

是杨嵘平总结经验教训之后确定的发展思路。

### 细分消费市场

稻米及其系列产品（米线等）、保山猪及其系列产品（火腿、香肠等）、蚕豆和各类新鲜蔬菜是保山当地的特色农产品，也是杨嵘平在各个电商平台销售的主力产品。虽然产品类似，但杨嵘平对于各个平台有不同的销售思路和办法。

“我们农特产品的主要销售渠道是 832 贫困地区农副产品网络销售平台（以下简称‘832 销售平台’）。”杨嵘平介绍说，这是由财政部、原国务院扶贫办（现国家乡村振兴局）等单位组建的平台。从该平台上线伊始，公司就计划将当地最优质的农特产品放在平台上销售。

“只要把握好销售节令，产品质量过硬，就能得到消费者的认可。然后，这个纯公益性的网络销售平台就会把我们的产品推到首页，且不收取任何费用。”杨嵘平说，国家给我们提供了这么好的平台，且注册认证手续也不复杂，如果不积极抓住这个好机会，那真是极大的资源浪费。

打开“832 销售平台”，找到云南版块，排列着 88 个脱贫县（区）的农特产品，在施甸县的目录下，澳鑫公司的产品有上百种，且销量都很不错。而有些县（区）的板块下产品数量很少，销量也寥寥无几。

在用好政府提供的销售平台的同时，用知名度较高的商业平台来“兜底”，也是杨嵘平发展电子商务的一个办法。“2020 年，我们在‘832 销

售平台’上的成交单数为 15 万单，在拼多多上的成交单数有 28 万单。”杨嵘平介绍说，在拼多多平台，无论是商家还是消费者，最看重的是价格。为此，杨嵘平会将其他平台未售完或有滞销风险的农特产品放到拼多多平台上销售。

### 做好精深加工

依托“客户端 + 产品端 + 合作伙伴”的方式，澳鑫公司采取“政府 + 公司 + 合作社 + 基地 + 农户”五方联动模式进行运营，实现农产品从田间地头到餐桌高速标准化流通，让利两端，提升农产品附加值。目前，公司与 6 家专业合作社、2062 户农户合作，按照统一的标准和要求收购其农特产品。对收购来的农产品，澳鑫公司也在尝试进行精深加工，以进一步提升其产品附加值。

杨嵘平以保山特产青蚕豆举例，在“832 销售平台”上，新鲜青蚕豆的零售价格是每公斤 3 元，公司从农户手中的收购价格为 2 元左右，刨去各种损耗和物流等成本，毛利润有 20% 左右。澳鑫公司积极注册商标和打造品牌，并建设蚕豆精深加工生产线。2020 年，公司推出“凹家澳”牌小绿豆，作为一款休闲零食，主要投放于各类会所和商超，深受消费者青睐。

“将青蚕豆加工成袋装休闲小食品，利润提升了 300%。”杨嵘平说，对农特产品进行精深加工并包装销售，能够实现利润倍增。

本刊记者 王学勇 / 文  
邹 鹏 / 图