

## 蓝莓树下的“电商梦”

蓝莓园里,盛果期后,草木丛生,满眼绿色。炎炎烈日,沿着树苗间的空隙,戴着黑框眼镜的小伙子开着割草车来回穿梭。一旁,还有手机镜头对准农机,将蓝莓采摘后的田间管理,通过短视频平台传播出去。



网络图片

“90后”朱朕,是土生土长的安徽合肥人,也是个“新农人”。研究生毕业后,他从海外留学回国,5年前,朱朕辞去上海稳定的工作,回到家乡肥东县长临河镇,和农业打起交道,搭上电商“快车”。

初出茅庐,跨界创业,对于零基础的他来说并不容易。作为合肥虹顺农业有限公司负责人,朱朕做的第一件事,就是跑市场、做调研、学经验。2018年,他把广西、云南、山东等地跑了个遍,“同样是种蓝莓,我也得做出点花样来,迎合当代年轻人的消费习惯”。

一次,县里的电商培训让朱朕瞧见了创业方向。杭州来的老师现场授课,讲述电商前景与方法,这一下子打开了他的思路。他想,光种好果还不够,如何卖出去也有门道,乘着乡村振兴这股东风,农产品是否也能插上“数字翅膀”飞进千家万户?

2020年,抱着闯一闯的念头,朱朕开始尝试在短视频平台进行直播。一部手机,一个麦克风,直播间就设在田间地头。从蓝莓生长过程中如何管护,到怎样挑选好吃的蓝莓果,再到蓝莓分拣打包流程,面对镜头,朱朕侃侃而谈。

当然,起初也有令他手足无措的时候。“一句话能重复好几遍,不知道怎么面对镜头。”朱朕告诉笔者,拍视频、学剪辑、做直播,他一点点摸索,恰好当时平台又有农产品扶持政策,“慢慢地,不光自己成长了,订单也越接越多。市民线上10点前下单,快递下午3点就能送达,今年蓝莓销售额有200万元。”

镜头架起来,产品卖出去。如今,朱朕种的蓝莓大多通过电商销售。在他看来,线上直播和短视频制作,目的是将农产品推广出去。“蓝莓还在田里,我就开始记录,直到果子上市,可以说大家是看着蓝莓一点点长大的。”利用电商新模式,既能实现线上引流,还能带来线下消费。不少合肥市民通过视频找到蓝莓园,带上孩子前去采摘;也有批发商通过直播发现货源,和他建立长期合作。

谷今朝在合肥周谷堆农产品批发市场经营一家水果档口,自打瞧见朱朕分享的蓝莓短视频,便兴起了进货的念头。“去年批发的6万多斤蓝莓品质好、卖得快,今年是第三次合作,我扩大了订单量,尽可能多收点货。”谷今朝说。

在合肥市北一环路的世纪中心,联合其他乡镇蓝莓种植户,朱朕还开了一间肥东农特产品线下体验馆,以蓝莓引流,带动全县其他特色农产品拓宽销路。市民们在参观体验的同时,顺带还能捎份农特产品回去。

打开市场的同时,也得改进技术。眼下,朱朕的160亩蓝莓园中,智慧农机随处可见。割草车似卡丁车般在田间驰骋,水肥一体系统能直接控制浇水施肥的量与浓度,这些新农具,都是朱朕采购甚至自行组装的。“咱们‘新农人’得配新装备,充分发挥农业机械化的作用。你瞧,开上农机,这割草效率一下子就上来了,过去人工除草两人得干半个月的活儿,现在一天就能忙完。”朱朕笑着说。

“肥东县商务局还找我回去参加电商公益培训,这次不是听课,而是给种植户们开展培训。”对朱朕来说,若有越来越多村民能够玩转手机这个“新农具”,土特产就能更加出圈,销往全国。从海归硕士到农民主播,从“种得好”到“卖得好”,尝到电商甜头的他,对未来信心更足。(游仪)



◀ 加强网络管理 实施网络安全 ▶

市场信息报  
MARKET INFORMATION