

试水新零售，金山农民抱团闯市场

4 另一场例会

金山区鑫品美农产品产销联盟，由金山农民合作社数位农民自发成立，经营多时，渐成气候。本报记者跟随他们在田园乡野间，种养基地内、销售直播室……观斑见豹，记录下这群可爱新农人在整个产业链探索中的几个瞬间片段，以飨读者。

□记者 曹佳慧

1 “设计师”侯小八

夏夜，金山工业区高楼村已渐渐入睡，但村委会二楼会议室却还灯火通明。十几个农民聚集在一起，鑫品美农产品产销联盟每周的例会正在召开。

侯小八不是例会的常驻班底。这次应邀前来，身份也并非联盟所属合作社的负责人，而是作为一名“设计师”。

今晚联盟例会的议题，除了寻常的供货、选品等，还有最重要的，就是讨论通过一辆特制小车的设计方案。“这是我根据大家的需求，初步

设计的图纸。”他从包里抽出一张A4纸，向在座的成员解释设计思路。

为了确保在几个月后的草莓季中提高效率、减少损耗，联盟决定设计一种采摘用的推车。不知怎么，设计的活儿就落在了侯小八头上。

侯小八就着图纸，讲解完毕，会议室里一片沉寂，过了好一会儿，才开始有人发表看法。

确实，要看懂这样一张图纸，需要花一些功夫。

讨论的气氛出乎意料地热烈，有人说推车宽度太宽，有人认为应首先

考虑稳定性……

其实，在联盟里，侯小八并不是第一个扮演“跨界”角色的人。

在沪上卖草莓卖得小有名气的盛成，就在联盟成立之初，做过美工和客服。他设计的小程序界面，至今还被许多消费者“吐槽”。彼时，他还未完全“脱产”，还操心着自家基地，更别说做一个回复及时的客服了。

还有被称为“玉米大王”的王军辉，居然在联盟里当起了选品官，养虾的吴崑峰成了配送员……

从成立的那日起，联盟就自然而然形成了这样的运营状态。一批种养能手，在农民身份之外，有了更多的尝试和突破。

行，就很难积累好口碑。”

算是核心成员的两个人，对联盟目前的发展和运营机制有些看法。比如，他们都认为，联盟在对客户的补偿方案上有所欠缺，营销手段也不是最佳。

再加上，因为别人的产品品质不佳而遭受消费者的谩骂，俩人心里多少有点怨言。可他们还是甘当免费劳动力，忙前忙后地卖别人的产品，为何？

也许不排除有点“看在领导的面子上帮帮忙”的成分。

但他们都有共同的觉悟：大家好才是真的好。除了帮助农户解决销售问题，他们还想把“金山味道”送进千家万户，让更多人知道，金山的农产品真的很不错。

想、慢慢来。

“不行！怎么能慢慢来，草莓马上就上市了！”盛成有点着急，毕竟包装盒还有设计和生产周期。

“忙碌了一年，都是为了今年的草莓销售打基础。”

在完成种植标准化之后，他们又尝试在统一包装上下功夫。

桌上，七八种包装盒一字摆开。除了大小，记者很难分辨出它们之间的区别。联盟的核心成员和草莓种植户却展开了讨论。“要哪几种规格的？11孔的还是15孔的？”

“这种有坑的可以防止草莓在运输途中移位。”

“下面的海绵垫要不要透气孔？”

“那种盖子好，工人包装的时候不会把草莓压坏。”

几个种田的糙汉子，此刻格外挑剔。因为包装选得好，可以避免很多后续环节可能出现的问题。

去年，“鑫品美草莓产销联盟”一炮打响，7家合作社销售业绩喜人。今年，他们扩大规模，联合12家基地与盒马生鲜和叮咚买菜合作。

这是个很大的挑战。

“他们要求的供货量非常大，我们今年联合12家基地一起供货，具体细节还在谈。”盛成说，供应盒马的草莓还需要再设计一种包装，“我觉得这种设计蛮好看的。”他拿出一个猕猴桃的包装盒，几个人饶有兴趣地研究起来。

“好看是好看，但是全都包起来了，看不到草莓什么样。”

“要不就设计一个不同的腰封，这样出现换货或者其他紧急情况可以快速补上，成本低、效率高。”

意见不统一，有人提议再想

成立鑫品美农产品产销联盟，也许能为当前的困境破局。筹备了一年，联盟终于迎来他们的第二个草莓季。

据说，侯小八设计的那辆小车已经投产，第一批订了十多辆。还配备了专用的单层塑料筐，一辆车上可以叠放多个筐，既保证效率又保护了草莓的完整性。记者临走时，他们刚清点完送来的塑料筐。

