

贵州省镇宁布依族苗族自治县4名90后“拼”出亿元产业链

## 镇宁小黄姜“乘云”出圈

本报记者 黄 娜 陈隽逸

下午2点，贵州省安顺市镇宁布依族苗族自治县的“黔货云仓”节点仓内，沾着些许泥土的小黄姜堆成小山，工人们熟练地分拣、打包、贴单。一个个装着小黄姜的包裹逐渐填满大货车，它们的目的地是广东、浙江、上海……48小时后，这些带着泥土芬芳的国家地理标志产品，就会出现在各地的餐桌上。

这个繁忙场景的背后，是一个精彩的创业故事。姚秉忠、吴金杰、张洋洋、邓玉胜，这4名平均年龄31岁的90后，用了3年时间搭建起一条覆盖采购、仓储、销售、物流的完整产业链，让镇宁小黄姜“乘云”出圈。

## “拼团”想法诞生

2021年底，姚秉忠被一家企业的总部派到镇宁县开展“黔货云仓”（镇宁节点仓）的运营管理等工作，面对的是寥寥无几的合作企业。“当时全县做电商的企业并不多。”姚秉忠回忆说，为了破局，他开始试着自主采购农产品进行网销。

彼时的吴金杰，正带着他的棉柔巾加工团队寻求转型。邓玉胜当时是一家快递公司在镇宁的总代理，面临成本居高不下的问题。做冷链配送的张洋洋也在寻找新的出路。

4人事业的转折点，出现在时任镇宁县特色轻工产业园区管理处副主任王元勇的一次撮合。王元勇负责联系园区企业，他觉得这几个年轻人各有所长，性格也合得来，或许能碰撞出火花：“为什么不介绍他们认识一下？”

于是，一次次“牵线搭桥”就开始了。他先带着为物流成本发愁的吴金杰，去找邓玉胜谈价，又将在田间地头考察农产品的吴金杰和姚秉忠引荐给掌握本地货源信息的张洋洋。

4人认识以后，经常聚在一起吃饭、闲聊：贵州山地农业分散，一个人包揽采购、仓储、运营、物流，根本做不精也做不大。

一个大胆的“拼团”想法诞生了：吴金杰负责线上平台运营与销售，张洋洋负责深入产区组织货源，姚秉忠负责仓储管理与打包发货，邓玉胜则专攻物流保障与成本优化。4家独立的公司，围绕镇宁小黄姜，形成了一条完整的产业链。“以前是各自为战，现在是攥指成拳，感觉突然就顺了。”姚秉忠说，合作当年，团队营收额就跃升至2200万元。

## 协作体系高效

4人之所以选择了镇宁小黄姜，理由很务实：姜耐储存，损耗低，一年四季可销售，且镇宁小黄姜种植面积大，能支撑起稳定的业务流。

每天清晨，张洋洋采购的姜送达仓库；姚秉忠的团队迅速分拣打包；下午，邓玉胜的货车准时来拉货；与此同时，吴金杰的运营团队在拼多多、抖音等平台24小时接单。

在4人的协作体系里，维系其高效运转的核心是透明的利润与合理的分配。

“销售提成的比例，采购每吨多少利润，仓储打包每单多少元，快递按多少钱结算，都是清清楚楚的。”邓玉胜道出了关键，“我们4人各自在自己的板块里管控相应的成本，共同面向市场。”

成本在协同中被一点点省下来：邓玉胜凭借规模化订货，向省公司申请到特殊政策，快递单价从过去的3元以上降至2.3元左右，降幅超过25%，他还实施“建包”模式，将发往同一区域的包裹集中打包，既降低了破损率，又提高了运输效率。姚秉忠的仓储通过流程优化，人工成本每单降低0.2

元，发货率提升至95%以上。张洋洋的采购团队直接对接农户或大型种植户，减少了中间加价。

2024年，4人团队小黄姜销售额突破3500万元，4家公司合计年产值突破1亿元。

当然，运营过程中的挑战在所难免。“在48小时内必须发货的机制下，突如其来的流量可谓‘幸福的烦恼’。”姚秉忠回忆，2025年9月的一天，直播间突然爆单，销售额40多万元，是平常的3倍多。“工人们从早上6点加班到晚上12点。”姚秉忠说，“爆单是随机的，目前我们还没摸清这背后的规律。”

“最让人头疼的是下雨天。”姚秉忠说，第一年刚做小黄姜生意的时候没有经验，有一次下了一周的雨，没有库存姜可以发货，“一是下雨天不好挖姜，二是即便挖出来，泥土也很重，容易收到退货和投诉。”那一次，因为没能按时发货，姚秉忠被平台处罚了。惨痛的教训，让姚秉忠格外关注天气，现在只要天气预报要下雨，他就会以近期日销售量的3倍进行备货，用于应急。

