

在庆元

吴潇俊

90后退役军人靠菌菇逆袭成百万粉丝主播

□ 记者 邢玉超 毛以飞

“96万粉丝、180万单销量、年销售额1800万元。”这是庆元90后新农人吴潇俊，五年深耕直播电商领域交出的成绩单。从退役军人到电商主播，从创业碰壁到粉丝近百万，他在直播赛道书写了一段精彩的创业故事。



每天上午十点，松源街道五都电商园内，吴潇俊和他的团队准时直播，热情地向网友推介庆元食用菌。“我们家卖的是庆元高山老品种香菇，泡发后鲜嫩爽口，不添加防腐剂。”

1993年出生的吴潇俊，是土生土长的庆元人。2011年，高中毕业后应征入伍，成为一名空军战士。退伍后，他辗转丽水、义乌等地，做过家装销售，也接触过电商运营，积累了宝贵的创业经验。2021年，直播经济方兴未艾，他敏锐地察觉到商机，毅然返乡创业，试水农产品直播。

最初，吴潇俊瞄准了庆元龙溪绿茶。他和团队背着泡面和开水，钻进龙溪乡的茶山，耗时一周拍视频、做直播。“泡面吃了不少，茶叶一包都没卖出去。”

这次碰壁让吴潇俊明白，创业必须立足自身优势，扎根熟悉的领域。他果断调整方向，把目光投向家乡最具特色的香菇。他家种香菇已有四十年，从小在菇棚里长大，对菌菇再熟悉不过。

可即便选对了产品，起步依然艰难。直播间一天播四个小时，有时一个人都没有。他清楚记得，有一天只卖了23.5元。“当时真想放弃，但军人的性格不允许我认输。其他人外地香菇都能卖好，我们庆元香菇怎么就不行？”

转机出现在一次引流活动上。他

把虫草花低价上架，直播间人气瞬间上涨。借着热度，他顺势推介庆元香菇，结果刚上架就被抢空。那天直播间冲到2000多人，一个小时销售额突破10万元。“全家一起打包、分拣、发货，忙到凌晨一两点，但心里特别高兴，觉得这么多天的坚持没白费。”

这场爆单不仅带来销量暴涨，还让吴潇俊坚定了信心。此后，他的直播事业一路向好，单日销售额最高突破30万元。

2024年，抖音平台流量规则不断迭代，自然流量减少，他的直播间人气逐渐下滑。吴潇俊意识到，仅凭热情和坚持不够，得学会“专业打法”。搭建计划、优化话术……此前未曾接触过的领域，他和团队硬着头皮去学，自费外出培训，一点一点补齐短板。“消费者在变，我们也得变。拍摄方式、直播间背景等，都得不断更新。”

直播电商看似光鲜，背后全是汗水与压力。每天4小时高强度直播，吴潇俊和团队下播后嗓子沙哑，一句话都不愿多说。“直播跟打仗一样，你自己状态好、对自己的产品自信，别人就会下单。”

五年来，吴潇俊的抖音账号积累了超96万粉丝，成为抖音“三农”带货领域的佼佼者。粉丝们信任他，一方面因为他是退伍军人返乡创业，为人踏实可

靠；另一方面，他的直播接地气，不搞花架子，产品品控严格。“在算法越来越强大的时代，真诚是最硬的通行证。”

事业走上正轨后，吴潇俊积极带动乡亲致富。他的打包车间吸纳同心新村等地留守妇女就业，目前固定用工10多人，全年发放工资近50万元。“时间自由，一年能挣四五万元，贴补家用挺好的。”工人吴远娟说。

除了带动就业，吴潇俊还发挥自身资源优势，主动对接周边菇农和香菇市场经营户，建立“统一收购、统一品控、线上销售”的合作模式。

菇农户余民每年做五万段香菇，与吴潇俊合作，不仅销路有了保障，价格也十分满意。香菇市场经营户吴仁女和吴潇俊合作三年，每年销售额两百多万元。“他对我们香菇行业有很大的带动作用。”吴仁女说。

一份耕耘，一份收获。从2021年7月涉足直播电商以来，吴潇俊团队累计销售农产品180多万单。仅2025年，就销售40多万单，销售额1800万元。

谈及未来，吴潇俊说，庆元食用菌产业潜力巨大，仅靠他一个人、一个账号远远不够。他的下一个目标，是孵化本土青年电商人才，帮助更多喜欢电商的年轻人掌握直播技巧，培育家乡的“带货力量”，让庆元食用菌品牌打得更响，走向更大的市场。