他们也知道，今年的草莓销售是个什么样的难度和挑战。今年销售会比去年更好吗？来自盒马和叮咚的巨大订单量，能顺利吃下吗？忙碌了一整年，大家期盼的好结果会来吗？没有时间思考太多，只能干好力所能及的每一件事，就像夏春峰说的：“接下来的挑战，只许成功。”

成立鑫品美农产品产销联盟，也许能为当前的困境破局。筹备了一年，联盟终于迎来他们的第二个草莓季。

据说，侯小八设计的那辆小车已经投产，第一批订了十多辆。还配备了专用的单层塑料筐，一辆车上可以叠放多个筐，既保证效率又保护了草莓的完整性。记者临走时，他们刚清点完送来的塑料筐。

他们也知道，今年的草莓销售是个什么样的难度和挑战。今年销售会比去年更好吗？来自盒马和叮咚的巨大订单量，能顺利吃下吗？忙碌了一整年，大家期盼的好结果会来吗？没有时间思考太多，只能干好力所能及的每一件事，就像夏春峰说的：“接下来的挑战，只许成功。”

他们也知道，今年的草莓销售是个什么样的难度和挑战。今年销售会比去年更好吗？来自盒马和叮咚的巨大订单量，能顺利吃下吗？忙碌了一整年，大家期盼的好结果会来吗？没有时间思考太多，只能干好力所能及的每一件事，就像夏春峰说的：“接下来的挑战，只许成功。”

他们也知道，今年的草莓销售是个什么样的难度和挑战。今年销售会比去年更好吗？来自盒马和叮咚的巨大订单量，能顺利吃下吗？忙碌了一整年，大家期盼的好结果会来吗？没有时间思考太多，只能干好力所能及的每一件事，就像夏春峰说的：“接下来的挑战，只许成功。”

他们也知道，今年的草莓销售是个什么样的难度和挑战。今年销售会比去年更好吗？来自盒马和叮咚的巨大订单量，能顺利吃下吗？忙碌了一整年，大家期盼的好结果会来吗？没有时间思考太多，只能干好力所能及的每一件事，就像夏春峰说的：“接下来的挑战，只许成功。”

他们也知道，今年的草莓销售是个什么样的难度和挑战。今年销售会比去年更好吗？来自盒马和叮咚的巨大订单量，能顺利吃下吗？忙碌了一整年，大家期盼的好结果会来吗？没有时间思考太多，只能干好力所能及的每一件事，就像夏春峰说的：“接下来的挑战，只许成功。”

他们也知道，今年的草莓销售是个什么样的难度和挑战。今年销售会比去年更好吗？来自盒马和叮咚的巨大订单量，能顺利吃下吗？忙碌了一整年，大家期盼的好结果会来吗？没有时间思考太多，只能干好力所能及的每一件事，就像夏春峰说的：“接下来的挑战，只许成功。”

他们也知道，今年的草莓销售是个什么样的难度和挑战。今年销售会比去年更好吗？来自盒马和叮咚的巨大订单量，能顺利吃下吗？忙碌了一整年，大家期盼的好结果会来吗？没有时间思考太多，只能干好力所能及的每一件事，就像夏春峰说的：“接下来的挑战，只许成功。”

2 鹅被偷了

吴崑峰散养在基地里的鹅被偷了。

得知这个消息时，他正在送货的路上。

忙。这一天是联盟的团购配送日。吴崑峰自然是无暇顾及鹅被偷这类家事的。

中午时分，货车抵达一处办公楼。夏春峰和吴崑峰利落落地跳下车，将满满一车的金山农产品从后备箱搬下。

一时间，这里成了一个临时的卖菜小摊，鸡蛋、青菜、大闸蟹、草莓、菌菇、茄子、乳鸽、八宝饭、大米……当季的农产品不如春夏丰富，但为了维系好一批忠实客户，联盟成员每周绞尽脑汁，动用各方资源，选品上架。

标准只有两个：品质好、价格实惠。

“毕竟是代表金山味道的农产品，不能砸了自己的招牌。”吴崑峰搬完最后一筐货，拍拍手掏出手机，通知微信群里的消费者来拿货。

送货是个体力活，也是细致活。两个大男人一一核对清单配货，每送出一份产品，都感谢对方的支持。大约忙碌了四十多分钟，由衷的笑容也显得有些僵硬。大部分订单都送出去了，俩人终于松了口气，配送完最后的团体订单就可以收工。

