

山货出山 让农民腰包更鼓

近日，建德市大同镇油菜花迎来盛花期，金色波浪随风翻涌，吸引了不少游客前去打卡。

看着眼前的花海，农创客饶日辉满脸笑容。他的喜悦不仅源于眼前的美景，更来自这片土地实实在在的产出——今年，大同镇扩大油菜种植面积，并引进高油酸、抗倒伏等优良品种，预计油菜籽产量将比去年增长两成以上。花期过后，这些油菜花将陆续结荚成熟，收获的油菜籽经过晾晒、压榨等工序，最终化作清亮的菜籽油。届时，一桶桶贴着“千岛五谷”标识的菜籽油将发往全国各地。

花开引客来，土特产出山去。这一进一出，正是建德“人往西、货往东”发展战略的生动写照。而连接油菜花海与不远处数智物流中心的那条路，也仿佛成为一个隐喻：一头连着乡土，一头通向市场。架起这座桥梁的，正是像饶日辉这样的返乡青年。

2019年，饶日辉同小伙伴回到家乡，投身农产品电商行业。打包发货、客服应答、包装设计、对接农户，事事亲力亲为。但比辛苦更让他头疼的是农产品品质参差不齐。这种不稳定性，成了制约销路的瓶颈。他逐渐意识到：不仅要帮

农户卖货，更要指导他们科学种植。

“引导农户选择市场认可度高、适应当地水土的品种，并逐步推行规范化生产。这样既能提升产量，也能保证品质稳定。”饶日辉说，“品质稳定了，品牌才能立得住，销路才能打得开。”

但农户最怕的是，种出来却卖不掉。饶日辉说：“如果只提标准，不保销路，再好的理念也难以落地。”为此，他在要求农户标准化生产时，更带着承诺——兜底收购，让合作农户吃下“定心丸”。“只有把自己的利益和农户绑在一起，才能让他们安心生产。”饶日辉说。

大同镇养殖户洪爱珍的转变，印证了这条路的可行性。过去，她养鸡全凭经验，品种杂、规模小，价格上不去。饶日辉为她推荐了适合林间散养的鸡蛋品种，并帮助她建立标准化养殖流程。如今，她的养殖规模从几百只扩大到5500多只，单只鸡的售价也从原来的五六十元提高到100多元，鸡蛋每公斤能卖到20多元，收入增长了近一半。

截至目前，饶日辉已与大同镇10个村庄、500多户农户结对。他创立的杭州山淳农产品有限公司，主营生鲜果蔬、米面禽蛋等当地特产，市场以苏浙沪为核心辐射全国。通过品牌化运作，产品利润显著提升，带动合作农户户均增收

超万元。

今年建德市大力推动“人往西、货往东”双向流动。“货往东”，就是让建德优质农产品顺畅出村、高效进城。饶日辉的路径很清晰：一端扎根乡土，建立标准化直供基地；一端对接市场，以电商链接广阔消费群体。而打通这两端的“动脉”，正是大同镇打造的数智物流中心。该中心引入顺丰代运营后，实现打包、收件、出库等业务一体化运作，物流成本降低三到四成。省下的时间和成本，让饶日辉这样的农创客能更专注于市场开拓。

“人往西”，既是吸引更多游客走进建德，也是引擎更多青年人才来到建德。饶日辉和当地农创客们以农文旅融合为抓手，将油菜花海、稻香小镇等场景串联起来，吸引长三角游客前来。与此同时，大同镇通过打造农创客孵化平台、提供创业支持，吸引了越来越多年轻人返乡。在西乡茶园，农创客们开发了茶野书房、茶园民宿等新业态；在稻香小镇，推出菊花、苞茶、草莓等主题研学课程。饶日辉提供的鸡蛋、日晒面、菜籽油等农产品，也成了备受游客青睐的伴手礼。

在建德，像饶日辉这般入乡创业的青年已渐呈星火燎原之势。他们将新观念带回乡土，将好产品送出深山，在泥土中探寻机遇，在田野上播种希望。

别阳军

“锅铲+手机”让龙游味香飘全国

一大早，位于龙游县小南海镇的龙游尝干味食品小作坊生产车间就热闹非凡，蒸腾的热气裹着糯米的甜香、肉馅的鲜香扑面而来，女工们手指翻飞，麻利地折叠粽叶、装填糯米和馅料、捆扎粽绳。

在车间的另一侧，一件件打包好的粽子、龙游发糕、葱花馒头等美食被贴上发货单，即将发往宁波、杭州、上海等地。“这些包裹，不仅是一份小吃，更是龙游的味道和乡愁。”看着眼前忙碌的场景，作坊主人王雅琴眉眼带笑，语气里满是自豪。

一口乡愁“馋”出创业路

“80后”王雅琴是龙游人，早年在义乌工作时，她最惦记的就是一口家乡味道。“那时候想吃发糕、葱花馒头，真是太难了。”王雅琴笑着说，正是这份“馋劲儿”，让她动了回乡创业的念头，“不如自己回家做，让更多人尝到正宗的龙游味道。”2007年，在父母的支持下，在自家不到80平方米的小屋里，她办起家庭作坊，开始做龙游传统手工小吃。

一部手机播火家乡味

“大家看，咱们的发糕蓬松香软，咬一口满是米香，都是纯手工做的，全程直播看得见……”一个补光灯、一部手机、一个支架，就是一个直播间，王雅琴拿起一笼刚蒸好的发糕对着镜头讲解。流畅的介绍、自信展示，让直播间的评论区瞬间热闹起来，“看着就好吃”“下单两个发糕”等留言不断滚动。

