西北农林科技大学
NORTHWEST A&F UNIVERSITY

《引春风——新农人的时代先声》

Spring's Vanguard

案例二 《瑞雪三年》

Auspicious Snow Over Three Years

访谈报告

—— 双语微纪录片系列 ——

Bilingual Micro-Documentary Series

新农人国际叙事与传播实践项目组

New Farmers International Narrative and Communication Team

一、访谈对象基本情况：

（一）访谈时间：2025 年 11 月 23 日

（二）访谈者名称：瑞雪大魔王

（三）提问者名称：陈一凡

（四）基本情况介绍：瑞雪大魔王，西北农林科技大学毕业，新农人博主。自种 300 亩瑞雪苹果，带动家乡果农种植 2765 亩，传承老师科研成果。他深耕栽培技术，用短视频科普品种优势、打通产销链路，让瑞雪苹果成为高价值助农标杆，是青年助农的新锐代表。

二、访谈内容：

陈一凡：学长，您觉得在您在带动乡亲们种植了这么多年瑞雪苹果的过程当中，有没有一件事情让你觉得特别有成就感？

瑞雪大魔王：其实这件事本身就很有成就感。我们整个创业历程干了两个阶段的事。第一个阶段呢，是我们自种，就是 17、18 年那个时候自己种的这个不到 300 亩的瑞雪，也是咱们学校的科研成果。第二个事就是在我们 18、19 年，我们认识到一个事情，就是我们中国的国情和美国是完全不一样的。它未来的农业的发展的模型，大概率不是像美国一样的大农场，一个人就拥有几万亩甚至十几万亩、几十万亩的地，这是不可能的。这是为什么呢？是因为我们中国有着大量的农村人口，现在的农村人口应该有 6 个亿。我们有着大量的农村人口的基础，那么即使是老一辈逐渐退去，新一辈从事农业的人，人口基数也完全不是美国能比的。所以那个时候我们认识到一件事，就是在中国，我们真真正正想要把农业做起体量来，那一定是离不开农民的。

所以，我们在 20 年到 24 年做了我们创业之后的第二件事，也就是推广。我们不只要自己种好，并且以自己的园子作为依托，探索出来瑞雪相对来说很成熟的管理技术。然后我们又把这些管理技术呢，通过推广工作，又落实到了一些周边带动的农户

手里。农户这边我们大概带动有 300 多户，2765 亩地。所以我们拥有的体量级就会变成 3000 亩。而大家用的技术还有物资，这些都是配套的。那么这 3000 亩的所有的产能就能做到稳定。以前散户的一个非常重要的特点就是品质参差不齐，完完全全你家和我家的果子完全不是一个味。那么给消费者带来，包括给一些渠道商，带来的就是不稳定的产品体验。所以我们用这样的方式去解决这个问题。

而与此同时呢，带动了 314 户果农，他们也把自己的老品种，像红富士(这两天中日关系也不太好啊，红富士本来就是日本的），替换掉了家里的老红富士，然后又拿到了新的品种更新，单价还是非常不错的。我们今年给他们最高出到过 7 块多钱一斤，所以，就是我觉得在这个农户致富的过程中，我们感受到的这个成就感，确确实实不是说光自己种了果子，然后赚点钱，两种感受完全不一样。

