

美丽乡村



博山猕猴桃丰收季



仓库里，大家正紧张地打包发货



奇遇村篝火晚会的乐队演出



奇遇村小红军一日游活动

## 周末人物 从富起来到强起来·庆祝改革开放40年

他离开自家企业，跟母亲借了5万块钱，开始创业：“我们要做的，就是做互联网与农民之间的桥梁。”古老山村的猕猴桃、板栗、香梨、小米、核桃及鳟龙鱼等通过电商平台销向了全国……“农业正在成为新的风口，乡村振兴亟需更多年轻人加入。”

# 王浩：90后海归把山村送上互联网

□ 本报记者 陈巨慧 本报通讯员 魏其宁 韩文彬



奇遇村的彩虹跑活动

“90后海归”，“石油工程专业科班出身”，“有家族企业”，被这些标签定义的博山小伙王浩，似乎很难和农村扯上关系。可在返乡3年后，运营农村电商及乡村旅游的他，却成了当地颇有名气的“新农人”。12月4日，一身运动装的王浩在淄博市博山区的工作室接受本报记者独家专访，笃定的目光、爽朗的笑声，洋溢着青年创业者的阳光与活力。

## 从企业继承者到创业合伙人

1990年出生的王浩，高中毕业后，考入中国石油大学，大学期间到俄罗斯秋明国立石油天然气大学学习石油天然气钻井专业，2013年毕业后，在青岛一家石油企业从事石油天然气设备的相关工作。学以致用，王浩的人生正迈向坦途。

可是，2015年，王浩的父亲出了点小意外。“我爸说，你看你能不能回来，在厂里帮帮忙，其实是有点想让我接班的意思。”

回到厂里小半年，王浩干不下去了。“我发现不行，我家的企业是一个耐火材料厂，用现在的话说是一个‘落后产能’，我跟父辈们一起工作，理念也不一样，我就想自己出去。”

王浩离开了自家企业，偷偷跟母亲借了5万块钱，开始创业。“那时候快过年了，我爸就是一个看热闹的心态，他觉得我这个人还比较聪明，不至于饿死，饿死之前肯定会回来。”

这时，恰好王浩的初中同学王浩栋也有了创业的想法。王浩栋毕业于山东财经大学市场营销专业，他提议可以做猕猴桃的电商销售。

通过调查，原本对农业一无所知的王浩了解到，博山区源泉镇是猕猴桃碧玉品种的主产区，在2016年时，种植面积已达两三万亩，但长期以来，猕猴桃一直走采摘后经由农贸市场批发的传统销路，那些比较偏远的果园销售成了难题。猕猴桃种植户绝大多数是50岁以上的农民，对互联网十分陌生，所以，电商销售一直难有起色。

“我们要做的，就是做互联网与农民之间的桥梁。”王浩他们一拍即合，决定做“第一个吃螃蟹的人”。2016年3月，王浩说跟父母拿出家里种猕猴桃的全部5亩地，两人凑了10万块钱，成了一起创业的合伙人。

“我们的想法是一定要在大平台上销售源泉猕猴桃。”王浩说，进驻淘宝后，离果子成熟还有五六个月的时间，他们尝试了很多方法，希望把猕猴桃的销售周期拉长。“没有果子只有树，我们当时就想，能不能直接卖树。消费者认养这棵树一年，结的果子都归消费者，这样果子吃着也放心。”他们从王浩栋家的5亩果园中拿出一亩做果树认养，树都认养出去了，可是他们的生意赔了。

“当时我们预计一棵树结果15斤，认养果树的价格是199元一棵。按采摘市场价猕猴桃7块钱一斤来算，我们还是挺赚的。”可这一年，平均一棵树结了40斤猕猴桃。“我们之前也问过产量，果农们也没有做过特别精准的统计，一棵树结15斤的也有，20斤的也有，30斤的也有，就是看怎么管理，管理得好就结得多。看来我们真是管理得不错，反正那些承包果树的顾客都挺满意的。”王浩顽皮地笑了。