“今天还算顺利的，没有缺货也没有人退货。”他在回程的路上告诉

记者，有几次因为产品品质良莠不齐，他被消费者骂得狗血淋头。作为联盟的配送员，随时可能出现的顾客投诉，让他在刚送完货的几个小时，对电话铃声格外敏感。

话音刚落，手机十分“配合”地响了起来，有消费者投诉玉米上有虫洞。“只能拼命道歉，承认错误，下次改进。”他无奈地说，联盟的出发点是帮助农户解决销售问题，而一些散户种植的农产品品控有难度。

夏春峰对此也颇有感触，“关键是这些产品是代表我们金山，不应该出现这样的问题。口碑要做好很难，做砸却很简单，只要一两单品质不



■盛成(右三)和左金莲(右一)直播销售中

3 直播达人

不是在直播，就是在去直播的路上。

从去年起，上海金贵枣油桃种植专业合作社负责人左金莲成了名副其实的直播达人。“去年我参加了一场直播带货的培训，算是与直播结缘了。”

左金莲的直播间几乎全年无休，每晚6点至9点准时开播。有时她与大学生一起坐在镜头前，有时把直播间搬到田间地头。镜头后面，一块白板上写满了产品的特点和直播的注意事项，便于时刻提醒自己。

作为联盟里最具“网红潜质”的农民主播，她的身影也常常出现在“金山味道”直播间。

几个月前，联盟策划了一场特别的直播——用平台上销售的所有产品做成一桌家宴。有人负责整理桌面，有人负责烹饪传菜，直播现场人多事杂，各自忙碌。在这样的情况下，十分考验主播的控场能力。

“朋友们看看，这锅老鸭汤已经

熬成了奶白色，实在太香了。”左金莲一手拿着手机，对产品进行拍摄讲解，或是上手试吃，一边与网友互动。即便不是自家产品，她也卖力吆喝。与专业主播同框，她也丝毫不逊色，加上农民身份赋予的天然信赖度和风趣幽默的性格，让当天的直播观看人数破万，创造了当时联盟开播以来的最高纪录。

私下里的左金莲也是健谈的，只不过比在镜头前更沉稳一些。但一年前的左金莲，绝对想不到自己能这样在镜头前“放飞自我”。

再开朗的她，从田间走到镜头前，也是克服了心里的恐惧和障碍，才慢慢找到具有个人特色的直播风格。

12年前，左金莲和丈夫白手起家。多年来，靠产品品质赢口碑、靠熟人关系拓渠

道，卖自家和相邻合作社的农产品，生意十分红火。合作社的枣油桃、阿婆瓜等特色农产品供不应求，还没上市就被预订一空。她的私域流量转化率十分可观，在朋友圈随便发个广告，激起的水花远比直播间大。

那么，直播的意义在哪呢？

“我要把东西卖掉啊。”左金莲故作轻松地说。她的仓库里还压着几百个没用的包装盒，它们压在她的心上，有一种能吃苦的韧劲。她明白，只有把东西卖出去了，才有继续干下去的动力和资本。

她是农民，她懂农民的苦，所以才不遗余力地为金山农产品宣传。“直播虽然卖不了多少货，但可以让更多人知道，知道金山的农产品。”

这是左金莲的坚持。



★记者手记

没有预算，没有场地……这样一支“草根”团队，加上“小米加步枪”式的装备，试水农产品新零售，任谁看了不说一句：谁给他们的勇气？

抱团闯市场，一切靠自己！就是凭着这份执着和坚持，凭着对金山农产品的自信和热爱，从去年底到今日，这群农民不仅没有原地解散，联盟成员还从最初的7家合作社增加到50多家合作社，销售渠道和产品也不断丰富，从“供货商”变成不赚钱的“中间商”，累计帮助金山农民销售农产品360万元。

牛刀小试，业绩不俗。可在很多人看来，他们的努力多么苍白，换不来联盟长久的生

命力。

暂且不论联盟的好与坏。有一点弥足珍贵的是，在抱团闯市场的经营活动中，这些农民身上正在悄然发生一些变化。一些也许他们自己都没有察觉到的变化，而这种变化，恰恰是新时代新形势下新型职业农民所必需的。

跟踪采访多日，和这群新农人成了好朋友，记者眼里的他们，是如此的可爱。于是尝试着用不加任何修饰的文字、记录下这群人努力的样子。记录的过程伴随着感动，这种感动，一直在记者心中流淌。期待这种单纯质朴的感动也能打动每一个正在努力的你。