陈一凡：那您觉得在带动乡亲们一起加入您这个创业的过程当中，您把他们拉入伙的这个方式，其实让他们和你们一起共享你们的技术和一些经验，是这样吗？

瑞雪大魔王：是的。与此同时，我们跟他们签订的是回购协议，因为刚开始我们 20 年一开始推广的时候，好多人对绿色苹果(瑞雪是黄绿色）很排斥，觉得从食欲上来说，市场主流是红色。如果我们帮他种下去了，后来卖不掉或者我们跑路了，红果子贱卖好赖能卖掉，但是黄绿色的瑞雪就有可能直接折在他自己手里。果农那个时候非常有顾虑，所以我们签订的回购协议，是高于当地当时同等级的红富士，至少要高 5 毛到两块。这是我们当时设置的底价，所以在这个过程中，我觉得可以打消很多果农在销售上的顾虑。我们用这样的方式组起来这么一个非常大的团队，否则光靠我一家，其实光我们的果子今年就已经不够卖了，明年后年呢？我们的客户越来越多，对我们的品质也非常的认可，但是货从哪来？要是跟传统的客商一样，到处收果，东一家西一家，那最终的结果还是品质极不稳定。消费者吃了这个月好吃，下个月不好吃了，甚至这一次买的和下一次买的口感完全不一样，那这种就是我们的责任，我们没把这事做好。那我可以把这个回购协议理解为一种给农户的承诺，也是基础的保障。因为其实现在的瑞雪的价格明显高于我刚设置的上限。打个比方，红富士卖个 3 块 5，瑞雪 5 块 5 是拿不来货的。随行就市，我们该给多少给多少。但是保个底是至少要比你的红富士一斤要多赚 5 毛钱。

其实去年，洛川县的淮北镇有一个叔当时跟我说，他说他们村好几个人都说他上当了，当年跟我们的合作完全是一种被欺骗，上当了，这公司搞上两年，然后人家就

该撤摊子撤摊子。其实我当时听到那个事很生气，因为我们确确实实是抱着真真正正想要把瑞雪这个品种在这一个优生区发展好，并且做出体量、做好品质的，但是人家觉得我们就是过来骗人的，捞一波钱就走。今年我们就已经开始收购。今年的量不大啊，我们只收了不到 20 万斤货，又花了个百十万。我觉得很多谣言、谎言都是要通过现实的东西把它给打下去的。那个叔已经 60 多岁了，农村话传得特别快，只要有一个人说他上当受骗，说我们是过来骗钱、骗完就跑路的，全村人都多少人指着他脊梁骨骂他蠢。这是去年的事了，我们今年就是用事实把这一张脸给人家放回去。

陈一凡：学长，您是怎么想到要去做线上账号的这种方式来进行销售呢？

瑞雪大魔王：在 2023 年 7 月，我们启动瑞雪大魔王这个账号。那个时候我觉得算不上什么有先见之明、前瞻，因为所有的行业都开始有了一定的互联网思维。农业这个行业，可能在那个时间点之前，我也感觉这玩意跟互联网咋结合？其实后来发现，我们无论是专业的知识，对于品种的认知，我们怎么样把品种这件事干好，其实这整个流程都可以通过互联网。那个时候啊，18、19 年，算是有人有高瞻远瞩，人家去赌抖音、视频号啊。但我觉得到了我们那个时间段，就已经进入了短视频的后发展阶段了。然后我们就觉得农业界或者说瑞雪这一个品种、这一个单赛道，当时还没有出现一个非常不错的 IP，而我们种的也只有瑞雪这个品种。加上又是赵政阳老师研发的瑞雪，然后我们从事了种植，做了推广，从 22 年开始又干了销售。这一系列发生了太多太多的事情，非常有分享的价值，包括我们在学校里面学的这些专业的知识，也很有分享价值。那个时候，我们就萌生了做一个瑞雪的 IP，也许在这一条赛道上有希望跑出来。

到今年，我们现在的双平台，基本到了 6 万粉丝左右，给我们带来最直观的感受就是，几乎做瑞雪这一个品类的所有的渠道商、客户已经全部跟我们联系上了。那么这一个平台给我们带来的东西价值是非常高的。

陈一凡：那我可以问一下，就是你们刚说到这个双平台是哪两个平台呢？

瑞雪大魔王：视频号和抖音，都是都叫瑞雪大魔王。

陈一凡：那您是怎么想到要起这么一个名字叫瑞雪，还是说它本来这个品种就是叫瑞雪？

瑞雪大魔王：就是这个苹果品种的名字，然后专注瑞雪，只种瑞雪，只卖瑞雪，只推广瑞雪。这个就是一个非常垂直的一个账号，所以一开始涨粉特别慢，但是随着瑞雪在市场上逐渐打开，我们这个 IP 才体现到了它该有的价值。你像 23 年刚开始做的时候不温不火，24 年算是初步解决了我们地头销售的问题。就是地头销售，我不用再愁客户了，从抖音上联系过来的客户，足够把我的地头卖掉。但是在市场终端或者说供应商超这些供应链企业，24 年还没联系上，今年就全部联系上了。所以他是分 23、24、25 这三个阶梯的。

