



码上看报



码上订报

“90后”新农人返乡创业 用直播电商卖出千万元产值土特产

“咱们渝北的血橙就要成熟了,最近订单已经超过5万斤。”近日,离重庆渝北城区30公里的石船镇农村电商综合服务站里,负责人杨鹏正在仔细核对一场直播后的订单,他身后的货架上,零星地放着包装好的辣椒等土特产。

忙碌间隙,他向记者透露了电商助农的致富经:“依靠电商直播,家乡不少农产品都‘出山’了。仅是柑橘,去年就带来超过800万元销售额,今年预计销售额破千万元。”

33岁的杨鹏返乡创业6年多,不仅创造了自己的一番事业,还用短视频、直播、电商三大“法宝”让镇上以往经常滞销的柑橘等农产品找到了稳定的销路,带动了上百户村民实现了增收,杨鹏也成了当地有名的新农人。

返乡创业打造电商助农产业

杨鹏因为家庭条件限制,他年少跟随父母外出云南务工。2012年,杨鹏带着积蓄回到了石船镇,成立了自己的皮鞋店。

那时,镇上刚流行起网购风,杨鹏作为为数不多懂电脑的年轻人,不少乡

亲经常委托他网购,他便在看店之余帮乡亲做起代购生意。

时间一久,杨鹏发现,既然乡亲有购买的需求,也经常会有寄出土特产的需求,那能不能将乡亲们的土特产通过电商平台代售出去呢?

考察一段时间后,杨鹏找到了可以合作的农户,自己便开始尝试注册镇上第一家农产品销售网店。抱着试一试的心理,杨鹏在2017年注册了渝北区石船镇农产品电商账号。简单打理后,当年他就将当地的血橙上架到电商平台。

店铺上线头一天就迎来了浙江的买家,第一单78元的订单让杨鹏和乡亲们看到了销售的希望。仅仅一个月,店铺就卖出了2万元的血橙,比当地淡季的销售价格翻了几番。

因为这次尝试,杨鹏开启了通过电商销售农产品的路子。在他的发货单里,上海、宁波、南京、广州的顾客都有,订单最多时一天能发出上万斤各种土特产。他和农户们尝到了甜头。

直播带货带出千万元产值

有了血橙的销售成绩,杨鹏底气

更足了,5月卖枇杷、7月卖竹笋、11月卖血橙……仅仅一年销售额就超过160万元。

销售额节节攀升,杨鹏却高兴不起来。原来,虽然订单量上去了,可是人工、物流、包装成本仍然居高不下。同时,虽然有了淘宝店铺,但是单一的店铺仍然可能面临滞销风险。为了店铺销售,还需要不少推广的成本。

思前想后,杨鹏想到了通过直播打开销路,同时不放弃线下销售,结合石船镇电商中心和线下实体店销售,为当地的土特产找到更多销路。

注册了店铺的直播账号后,杨鹏聘请了多位当地村民进行电商直播,自己也亲自上阵,在每季应季水果上市时卖力“吆喝”。用杨鹏的话来说:“我们的直播没有什么技巧,就是用淳朴的乡情打动顾客。”

如今,杨鹏的农产品账号已经积累了近2万粉丝。通过直播带货,当地的水果销售量也节节攀升,从最初的160万元,增加到了上千万元,还让“养在深闺”的渝北血橙、脐橙等多种土特产走出了一个个小山村,卖向全国各地。

(据《重庆日报》)

“欢迎陆续来到直播间的家人们,大家看一下这盆都是精品,我们现在都是按照双十一的价格发售,有喜欢的家人们抓紧挑选,货品不多……”近日,在山东省高唐县锦鲤小镇的电商直播间,徐马新村村民将一条条体格健美、色彩艳丽的锦鲤通过手机摄像头展示给线上网友,一旦有人下单,工作人员就将被看中的锦鲤充氧打包,等待下午集中发货。

近些年,象征着富贵和好运的锦鲤,成了当地名副其实的“富贵鱼”。在高唐县三十里铺镇出发,锦鲤不但“游”向全国,还“游”进了电商直播间。而每年的“双十一”前后,高唐众多锦鲤企业更是会进行上百场直播,主播们比平时更加忙碌,小小锦鲤又掀起一波销售热潮。

随着网络的日益发展,在锦鲤销售渠道方面,三十里铺镇创新“互联网+”模式,广泛与上百家锦鲤销售相关的水族馆、电商、直播销售厂家密切合作,锦鲤营销经纪人达160余名,锦鲤微拍堂、锦鲤专业销售群及电商直播以其个性化、便捷、快速灵活的特点成为锦鲤销售方式新宠。

“我们借助微拍堂、天猫、抖音、快手等平台,建立中国锦鲤直播平台,培育电商直播千人团队,加快锦鲤产业电子商务发展。2021年通过快递的锦鲤订单高达10万件,销售金额上亿元,真正让小锦鲤‘游’出了大产业。”三十里铺镇党委书记金超说。(据中国网)

锦鲤‘游’进电商直播间

欢迎订阅2024年度

农业科技报®

全国最具有影响力的 科技类涉农报纸之一

主要版块 三农新闻 乡村振兴 问农热线 现代农业 果农课堂
种植养殖 品牌农业 设施农业 创富天下 农村法治

聚焦“三农” 传播科技 致富百姓



全国统一刊号: CN61-0068
邮发代号: 51-98

全国各地邮局(所)均可订阅
全年定价**198元/份**



识别二维码关注
《农业科技报》官微

订阅热线: 029-87036595

新闻热线: 029-87036602