

小伙如何把“粪”卖火了



□农民日报记者缪翼报道

夏季很多花卉果蔬开花结果，上海市民张瑾给阳台上栽种的辣椒、茄子、西红柿都施了一波生长肥。

杨国民的店铺销量随之迎来了一个小高峰，一场直播下来，成交量能有3000多单。

戴着白手套，抓起一把深褐色絮状物，搓一搓、嗅一嗅。直播间里的杨国民，总是带着一脸憨厚的笑容，熟练地给大家推介自家工厂自产自销的羊粪肥。

如果不是短视频和直播这类消费新场景，张瑾就不可能知道有羊粪肥这么好的有机肥。

相应地，随着阳台经济的兴起，杨国民获得了创业新机会，他的直播平台目前已经有了30多万粉丝，一年卖出2000吨羊粪肥。

90后杨国民的创业故事让我们看到了年轻一代的活力和创造力，也让我们对未来充满了期待和信心。他的成功不仅体现了个人的努力和智慧，也反映了中国创业环境中的机遇和活力。创业并不一定需要高额投资和复杂的技术，关键在于，敏锐的洞察力、勇于尝试和持之以恒的努力。简单地讲，就是发现市场需求，提供有价值的解决方案，并通过创新的方式吸引消费者的关注。

他的故事也提醒我们，身处于信息时代，创业的机会和可能性是无限的，只要我们有足够的勇气和智慧，敢于创新，就能够实现自己的理想和目标。希望他的成功能够激励更多的年轻人勇敢追梦，创造属于自己的奇迹。

走上人生新路

小时候，离开家需要勇气；长大后，回家更需要勇气。大学毕业后在大城市打拼了7年，“厂二代”杨国民做出了回家接班的决定。

3年前，他回到老家内蒙古锡林郭勒苏尼特右旗，接手父亲经营17年的羊粪肥厂，当起了“大粪厂长”。

“大粪厂长”不好当。程序员出身的杨国民有些“社恐”，酒量也很“菜”，显然不适应父辈传统的线下销售模式。

就当杨国民打起退堂鼓时，想到父亲的期望，再四望锡林郭勒牧区茫茫草原和成群的牛羊，心里盘算着：1只羊2天产1斤粪，1斤能卖2元至3元……便下定了“以后要跟羊粪打交道”的决心。

“互联网卖货可能更适合我一些。”有过电商创业底子的杨国民想到了线上销售，“那个时候还不确定能做成什么样，但觉得直播至少是个突破口。”

2021年10月，杨国民开始了第一次直播，一部智能手机、一个支架、一台补光灯，一个人就是一个团队。

第一次面对镜头给消费者介绍产品，他不敢对自己有过高要求，能张得开口就行。然而，羊粪肥毕竟是一个小众品类，全程1个多小时，进到直播间的人总共不超过10个，而且直播间绝大多数时候都是0人在看，杨国民觉得自己一直对着一堵墙在自言自语，很有挫败感、很尴尬。

“没有过人的社交本领去打开线下销售渠道，线上这条路必须走下去。人进不来，我就把产品送出去。”杨国民对自己有清醒认识，把电商直播当作救命稻草。他依然每天按时出现在直播间里，一遍又一遍讲解肥料发酵原理，介绍肥料使用方法和效果。渐渐地，直播间的人多了起来。杨国民至今还记得直播间同时在线人数超过100人的那天，他“特别特别开心”。

如今，杨国民一场直播下来，成交量基本在1000单左右，最多时能达到3000多单。去年，通过线上渠道，他一共卖出2000多吨羊粪肥，他自豪地说：“相比父亲经营时，年销量增长了5倍多。”

杨国民是个善于总结的人。他总说：“当我们发现线下很多传统的渠道、方式、内容已经固化时，不妨顺应时代的潮流和新兴的手段去做事。”直播电商就是给年轻人预留的新渠道和新方向，当生意越来越难做时，或许可以从电商渠道去寻找突破口。

作为返乡大学生，杨国民具有互联网思维，懂得利用短视频、直播工具，依托家乡资源禀赋开启创业生涯。在日渐空心化的农村，返乡创业青年带来了不一样的气象，切切实实改变着家乡的面貌。

现在回想起来，杨国民很感谢自己当初的选择和坚持。

打造小众爆品

“这两年，我发现居家年轻人开始打理起自家的阳台，比如种些多肉植物，甚至种蔬菜。”杨国民说，这让他开始关注阳台经济，“年轻人搞种植，追求质量，消费层次相对较高，而作为肥料的羊粪，就是非常好的一种选择。”

