



洪良彬：用电商玩转农业生态圈

本报记者 蔡明宣

“刚从河北的胡萝卜基地赶回来，土壤墒情正好，明年扩种的事儿稳了。”电话那头，洪良彬的声音带着几分疲惫，却难掩兴奋。这位晋江新农人，皮肤被晒得黝黑，指甲缝里总嵌着洗不掉的泥土——谁能想到，十年前他还是个深耕数码领域的商界新锐。

从数码分销谈判桌到田间地头的泥土地，他用“爱拼敢创”的晋江基因，把电商打造成串联产业的核心轴，在乡野间搭建起“种得出、卖得好、玩得嗨”的振兴生态圈，让农业从“单一种植”变成了充满烟火气与想象力的多元事业。



2026福建建博会举行 晋江建陶对接全球采购需求

本报讯(记者 王云霏 张晋福)近日,2026福建建博会暨第八届中国(晋江)国际家装建材博览会举行。展会设置建筑陶瓷、辅材设备、泉州优品出海等特色展区,集中展示外墙砖、生态砖、地铺石、软瓷等全品类产品,从主材到辅材,从传统产品到智能设备,从生产到设计,展会一站式呈现行业全产业链精品,精准满足工程项目采购、家装零售、经销代理、海外出口等不同客群的多元化需求。

展会期间,“融通四海·筑稳未来”建筑行业海外工程发展大会暨泉州建材专场供需对接会举行,设置主题演讲、采购需求发布、一对一对接、自由交流等环节。中建云筑网携200多家海外采购商发布160亿元(人民币)采购需求,覆盖东南亚、中东等重点区域。

当天还举行了晋江建材行业外贸供采对接会,助力晋江建陶企业与采购商实现精准对接。首次参展的罗马尼亚客商Liviu Rosca在对接会上收获颇丰,直言此行“充满惊喜”,“晋江的陶瓷产品品类太丰富了!无论是墙面砖、地面砖,还是可应用于浴室的马赛克产品,设计都十分精美,做工也很扎实。”

“今天展位人气很旺,我们接待了来自菲律宾、巴基斯坦,以及东欧等地区的采购商。”七彩陶瓷销售负责人谢柏河介绍,海外采购商对该公司的地铺石产品表现出浓厚兴趣,咨询不断。



超80家晋企抱团参加 第六届中国跨境电商交易会

本报讯(记者 蔡明宣 陈巧玲)近日,第六届中国跨境电商交易会在福州启幕。晋江以“晋品出海 贸通全球”为主题,精心组织超80家代表性企业、筹备123个标准展位集中亮相,政企携手发力,充分展现出强劲的跨境出海活力。

展会现场,晋江专区人气爆棚,往来采购商络绎不绝,洽谈声、咨询声此起彼伏。创达鞋业的展位前,工作人员正忙着为采购商介绍骑行鞋的设计亮点,企业负责人李俊华穿梭在人群中,时不时停下来解答疑问。“我们特意带来了多款主打的骑行鞋,从材质到工艺都反复打磨,就是为了贴合海外骑行爱好者的需求。没想到,开幕首日,我们就收获了不少意向订单,更有采购商当场就表达了合作意向,这比我们预期的还要好,也更坚定了我们做精做专骑行鞋品类的决心。”李俊华表示。

福建捷斐进出口贸易有限公司的展位上,挂满了各式各样的宠物服装,负责人苏秋萍正忙着整理订单,脸上满是笑意,“我们带来了上百款宠物服装,都是贴合海外市场需求设计的。开展首日,就有十几个客户当场下了小量样单,意向客户也有两百多个。这趟参展真是没白来,也为我们后续拓展海外宠物用品市场打下了良好的基础。”

让“田间货”插上“云翅膀”

2017年,手握成熟电脑分销渠道的他,回乡时却被田埂上的景象刺痛:农户守着优质的晋江蜜薯、生态大米,却因信息闭塞、渠道单一,只能低价卖给中间商,而城市消费者想买到靠谱农产品,又常常“找不到门路”。

供需两端的“断层”,让洪良彬看到了农业的商机,也下定决心转型农业。他先从搭建“晋享购”线上平台入手,像对接数码经销商一样联动农业局、银行、邮政等资源,更关键的是,他把数码行业“以销定产”的逻辑搬到田间:通过平台后台数据,分析消费者偏好。比如,哪种蜜薯甜度受欢迎、哪种包装复购率高,再把这些数据反馈给农户,指导他们调整种植品种、控制产量,真正实现“产销精准对接”。

