

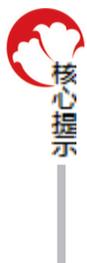


洛阳863软件孵化基地

创业改变生活 创新引领未来

创业秀吧

文科状元辞职回家种菜 成年轻富翁



□据 华声在线

29岁的小伙郭可江在范县甚至在濮阳都是位家喻户晓的人物,2004年,家境贫困的他以全县文科状元的成绩考入中央财经大学。然而,郭可江的惊人之举还不止于此,大学毕业三年后,他放弃在北京的优越工作,回乡种起了蔬菜,当上了农民,再次轰动一方。如今,他种地种出了名堂,成了远近闻名的年轻富翁。

创实业:农场蔬菜直供北京

大片的蔬菜大棚、成群的鸡鸭、满圈的猪崽……这是一个集蔬菜、花木、水果等种植和家禽养殖为一体的现代高效农业工厂。但在一年多以前,这里仅是一片普通的稻田。

这片现代农场,是2011年3月由范县付金堤村郭可江创办的专业

合作社。除了蔬菜大棚和养猪场,郭可江还培植景观树和樱桃、苹果、梨等果树2000多棵。他还在自己的农场里推广“猪——沼——菜”“猪——沼——果”等生态循环模式。他的种地模式让祖辈务农的村民开了眼界。

据了解,郭可江在北京海淀、丰

台、朝阳等地设立了4个有机蔬菜销售点,农产品直接用货车送到销售点,不愁销路。他还在北京注册开通了网站,创立自己的“老家菜园”品牌,还请《西游记》中沙僧的扮演者担任形象代言人。

如今,这个年仅29岁的小伙子已经成为远近闻名的千万富翁。

写传奇:回乡种菜引起轰动

郭可江的父母深知“知识改变命运”的道理,虽然家境不富裕,仍坚持将三个子女送进学校。郭可江上高二时,父亲不幸因病去世,家里顿时没了顶梁柱。郭可江多次要求退学,但都遭到母亲反对。“家里就指着可江上出个名堂,就是砸锅卖铁也要把他供出来啊!”郭可江的母亲说。

郭可江没有辜负母亲的期望。2004年,他以全县文科状元的成绩考入中央财经大学,成了县里的名人。

2008年,上了4年大学的郭可江毕业了,进入兴业银行做了一名理财规划师。工作3年后,郭可江突然作出了一个让所有人都吃惊的选择:回老家种地。

“我这辈子奔的就是盼望他能

跳出农村,到城市生活,他突然说要回老家种地,我当然不同意了!”郭可江的母亲对儿子的决定十分不理解,但因儿子的坚持,只好无奈地同意。

“回到老家后,村里说啥的都有,反正都是不理解。”郭可江回忆说,“不管大家怎么说吧,我有想法了就要坚持干下去。”

谈心结:“生产安全放心的蔬菜难道很难吗?”

“生产安全放心的蔬菜难道很难吗?”谈起为何突然放弃在北京的工作,郭可江告诉记者,大学期间经常有媒体报道“毒豆芽”“毒鸡蛋”等食品安全事件,他感觉到生产安全蔬菜有巨大的市场,也因为自己在大学期间曾得到在京范县老乡的资助,他产生了回乡创业带富家乡的想法。

郭可江学的是行政管理专业,对蔬菜的生产技术了解不够,他专

门到山东寿光聘请了两名农技专家来指导种植蔬菜。通过借钱贷款等方式,郭可江在农场里的投入越来越大,如今他的农场已经超过1000亩,年产蔬菜400吨,还建成了垂钓园、游泳池、餐饮娱乐中心,搞起了生态农业观光园。一年多的艰苦创业让郭可江长出了不少白发,但他觉得很值。

“我们种了一辈子地,没见过这

样种地的,不打农药不施化肥,只上农家肥,种出来的蔬菜瓜果质量好,销路也好。”郭可江所在的付金堤村村民们说,“这孩子有想法,敢想敢干,我们也愿意跟他干。”

如今,郭可江的农场有150名村民上班,种地上班两不误,大大提高了村民收入。而郭可江的蔬菜每卖出一箱,他都会从中抽出一元钱,资助在校贫困生,这在当地也被传为佳话。

点智成金

土特产:咋就卖不上价?

暴永:今年我从老家进了一种纯红薯粉条,我们做过试验,把我们的粉条放进杯子里,7天都不会化,而那些假粉条里面加的有胶,放两天就会化掉,像红薯粉条这样的农副产品,没有很高的附加值,要把价格提上来难上加难。

【把脉】并不是纯红薯粉条有没有附加值,而是要挖掘它们的自身价值。

【对症下药】粉条放在水里7天保持不变就是一个很大的卖点,要突出它的“健康”,然后将其推广给更多的餐饮店老板以及感兴趣的年轻人。你可以将这种粉条和市场上的普通粉条放置7天进行对比,把每天的变化用图片和文字表现出来,直观地说明问题。

最后,再用这种粉条做出一种菜肴,把晶莹剔透的粉条展现出来,这样消费者最终关注的不是粉条的价格,而是粉条自身所具有的价值。

土特产组团:咋样最优化?

李建华:我一直对电子商务很感兴趣,手头有很多资源,都是河南省内的土特产商。我希望通过团购这个平台,将这些资源进行推广、嫁接,进而实现资源整合。对于我这种情况,该怎么做团购生意?

【把脉】产品单独出击没冲击力,抱团整合才是关键。

【对症下药】这种“平台”化经营要想做好团购,需要有针对性地整合。比如将几种产品组合做成一种汤品,或是有目的的整合成系列产品,专门针对小孩、老人或年轻人,这样将产品推向市场才有说服力。

山茶油:怎样上团购网站?

余孝平:山茶油具有降压、去脂、美容等功效,被誉为“东方橄榄油”。对于这样的产品,我想上团购网站该怎样操作?

【把脉】如果将山茶油定位为高档油,其消费人群很大一部分就是那些80后的年轻人,他们一般都坐在办公室,喜欢上网搜索一些“新奇特”的产品。

【对症下药】用一句话告诉消费者你是卖什么的,把定位再精细化一些。直接告诉消费者它的价值,这种油能做什么,是降血压、降血脂还是美容,多久能见效,所以一定要先将产品定位,然后就像往墙上钉钉一样,主攻一个卖点,抓住消费者的心理,了解他们真正想要的,这样就做成了。

(据《河南商报》)

全程协办:  **深蓝远航资本**

863创智广场
65557999/60689863
置业投资新平台

 **北京鼎顺股权投资基金管理有限公司**
一言九鼎 顺势而为 选择鼎顺 财富相随 