陈一凡：我是感受到互联网所带来的红利的，但是像您说的，这个阶段不可能是等出来的，肯定还是有自己的推动。那您可以具体说一下这三个阶段，分别做了哪些在市场上推动流量的事。

瑞雪大魔王：这两个账号我们是双平台同内容的，没有特别针对某个平台去做一些调整。第一年（2023 年）算是比较懵懂的阶段，那个时候就是主要聊一聊对于农业的一些观念，因为我是 16 年毕业，到 23 年就毕业了 7 年左右，那一年做的内容算是比较初级的阶段，还没有吸引到特别好的一些客户。然后到 24 年，我们意识到我们对于市场最大的价值是更加专业，科班出身，参与科研，参与种植，参与推广，最后又从 22 年年底开始干销售。所以，这几个事情全部干了之后，发现我们非常适合做对全产业链有认知、有链接的内容。我觉得在这个时候，我们的优势在 2024 年的时候体现出来，加上认识到“人只能赚认知以内的钱”，那一年内容主力方向开始往行业认知、展现专业度发展。到 25 年，今年是风不调雨不顺的一年，好的可以起来做现场。

陈一凡：那现在很多年轻人还是很害怕就业的，也害怕创业，特别是在现在这个大环境下，那咱们如果不去选择考公考编，对于创业该抱有一个什么样的认知，又该怎么去做呢？咱们是西北农林科技大学，主力专业还是农学。

瑞雪大魔王：我刚才在北绣山就跟很多学弟学妹沟通的也是这件事。我不是鼓励大家去做种养殖类似的东西，不敢鼓励。创业本身就是风险极高，并且周期极长的。我们回本周期是 9 年，你几乎是要把你 20 多岁的青春全部押注到一件事情上去的，这就是农业创业的特点。我觉得农业未来的机会在哪里？四个字：食品安全。因为只有在问题最多的行业才有可能存在新人的机会，否则对于我们来说完全是扯淡。你说现在进华为，能一步登天吗？不可能吧，跟着人家的规则慢慢走；去建筑行业，连包

工头都饱和了，没有我们的机会。但是农业它的发展阶段很落后，甚至农业目前的经销端很多人都没有契约精神，不按规矩出牌，以次充好。所以我觉得在落后的行业里面，新人大概率才有一次机会能够在这些问题中找到解决方案，找到人生价值点。所以农业行业目前发展相对落后，但很有希望，需要学了知识、有基础素养的青年加入，无论是做养殖、销售还是分享，做出来的动作都会和老一辈有差异。

陈一凡：作为学语言的，也是文科学生，我其实进入大学之后也思考过，难道真的学文科就没有出路了吗？我甚至还有的时候跟爸妈说过，早知道高中就不学文科，一定学理科，可是我想如果真的回到高中，可能还是会选文科，学更感兴趣的语言、文学。现在市场更讲究技术，以及技术变现，做有价值交换的商品或产品，可是文科好像除了拍视频、做宣传、翻译工作，也没什么其他方向，那咱们文科可以怎么跟农学结合，或者找到文科生能做的事情？

瑞雪大魔王：这个其实我想到了一个案例，有一个公众号、抖音号、视频号叫花果飘香，作者笔名叫清扬，业界称他清扬老师，这人就是典型的文科生，完全不懂怎么种出好苹果，但他做了一件让业界都觉得有意义的事。我认为文科生不是靠妙笔生花写文案就能在互联网时代获得流量和财富，文科生最浪漫的点是积累性，相比理科生来说就是天壤之别。理科生是从 a 点到 b 点，比如电动车技术，完成后价值就归零了；文科生不是。清扬老师做了“果业万里行”，把中国所有农业生产基地（尤其是林果类）的从业者都采访了一遍，包括我，他去年或前年还来过我这。这件事积累到现在，他的知名度和对农业未来发展趋势的理解都到了相当高度，本身就极具价值。

