

喜迎巴州成立70年

70年巴州商贸变迁史折射时代大变局

从“跑腿时代”到“网络时代”，时代带着我们前进



孙广波在直播间和网友互动。本报记者 周海霞 摄



农夫情农业集团有限公司召开订货会。图片由孙广波提供



创业之初，陶登峰在打包发货。图片由陶登峰提供

追着故事
·感受70年

□本报记者 周海霞

七秩风华，商贸流通谱新篇；岁月如歌，市场繁荣展宏图。七十载光阴荏苒，巴州商贸流通领域历经沧桑巨变，从封闭走向开放，从单一走向多元，从缓慢走向快捷。这七十年，是巴州商贸流通波澜壮阔的七十年，是市场活力不断迸发的七十年，更是巴州人民生活品质显著提升的七十年。

回顾自治州成立七十年来，随着市场化程度越来越高，消费者的行为变化，简单地概括起来就是：每隔几年，消费者就会换一种方式买买买，而商家们也在努力适应着市场需求的变化，变换销售方式，给消费者带来更多的便利。消费之变，折射出从贫困到温饱到总体小康再到共同富裕，人民生活水平实现了历史性跨越。

开着面包车到地头推销——经销商将网络触角伸向全疆——短视频把货卖到全国

今年62岁的孙显勇是巴州山东商会高级顾问、农夫情农业集团有限公司的董事长。他的人生故事是巴州商贸流通方式变化的一个真实缩影。

2008年，在山东做肥料生意的孙显勇带着两个女儿和女婿来到新疆寻找机会，在库尔勒塔什店镇租了800平方米的平房，成立了库尔勒天邦肥料厂。当时销售肥料全靠自己用一辆二手的面包车拉着肥料跑到田间地头，一户一户地去推销。当时库尔勒的商贸还不够发达，市场竞争不激烈，很少有做有机肥的。所以市场很快打开了，很多棉农成了他的第一批客户。

2012年，儿子孙广波也来到了巴州，跟着父亲一块儿跑市场。在孙广波的记忆里，刚开始跑市场的时候很辛苦，要开着车到田间地头去推销，很多农户不接受这种推销方式，也不了解产

品。路也没现在这么好，奔波劳累是常态。有一年夏天，因为路况差，车坏在了路上，手机也没有信号，迷路了。后来，步行几公里才遇到人，获得帮助。等回到家已是凌晨。那一天，他只吃了一顿饭。那个时候，他们的肥料只在巴州市场销售。

2014年，竞争开始越来越激烈，他们有了宣传意识，把厂子搬到了库尔勒经济技术开发区，开始注册“农夫情”商标，印发宣传单。

肥料品种也增加了，从原来只生产有机肥，到水溶肥、复合肥、钾肥也生产，以便更好地满足农民的需求。不仅如此，他们还到各地找农资销售门店谈合作。他们的肥料走出了库尔勒，不仅八县一市有了经销商，而且销售范围辐射到乌鲁木齐、昌吉、阿勒泰、阿克苏、喀什、和田等地，合作的经销商达100多家。不用再跑到田间地头给农户推销肥料了，他们只对接经销商，送货开始用大货车了。

2018年，他们的品牌意识越来越强，把宣传标语“大哥告诉大嫂，农夫情肥料真好”刷到公路旁的院墙上，宣传效果很好。他们还在报纸、电视、广播电台上登广告。“农夫情”的品牌逐渐有了影响力，肥料年销量达4万吨。

2020年，从经销商先拿货后付钱的模式变成了先付钱后供货，他们从广告中获得了红利，当年肥料销量增加到5万吨左右。

2022年，孙广波看到有农资人用短视频推广自己的产品，就开始尝试做短视频。孙广波说，有一个他分析农资行情的短视频，点赞量达3000，浏览人数达40万人。短短一个月，他的粉丝量从2000多人增加到1.3万人。有了成就感，动力也大增，他每天拍短视频，最多时一天拍五六条。

孙显勇一开始还不懂怎么拍摄，现在却热衷于拍短视频。公司的30多名销售人员也在拍短视频，加盟店也在拍，在抖音、快手、视频号上进行发布，形成宣传矩阵。孙广波在各平台的总粉丝量已经达到4.5万，孙显

勇的总粉丝量达到了3万。

2023年，“农夫情”肥料品种增加，增加了一些功能性肥料，如压碱肥、叶面肥，肥料销售量达8万吨。2024年，公司又增加了四条生产线，产量扩大到10万吨。

现为巴州山东商会副会长的孙广波，对巴州商贸流通的变化感受深刻：“十二年来，从传统的推销模式到线上线下相结合的模式，受众面无限扩大，我对品牌营销也有了更深刻的认识。以前销售范围只是车能跑到的半径范围，后来和经销商合作的模式覆盖全疆。现在，发布一个视频，全国甚至全世界的人都能看到。今年最近的采购商是云南的农资销售企业负责人刘长征，他从抖音上看到‘农夫情’肥料，比较感兴趣，通过电话和微信沟通后订货160吨。所以，我们还会继续在短视频这个赛道上发力，把更多的好产品更广泛地宣传出去。”

