

“柚子小哥”王武星

七年垦荒 把电商经验“种”进家乡的果园

●记者 鲁芳 摄影 陈雄晖
通讯员 徐世聪 郑燎燎

他曾是广东电商界的年轻闯将,年销售额突破500万,却因父亲的一通电话,毅然返乡,扎进家乡的荒山。七年风雨,他从种植“小白”成长为驾驭500亩果园的“掌门人”,更用线上线下的智慧,让“金宏水果”香飘四方——他就是通山县金宏水果店与家庭农场负责人,生于1988年,人称“柚子小哥”的王武星。

抉择

从“电商蓝海”
转身“乡土青山”

2012年,大学毕业的王武星和许多年轻人一样,选择南下广东追寻梦想。在东莞一家公司,他从事CAD机械制图工作,朝九晚五的规律生活,一成不变的工作内容,很快让他感到枯燥厌倦。2014年,他转行投身电子商务领域,在线上卖女装、做进出口贸易。凭借对市场的敏锐判断和踏实肯干的劲头,他的生意越做越红火,高峰期年销售额达到500万元。

事业蒸蒸日上之际,2018年,父亲从家乡打来的一通电话,打乱了他的人生规划。彼时,父亲在60多公里外的燕厦乡金坑村承包了一片果园,可由于缺乏种植经验,农场连年亏损,老人的身体也渐渐吃不消。“电话里父亲的声音很疲惫,我知道他撑得很艰难。”想起父亲一辈子的奔波劳碌,王武星心里不是滋味,他没有丝毫犹豫,决定放弃已经步入正轨的电商生意,携妻子返乡助父。

“回乡创业,一方面是为了尽孝,不想让老父亲再这么操劳;另一方面,我对农业种植也挺感兴趣,能为家乡的发展出点力,也是件有意义的事。”谈及返乡初衷,王武星的眼神格外坚定。刚回到果园时,他还是个对种植一窍不通的“都市白领”,但他没有退缩,一头扎进农场,跟着父亲开荒种树、修路建园,亲手锄草剪枝、灌溉施肥,从分辨果树品种到掌握施肥时机,他一点点摸索,一步步学习,皮肤被晒得黝黑,双手磨出了厚茧,彻底从“电商精英”变成了地道的“果园汉子”。



攻坚 用科技与韧性对抗“靠天吃饭”

返乡创业的路,远比王武星想象的更艰难。他深知,仅凭热情和体力远远不够,必须用新技术、新方法科学管理果园。为此,他率先进行品种改良,筛选出适合临湖荒岛环境的果苗;引入果苗高位嫁接、水肥一体化、精准滴灌等先进技术,让果树生长更高效;还自费采购农用无人机,用于施肥打药,不仅提高了劳动效率,还节省了人力成本。这些新观念、新技术的落地,让果树的存活挂果率大幅提升。

然而,自然的風險接踵而至。

2019年,通山县遭遇大旱,由于缺乏抗旱经验,果园里已经挂果的柚子、脐橙一夜损失达6000多斤;2020年底寒潮,果树冻伤冻死率超过90%,直接损失达300多万元。“站在果园里,看着一棵棵枯萎的果树,我和父亲都忍不住掉眼泪,那种心疼和无助,这辈子都忘不了。”王武星回忆道。

挫折没有将他击倒。痛定思痛后,他更加注重技术学习,在主动请教农业专家的同时购买了大量果园管理、防冻防旱的书籍,利用休息时间自学,反复琢磨病虫害防治、防寒防冻的

技巧。那段时间,他每天清晨6点就到果园劳动,观察果树生长规律,记录土壤湿度、气温变化;夏天顶着烈日施肥打药、锄草灌溉,皮肤晒脱了一层又一层;冬天冒着寒风给上万棵果树涂白防冻,手冻得通红也不停歇。

功夫不负有心人。从2022年起,王武星的果园管理技术日益精进,500多亩果园终于迎来稳定发展的黄金时期。如今,果园年产柚子15万斤、脐橙10万斤、李子3万斤,还有杨梅等其他水果几万斤,曾经的荒山荒岛,彻底披上了生机勃勃的绿装。

开拓 让果园“触网” 让品牌生根

果子丰收了,如何卖得好?王武星重新拾起他的“老本行”,并玩出了新花样。他不仅开设线下门店、对接大型商超,更全力拥抱短视频和直播,让家乡的水果通过屏幕走向全国。同时,他创新推出亲子采摘、田园体验等项目,将果园变成周边游的热门目的地。

从种植管理到品牌营销,从操作无人机到镜头前直播,王武星已成为融合传统农艺与现代经营的全能“新农人”。2023-2024年,他的水果销售额

达400万元,不仅实现了个人创业的成功,还带动了当地果农增收,成功走通了“产供销”一体化的道路。近一个月,他通过线上渠道销售红心柚达2吨。

王武星坦言,他的创业之路并非孤军奋战。这些年来,县农业部门为他提供了产业项目扶持和技术指导,帮助他解决种植难题;当地乡政府和村委会积极帮他对接销售渠道,协助解决土地流转问题;市场监管部门还组织知识产权和品牌维护培训,为他

的事业保驾护航。

从都市回归乡土,王武星用七年坚守证明:新时代的田野,既能承载孝心与担当,也能播种智慧与希望。如今,站在郁郁葱葱的果园里,看着挂满枝头的果实,王武星的眼神里充满了希望。他说,未来他计划进一步扩大种植规模,引进更多优质水果品种,打造属于自己的水果品牌,同时带动更多村民参与进来,一起在这片热土上实现共同富裕的“田园梦”。

