

# 聚焦回乡创业的年轻人： 自信大有可为，虽然并不轻松



临近春节，即将迎来又一年的返乡潮。很多年轻人面临着留在大城市打拼还是回到家乡发展的选择题。

据农业农村部数据，从2012年到2022年底，返乡入乡创业人员累计达到1220万人；据《“十四五”农业农村人才队伍建设发展规划》，到2025年，这一数据将超过1500万人。

在豆瓣小组“边缘县城生活报告”小组中，近7万位组员分享着自己在家乡的生活和工作日常，回归家乡的背后，他们都有着特别的故事。回到家乡的年轻人过得怎么样？是否实现梦想？以下是3个返乡创业的年轻人的故事。

文/片 大众新闻客户端记者 田汝晔

故事一 唐凯：95后，山东蒙阴，从事农产品电商

## 得到乡亲们认可，很有成就感

今年是唐凯回到家乡做农产品电商的第三年。

在蒙阴县高都镇，提起唐凯的名字，不少果农都会竖起大拇指，“小伙子有头脑，人很诚实，多亏了他帮我们卖桃子。”

唐凯认为，回到家乡做农产品电商，这是最适合自己的第一条路。

2021年，唐凯从青岛农业大学市场营销专业研究生毕业。那年暑假，正赶上家乡鲜桃的销售旺季，他便开了一家网店帮着乡亲们卖桃。

早在一年前，唐凯曾拿家乡的桃子做过一场“试验”。“我研究生读的是农村发展方向，也学习了不少电商知识。”唐凯曾在一家电商公司实习，参与青岛海鲜特产的营销，他便想着通过网络渠道卖桃子，由于之前有过运营经验，所以上手很快。桃子还没成熟时，店里的预售订单已经超两千单，“我卖的价格比果商价格高出三分之一，果农们很愿意把桃卖给我。”

当唐凯决定全身心地留在家乡时，首先反对的是他的父母。在他们看来，唐凯应当找个“稳定又体面”的工作，走一条“标准”的路。面对父母的顾虑，唐凯依旧坚持自己的想法：自家是种桃子出身，果农们的认可让他很有成就感。

凭借着勤奋、敢闯、敢干，唐凯起初发展得很顺利。第一年，他成为当地零售桃子做得较好的电商之一，在鲜桃采摘期的两个月内，店铺的成交量有七万多单。

可从事农业，看似诗意的生

活，背后的付出和辛苦是旁人体不到的。最初，唐凯一人身兼数职，收桃、卖桃、客服、打包、运营……哪里需要人，唐凯就得自己顶上。

每年桃子采摘期只有短短几个月，桃子下市之后卖什么？唐凯迎来自己创业路上第一个瓶颈期，“我有点迷茫，总不能一年就干这几个月吧”。

本着销售特色农产品的初心，唐凯打算继续卖高质量的农产品。“一个是质量有保障，产品才有市场，另一个是给果农的收购价高，他们也能得到好处。”当年10月，唐凯去隔壁县收购秋月梨，11月收购黄金维纳斯苹果，12月他又找到了蜜薯农户收蜜薯。

就这样，唐凯的收购范围不再局限于本地的农产品，销售平台业务也越来越广。2023年，他的店铺零售额已经突破了1500万元。

尽管如此，唐凯的创业经历也不只有光鲜的一面。对于农产品电商行业的发展，他有很多想法和更大的雄心，“扩充团队是我面临的最大问题，有才华的人很多，但愿意来村里的人还是少”。

有人说回家乡是一种“躺平”，唐凯并不这么认为，回家不是他的最终目的，一个人的力量终究是有限的，从长远来看，只有更多的人参与进来，做好农产品的品牌和包装，才能帮助更多的果农，服务更优质的客户。

唐凯安慰自己，“总要有人先去做，才能吸引更多的年轻人回来。”

故事二 伊祎：90后，江西贵溪，加盟一家奶茶店

## 做喜欢的事，能激发自己的潜力

伊祎曾在一所大专院校任职，每天两点一线的工作节奏，让她愈发疲惫和厌倦，“年轻人倾向自在轻松，但这并不意味着摆烂”。

开一家属于自己的小店，是她一直都有的想法。2020年，伊祎回到了自己的老家。她相信，凭着自己在外积攒的资源和经验，能够跳出刻板的印象看县城，有能力经营好一家店面。

伊祎分析，尽管县城的人流

量比不上一线城市，但基于稳定的客流以及低廉的人工成本，也能收获不错的利润。于是，伊祎将目光落在了加盟奶茶店上，加盟店有品牌效应，可复制性强，门槛又不高，是她这样小本创业者首选。

性价比消费在县城是主流的消费趋势，“一杯柠檬水就三五块钱，甜筒也才两块钱，学生党也能消费得起”。

可拿到开店资质的过程并不

容易，加盟店的管理体系非常严格，开店流程很复杂。2020年夏天，经历了加盟面谈申请、直播培训、加盟测评等流程，伊祎带着自己所有的积蓄，投资20多万元，一头扎进了加盟奶茶店的战场。