手写快递单，鲜果一周到北京——手机全流程操控，次日达北京——前置仓地区用户当日可收到货

巴州疆淘农哥电子商务有限公司创始人陶登峰是巴州电子商务协会秘书长，是巴州最早做电商的一批人之一，现在已经成为州内实力最强的电商之一。

陶登峰的电商发展之路起步于2015年。2015年10月，一户红枣种植户的红枣滞销，愁容满面的农户找他诉苦。从没接触过电商行业的陶登峰抱着试试看的想法，答应帮他销售。他将拍的照片发到朋友圈，没想到就卖出去好几单红枣，这让他很兴奋。于是，他让妻子帮忙拍视频，他直播带货销售红枣。忙碌了三个月，他卖了2万多公斤红枣。虽然很辛苦，利润也不高，但他发现这个行业大有可为，便暗下决心，一定要为巴州农民找到一条延长农业产业链、提升附加值的增收致富路。

2016年，陶登峰通过电商销售新疆特色农产品。没钱雇工人，他就和妻子一起干，从宣

传、销售、打单到装货、打包、发货，夫妻俩每天都是连轴转。

“一开始条件差，只能手写快递单，有时候写得手发抖。经常装货，填单到凌晨两三点。”回想起创业初期的艰难，陶登峰感慨颇深。当时没有做电商的经验，一切都要重新学习、重新摸索，但饱满的热情和对梦想的执着，推动着他一步一步向前走。他的创业梦想获得了众多客户的支持和认可，订单也日渐增多。

2016年下半年，陶登峰开始尝试销售鲜果。鲜果销售看似简单，却关联多个环节。起初，他收购巴州的农产品，发现散户居多，导致货源不稳，品质难以保证。为此，陶登峰跑遍巴州各个县乡，对各地的农产品情况进行了如指掌，销售的产品类型也逐渐丰富。

当时卖鲜果到北京，大概需要一周的时间才能收到货。有一年双十一，他卖了400多件苹果，因物流不畅，导致货到客户手里已经烂了，损失达2万余元。

他没有放弃，坚持做了下来。从一开始只销售干果、小米等产品，到各类鲜果、牛羊肉等。陶登峰的电商事业逐渐向专业化、规模化转变。他萌生了建立一个以销售新疆农产品为主的电商平台的想法。

2017年，陶登峰创办的巴州疆淘农哥电子商务有限公司正式成立。通过深入挖掘乡村特色资源，将优质农产品与消费者需求精准对接，陶登峰推出“互联网+合作社（农户）+电商品牌营销一体化”销售模式，并着手建立多处优质产品基地，打造“疆陶甄选”线上购物平台。截至目前，该平台已积累用户64万余人，完成订单7000余万个，建成西安、成都等五处物流仓储基地、冷藏库、冷冻库。通过“一件代发”“批量物流”“航空物流”“整车集采发货”等模式，将巴州的农产品销售到全国各地。这个时候，所有的接单、配货、物流已经全部实现手机全流程操控，北京的客户在发货次日就能收到货。

因为运输距离远，自2022

年起，他又在西安和成都设立了前置仓，这里的客户下单当日即可收到货。

常年奔波在巴州这片热土上，为助力乡村振兴，陶登峰在带动农优特产品走出巴州的同时，也带领团队深入田间地头，为巴州的种植户和本土初创电商企业开展电商创业、农村电商直播技能培训。

“小白杏销售是我们的主要收入，以前只在线下销售，销路窄，导致许多杏子烂在地里。现在，有了陶登峰和他的团队帮助，我们在网上销售，不仅不愁卖，还能卖出好价钱。”轮台县阳霞镇农民迪力木拉提说。

多年来，陶登峰的公司先后获得“自治区创新型中小企业”“自治区科技型中小企业”“巴州农业产业化重点龙头企业”等50余项荣誉。他还荣获“全国农村青年致富带头人”、“第五届新疆维吾尔自治区非公有制经济人士优秀中国特色社会主义事业建设者”荣誉称号。

近年来，巴州地区电子商务产业发展规模日益壮大，全州共有国家级电子商务示范基地1个、“国家级电子商务进农村综合示范县”5个、“自治区级电子商务进农村综合示范县”7个、“自治区级电子商务进农村综合示范乡示范村”各6个。截至目前，全州共培育电商主体321家。

在这波波澜壮阔的历史潮流中，每一个消费者就像一朵浪花，既铸就了辉煌，又享受着辉煌。每一个经营户就像一叶叶帆船，既经历着风浪，又收获着鱼满仓的喜悦。他们在时代的变化中享受着改革开放的红利，感受着祖国繁荣昌盛带来的美好生活。

商贸流通七十年，变革之路不平坦，但每一次挑战都打下了更坚实的基石，每一次跨越都书写了更辉煌的篇章。七十载风雨兼程，商贸流通行业砥砺前行，以不懈的努力和坚定的信念，书写着属于新时代的辉煌。展望未来，我们坚信，商贸流通将继续以更加开放的姿态、更加创新的精神、更加务实的作风，为推动巴州经济高质量发展作出新的更大贡献！