

月拼6万单 90后小伙电商创业步入“蚝”门

2018年，拼多多迅速“出圈”，已经在其他平台“碰壁”多回的王宇决定向新平台发起挑战。拼多多提出的助农理念，是产品从源头产地直接到终端买家手里，让卖家能专注于产品本身，而且平台会通过一些机制使商家获得稳定的销量和利润

◆导报记者 初磊

山东乳山，被誉为中国“生蚝之乡”，北纬37°的温和气候，加之寒暖流交汇的黄金海域，造就了适宜生蚝生长的天然宝地，在这里，几乎家家户户都和生蚝有关。

九月初秋的一天，天刚蒙蒙亮，生蚝电商商家王宇在乳山西泓码头开启了新一天的验货工作。作为一名伴随互联网成长的90后，王宇在电商平台上为家乡盛产的生蚝打开了新的销售路子：每月，通过他的拼多多店铺销往全国各地的生蚝达6万多单。

从白手起家的创业者，到拥有生蚝养殖、加工、直播基地的全产业链团队，王宇的创业故事成为当地传统水产养殖产业与电商平台融合的生动注脚。而在他的带动下，越来越多的电商“新农人”正联袂上演着新的致富传奇……



从“沪漂”青年到电商“新农人”

王宇是土生土长的乳山人，在他的童年记忆中，生蚝是大海对家乡的馈赠，凭借优越的自然环境，乳山的生蚝个大饱满、肉质爽滑、口感鲜嫩，每年都吸引着数百万计的游客前来品鉴。而如何让乳山以外的更多人足不出户便能品尝到乳山生蚝的美味，是从王宇祖辈起就在考虑的课题。

2015年，王宇结束了为期5年的军旅生涯，只身一人来到上海打拼，机缘巧合下，他在社交平台上看到了关于家乡生蚝的广告。“那是个社交媒体刚兴起的年代，广告打入社交媒体是对乳山生蚝知名度和流量的肯定。”王宇由衷地为家乡感到自豪，经过一番了解之后，便开启了带货的副业之路。

成为“沪漂”的那段日子，王宇生活得并不轻松，先后从事过婚庆公司运营、金融销售等工作，却因种种原因接连受挫，幸好还有卖生蚝的副业，在最艰难的时候为他提供了较为稳定的经济来源。渐渐地，王宇的线上客户越来越多，复购率也越来越高，2016年，他果断辞掉工作，白手起家开始互联网创业。

不懂运营，他便报班学习线上电商运营技术；不懂流量，他便服装、鞋帽、化妆品、生鲜多个类目依次尝试。几经折腾之后，发现自己还是对生蚝运营最为擅长，同时他也发现，由于生蚝这个品类过于垂直，加上运输物流并不方便，导致很多电商平台并不重视这类商家，商家们的

日常经营处处掣肘。

2018年，拼多多迅速“出圈”，已经在其他平台“碰壁”多回的王宇决定向新平台发起挑战。“拼多多提出的助农理念，是产品从源头产地直接到终端买家手里，让卖家能专注于产品本身，而且平台会通过一些机制使商家获得稳定的销量和利润。”王宇表示，这一点，正好破解了他当时的困境。

有了平台的保驾护航，王宇的生蚝电商事业总算步入正轨，慢慢地成了当地销量头部的电商商家。回首来时的路，王宇感慨道：“到现在，乳山当地的生蚝都是以线下批发为主。我们团队开辟了一条新的销售路子，事实证明，这条路走得太对了。”



“蚝”门有秘籍，月销6万单

生鲜电商难做是行业里不争的事实，而活鲜电商更是难于上青天。每天，王宇不仅要亲自到码头收货、验货，还要花大量时间跑产地和加工厂。在他看来，花精力做好品控以提升复购率是最重要的事情。

为了提升品控，王宇和他的团队花了不少心思。比如怎么包装才能降低生蚝死亡率？他们不仅买来同行的产品学习、参考，也会在自己亲友圈测试，给外地的朋友发货测试包装效果等等。

为了真正实现“生蚝今天在海里，明天在路上，后天在消费者的餐桌上”，拼多多平台做出相关规定，根据地区距离限定发

货时间，以保证发货效率，加上物流的便捷和高效，生蚝搭上了“专线”，真正实现了“晨捞午发”。

近几年，随着乳山生蚝知名度的不断扩大，线上平台逐渐出现了很多冒充乳山生蚝的卖家，使得王宇的店铺遭到同行的挤压。

新问题出现，平台再次“出手相救”。拼多多配合乳山市生蚝协会推出了乳山生蚝防伪码，要求所有销售乳山生蚝的经营者必须佩戴协会颁发的防伪码，消费者扫码即可溯源产地、识别真伪。而对于假冒伪劣的商家，将会遭到平台的严厉处罚。

平台力量的加持，大大打消了消费者购买的疑虑，使得买家的满意度和复购率稳步上升。而因良好的品质把控和如实描述的发货标准，王宇的拼多多店铺业绩不断稳步成长，已有相当多的复购群体，每月，通过他的线上店铺销往全国各地的生蚝达6万多单，年销售额达几千万元。

今年夏天，为了更好地服务更多的买家，给买家带来超出预期的购物体验，王宇为厂区增加了新的分拣区域，新的加工场地占地约20余亩，日加工生蚝10万余斤，发货量为原来的6倍，为消费者提供了更优质的产品和服务。

从“一个人”到“一群人”

“在没有电商之前，我们这些当地的年轻人可能更多选择种地、进服装厂或者外出打工；有了电商之后，大家在本地就可以找到待遇不错的岗位。”王宇颇为感慨。

回忆起创业之初的那段时光，很长一段时间里，王宇的电商小队只有他和父母三个人，运营、客服、美工、售后打包……每个人身兼数职。随着业务量的增大，王宇开始寻找志同道合的伙伴，“我们一开始招聘的是客服，要求不高，会流利打字沟通就行，但工资可能会比他们在服装厂多拿一倍。”王宇表示。

更优的薪资待遇吸引着十里

八乡的年轻人们，为当地提供了一部分就业机会，一些原本只能“面朝黄土背朝天”的农民也拥有了更多灵活就业的岗位，可以在农闲时赚些外快补贴家用。如今，王宇建立起了生蚝供应链、电商和工厂工人团队，达到七八十人，在乳山当地已是小有规模。

王宇的经历是一批电商“新农人”的缩影。近年来，拼多多持续深入农业生产前端，利用平台优势扶持新质农货商家。前不久，由农业农村部、商务部等部门联合发起的“2024年中国农民丰收节金秋消费季”活动在天津正式启动，同日，拼多多联合30

万农货商家共同上线“多多丰收馆”，全面覆盖蔬菜水果、水产海鲜、肉禽蛋奶、粮油米面等50万款农货商品。据悉，在此次丰收节期间，拼多多投入10亿元补贴资金，20亿流量资源包扶持新质农货商家，进一步提升农产品上行的质量和效率，推动农产区直连全国消费者餐桌，持续丰富广大消费者的“米袋子”“菜篮子”和“果盘子”。

“生蚝是乳山的一张名片，它理应被更多人看见。”王宇表示，在助力家乡农产品“走出去”的道路中，他会一往无前。幸运的是，这条路上拥有更多志同道合的伙伴。