## 一天卖了12000单

猕猴桃果树认养的过程中，王浩他们卖起了淄博的蓝莓。“原本以为在电商平台上开个店就能销售，通过卖蓝莓才知道需要注册品牌，需要质检报告，等手续办好，我们的蓝莓上架的时候，蓝莓已经快下市了。虽然慢了半拍，但是却让我们知道了销售猕猴桃得提前作准备。”

一切从零开始，王浩他们寻遍了整个城区找不到一个物流专用的猕猴桃包装盒，所有的猕猴桃都是论斤称，没有任何标准，两人从设计包装、定大小标准开始，一点点摸索。当时的常态是大半个公司家当都在王浩的车上，营业执照、公章，还有两个手脚忙乱的合伙人兼员工。

差不多用了一个月的时间，他们办好了猕猴桃的销售手续，开始努力找渠道。幸运降临，京东也恰好到博山找源泉猕猴桃的渠道。王浩说：“京东有很严格的要求，对果园有要求，对供应商也要求非常高。他们需要供应商提供一些产品的资质、供货流程等，这些是果



王浩(左一)在陶艺基地的体验活动中。

农不可能提供给他们。正好他们遇到了我们这个刚刚组建的团队。”

2016年猕猴桃上市的时候，京东建议做试吃活动，双方都作出了一些让步，“京东做配送，因为有助农的政策，快递费给我们省了很多。我们也作出了让步，一单6枚的猕猴桃，我们差不多要赔一块二。他们让步，我们也让步，我们算了算，京东一天赔两块多。”

这次试吃活动一天卖出了12000多单猕猴桃。“我们开始做电商是比较顺的，钱挣得不多，货存得挺多，场地、装置办得挺全了，光包装箱就囤了很多。第二年纸箱又涨价了，相当于又挣了钱。”王浩说，囤这么多也是因为没经验，看见一天就卖了12000单，以为会天天这样，让纸箱厂加班加点做，一下子印了几十万个。“活动结束后提价之后，我们差不多每天能卖出两三千单，渐渐觉得农产品电商有的做。”这一年，他们的奇遇农业有限公司销售了16万斤猕猴桃，营业额达160万元，公司的电商销售从此走上正轨，将博山的猕猴桃、板栗、苹果、草莓、香梨、小米、核桃及鳟龙鱼等农产品通过京东、顺丰、淘宝、工商融易购、微信服务号及微店等电商平台销向了全国。

## 为古老村庄搭一座“桥”

做农村电商，王浩几乎天天都在村里泡着，2017年，他又发现了新的商机。

依托山清水秀的地质风貌，博山区南部4个乡镇百余村庄几乎村村都有农家乐，但在王浩看来，这些农家乐不过是吃饭、睡觉，同质化严重，多是四五十岁的村民在运营，不少村子把越来越多的钱投入到硬件更新上，实际效果却难以吸引作为消费主力的年轻人。

若想使乡村旅游走出发展瓶颈，需要专业团队运营、规划和设计，而这些年轻人几乎不可能主动回到乡村。主意有了，王浩决心再为古老的村庄和外面的世界搭一座桥梁。

新的创业项目在酝酿，之前的人手显然远远不够。面对公司快速发展和王浩的再三“忽悠”，高中同学黄元孔辞去了青岛某旅行社部门经理的工作，加入了团队。

如何将年轻人真正吸引到乡村旅游中？团队着实动了一番脑筋，通过反复研究中超比赛、爸爸去哪儿、跑男等年轻人热衷的体育、娱乐节目，团队总结出，要想吸引年轻人，“规则”“仪式感”“粉丝”三要素缺一不可。于是“奇遇村”的设想由此萌生。

所谓“奇遇村”，是网上村落，集社交、旅游于一体，游客通过会员卡，成为“奇遇村村民”，享有免费体验新项目、定期参与活动等“奇遇村”村民待遇。同时，公司与村落展开深度合作，为其策划、组织创新性的活动，帮助村落与组织及学校进行对接，利用互联网便捷、传播速度快、影响力大的特点，在最短时间把村落特色展现给游客。

