

95后厦大毕业生返乡卖柚子

年销5000万,3个月走完父亲30年的路

看着电脑后台不断飞涨的柚子订单,陈宗佑还是会经常想起,小时候和父亲一起摆地摊卖水果的场景。

1988年,陈爸从闽南漳州的平和县老家只身来到深圳,在街头卖起了家乡的柚子。从摆摊到推着车子送货上门,陈爸凭借闽南人特有的拼劲,一车一车推开了深圳市场,并连续多年成为“百果园”的一号供应商。

从那个时候开始,陈宗佑就跟在父亲身边,在深圳长大,直到考上了厦门大学。2017年,陈宗佑大学毕业后,毅然放弃了互联网公司程序员的岗位,返回闽南县城老家,与父亲一样卖起了柚子。只不过,陈宗佑选的是电商这条路。

去年,陈宗佑在拼多多的店铺迎来大爆发,累计售出200多万单,营业额突破5000万元,一举成为平台柚子品类的TOP 1。与此同时,陈爸的线下渠道却大幅缩水,销售额不足儿子的一半,还因库存积压导致了数百万的亏损。这让好强的陈爸倍感失落,在水果行当摸爬滚打了几十年,最后却需要儿子来兜底。

父辈失意的背后,其实是时代的变迁。据平和县邮政部门的数据显示,自2018年起,当地柚子的线上订单量就已经超过总产量的50%,尤其是近两年,这一趋势仍在不断扩大。“我个人其实是非常幸运的,站在父亲的肩膀上,又踩中了新电商的红利,才做出了这一点成绩。”陈宗佑在安慰父亲的同时,对自己也有着清醒的认识,“一代人做一代人的事情,我们年轻一代,是时候接过父辈的担子,在农业的路上继续奋斗下去了。”

■ 李云丰 记者 祝亮

(一)

平和县是一座闽南山区的小县城,距离厦门不过90公里,但因地处山区而被各种潮流所忽略,就连在县城市场疯狂扩张的蜜雪冰城,也直到去年才想起在这里开出了第一家门店。

从小在大城市深圳长大,陈宗佑回到老家之初,心里还是有着不小的落差,尤其是看到身边的同学们相继进入互联网公司,成为北上广的白领。

“刚回来的第一年,吃住几乎都是在自家的仓库。仓库在山里头,每天看着山上的柚子树,连个讲话的同龄人都没有。”陈宗佑说,大学毕业回来卖柚子,老家的亲戚也不理解。

虽然刚开始过得苦闷,但陈宗佑从来没有后悔过自己的选择。老家虽然跟潮流毫不沾边,却是个盛产水果的好地方,香蕉、青枣、杨桃等应有尽有。尤其是当地的柚子,种植面积超过80万亩,年产值近百亿,这其中大有可为。

回来后,陈爸希望儿子能接自己的班,主做线下的经销渠道。但陈宗佑认为,父亲打拼数十年,传统的线下市场早已饱和,未来是电商的时代。

三年多的时间里,陈宗佑先后尝试微商、网店、代发等各种线上模式,还专门跑到义乌学习了两个月,但一直不温不火,最惨的时候,每天只有几个订单,而陈爸操盘的线下市场,每年的出货量都超过1000万斤。

“当时,我找父亲要货,父亲总是不屑,每次都劝我好好跟他学。”陈宗佑说。

2019年,陈宗佑的坚持迎来了转机。当年10月,陈宗佑接触到了拼多多,开始为多多果园供货,店铺的日销量也很快冲到六、七千单,不到3个月,累计售出100多万箱。

对于陈爸来说,3个月卖出100多万箱柚子,电商的爆发能力是传统模式不曾见过的。结果摆在面前,陈爸的态度也发生了转变,儿子再要货,基本上不说二话。

借着线上大卖的契机,陈宗佑也多次劝父亲转型电商,降低线下份额。但陈爸从一无所有打拼到现在,对自己的经营之道充满了自信,并未把儿子的这点成绩放在心上。

“听不进去,还是笃信老一套。”陈宗佑无奈地想,只有栽了跟头,父亲才有可能彻底转变思维。



(二)

陈爸的经营危机比想象中来得更早。

2020年中秋节,平和的柚子进入热卖期,陈爸像往年一样开始大规模囤货,然后等待市场行情见涨时再抛货,这也是农产品行当常见的操盘方式。

但去年平和的柚子大丰收,再加上海南、广西产区的柚子提前进入市场,柚子的行情持续走低,从最高的每斤3块钱降到每斤8毛钱,后期即使是几毛钱,经销商也不愿意收购。



危急时刻,陈宗佑在拼多多店铺日销量已经达到了3万单,年销量突破200万单,缓解了一部分库存的压力。但整体算下来,陈爸最后还是亏损了数百万,也是从业以来最大的一次亏损。

