



脱贫攻坚看四川

“今年我们正在改良模块,打算将传统蜂箱更换为数字蜂箱。希望在更换蜂箱后,今年‘中蜂认养’计划能够掀起更大的‘水花’,向外界推介更多青川的优质蜂蜜。”4月14日一大早,广元市青川县的“明星新农人”王淑娟便来到蜂场,和工作人员商讨数字蜂箱模块改良的事情。

前些时候,王淑娟刚从杭州回来,实地调研过市场后,她更加确定今年的“中蜂认养”离不开数字化。今年,她给自己立下的目标是:用数字化打造乡村振兴产业带。

这个长发及腰、笑起来有点甜的女孩,身上有许多标签:“阿里巴巴敲钟女孩”、“海归硕士”、“三八红旗手标兵”、“全国青年致富带头人”……虽然脸颊、手脚常常留下与中蜂“亲密接触”的红肿印迹,但王淑娟对待中蜂就像对待恋人一样,炽热而痴迷。从初遇中蜂到实现产值3000万元,10多年的坚守,她不仅将自己的“甜蜜”事业越做越大,还带动了当地上千人脱贫致富。

广元青川“明星新农人”王淑娟: 数字化“中蜂认养”在杭州妈妈群受到欢迎

震后回乡创业 青川女孩接棒“追蜂”事业

音乐教育专业毕业的王淑娟,起初从未想过以后要回乡创业,她的人生规划是要做一名音乐老师。但经历了2008年“5·12”汶川特大地震后,她的态度发生了重大改变。

王淑娟的家乡青川在地震中受灾严重,更让她心痛的是,这场灾难带走了她的爷爷。

“小时候记忆最深的味道,就是爷爷采来的蜂蜜。大白馒头蘸蜂蜜吃,口水都要流下来。那是一种无法代替的满足感。”然而,从学校回到家乡,她甚至连爷爷最后一面也没见到。

那时,王淑娟就萌发了养蜂的想法。“我决定养蜂,一方面受了爷爷很大影响。另一方面,当时看到灾后家乡满目疮痍,而农民的优质土特产销路不畅,‘抱着金饭碗受穷’,就特别想为家乡做点什么。”王淑娟说,她查看族谱,发现家里好几代人都曾养蜂,于是决定将家族传统继承下去。

刚开始,她的决定遭到了家人和朋友的极力反对,“你一个从小小学音乐的女娃儿,既不懂技术,也不会做生意,还要到山里养蜂?”尽管周围一片质疑的声音,王淑娟却没有丝毫放弃的意思。

强品牌谋发展 “新农人”开启扶贫新模式

2011年,随着在创业路上走得越来越深入,王淑娟感觉到进一步发展的掣肘。在创业两年后,她重回校园,考入了澳大利亚迪肯大学,学习传媒和公共关系专业,并于2013年顺利毕业,获得传媒学硕士学位。

从澳大利亚留学回来后,王淑娟把自己在国外的所见所闻以及学到的专业知识充分运用到实践中,让自己的品牌一步步做大做强。

随着市场的不断拓展,蜂蜜需求量剧增,如何确保蜂蜜产量质量、保证原蜜的纯正成为了企业的难题。2013年,王淑娟成立了青川县蜀蕊蜂业专业合作社,发展农户养蜂,帮助农户销售蜂蜜。这种“农



王淑娟的“甜蜜”事业越做越大。

户+合作社+公司+电商”的全新模式,既保证了王淑娟的可靠货源,又为当地农民找到了一个稳定致富的渠道。

同时,王淑娟的蜀蕊蜂业专业合作社技术指导服务站——蜂农之家在青溪镇成立。合作社聘请了一位养蜂顾问长年坐镇,为蜂农提供免费的技术指导、零利润蜂具等服务。“如今,蜀蕊蜂业专业合作社已经成为了国家级合作社,参与农户200多户,涉及3000多人。”

2017年11月,王淑娟再出新招,在石元村修建青川中蜂文化体验园,让更多的粉丝和客人来当地体验养蜂过程,看蜂蜜生产的整个流程,体验蜂蜜相关产品,科普蜜蜂文化。王淑娟以一句简短广告词“和honey(蜂蜜)谈一次一生不变的恋爱”,一举击中顾客的心。

