

20世纪90年代,冬枣稀少且昂贵。当时,红枣不到1块钱一斤,而冬枣卖到50块钱一斤,相当于普通人几天工资。

为破解冬枣稀少、供应期短的问题,大荔县与多家高等院校深度合作,在设施冬枣棚体提升、绿色防控、光温调控、土壤健康等环节赋予科技元素。2013年,农林科技专家突破日光温室栽培技术瓶颈,形成日光温室、钢架棉被棚、双膜冷棚和普通冷棚等栽培模式,让冬枣的成熟供应

期从10月提早到5月,其最高价格是正常成熟冬枣的30多倍。

目前,大荔冬枣产值突破60亿元。小小冬枣,促成富民增收大产业,冬枣树成为农民致富“摇钱树”。大荔冬枣对外出口荷兰、迪拜,对外搭乘社区电商运输车深入县城,走上国内2000个区居民餐桌,传递幸福生活甜蜜滋味。

除了反季上市,大荔冬枣还是“喝羊奶长大的枣”。由于甜度过高,下雨后容易开裂成了种植冬枣的一个难题,于是大荔的枣农们就想出了用羊奶喷灌冬枣的办法,相当于给冬枣做了“羊奶面膜”,既可以有效防止开裂,而且口感也