我并不觉得文科生无法从事农业相关的事，文字、思想和智慧的积累是不分行业的。清扬老师专注果业赛道，不涉及小麦、玉米，只走访柑橘、苹果、桃、李子等林果基地，采访、总结从业者经验，感知行业未来方向。这件事干一两年没收获，但干 3 年、5 年、10 年就不一样了，他的果业万里行做了大概 5 年，从他今年发的帖子能看到和前几年不一样的思想，这对行业内的人来说价值很高，新入行的人甚至愿意付费咨询，因为能大幅缩短试错时间。比如我是种苹果的，让我去养牛必死无疑；有人想种苹果，自己摸索五年可能亏 200 万还没结果，咨询的价值就体现出来了，这就像学生过六级买网课，都是为了缩短试错时间。

陈一凡：那我感觉像是清扬老师这种选中果业赛道，总结别人的经验，形成自己的知识版权，这也不太需要文科专业素养，难道只是收集别人的知识吗？

瑞雪大魔王：这个你说的不对，在收集的过程中，每个人都有局限性，而把这些东西融会贯通，形成一套思想，才是最有价值的。不是 1+1=2，而是 1+1 大于 3。我现在都不太敢找清扬老师聊天，怕收钱，他是真的收钱，这是很高的价值。他能帮行业外想入行的人缩短试错时间，这就是核心价值。

陈一凡：在种植过程中，您采用了什么种植模式？给您带来了哪些意想不到的收获？

瑞雪大魔王：其实我们现在种植的这种模式叫矮化栽培，对应的就是我父母那一代种植的乔化果树。乔化树树冠大，树体要把 60%甚至 70%的营养供给自身生长，劳动力利用率特别低。我父母也是种果园的，6、7 亩地，两口子甚至一家子干到极限，不能再多了。但我们现在干了将近 300 亩地，日常只需要 5 个人就可以把整个 300 亩地管理得妥妥当当。乔化栽培到矮化密植，是传统苹果行业到新型苹果行业的技术革命，我们推广的农户和自己的园子都采用这种国外最先进的矮化栽培模式，行宽 4 米，株距 1.5 米，一亩地种约 110 棵树。

陈一凡：那么瑞雪苹果有什么独特色的自身优势呢？接下来的发展空间到底有多大？

瑞雪大魔王：其实瑞雪这一个苹果，品种本身就是极具中国科研含量的。它是赵政阳老师在 97 年去澳大利亚学习时，引回来一个叫粉红女士（pink lady）的品种，这个品种高庄、圆柱形、红色、个头小，特点是高糖高酸，不符合国人口味。然后赵老师把这个品种和秦富 1 号杂交，第一波杂交有 3 万多个后代，每五年选一轮。2003 年选出第一批优系 1295 个，又从里面到 2008 年选出代号 5C1 杠 13 的品种，也就是后来的瑞雪。通过嫁接栽培，2015 年正式定名，赵老师取“瑞雪兆丰年”之意，2015 年通过陕西省审定，2019 年通过国家审定，正式成为中国人自己的苹果品种。

要知道，中国人一开始只有秦冠这一个完全自主知识产权、通过国家审定的苹果品种，它的历史意义是让国人能吃上苹果，虽然不好吃但产量大。到瑞雪，时间隔了将近 40 年，瑞雪的审定意味着中国人终于有了属于自己且非常好吃的苹果品种。所以我认为瑞雪是中国苹果科研史上里程碑式的品种，发展前景巨大。从 23 年开始，

市场上大面积认可瑞雪，消费者很喜欢，复购者多。23 年开春起，瑞雪每年的推广量以几万亩的速度增长。我们也是瑞雪这个科研成果的受益者，一个好的科研品种能给市场带来巨大价值，造福种植户和消费者，让国人吃到更好吃的苹果。我们以后的发展也会围绕科研成果，包括瑞雪的后代品种，通过持续的杂交选育，推出更多优秀品种，这是市场新的活力，也是我们企业的发展方向。