在王浩带领下的奇遇农业有限公司与博山

区内6个村庄合作开发运营乡村旅游开始，线上通过微信公众号“奇遇村”累计发送图文视频推送50余篇，线下先后策划组织活动、对接学生夏令营写生等50余场活动，为各村庄累计吸引游客3万余人次。特别是在与聂家峪的对接中，帮助聂家峪的旅游年收入由之前的60万元增长至100万元，之前闲置的宾馆常常供不应求。

2018年起，公司与聂家峪村开办深度合作，村里包括餐饮、住宿、景点、采摘园等全部旅游项目由奇遇农业有限公司完全负责。“我们现在主打的是田园文创社区，他们村是省级贫困村，全是山地，耕地比较少，但是村里的布局结构和建筑还是比较有特色的。当时去考察过几次，一开始真没看上，因为实在是太荒太穷了。但是这个村子里的人比较朴实，有一股子挺拼的劲儿。”王浩说，村里原来只有一个饭店，弄了几间民宿但是没人住。公司以他们原有的饭店为中心作了二期规划，分成了几个功能区，打造了几个精品活动，基本每周都有主题活动，像篝火晚会，小红军一日游，培训机构的写生、夏令营、工作日接待团队拓展，周六周日针对散客。今年前三季度，全村旅游收入已达170万元。

来到藏在大山里的聂家峪，只见村居错落有致，木质建筑古朴典雅，长廊两侧一串串的红灯笼与树上吊着的柿子相呼应，为冬日有些苍凉的山景点缀了些许亮色。长期驻村的黄元孔家就在这个小山村，他也称得上名副其实的“返乡族”。黄元孔说，春天这里全是花，盘山公路两旁有十里樱花，山上还有200亩樱桃树，两万株黄栌，山上还规划了高端的崖居即将建设。“刚搞旅游的时候，村里人都不相信，这么犄角旮旯的地方怎么会有人来玩？跟王浩他们合作的这一年多，村里人发现原来真的有这么多人来村子里，他们才发觉这个事情是可以做到的。我们要把更多的游客吸引进来，这样村民才能更多地参与进来，让村子里也有自己的产业。”

## 用电商思维做新零售

在公司成立的第三个年头，王浩的团队已经从最初的两个人，发展到了13个人。“我们团队都比较年轻，只有一个人是1988年的，其他的都是90后。主要是我的初中同学、高中同学，以及隔壁村的创业者。”王浩说完狡黠一笑。

公司四个主要合伙人之一的张博达，就是王浩挖来的隔壁村的创业者。1992年出生的他在大学时就开始做跨境电商，毕业后在父母的要求下带着女朋友回到博山结婚生子。“博山出产陶瓷，我找了个办公室，开始继续做电商，就认识了他们。知道他们是卖猕猴桃的，虽然卖的东西不一样，但是同行啊，在博山不容易。因为在博山这种小地方，做电商还是比较少的，就觉得可以有话聊，经常见面。”可陶瓷太重，做跨境电商运费太高，正

想转做国内电商之际，王浩向他抛出了橄榄枝。王浩告诉张博达，公司也要拓展陶瓷方面的业务，看大家能不能一起合作。“我也想行啊，人多力量大，每个人有自己的资源和渠道。”张博达说。

团队的实力日益壮大，他们也不断作着新的尝试探索。“原来网上购物更多的是平台性的，随着即时通信的更替，现在基于微信和其他一些软件的单位团购、社区团购也是电商的一种新形式。这种新零售，更精准，而且速度更快。”王浩说，他们也在作新零售的尝试，不能因为现在电商平台的发展挺稳定，订单也比较充分，就不去接受新东西。现在公司的新零售主要做的是淄博和章丘地区，建立了58个社区团购群，购入了厢货车配送。在王浩看来，新零售对他们来说是个不小的挑战，之前没有接触过落地配，他们又找到一个同学拉他入伙，在人员配置、基础投入上，尽量做到专业化，预计明年7月份就会落成一个标准化的分选仓库。

