

植或林间采摘的农产品、中药材，不会存在这些问题。因此，问题一定出在流通环节。农民将辛苦生产出来的农产品和中药材以低价卖给商贩，却被商贩掺假后流入市场。

“要如何解决这个问题呢？”何凤春想到借助当下最流行的互联网技术，搭建一个产品可溯源的平台，将农产品和中药材流通的每一个环节都纳入监控范围。

这些想法，坚定了何凤春的创业决心，他说服父母，满怀豪情踏上了返乡的列车。

打造“阿寿哥”品牌

2013年秋，何凤春回到故乡云县。经过一番思索，他决定从父母长期从事的中草药、农产品销售做起，做纯天然绿色农产品和纯正中药材。

半年后，何凤春注册成立云县信合农业发展有限公司。

公司成立后，何凤春充分应用在北京学到的互联网技术，建立公司网站、淘宝店铺和微信小店，把从农户手中收购来的中草药和土特产进行分类分级包装，放到网络平台上销售。

这波操作正赶上网上“淘宝”热潮，随着销售平台的建立和不断完善，他的订单渐渐多了起来。然而，何凤春并不满足于现状，他认为目前自己做的仅限于对接买卖双方，产品缺乏核心竞争力。于是，他决定打造属于自己的产品品牌。

何凤春想到了自己的小名——“阿寿”。“我小时候体弱多病，父母期望我身体好，健康长寿，于是给我取了‘阿寿’这个小名。”2014年9月，何凤春注册了“阿寿哥”商标，



何凤春（前右一）察看滇龙胆草长势