



一口滩羊, 滚烫南北

拼多多“煮沸”一座县城的烟火与远方

“清水一把盐”,这是宁夏盐池人对滩羊最朴素也最极致的礼赞。在盐池县,羊肉曾是节庆时才舍得宰杀的奢侈品,一年不过中秋、年关两回。而如今,一只只经过排酸、真空锁鲜的盐池滩羊,正以48小时的速度,跨越山河湖海,出现在上海白领的火锅里、湖南餐馆主厨的砂锅中,甚至抵达香港食客的餐桌。

这背后,是一位九零后退伍军人牛庆磊和他的品牌“禧宁堡”十年磨一剑的故事,更是拼多多等新零售平台,以场景化营销与数字化供应链,在广袤乡土上书写的一场关于连接、重塑与共富的变革。

从军营到牧场

一位“新农人”的乡土突围战

2013年,牛庆磊从部队退伍回到家乡宁夏盐池。彼时,他面对的是一个传统而固化的产业图景:养殖户们习惯于将整羊卖给本地肉贩,销路窄、利润薄,好东西卖不上好价钱。“那时候我跟家里人说要在网上卖羊肉,我爸直接骂我‘空中造飞机场’,纯粹是胡闹。”接受记者采访的牛庆磊回忆道。

但牛庆磊骨子里有股倔劲儿。从小吃着滩羊长大,他深知这份风物的独特价值——盐池滩羊是国家地理标志农产品,当地半农半牧的土地孕育了上百种牧草,浅层弱碱性水源中和了羊肉中的膻味物质,造就了其“不膻、有嚼劲、肌间脂肪均匀、多汁细腻”的独特风味。

2016年,他正式投身滩羊产业,从一斤一斤地在传统电商平台试水,到2023年入驻拼多多,这条路走得异常艰辛。最初,连招个懂电商的人都难,只能自己摸索,“人家说点东西,我们可能得花好几天摸索。”牛庆磊说。

真正的转折点,来自于对消费者需求的深刻洞察和拼多多数据的精准反馈。“一只羊太大了,很多人就想尝尝鲜,买一点点,怎么能把客人拒之门外?”牛庆磊发现,整羊销售模式早已无法满足现代家庭的需求。

恰在此时,拼多多“多多好特产”及“烧烤季”“火锅季”等场景化营销活动提供了关键指引。2025年夏季,在平台运营人员建议下,禧宁堡迅速推出羊肉串、羊排等产品,结合“烧烤季”主题营销,销量可观。而进入冬季,平台数据显示“羊肉煲”成为消费热点,他们又立即调整策略,针对涮火锅、羊蝎子火锅等场景,推出带皮羊肉、精包装羊排、半羊礼盒、羊肉卷等细分产品。

“平台消费需求多元,我们拥有自有生态牧场,且屠宰、分割、冷链等生产供应链完备,能根据各种消费趋势及时推出各式滩羊产品,在平台增长很快。”牛庆磊说。如今,他的客群已从传统的东北、山东,快速扩展至江浙沪、福建等东南沿海地区。日均成交金额近7000元,春节前一个月更是羊肉销售的“黄金三十天”。

一只羊的旅程

从碱水草场到全国餐桌的数字链路

盐池滩羊的美味密码,藏在“吃的是中草药,喝的是碱水”的自然馈赠里。但要把这份“天赐”完好无损地送达千里之外的消费者手中,考验的是整个产业链的现代化水平。

在盐池县王乐井乡,牛庆磊拥有45亩的生态牧场和1600多平米的自有工厂。这里不仅是养殖基地,更是集屠宰、精细分割、包装于一体的中央厨房:下午入库,当晚完成清洗、烧毛;次日清晨进行分割,根据不同地区的烹饪习惯——北方客户偏好整块部位肉,南方客户则需要切配好的手把肉或薄片——进行定制化处理。随后,羊肉被送入零下40℃的急冻库,45小时后,装入加了冰袋和定制料包的泡沫箱,交由顺丰等空运发出。

“基本上48小时内,就能送到全国客户手里。”牛庆磊介绍道。这套高效的冷链物流体系,确保了即便是在炎炎夏日,千里之外的消费者也能收到新鲜如初的滩羊肉。

更重要的是,这种以销定产、柔性供应的模式,反向推动了上游养殖的标准化。为承接平台海量订单,牛庆磊每年年初便与当地30多户养殖户签订合作协议,推行“公司+农户”模式。从防疫、驱虫的时间节点,到饲草与精料的精确配比,都有统一规范。“农户见到真章,能赚钱,自然就愿意跟着干了。”在牛庆磊看来,这不仅稳定了产品品质,也让养殖户年均增收数万元,甚至吸引了“00后”年轻人返乡参与养羊、直播、客服等工作。

产业的升级,让盐池滩羊从“地方特产”蜕变为“全国爆品”。十年前,外地人或许只知“宁夏枸杞”;如今,盐池滩羊正通过一个个包裹,走进千家万户的厨房。

新电商将一方风物,送入万家灯火

如果说供应链是筋骨,那么电商平台就是流淌其间的血液,赋予了传统产业全新的生命力。对于牛庆磊而言,拼多多不仅是销售渠道,更是一个强大的赋能伙伴。

“平台通过‘多多好特产’等专项,降低了优质农产品的上行门槛,并利用大数据精准匹配高需求用户。更重要的是,它搭建了一个品牌打造的平台。”“多多好特产”负责人介绍道,过去,消费者只知道“宁夏滩羊”,却不知其背后的文化。如今,通过商品详情页、买家秀乃至短视频、直播等,禧宁堡正在向全国讲述“盐池滩羊”的完整叙事。

一个令牛庆磊印象深刻的例子,是湖南一位餐馆老板研发的“鱼羊鲜”。对方用禧宁堡的滩羊肉,搭配鲫鱼熬制的奶白浓汤,创造出一道前所未有的美味。牛庆磊得知后,特意联系到这家餐馆的厨师长,表明来意学到了方法,自己尝试做了一次“鱼羊鲜”,“我也被惊艳到了,着实很鲜美。”而这位厨师长也称赞牛庆磊销售的羊肉“肌间脂肪均匀,能完美吸收鱼汤的鲜味”。这个故事让牛庆磊意识到,他的产品已经超越了单纯的食材,成为了激发各地饮食文化创新的媒介。

一种火锅风味,是一座城的生活缩影。当上海白领用滩羊肉卷涮出一锅暖意,当福建家庭围坐共享一锅羊肉煲,他们品尝的不仅是肉的鲜美,更是一种来自西北生态牧场的生活哲学——粗犷中见细腻,质朴里藏深情。

而新电商稳稳地将这一方独特的风物,送入了万家灯火之中。从昔日一年只吃两回的“奢侈品”,到如今通过拼多多走进日常的国民美味;从本地人偏爱的大块手抓,到适配全国口味的火锅薄片、烧烤串、礼盒装……盐池滩羊的变迁史,正是中国乡村振兴与地域饮食文化走向全国的一个生动缩影。

滚烫的火锅汤底翻腾着,一片片来自西北生态牧场的羊肉沉浮其中。这口锅里,煮的不仅是食物,更是一座城的烟火气与远方的梦想。



资料图片