去掉电商平台的屏障，新零售离消费者更近了。“我们是从电商转过来做新零售的，就要带着电商的思维来做这个新时代的新零售。虽然新零售是没有评价的，但是我们要首先保证用户的评价，这是我们的一个优势，做电商最重要的就是信誉值。”王浩说，对于信誉的关注也经历了一个过程。猕猴桃容易坏，2016年刚开始做电商销售的时候，售后非常多，“京东的两个客服都气炸了，给我打电话，说怎么这么多的售后？那时候我们也没有经验，筛选过程不对，说实话那时候也不是特别注重质量的，就想赶紧卖出去就行。当时只要做一次活动就是七八千单，我们雇的人一天发两三万单正好，超过这个数量就得随时去村子里找人干，他们不专业，不是熟练工，筛选的过程全靠人工肯定有问题，但是我们没有一个检测的标准。其实这样我们是赔钱的，果子坏了就要赔给人家，十个果子如果坏了五六六个就全赔给人家，把利润全搭了进去，坏一件可能要赔进五六件的利润都不够。”

意识到这个问题，王浩他们开始尽量地减少售后，提高品质，销售猕猴桃时有了标准化的流程，很少有售后了。

但做新零售，产品多种多样，难免触雷。王浩说，前段时间他们做了一次牡蛎的社区团购，一箱牡蛎十斤，打开一看有泥沙，清洗了泥沙以后一称不够十斤了，于是给每个消费者都退了两斤牡蛎的钱，“这样一来我们的信誉更高了，也得到了消费者的认可。”

王浩也希望能够对更多大型的正规的渠道，不断提升公司的竞争力。今年，他们对接的盒马鲜生，是阿里巴巴对线下超市完全重新的新零售业态。“我们给他们供猕猴桃，他们的要求特别严格，对猕猴桃的筛选过程、运输过程，以及到上海之后的入库过程，都有严格的标准。像选果，果型必须是统一的，平时在电商平台做猕猴桃，果型基本是90g-110g，平均重量是100g，盒马鲜生要求，一箱当中最轻的一个果不能低于果子的标准重量，要求更高了，也保证了水果品质更高。为了保证水果的新鲜程度，要求发货必须全程冷链，这也是我们头一次接触冷链。他们的标准这么高，为什么我们还要做？因为通过获取更高的渠道标准，反馈给我们，我们的标准也不得不提高，这样逐步拉开了我们跟竞争对手的距离。我们投入更多的人力和设备，竞争力也提高了，利润也有优势，再跟别的平台对接也更容易了，他们看到我们的流程，会很满意很放心。”

王浩也在探索“新零售+乡村游”的新模式，之前游客到奇遇村，吃了玩了住了就走了，现在我们把旅游和新零售结合起来，游客住在我们的民宿里面，他睡的枕头、用的家具、吃的小米粥，在我的网店里还能买到，先体验再消费，也很受游客欢迎。“2016年大家都在做采摘的时候，我们做了网购，不能大家都做网购了我们还做网购，后面有可能新零售会推翻平台的地位，我们要跟得上。”

## 失败已是家常便饭

在外界看来，王浩的创业之路可谓一帆风顺。可王浩却告诉记者，这几年创业，失败早已是家常便饭，他们也早已锻炼得平常心了。“做的项目很多，可成功的就这么几个。我们基本都是失败失败失败，偶尔成功。失败就失败了吧，但是不能因为这个事情失败了就拉

倒了。”