从音乐学院到回乡养蜂,从激流勇退到出国深造,再到怀揣初心创立自己的电商品牌,王淑娟更愿意将自己称为“新农人”。

一路走来,这个“叛逆女

王淑娟身上有许多标签:“阿里巴巴敲钟女孩”、“海归硕士”、“三八红旗手标兵”、“全国青年致富带头人”……虽然脸颊、手脚常常留下与中蜂“亲密接触”的红肿印迹,但她对待中蜂就像对待恋人一样,炽热而痴迷。从初遇中蜂到实现产值3000万元,10多年的坚守,她不仅将自己的“甜蜜”事业越做越大,还带动了当地上千人脱贫致富。

孩”不仅带动了当地数千蜂农增收致富,她还成为了阿里巴巴在美国敲钟上市的8名敲钟人之一。回忆起那段经历,王淑娟将其视作一个光环,也是压力。“我觉得就像一根鞭子在后面一直鞭策着我,所有的事情你只能往前走,没有退路。”



王淑娟和工作人员商讨数字蜂箱模块改良的事。

市的妈妈群内很受欢迎,所以今年的‘认养计划’仍以杭州作为主战场,同时会往其他地方发展认养项目。”

王淑娟介绍,目前他们正在改良模块,想将蜂场内的传统蜂箱更换为数字蜂箱。所谓数字蜂箱,即智能蜂箱,利用物联网、移动互联网、人工智能等技术,集成蜂箱数据采集硬件设备及数据采集管理系统,实时监控蜂箱里环境和蜂群活动,及时反馈给用户。“这样一来,连蜂箱内部的情况都可以随时监控,可以让整个中蜂认养过程更加公开、透明,让消费者更加放心。”

瞄准“数字化产业” 打造乡村振兴产业带

“这几年,我们通过统一养殖中蜂来有效组织农户,确保农特产品的品质;同时以‘统一品牌、统一物流、统一服务’四个统一的经营理念,来推介品牌原产地农产品。通过阿里经济体链接淘宝、天猫等线上、线下新零售场景,农民收益有望望翻倍。”王淑娟说。

十余年奋斗,王淑娟已经成为农村电商的典型代表,养蜂、卖蜂,事业做得很大。据其介绍,2020年仅线上的销售额就达到2000余万元,农户增收800元到12万元不等。“对于我来说,觉得最欣慰的事情,是看到周围的老百姓通过中蜂养殖、通过蜂蜜销售,从之前山里的老旧房屋搬到县城里的独栋小洋楼,他们的收入和生活真正变好了。”

“2021年,期待通过多年打造自有品牌的经验和电商运用的经验,赋能更多的产品,用数字化来打造乡村振兴产业带,带领更多的人在家门口创业,巩固脱贫成果及注入内生发展动力,真正让家乡的优质农产品步入发展的快车道。”

“数字化产业已是未来发展的趋势。”说起未来的规划,王淑娟反复强调“数字化”三个字。

她说,今后将致力于打造中蜂文化,建设中蜂三产融合园区,通过“互联网+扶贫+农旅”模式,在青川培育更多具备电商运营知识、拥有市场意识的年轻人成长为新农人,为乡村振兴贡献自己的力量。

李康 华西都市报-封面新闻记者 刘彦谷

发起中蜂认养 将主战场转向沿海地区

去年,王淑娟将目光投向了更为发达的沿海地区,10月16日,她和她的团队在杭州余杭区的一些高端社区发起了中蜂认养计划。

“其实现在很多人都对好的农产品有需求,但又不知道在哪里买到好的农产品。”因此,王淑娟首先联系了杭州一些高端社区的妈妈群,让她们参与到这个项目中。“将目标客户定位于注重生活品质、同时有一定经济基础的人群,区别于统一销售包装的普通蜂蜜,走差异化精品路线。”

“每一个蜂箱都配备一个二维码,并在蜂场安装了摄像头。认养的客户通过手机扫描便能看到自己认养的蜂箱的状况和蜂场的实时动态。”王淑娟说,这就保证了蜂农在养蜂过程中的透明与公开,确保蜂蜜来源的健康,能够使消费者放心。

让她欣慰的是,16日当天,参与人数将近1500人,认养了500箱。“一个蜂箱能够产蜜十余斤,成交金额将近一百万元。”对于刚开始进行的“认养计划”,这个结果可以说出乎意料,“毕竟规模不算大,但效果比我想象中的要好。”

“蜂蜜品质纯正、口感好,相比之下价格也不算贵,所以客户愿意买单。”说起这个项目,王淑娟喜笑颜开。“今年会扩大认养项目的规模。现在春天到了,蜜蜂已经在繁蜂了,我们会继续启动新的蜂场。目前我们的蜂蜜在杭州