

从金融高管到乡村“新农人” 10年打拼，“带货大叔”带出家乡好味道

本报记者 王正喜

“朋友们，今天给大家带来的是咱们沛县大沙河黄桃，咬一口汁水爆浆，甜到心里！”夜幕降临，徐州沛县电子商务公共服务中心的直播间里灯火通明，杨绍金对着手机镜头声情并茂地“安利”家乡味道。弹幕不断刷屏，订单提示音“叮叮”作响，一箱箱贴着“天下丰沛”溯源码的鲜果，正从仓库滑向物流线，奔向北上广深年轻人的餐桌。

谁能想到，镜头前这个皮肤黝黑、笑声爽朗的“带货大叔”，10年前还是深圳某上市公司里西装革履的金融高管。如今的他身兼数职：江苏楚汉雄风电子商务有限公司总经理、徐州元亨众利农业服务专业合作联社理事长、东鑫海创（江苏）创业服务有限公司董事长、沛县第十八届人大代表……但在他自己心中，最重要的身份始终是——新时期的职业农民和农业带头人。



徐商档案

- ◎姓名：杨绍金
- ◎出生年月：1982年8月
- ◎企业愿景：把品牌、产业链、人才这三者做得相辅相成，在乡村振兴的产业路上越走越远。
- ◎经营理念：数字赋能、数字助农。
- ◎企业主要成就：公司整合农业产业资源，推行标准化农产品电商供应链，累计创建“桃之霸”“沛宫”“汉刘邦”“渔耕物作”“苏食食谷”“宜沛”等40余个农产品品牌；通过“六统一”管理体系，带动10家涉农企业获得绿色食品认证，“沛宫”品牌入选江苏农业品牌目录；5款产品入选“全国名特优新农产品”名录。
- ◎个人荣誉：返乡创业至今，杨绍金先后荣获“全国农村创新创业优秀带头人”“中国农村电商致富带头人”“全国向上向善好青年”“大国工匠”等国家级荣誉，被聘为中国青年创业导师、“头雁”导师，入选江苏省第三批乡土人才“三带”培养对象；他的创业项目荣获第六届“创青春”中国青年创新创业大赛全国赛银奖（农村农业电商组）。

回乡创业：从金融精英到“新农人”

1982年出生的杨绍金，是沛县土生土长的农家娃。大学4年，他靠助学贷款读完国际贸易专业；毕业后在深圳创业、入职浙江上市公司做投融资，薪资待遇优厚。2014年春节，一次返乡探亲的经历，让他内心深受触动。“当时我发现，家乡的优质特色农产品越来越多，但是价格一直上不去，各大电商平台能买到的家乡农特产品，种

类也屈指可数。”杨绍金回忆道。

2015年3月，杨绍金毅然回到家乡沛县，成立了江苏楚汉雄风电子商务有限公司，旗下运营“苏北淘农村电商”和“新农菁英”两个农业电商平台项目。公司最初在沛县一间70平方米的门面房里开张，员工只有两人：他自己和发小。没有固定办公室，就在苹果地里搭帐篷办公；没有专职

客服，就拉着父母帮忙打包订单；不懂农产品特性，就把全县18个乡镇跑了个遍，用Excel表格给每一户农户建档立卡：谁家种了多少亩地、年产量多少、果子糖度几分、哪天成熟上市……

杨绍金坦言：“其实我有很深的‘乡土情怀’，很早就有了回乡创业的想法，只是之前始终没找到合适的方向。”

创业“滑铁卢”：30万斤苹果的教训

创业之路并非一帆风顺。2016年，沛县大沙河苹果遭遇滞销难题，杨绍金带着一腔热忱投入到爱心销售中。通过电商平台和社交新媒体推广，他的团队帮助农户销售了约30万斤苹果。

但结果却出乎意料——“我们虽然帮农户卖了30万斤左右的苹果，自己却没有赚到钱，还差点把公司拖

垮。”杨绍金后来复盘发现，问题出在农户的品质意识和品牌意识太淡薄，不少农户以次充好，甚至把坏果子也打包装箱发给客户，导致大量客户在网上给出差评，团队只能不断退款、赔款。“那一晚，我蹲在路边啃着没人要的烂苹果，眼泪只能往肚里咽。”杨绍金说。

痛定思痛后，他悟出两条铁律：

农产品没有标准化，就是“坑”；没有品牌加持，再好的东西也只能卖“白菜价”。于是，他给自己交了“第二笔学费”——频繁往返南京、上海、杭州，挨个拜访农业院校专家、电商行业大咖，把农产品溯源、分级分拣、冷链物流、品牌设计这些专业知识，一点点啃了下来。