“别看我这么熟练，一开始面对镜头的时



一份初心带动乡邻富

“现在线上平台越来越多，给了我们很大的机会，通过锅铲和手机，就能把家乡的味道传出去。”王雅琴感慨道，政府的扶持、电商平台的发展，让她这样的“新农人”有了更大的舞台。

如今，王雅琴的作坊里，已经有发糕、汤圆、葱花馒头、粽子、酱粿等几十款产品。固定员工也从最初的几个人，发展到如今的20多人，旺季时还要请周边村民来帮忙。“在这儿上班的，大多是附近的乡亲，一个月能挣四五千元，还能照顾家里的老

起初，王雅琴的“生意圈”很小，仅靠亲戚朋友、周边邻里帮忙宣传推广。当时，正逢电商行业兴起，她也学着在淘宝上挂出第一批产品，配上简单的图文介绍。没想到，订单虽然不多，却来自天南海北，这让她意识到互联网可以把家乡的味道卖到更远的地方。“不少外地网友在网上下单、评论，我才发现，原来外面有这么多人喜欢龙游的味道。”她说。

候，却紧张得说不出话来。”王雅琴表示，对她来说，做电商最大的挑战，不是守着灶台做美食，而是“学会面对镜头”。为了跟上互联网的节奏，她天天刷短视频学技巧，县里组织的电商培训也场场不落，很快便从一个对着镜头说不出话的“门外汉”，变成了能独立完成短视频拍摄、剪辑和直播带货的“多面手”。

图文介绍、短视频展示、直播试吃……多渠道的宣传，也让“王小妮”这个品牌 and 龙游传统手工小吃一起，被越来越多人记住。“通过短视频和直播，销量一下子就上去了，还有上海、杭州、宁波的网友专门找到厂里来买呢！”王雅琴兴奋地说。

随着订单激增，家庭作坊已跟不上需求。2020年下半年，王雅琴建起了1000多平方米的标准化生产车间，从家庭小作坊升级为规范的企业。“以前一天有二三十单生意就很不错了，现在我们每天最少也有300多单，节假日一天1000多单很正常。”王雅琴说。

人和孩子。”看着员工们脸上的笑容，她觉得自己这条路走对了。

谈及未来，王雅琴有了更清晰的规划，她准备继续提升短视频和直播的专业度，同时开发更多新品，让龙游小吃以更精致、更现代的方式走向全国。“希望借着互联网的力量，让更多人尝到龙游美食，了解龙游文化，更盼着能吸引天南海北的朋友，来龙游走一走、看一看。”她说。

郑依霖

“00后”小伙在村里一年卖咖啡600万元

走进位于绍兴市柯桥区钱清街道蜀风村的咖啡烘焙工坊，有规律的低沉轰鸣声率先入耳，随之浓郁而富有层次的醇香扑鼻而来。这里，便是高哲羽的工坊。这个2003年出生的年轻小伙，创立咖啡品牌“洛革”短短一年，便在绍兴站稳脚跟，年销售额达600万元。

建起精品咖啡烘焙工坊

高哲羽从英国留学归来后，经过细致的市场调研，发现国内咖啡市场上主流的大型烘焙设备，往往追求效率与标准化，难以兼顾对不同产地、不同批次咖啡豆进行精细化、个性化品控的要求，这给了他新的创业思路。

2025年4月，高哲羽创立自有精品咖啡品牌“洛革”，一开始就锚定高端市场，立志打造“咖啡界的奢侈品”。他口中的“奢侈”，并非简单的高价，而是一种全方位的极致追求：对风味独特性的挖掘，对每一批次产品稳定性的把控，以及对咖啡从源头农场到杯中全程可追溯的坚持。

在蜀风村这座占地不大的工坊里，空间被划分为原料仓、烘焙区、色选区、包装区等不同功能区，秩序井然，能够独立完成从生豆到熟豆乃至挂耳咖啡的深度加工。高哲羽自学烘焙技术，更坚信实践出真知：“书本理论是基础，但每批豆子的含水率、密度都不同，烘焙时的温度、风速都要实时调整，这离不开成千上万次的实操积累。”

未来布局全链条发展

“洛革”坚守小批量烘焙原则，主打产品为100克装小罐咖啡，高哲羽选取的生豆原料均来自埃塞俄比亚西达摩、云南保山等全球优质咖啡豆产区，再搭配日晒、水洗、蜜处理等多种工艺，构筑起包含80余种风味的咖啡图谱。产品包含“甄选”“意式甄选”“SOE（单一产地浓缩咖啡）”“双豆”“挂耳”等多个系列。目前，他的产品成功进驻多家星级酒店及高端礼盒市场，在当地市场积累了良好口碑。过去一年，工坊年产量近100吨，销售额突破600万元。

在稳固核心业务的同时，高哲羽启动了咖啡价值的延伸探索。烘焙过程中剔除的瑕疵豆，在他手中“变废为宝”，研发成咖啡香薰、手工皂等衍生品，让咖啡以更多元的形式融入日常生活。

“未来将实现从咖啡鲜果采购、初加工、烘焙再到包装的全链条闭环。”高哲羽清晰地规划着发展节奏：先以“小而精”站稳脚跟，再以“稳而强”扩大产能，最终实现“全而优”的产业链掌控。

周榆清 赵炜