

这位“电商达人”有一个“盟主”梦



□记者 许怡彬 实习生 欧扬

第五届、第六届上海市农村创新创业大赛三等奖，“农商行杯”第一届长三角绿色生态一体化发展创业创新项目创意大赛优胜奖，入选“头雁”项目乡村产业振兴带头人，青浦区十大农业创新创业典型带头人……创业七年、涉农四年，上海厨见电子商务有限公司总经理周杰凭借自己对电商行业的敏锐和对乡村生活的热爱，在青浦区练塘镇东庄村这个宁静美丽的村庄，以“厨见”为起点，唱响了一曲乡村产业发展的振兴乐章。

“东庄村盛产茭白，村民就会把茭白晾晒成茭白干，这是我们本地有优势的特色产品，再通过直播上架等方式把产品销售出去，为村民增收。”初来东庄村就被吸引的周杰，扎根于此，通过品牌营销、农村文化活动，开发和策划各类文创、农耕文化及信息数字产业活动，带动村民增收，为乡村产业带来更多创意和活力。

带电商“下乡” 走“农村电商”特色道路

早在2017年，周杰就已经创立了自己团队的直播平台，从技术到平台，都是自己的团队一手打造，“我们依托自己开发的平台进行直播，内容涵盖房产、美食等诸多方面，也吸引了一批‘忠实粉丝’。”当时由于没有收益和推广渠道，平台面临着很大的经营压力，周杰回忆道，“对于直播这个领域来说，我们其实是入门较早的一批人，由于技术不成熟，也缺乏

经验，失败过很多次。”

经历了几次失败后，周杰并不气馁，而是不断从过去的尝试中汲取经验。他以过往的经验教训为基础，向新领域转型，同时考虑如何缩减成本、增加收益。“我们的行业依托于网络，其实并不局限于在哪里办公。在村镇办公不仅能够缩减租房成本，而且可以进一步与乡村相衔接，走‘农村电商’特色道路。”周杰萌生出了扎根农村的想法。

说干就干，2019年，周杰在练塘镇东庄村租下东庄村庄圩60号。“这间屋子是1974年建造的，属于村里第一栋楼房，三年前我们刚到这里就把它租下来，被我们称为‘001’号，经过修缮于2020年10月正式运营。”直播售卖当地农产品、招呼朋友过来体验乡村生活是周杰的初衷。

改造了两栋闲置老宅，农村电商平台“厨见”的线下互动，主打手工美食学院、农耕文化体验，无论大人小孩都能在此感受到充满烟火气息的乡村田园生活，当地的学校、协会等组织也会到此开展各类活动。“学校会组织孩子们来参加‘体验农耕’活动，”周杰介绍说，“现在田里种的是蚕豆，4月份左右就可以采了。再过段时间会种玉米，掰下来直接烤着吃，还有红薯、土豆可以挖。还可以打年糕、糍粑，在田间举行田径运动会。”看着眼前的房舍和田地，他的眼中充满了对事业发展的憧憬。

从“被质疑”到融入 开创“电商助农新模式”

初来乍到，周杰及其团队遭到了当地部分村民的“质疑”。“当时村民不了解我们来到这里的目的，觉得我们可能

会影响到他们的生活，打扰到乡村的安宁。”周杰表示，但是在“厨见”团队成员真诚的沟通与交流下，团队逐渐获得了村民的理解与支持。

“每当我们举办团队活动时，就会邀请村民来帮忙，为他们提供兼职或是再就业的机会。”周杰没有选择聘请专业的厨师，而是请朋友将新菜式的烹饪方式教给当地村民，将村民培养成“乡村厨师”。同时，在厅前帮忙上菜的，也是由村民担任的“乡村服务生”。“现在我们活动需要招人的时候，一部分村民还会‘争’名额。”周杰笑着说，我们为村民增加了劳务报酬、房屋租金等多种渠道收入，每年带动劳动力增收100万元左右。

长此以往，“厨见”和村民之间形成了互相信任、学习交流的良好氛围。“我们能从村民身上学到许多东西，比如他们传统的做菜、包粽子的手艺，其实都是值得我们学习借鉴的。”周杰说，“与此同时，我们也会向他们输出‘标准化’的观念，对他们的食物包装、卫生标准等方面提出‘量化’的要求。就以包粽子为例，每个粽子里肉的分量要多少，包的时候线要扎几股，都要按照一定的标准，才能达到‘商品化’的要求。”

而在农产品达到“标准化”“商品化”的生产要求后，周杰便开始通过电商直播帮助村民提高销售额。在产业起步的2019—2021年，农产品电商销售额不足20万，至今则已超过500万。在疫情期间，电商也发挥了重要作用，农产品销售金额达300万以上，帮助销售本地茭白超50万斤。

开创“电商助农新模式”，是周杰的目标。相较于其他产业，农产品销售的产值并不算



记者 许怡彬 摄

高，然而，考虑到村镇当地的农业特色，周杰更愿意相信，只要脚踏实地，经营好“垂直领域”，农村电商前景光明。

打造一个真正的 “乡村CBD大联盟”

善与人交的周杰不仅自己投身到乡村来创业，还吸引更多小伙伴入驻乡村，以东庄村为“据点”，电商工作室、手工美食学院、乡村美学课堂、版画工作室、咖啡吧等不同业态相继落户，共同打造“青年创业产业联盟”。