“以前农户是‘种了再找销路’,现在是‘按需求定种植’,这就是数据的力量。”洪良彬举例,平台数据显示“小包装、便携款”农产品更受年轻消费者青睐,他们就立刻调整包装策略:以晋江蜜薯为例,除了传统的5斤装,新增1斤装的真空小包装,印上“晋江特产”的鲜明标识,既保障运输过程中的品质,又增加产品识别度。借助电商线上的流量影响力,这款小包装蜜薯不仅销量提升30%,还因“便携+地域特色”产生了15%的产品溢价,让农户每斤多赚近2元(人民币,下同)。

平台刚起步时,为了夯实“产得好”的基础,他凌晨三点带队去菜地采摘,上午就把带着露水的蔬菜送到消费者手中,这份较真劲让洪良彬的平台不用靠商业宣传却通过口碑相传积累下大量粉丝和销量。

乡村振兴青年直播基地里,他带着农户在田间地头直播,捧着刚烤好的蜜薯分享口感,朴实的风格吸粉无数。“以前只会种地,现在知道按消费者需求种、按市场喜好卖,一个月最多卖3万单地瓜干!”晋江农户张大伯的话,道出电商给他们带来的改变。

带着乡亲一起拼

“一个人富不算富,大家富才是真富。”这是洪良彬常挂在嘴边的话。深知农业创业不易的他,2019年创办了“九九星创天地”农业孵化平台,用“半公益”模式为创业者“兜底”——免费提供办公场地、仓储设备,还定期开展种植技术、电商运营培训。

走进孵化基地,36家农业初创企业的门牌一字排开,有做生态蔬菜的,有做农产品加工的,还有做农业直播带货的。“洪总不仅给我们免房租,还帮我们对接订单、

解决资金难题。”入驻平台的李自强说,当初他带着5万元启动资金来创业,在洪良彬的帮助下,如今年销售额已突破百万元。

洪良彬还总把自己的“试错经历”拿出来分享:“我当初推广无人机喷药被农户质疑,种五彩稻田亏了十几万元,创业没有一帆风顺,敢闯敢试才有可能成功。”他用自己的亲身经历,给创业者们注入信心。

在这里,传统农户学会了电商运营,返乡青年找到了创业方向,跨界创业者对接了优质资源,一个“抱团发展、资源共享”的助农合力正在形成。

让农业“活”起来

农业的价值从不止于“种出来”,更在于“串起来、变值钱”。这份商业敏感度,让洪良彬在多元农业领域走出了一条“跨界合作+循环利用”的创新路。

在产品商业化上,他敢想敢干。与盼盼食品集团孵化公司福建伽那食品科技有限公司合作,成立伽那农业公司,核心使命就是整合全球优质农业资源,为盼盼食品提供天然、优质的农产品原料,并聚焦药食同源领域深耕细作。这正是“产销精准对接”在更大范围的延伸:既对接全球优质“产”,也匹配合作方的“销”。

近期,双方合作的首款以晋江胡萝卜为核心供应链的NFC胡萝卜汁已正式落地,这款充分考虑市场需求、主推常温饮用场景的产品,即将登陆国内知名商超。洪良彬通过整合全球资源,借助本土龙头企业,跑出农业商业化加速度。

为了让产业链实现“全增值”,洪良彬还琢磨起了“变废为宝”的循环经济。“胡萝卜榨汁后剩下的

残渣,含水量高、纤维丰富,直接丢了太可惜。”他带着团队反复试验,计划将这些废料碾碎加工成特色饲料,用于生态养鸡项目。洪良彬给记者算了一笔账,按目前胡萝卜汁的生产规模,每年能转化出不少饲料,不仅解决了加工废料的处理难题,还能让生态鸡项目的养殖成本降低,产出的鸡肉通过“晋享购”平台销售,又能形成新的收益点,真正让农业生产的每一个环节都能创造价值。

而在农文旅融合赛道,他同样延续“精准对接”的思路。签下晋江、石狮、德化等大片土地打造的休闲农业园区,集采摘园、露营地、农耕体验区于一体,每到周末就人气爆棚:城市游客带着孩子下地挖地瓜、摘葡萄,在田间感受农耕乐趣;年轻人在露营地围坐野餐,顺手就能买走刚采摘的新鲜农产品……

如今的洪良彬,依然每天扎根田间地头。这位从商界跨界而来的新农人,用实干与智慧,在晋江的土地上书写着乡村振兴的精彩答卷,向外界展示了新时代农村电商带头人热爱农业、勇于拼搏的鲜活形象。