“爸爸老了。”经历这次失败之后,陈爸第一次当着儿子的面,卸下了自己全部的骄傲。

在此之前,陈爸甚至从未当面夸过儿子。为数不多的称赞,陈宗佑还是从父亲朋友的口中听来的。

“父亲从摆地摊开始,到为深圳欢乐谷、百果园供货,每一步走得都很艰辛。”陈宗佑说,时代的车轮滚滚向前,不得不承认,传统模式正在成为过去时。

陈宗佑解释称,传统的农产品流通模式,因为供需信息不透明,有点像股市,赌性很大。但电商的信息更新快,需求相对稳定,尤其是“拼模式”提供了大量稳定的订单,市场波动小,为整个产业链提供了确定性。

在电商领域摸索了几年之后,陈宗佑也逐渐总结出了自己的电商心得。与传统模式相比,电商的信息、利润空间都更透明,尤其考验商家控制成本的能力。

在挣得第一桶金之后,陈爸在平和当地投建了第一代柚子分拣流水线,集洗果、分拣、称重于一体,整个仓库面积超过8000平方米,单日最高可承载200万斤柚子的分拣任务,极大地提高了生产效率。

接手仓库之后,陈宗佑又重新拾起了“程序员”的技能,花了3个月的时间,研发出一套仓库管理系统,对入库明细、订单结算实现线上化管理,完成了对仓库的二次升级。

为了进一步降低成本,陈宗佑还先后赴湖南、成都、广西等地考察当地的包装加工厂和物流加盟商。经过多方对比,陈宗佑最终选择了广西的纸箱供应商,并把物流中心选在了长沙。

“福建是电商大省,与服装、鞋子、化妆品等标品相比,水果的客单价较低,快递价格上没有竞争力。”陈宗佑表示,湖南位于中间地带,又是消费大省,进出长沙的货车大都是满车进、空车出,所以物流成本更低。

凭借对各个环节的精准把控,陈宗佑不仅可以高价收购优质的柚子,还能平价出售给平台消费者。这为店铺积累了优质的用户口碑,并多次入选平台的“百亿补贴”活动。

2020年,陈宗佑在拼多多的店铺年销售额突破5000万,稳坐平台柚子品类的TOP 1,并成为平和当地最年轻的电商之星。

(三)

今年的柚子季节马上就要来了,陈宗佑又有了新的打算。

近几年,随着海南、广西以及四川部分产区的柚子年产量逐年递增,国内的柚子市场已经接近饱和,柚子的市场价格已经连年走低。其中,最受市场青睐的红柚,价格已经从最高时候的七八块钱,降到不足两块钱。

每到柚子上市的季节,陈宗佑眼看着各地经销商蜂拥而来,对柚农一个劲儿的压价,即使最终成交了,每吨柚子还要再压30斤的损耗。

“柚农种了一年柚子,明明是大丰收,收入却不增反降。”陈宗佑表示,价格上不去也伤害了商家的积极性,返乡几年来,已经看过太多的商家从农业转型做了标品。

为了解决当前的困局,平和当地在福建省农科院的指导下,先后尝试引进多个新品种。去年从台湾引进的葡萄柚就很有成效,市场收购价最高时超过七块钱。

陈宗佑也一直在思考,如何让柚农挣得更多,他的答案还是要走“产地品牌”的道路。平和当地有一条小溪叫“琯溪”,生长在溪水附近的柚子最好吃,也因此造就了“琯溪蜜柚”这一产地品牌。但各地经销商经常冒用,品牌的信用流失很严重。

“只有打响品牌,才能提升柚子的利润空间,这其中的关键则是整合供应链。”陈宗佑说。

高君贤是陈宗佑的合伙人之一,也是这个年轻团队里的老大哥,本科毕业于福建农林大学,曾供职于华润集团,具备多年的供应链操盘经验,目前正着手整合“琯溪蜜柚”的上游供应链。

最近,陈宗佑还和团队多次往返漳州市,拜访当地一家叫“农云链”的电商公司。“农云链”的创始人王清章是一名电商老兵,在当地的电商圈子里,又被称为“王重阳”。

从业十几年来,王清章几乎跑遍了全国大大小小的农产区,这也让他成为农业标准化、品牌化的坚实拥趸。

王清章认为,只有保证农户的利润空间,才能保证整个产业链的健康发展。

听到陈宗佑的想法后,双方一拍即合,准备在今年柚子季,联手打响“琯溪蜜柚”的品牌保卫战。

“农业是个苦行业,做好并不容易。”陈宗佑说,作为一名农业创二代,无论多难,都要接过父辈的担子,坚定地走下去。