被小伙伴笑称为“盟主”的周杰希望能够打造一个真正的“乡村CBD大联盟”。在周杰的设想中，“乡村CBD大联盟”就是以乡村联动、共享乡村为核心，涵盖不同业态，形成产业集群，打造成可复制、可推广的乡村连锁品牌。

为了打造真正的“乡村CBD”，周杰也对自己未来的产业发展提出了展望，其中便包括了田间学校。目前，他已成功申请创建了上海市首家以农村电商及休闲农业相结合的田间学校，未来计划建设长三角共享仓储中心和农村电商平台直播基地。

“田间学校的目标是能够

培育一支农村电商专业队伍。”周杰解释道，“有些农产品经营主体可能很擅长从事生产管理，却不一定会上直播界面，甚至都不知道如何注册账号。我们希望可以辅助他们完成注册账号、上架商品等一系列的直播事宜。”

与此同时，当地的分拣中心、包装车间等产品生产场景都可以作为直播的背景，作为乡村文化的可视化展现。“我希望建立的是一个直播基地，同时也是一个长三角的共享中心。”周杰说。

作为第二批“头雁”项目的培训学员，周杰深感通过培训对乡村产业建设有了更深层次的理解和感悟。“导师来现场指导时，告诉我们不能只是埋头苦干，”周杰由衷地说，“要满足年轻人对时尚的要求，就要走返璞归真的路线，打造以红色文化、农耕文化为基础，具有当地特色的乡村产业。”

纵然乡村产业发展道阻且长，周杰相信，未来乡村的多元价值将会不断提升，“城五乡二”的美好生活或将成为更多人的选择。无论是作为闲暇时的悠闲去处，还是年轻人的创业就业新选择，乡村都有着独特的魅力，乡村产业也将大有可为。

凯盛浩丰：植物工厂有了智慧大脑

□李蕊

近日，山东青岛气温还不算太高，可当笔者来到凯盛浩丰（莱西）智慧农业产业园智慧玻璃温室时，竟产生了一种在夏季的错觉。

推开门，一股暖意袭来。放眼望去，种植槽上，番茄藤蔓沿着牵引绳向上攀爬，结出一串串果实，新农人们乘着自动化采摘车，说笑间，摘满了一筐筐果实……

“在这里上班，一年四季，都是好时光。”产业园技术主管常士奇笑道，“我们这里一株番茄的采摘期可以从当年11月延续到来年7月，比传统种植方式延长5至6个月，亩产量已达到传统种植大棚的6到8倍，即使在冬天也能收获，告别了过去

靠天吃饭的日子。”

拿起一颗番茄，细细品尝，汁水浓郁，甜中泛着淡淡的酸。“口感好，是因为番茄打小长在这‘五星级’待遇的智慧玻璃温室里。”常士奇指指屋顶，“温室内气温降低到一定值时，幕布就会铺展开，供热管道同步开启，给土壤加温。”常士奇说，“之所以说是‘五星级’待遇，还因为这座温室会‘思考’，冷了自主加温，‘渴’了自动灌溉，闷了自行通风，让番茄时刻处于舒适的生长环境中。”

温室如此智能，它的“智慧大脑”究竟是怎样工作的？笔者跟随常士奇来到环境中心控制室，只见工作人员坐在电脑前，动动手指，就能轻松实现浇水、施肥、调温。

每一座温室内都配备了物

联网基础设施，安装了水肥一体化自动灌溉设备、天然气燃烧锅炉供暖设备、二氧化碳供应设备等，布设着246个传感器、234个控制器，它们监测着温度、湿度、光照、二氧化碳浓度等一系列与植株生长相关的参数，实时传回环境中心控制室。

收集数据，是为了种出更好的菜。凯盛浩丰依托互联网、大数据等技术，自主开发了“农业大脑”系统，采集到的数据上传到系统中，经过分析得出最优解，并下达灌溉、调温等指令，让番茄时刻都能生长在“舒适区”。

“以前，看天吃饭，番茄长出来什么样，咱们就吃什么样的。现在，可以通过‘云’种菜自主调控温、光、水、气、肥等，‘定制’番茄的酸甜度，保障果实品

质、口感相对稳定。”常士奇说。

既要高产高效，还要走绿色环保的路子。拐进自动化水肥车间，几座大型原水罐整齐排开。“‘水肥一体化’系统可以精准控制高效利用肥水，根系吸收后的余液自动进入回收装置，流转回水肥车间。”常士奇解释道，经过杀菌处理后，他们将这部分水储存在回液再利用罐中，可再次循环使用。如今，用水量仅为传统灌溉方式的5%左右。

种植无需土壤、不洒农药，取而代之的是有机生态型基质，地面采用地布覆盖，不破坏原有土层；工业余热用于温室能源供应系统，可降低5%—10%的天然气消耗量；供热产生废气二氧化碳再利用，满足低温季节作物对二氧化碳的需求，使整个农业园区减少二氧

化碳排放量40%；采用熊蜂授粉技术，生物环保……

如今，凯盛浩丰在莱西智慧农业产业园基础上，已面向全国复制推广、建成并运营3000余亩智慧玻璃温室。“推广的不只是技术，还有标准化种植体系。”凯盛浩丰董事长马铁民介绍，公司形成了覆盖番茄育苗、定植、采收、拉秧、清园等流程的技术标准体系，有效提高了种植水平，缩短了达产周期，温室整体运营水平正在不断得到提高。（来源：人民日报）

新型农业经营
新主体
龙头企业·家庭农场·合作社·新农人