陈一凡：如果用一句话定义"新农人"，您会怎么说？

瑞雪大魔王：我觉得新农人其实就是有思想、有底线、有理想的一群愿意从事农业的年轻人。

有思想：是经营思想的更新迭代。我爸妈他们种苹果，只能被动等着客商来收。但新农人至少懂得拍视频，把自己放到互联网上曝光，让更多人知道自己，还可能创立品牌，扩大品牌影响力，做这样的经营工作。

有底线：从业 10 年，看到太多农业界没有底线的事情。哪怕身家几百万、几千万的老板，也只想着利益最大化，农业里利益最大化最简单的方式就是以次充好，只要往里多塞一个次果，换成商品果的价钱，就觉得自己做得好。这种狭隘的思想阻碍了整个农业发展。

有理想：就像我们，不是只着眼于自己几百亩地、100 多万斤产量。20 年到 24 年推广的果农，最早跟着我们的一批人今年已经赚到钱了，一斤六七块钱相当可以。这是一种人生价值的体现，是有理想才会去做的事，否则就是各扫门前雪罢了。

三、经历总结

瑞雪大魔王的新农人创业实践将农业新质生产力深度融入创业全流程，在技术维度，传统苹果种植长期沿用乔化栽培模式，不仅果树营养利用率低、劳动力成本居高不下，散户更缺乏标准化的种植管理技术，直接导致果品品质参差不齐，规模化种植难以推进，成为产业发展的核心技术瓶颈。因此，他跟随老师学习矮化密植栽培技术，制定行宽 4 米、株距 1.5 米的标准化种植规范，让 300 亩果园仅需 5 人就能完成日常精细化管理，大幅提升了劳动力利用率，同时以西北农林科技大学的科研成果为根基，将瑞雪苹果的选育、栽培技术转化为可落地的实操体系，先自建 300 亩示范园打磨成熟技术，再为合作农户提供统一的技术指导与种植物资，让标准化种植技术覆盖

3000 亩种植体量，一定程度上解决了品质不均的技术难题，实现了传统种植模式向现代化、规模化模式的升级。

在市场维度，瑞雪苹果作为中国自主研发的苹果新品种，初期面临市场认知度低、产销链路断裂的双重困境，果农因黄绿色品种与市场主流红色果品差异大，担忧种植后销售无保障，对品种更新普遍持抵触态度；而传统农业销售高度依赖客商上门收购，渠道单一且被动，既容易受市场波动影响，也难以让新品类快速打开市场。针对这些市场痛点，他一方面以实打实的利益保障搭建市场信任基础，与农户签订保底回购协议，一定程度上打消了果农的销售顾虑，推动周边苹果品种顺利更新；另一方面依托数字传播的农业新质生产力，打造“瑞雪大魔王”抖音、视频号双平台垂直 IP，聚焦瑞雪单品类做全产业链内容输出，从初期的农业发展观念分享，到中期的种植、推广、销售专业知识科普，再到后期的行业资源链接，逐步积累 6 万粉丝，实现了瑞雪品类所有渠道商与客户的双向互动，不仅解决了地头销售难题，还成功打通商超供应链等渠道，用互联网思维重构了瑞雪苹果的市场产销链路，让这一国产新品类快速在市场站稳脚跟。