开业时间正巧赶上暑假，伊祎开局干得并不差，营业时间从早上10点到晚上10点，自己一个人忙不过来，伊祎便和家人一起守店。高峰期时，等单的顾客排起了长队，一个月营业额就高达一万元，她觉得看到了希望。“每天觉不够睡，甚至做梦都在加冰块”。

伊祎计算着，她的店铺扣除原料后利润估计在50%，水果、

果浆及杯具等原材料总部要求统一采购，不允许有任何自行采买，再减去人工、店租成本，纯利润在30%左右。

可创业不确定的因素很多，有些是伊祎始料不及的。县城的年轻人就像一群候鸟，假期时归巢，短短数十天后又四散而去。

强烈的反差感，给伊祎上了现实的一课。有赔有赚是创业的基本法则，可一到冬季，饮品的销量不如前，再加上饮品单价不高，扣除房租、人工、水电的费用，差不多正好能维持基本的开支。

2022年开始，伊祎又面临着更为现实的问题，越来越多饮品店正在下沉到县城。她所在的县

故事三 嘉文：95后，甘肃金昌，经营一家文创店

## 填补市场空白，小城里也有未来

白天休息不超过一小时，上厕所要跑着去，晚上回家倒头就睡，这是嘉文今年开了一家文创店后的日常。

2022年，嘉文辞掉了大城市的工作，回到了自己的老家——甘肃金昌。彼时，嘉文在一家餐饮连锁店工作，已晋升为区域经理。

得知嘉文辞掉高薪工作回到老家，许多朋友都觉得他“疯了”，只有嘉文自己知道，他并不是一时冲动。

“几年前我就有了回家自己做点事情的想法，但还不知道自己要干点什么。”嘉文说，随着奔波过的城市越来越多，他反而想离家更近些。

真正让嘉文下定决心回家的，是奶奶生病住院时家里打来的一通电话。“我是家里的独子，是爷爷奶奶带大的，自从读书后陪他们的时间很少。”随即，嘉文和同事交接了工作，毅然决然地回到了老家。

金昌是一座建在戈壁滩上的工业城市，缘矿设企、因企设市。由于干旱少雨，风沙大，嘉文对家乡的记忆是“烟囱多，绿树少，风吼尘遮日，一风吹，石头跑”。第七次人口普查数据显示，截至2022年底，金昌市常住人口



甘肃金昌商业街，嘉文经营的文创店一隅。

43.44万人，比上年末减少0.09万人，其中，人口自然增长率为-3.98‰。

嘉文一直在思考，如果能填补市场空白，或许会有自己的客户和市场。如今，金昌正在发展工业与旅游，开发打造了不少旅游景区，可当地并没有一家像样的文创店，他认真分析了可行性。

“大城市有很多新鲜事物，可我们这里没有。”嘉文笑称，在金昌流行着一句话：金昌赚钱外地花。年轻人有一定的消费能力，但缺少游乐的地方。

今年7月，嘉文在商业街租下了一家不到50平方米的店铺，

城，以商业街为中心，各式各样的饮品店加起来已有8家，当入局的门店越来越多时，县域茶饮赛道已成为一个饱和市场。“几乎家家都在做活动，每天少赚几百元是肯定的。”加上房租、水电、员工开销都比以前高，饮品店也陷入了疯狂的内卷。

不过，即便餐饮市场的竞争越来越激烈，伊祎依旧选择继续加盟。她觉得从行业大环境来看，餐饮将迎来复苏已成为行业普遍共识。

其实，伊祎开店并不比上班轻松，但伊祎的感受是累并快乐着，“创业开店是做自己喜欢的事，能激发自己的潜力”。

把店面的成本控制在20万元以内。他心里非常清楚，开一家店从落地到盈利，是一个历经考验的过程。

相比于大城市，小城市的局限是资源匮乏，没有进货渠道，好处是运营、人工和房租成本低。“我前期做了很多工作，光选货品就跑了俩月。”从考察选址、装修店面到整理方案，再到找合作厂家，嘉文坚持亲力亲为。

店内的主营产品是盲盒和手账（年轻人用笔记本记录生活的一种方式），每个月都需要更新产品，产品的种类繁多。每次上新时，嘉文需要量尺寸、打包装、编码入机，从中午忙到次日凌晨三四点是常态，但嘉文坚定地知道自己想要什么，清楚忙着才会更有盼头。

如今，嘉文的回头客越来越多，一步步往好的方向发展，更重要的收获是，一些年轻人走进嘉文的文创店，惊叹小城里竟有这样的特色店铺。惊喜之外，嘉文也提醒自己保持心态平稳，并设想着更长远的店面规划。

“如果发展得好，我计划着在我们这里商场多开几家文创分店。”嘉文说。

（应受访者要求，文中伊祎为化名）