然而，羊粪终究是粪，市场上不少羊粪肥类产品的品质参差不齐，有的发酵不到位，存在一定臭味，不利于家庭存放，有的商家会在粪中掺土，质量没有保障。

杨国民深知互联网思维的核心是用户至上、体验为王。“我们主要是从用户的角度出发，替用户想问题。”虽然杨国民家的羊粪厂一直坚持使用大草原的纯羊粪作原料，但仍不太适宜家庭阳台种植使用。

在进入直播电商之初，杨国民就给自己定下了做长期生意的目标，立志要把产品质量做到最好。为此，他坚持用纯羊粪作原料，并改进羊粪肥加工工艺。经过长达半年70℃高温发酵后的羊粪肥，呈絮状，质地细腻，没有杂质，也没有异味。“肥力温和，不伤根、不烧苗，这样高品质的羊粪肥才是养花种菜的好帮手。”杨国民说。

父亲经营时期，杨国民家的肥料专供南方大型花卉苗木市场，生产的都是40公斤的大包装产品，不适合线上零售和快递运输。现在，他引进了小包装机器，将原先大袋包装供卡车运输的羊粪肥料改成了1公斤、2公斤、5公斤及10公斤等不同规格的小包装。同时，进行了品牌升级，包装图案、包装材质等也不断改进，更加符合用户审美。

买上一包杨国民家的羊粪肥，你会发现，外包装上特别贴心地印有详细的基肥和追肥使用方法，让人一看就会。怪不得一个月最多能被网友买走300吨。

3年前，还没什么人在网上卖羊粪肥，杨国民是头几个“吃螃蟹”的人。如今，杨国民不再孤军奋战，网上卖羊粪肥的人慢慢多了起来，这个小众品类在互联网上也找到了自己的一方天地。

吸引“同行者”

起初，杨国民会被奚落：想赚钱想疯了，居然还有人在网上卖“粪”？

现在，生意做得越红火，杨国民听到的声音也变得越来越丰富。很多网友觉得能在网上把“粪”卖出去很厉害，想法很新。

从被质疑到被肯定，过程想必不容易。杨国民说他挺过来了，还吸引了许多“同行者”，他们是——

来自河南的网友

曾经奚落杨国民的“黑粉”就有他一个，而随着店铺销量节节攀升，这位网友渐渐领悟到羊粪肥拥有无限前景，便前往工厂实地参观。最后，这位由“黑”转“粉”的年轻人辞掉了原本的工作加入了杨国民的团队，与他一道将羊粪肥通过网络卖向千家万户。现在，杨国民的电商团队已有20余人，9个主播，3个直播间维护人员，余下的负责编导和拍摄。

“沾光”的牧民和工人

从2022年开始，杨国民家的线下工厂一直在扩建，除了增加生产机器和发酵池外，在线上生意的带动下，来工厂上班的工人也整日忙碌起来。杨国民说，现在工厂门口经常停着本地牧民的车，他们会自己把羊粪送来。“原先羊粪没有销路，牧民要么家用，要么直接废弃，很可惜。”杨国民在线上把产品销往全国后，需求量大大增加，会向当地牧民大量收购羊粪原料，“牧民们很乐意卖给我，这样也能给家里增加一部分收入。”

同时，在销售高峰期，每天可以发1万多件快递，间接带动了快递行业上岗率。杨国民很庆幸，自己当初去电商直播做出了尝试，不仅自家的生意蒸蒸日上，看到越来越多人好起来，这是一种更大的成就感。

直播间里的催更人

考虑到现在阳台种菜的以年轻人人居多，其中不乏种植新手。杨国民在自家阳台上也养了金钱树、玉树、朝天椒等植物，用自家工厂加工的羊粪肥照料它们，为的是慢慢摸索，得出经验，分享给直播间的朋友。“肥怎么施？怎么追肥？”他有自己的心得，“别照看得太勤，可以懒一点，施肥可以施，别天天浇水……”如果哪天他断更了，准会有人来催更。

看到网上卖羊粪肥的人渐渐多了起来，杨国民很欣慰：“我们内蒙古的小众品类终于‘变废为宝’，走出草原，在互联网上找到了自己的一方天地。”的确，通过杨国民的故事，我们有理由相信，大草原的羊粪肥能借助抖音电商这一新的消费场景，成为更多人种菜养花的好帮手。