在观念维度，农业行业长期存在三大观念误区：一是散户“各扫门前雪”的分散经营观念，缺乏集体发展的意识，难以形成产业规模；二是部分从业者追求短期利益、以次充好的行业乱象，忽视品质与长期发展；三是盲目推崇美国大农场模式，忽视中国 6 亿农村人口的基本国情，导致发展模式与实际脱节。因此，瑞雪大魔王摒弃照搬国外大农场的发展思路，探索出“核心示范园+农户抱团发展”的规模化模式，带动果农形成利益共同体，让小农户也能共享产业发展红利，打破了散户分散经营的格局；其次坚守“有底线”的行业观念，始终以果品品质为核心，拒绝以次充好，用统一的技术、物资与回购标准打造稳定的产品品质，以实际行动重塑行业口碑；最后传递“有理想”的新农人观念，不局限于自身果园的盈利，而是以助农致富为核心目标，面对“圈钱跑路”的谣言，用收购果农产品的实际行动予以回击，让果农切实感受到品种更新、模式升级带来的真实收益，逐步转变了散户的传统经营观念，让共同发展、共富共赢成为乡村农业发展的新共识，而这种观念的革新，也正是新农人为农业发展注入的核心活力。

四、思考

在讲述瑞雪大魔王的新农人故事过程中，我们针对国内外观众产出了相关中英结合的视频、公众号和播客，在收集到大众的意见后，我们得出以下结论，可以帮助我们更好地呈现新农人故事。在内容上，针对国内受众，我们可以重点突出本土科研成果的落地价值，展现瑞雪苹果推广种植的历程，可以让国内观众看到中国农业科研的硬实力，同时放大助农共富的温情细节，比如果农从质疑到认可的转变以及瑞雪大魔王用实际行动打破谣言的坚守，贴合国内受众对乡村振兴、共同富裕的情感期待，也能让新农人“有思想、有底线、有理想”的形象更鲜活。针对国外受众，可以聚焦中国特色的农业发展路径，重点讲述其立足农村人口国情探索的“农户集体发展”模式，让国外受众看到中国农业现代化的独特探索；同时突出青年返乡创业的故事线与农业科技创新亮点，比如矮化栽培技术的应用、数字互联网与农业的融合，契合国际社会对青年创业、农业可持续发展的关注，也让中国新农人的形象更具国际辨识度。

在共鸣点挖掘上，从返乡创业层面看，瑞雪大魔王是西农科班出身，毕业多年后选择返乡深耕农业，面对创业 9 年的长周期、外界的质疑与谣言始终坚持，这份用专业知识反哺乡村的选择与坚守，能让高校学生、年轻创业者产生强烈共鸣，感受到新时代青年的职业担当与价值追求。从行业层面看，他直面农业行业的固有痛点，用技术创新解决品质问题、用数字思维打通销路、用抱团模式实现规模化，这份扎根行业、解决实际问题的执着，能让农业从业者感受到同行的力量，也让其他行业从业者看到深耕领域的价值。从民生层面看，他的创业不仅让自己实现发展，更带动三百多户果农增收致富，让国产优质苹果走进市场，既守护了果农的生计，也满足了消费者对优质农产品的需求，这种兼具产业价值与民生温度的实践，能让广大普通受众产生情感认同。

在不同载体的呈现方式上，我们的视频创作采用采访形式，后期视频得到反馈，我们思考如何才能引起观众的共鸣性，可以多拍摄矮化栽培果园画面，果农劳作与丰收的真实场景，穿插瑞雪大魔王的访谈原声，让画面传递真实的产业氛围；叙事节奏我们从技术、市场、观念三个方面进行阐述，按照“困难———解决手段”这样的逻辑脉络，让故事有起伏、有温度。公众号的推文我们走“图文结合、叙事+细节”的路线，搭配果园实景、瑞雪苹果实拍等真实图片，文字既清晰讲述创业历程，又捕捉鲜活的细节，比如瑞雪大魔王听到谣言时的心情、60 多岁果农被质疑后的释然，同时用通俗的语言解读矮化栽培、品种选育等专业知识，让公众号既有故事性，又有知识性，适

合碎片化阅读与传播。同时我们注意到一些客户会通过我们的公众号关注到瑞雪苹果，因此我们能够借助公众号媒介传播的广泛性，可以使更多潜在客户关注到瑞雪苹果，从而帮助瑞雪苹果拓宽市场。播客创作可充分发挥声音的沉浸感，内容上可弱化专业术语，重点聚焦人物的创业心路、与果农的互动故事，我们发现这样可以让听众在听觉中走近新农人的真实生活，拉近距离。