品牌赋能：从“桃滋姐”到“天下丰沛”

经历挫折后的杨绍金调整思路，摸索出一条“电商+品牌+农户”的发展模式。在他的带领下，“苏创优青”农产品品牌工程应运而生，成为整合沛县农产品资源的重要平台。

沛县朱寨镇的王忍忍，曾和爱人卖掉青岛的房子回乡创业，承包了100多亩土地种植桃树，但一直没能实现盈利。杨绍金了解到情况后，建议她把更多精力放在宣传营销上。同时通过“苏创优青”工程，为她量身打造了“桃滋姐”品牌，并介绍客户

资源。如今，12个装的大冬桃礼品盒在网上可以卖到128元，“桃滋姐”很快实现了盈利。

类似的案例还有很多：帮助胡寨镇的张静静，打造“苏创优青”与“许妈妈”双品牌，推广她种植的保健蔬菜；为鹿楼镇的张诺在大沙河种植黄桃，推出“苏创优青”与“沙河印象”双品牌……如今，杨绍金的团队在果品种植业打造了“桃小桃”“桃相会”“沙河桥农场”等十多个联营品牌，在养殖业孵化出“阳小蟹”“洋小

蚝”“洪福鱼”等合作品牌。再加上“老沛城”“沛宫”“汉刘邦”等地域品牌，沛县农产品的名头越来越响。

更值得一提的是，在杨绍金的发起下，“天下丰沛”区域公用品牌应运而生，这一品牌既整合了沛县农产品的规模优势和区域特色，又避免了“一种特色产品多个注册商标”的分割局面。“现在‘天下丰沛’有自己的小程序、兑换平台和兑换卡，能让更多人便捷地买到正宗的沛县特产。”杨绍金介绍道。

帮扶协作：用商业模式做公益事业

品牌的影响力，还飞出了省界。杨绍金的“苏创优青”联合电商平台，还创新性地用商业模式，做起了对口帮扶和公益事业。

2018年，他4次前往陕西省宝

鸡市麟游县，针对当地进行精准帮扶对接，梳理出当地特色的农产品，成功打造了“秦蜜时光”土蜂蜜品牌。

在做好产业帮扶、项目帮扶的同

时，他们专注公益，承诺每卖出一瓶麟游县的土蜂蜜就为当地的困境儿童捐赠2元。第一批销售就筹得善款3万余元，还带动麟游县12名青年返乡创业。

人才培养：打造“新农商”队伍

杨绍金深知，人才是乡村振兴的关键和基石。

杨绍金与中国矿业大学、江苏农林职业技术学院合作，共建“新农商”实训基地，累计培训大学生5000人次，成功孵化“阳小蟹”“桃宠儿”等20个青年创业项目，带动2000余人就业。

“农村不是退路，而是出路；农业不是夕阳产业，而是朝阳产业。”2023年3月14日，在由农业农村部乡村产业发展司主办的“农村创业带头人典型经验推广进校园”活动上，杨绍金作为优秀返乡大学生创业带头人，与华中农业大学200余位学生代表分享了自己的创业经历。

“返乡创业如何持续保持热情和动力？”“大学生返乡创业，应积累哪些经验？”面对“00后”大学生们的提问，杨绍金毫无保留地分享自己的经验和教训，希望能帮年轻学子们少走弯路。

他自己更是身体力行：白天在田间地头拍短视频，晚上在直播间里讲“三农”政策；手机里装着天气预报、土壤检测、期货行情、抖音、小红书等30多个App，被身边人戏称为“最会玩手机的农民”。

如今，在沛县电子商务公共服务中心，杨绍金还在尝试用最新的数字技术为乡村振兴注入新动能。他通过

网络短视频，向当地商户示范AI生成视频、自动配解说等实用技巧，帮助大家提升直播效率。

直播间内，弹幕如潮水般涌来，订单提示音此起彼伏。直播间外，成箱的农产品正从沛县的田间地头发往全国各地的城市餐桌。一条网线、一部手机、一群像杨绍金这样的新农人，让乡村振兴的梦想照进现实。

“未来农业大有可为，希望在吸纳更多人才的基础上，我们能够把品牌、产业链、人才这三者做得相辅相成，在乡村振兴的产业路上越走越好，把沛县特色农产品推向全国各地。”杨绍金对未来充满信心。