总结创业的经验，王浩说最难的就是能够坚持下来。“我那时候回家，我爸根本不搭理我，意思是看你钱还有多少，觉得我马上就要花光的感觉。后来到了2016年5月份，他问我你到底弄啥？我说我开始做水果农产品，他就更觉得我不靠谱了。偶尔说，行不行？不行你就回来吧。或者你正儿八经地去找个工作吧。我发货忙不过来，让他找人去帮忙发发货，他都不搭理我。后来，到了2017年，他听别人说我做得还行，他才对我有了改观，说‘我朋友要去采摘猕猴桃，你给照顾照顾吧。’”

能够坚持到现在，并且做成了一番事业，王浩坦言学钻并对自己很有帮助。“我们做电商也好，做旅游也好，和我们钻井还挺像的，先勘探，然后做计划，分步骤实施，再去巩固。遇到钻杆断了、钻头掉了的问题，要及时弥补。比较踏实，比较注重细节。”

接触电商平台，则让王浩对数据分析格外重视。“无论是淘宝还是京东，都给我们提供了比较详细的数据分析，做旅游的时候，没有这样的平台，也没有这样的软件，但是我们自己收集数据来分析。比如做乡村旅游，起初我们定位的主要人群是20-25岁的年轻人，因为我们的乐队是唱民谣风格的。后来分析游客数据，发现绝大多数都是30-40岁的人群。那我们就需要进行及时的调整，把新歌改成经典老歌，他们的消费水平比较高，菜品上要及时改进。他们都带着孩子，孩子还都不大，我们要安置比较安全的、能够长时间玩的儿童游乐设施，还一定要在篝火晚会的旁边，因为留住孩子才能留住家长。包括菜品，哪些菜上架，哪些菜下架，这些都是需要数据支撑的分析获得的，不是随便蒙的，这也是我们跟其他农家乐的区别。”

王浩很感谢团队小伙伴的付出。2017年，团队只休了3天半假。有一天，组织完活动，开完总结会已经晚上10点多，王浩对大家说，明天休一天。可第二天中午，王浩赶到公司时，却发现同事们陆续陆续都到了公司。“现在你有休息时间了，那么干不行，就累死了，但是在关键时候大家都会自觉顶上，团队的凝聚力很强。”

今年双十一活动，公司的销量翻了五倍，严重爆仓。“张博达的奶奶去世了，11月10号发表，到了下午5点，他忙完家里的事又开着自己的车去送货了，这让我很震惊。”而王浩依旧是那个极少休息的拼命三郎。双十一前两天，他搬材料闪了腰，爬都爬不起来，请大夫回家扎了几针能起床了，就迅速赶到了仓库，“本来想过去躺在小床上指挥指挥，结果发现，到那儿的瞬间腰就不疼了，发完货第二天又开始疼。大家的执行力还是很不错的，知道今天一定要完成这个事，不会觉得这可能是一个不能完成的任务就不干了，所有人都努力去完成。”

公司发展需要新鲜血液，但在博山招聘年轻人却相对困难，因为愿意回来的年轻人并不多。被王浩拉回来长驻聂家峪村的黄元孔，更真切地感受到了返乡的落差。

“之前在青岛做旅游行业，去的地方也比较多，喜欢都市的感觉，来回奔波的生活。一下子回到村里，肯定会有落差，但是做乡村旅游就是要大部分时间呆在村子里，这样才会有自己的思路和想法。已经村居这么久了，再回来跟父母一起，感觉也挺拘束的，在心理层面上他们永远是长辈，思想上有很多冲突，怕的就是时间长了，见识、思维、知识结构都会跟着这种慢生活慢下去，所以经常会和外面的同学打个电话，听听他们的想法。而比黄元孔更失落的是他的父母，”“他们觉得好不容易把你从农村供出去了，读的学校也不错。你不仅又回来了！他们自始至终难以释怀。”不仅如此，回到村里，没有年轻人，黄元孔找对象也成了难题，这让父母更心急。“其实这些事情得从长远来看，20年后，这边的旅游做起来了，从个人价值和成就感来看，我觉得这一辈子应该是值了。”黄元孔洒脱地笑着。

“农业正在成为新的风口，乡村振兴亟需更多年轻人的加入。”王浩说。