如今，4人团队还逐步尝试销售慈姑、沃柑等产品，也逐步在贵州省外寻找产地。

## 拓展广阔市场

尽管4家公司合计年产值突破1亿元，在镇宁小黄姜网销市场占比超90%，但相较于全县10亿元的小黄姜产业规模，他们还有更广阔的市场空间。“我们只是摸到了冰山一角。”姚秉忠说。

镇宁小黄姜种植历史悠久，除了气候优势外，当地村民代代相传的种植技术确保了小黄姜的品质。2020年，镇宁小黄姜获得国家地理标志产品认证。2025年，镇宁小黄姜种植面积达14.15万亩，是当地重要的富民产业。

发恰村村民张华春种了68亩姜，每到采收季，他不仅把姜卖给开着大卡车来的收购老板，也卖给张洋洋的采购团队。“姜价低迷时，许多外地收购商不见了踪影。”张洋洋说，“我们则坚持收购，让农户的货能及时变现。”

“目前，线下传统流通渠道仍是主体。”张洋洋说，在继续拓展线上发展空间的同时，他们下一步将向线下大宗贸易和深加工领域延伸，而这也契合镇宁小黄姜产业的发展思路。

“当前，我们的产值主要集中在一产，附加值高的精深加工环节还在探索。”镇宁县农业农村局副局



镇宁小黄姜丰收。



“黔货云仓”镇宁节点仓。



镇宁小黄姜冻库。



“黔货云仓”镇宁节点仓主播正在销售小黄姜。

本文图片由镇宁县融媒体中心提供



贵州省江口县晚熟沃柑喜获丰收。图为2026年1月17日，村民在江口县太平镇太平社区特色水果种植基地分拣晚熟沃柑。李鹤摄（人民视觉）

到贵州修文，赴一场温暖之约——  
温泉养身 文化养心

本报记者 黄 娜 陈隽逸

地道贵州火锅。桃源河景区副总经理黄可佳介绍：“温泉季每逢周末及节假日，‘专线’订座率高达95%，冬季旅游‘热辣滚烫’。”

温泉的热气，还暖了乡亲们的日子。来到桃源河下游，满山金黄，500亩果冻橙与3500余亩蜜橘正迎来采收期。“不少游客泡完汤，专程来体验采摘乐趣。”桃源村驻村第一书记张耀予算了一笔账：“在这股温泉‘活水’带动下，今年村里柑橘销量增加了近10万斤。”

修文是明代大儒王阳明的悟道之地，王阳明曾在此处的阳明洞居住，并创立龙冈书院授徒讲学。近年来，修文县以全域旅游为目标，立足自身资源优势，深挖阳明文化核心价值，整合地域资源，发展乡村旅游、康养旅游、红色旅游、民族文化体验游等多元业态，形成“文化为魂、生态为基、体验为要”的旅游发展路径，不断推动旅游产业高质量发展。

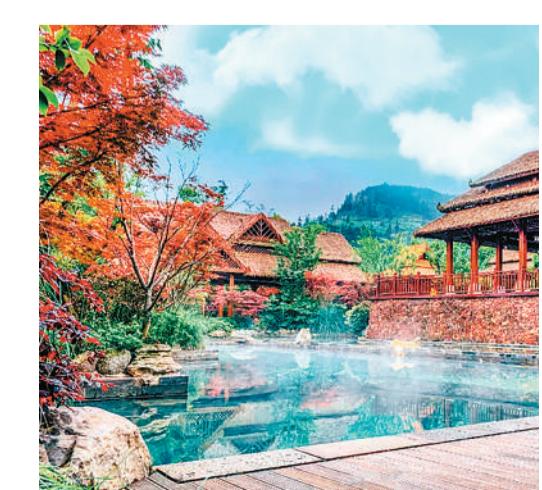
冬季到修文，泡的是温泉，品的是文化。“这趟来得太值了！”在中国阳明文化园里，浙江游客李建国带着孩子逛了一下午仍是意犹未尽：“本想着只能看看阳明先生悟道的地方，哪知道还能穿上古装、跟着先生们‘上课’。”

历经数次改造提升的中国阳明文化园，已成为集心学传播、体验、休闲于一体的文化地标，让静态的历史遗产“活”在当下。

“我们通过经典诵读、文化讲坛、研学体验等活动，让游客在行走中感悟‘知行合一’。”阳

明文化园相关负责人王章杰介绍，景区每年接待游客超30万人次，其中研学团队占比显著提升。

这个冬天，从温泉养身到文化养心，修文正以它特有的温度，邀八方宾客共赴一场温暖之约。修文县文旅局副局长夏海梦表示，今年冬季，修文围绕“爽眼、爽口、爽心、爽身、爽购、爽游”体验策划的16项活动将相继开展，满足不同游客的多元化需求，打造更具辨识度的文化旅游品牌。



桃源河朵芳阁温泉。

资料图片