

[各抒己见]

把农产品销路“跑”出来

现实中,产品与需求信息不对称,可能导致销路打不开。有的产品很好,但找不到诚意买家;有的需求很大,但难寻优质产品。这样的矛盾如何化解?海口市琼山区甲子镇有一批特殊的工作人员——“乡村买手”。他们走村入巷,遍访优质农产品,对哪里有好产品、何时上市、产量多少了然于胸,同时依托电商平台等资源,及时精准地为农产品找到销路,一定程度上解决了信息不对称问题。这一做法,引人思考。

打开销路,先要转变观念,树立“跑”的自觉。随着时代发展,城乡一体化进程越来越快,但在产品与市场之间,依然存在着信息错位、沟通不畅等现象。也就是说,即便农产品品质再高、再优,如果没有做好传播,恐怕也很难找到好销路、卖出好价格。在海南农村,规模农业较少,散户经营较多,倘若不主动找寻市场,很难及时实现价值兑现。因此,要像“乡村买手”一样,牢固树立市场及销路意识,多一些主动找寻市场的创新、尝试,努力把销路跑出来。

畅通销路,也要用心感知,突出“特”的优势。眼下,“直播带货”势头渐起,不少明星、网红、地方干部纷纷出镜,积极为农产品做推广。这是为农产品打开销路的好事,可是在具体操作中,这种带货方式也暴露了一些短板和不足。比如,主播对农产品不了解、产品质量难保证、售后服务跟不上,等等。其中一个原因,就在于对所推农产品品质和特色缺乏深入细致的了解。让农产品销售走得更远,还得像“乡村买手”那样,多下一些笨功夫、实功夫,经过认真细致的考察甄选,把真正的特色优质产品推广开来。

农产品销路问题,事关国计民生、产业转型,影响着农村发展后劲。无论是“乡村买手”,还是电商促销,抑或“直播带货”,背后的农产品销路,都是主动跑出来、找出来的。当然,打开销路,归根结底还是要看农产品的品质。为此,在优胜劣汰的销售模式中,应当积极引导农户转变经营观念、革新种植技术,培育更多优质农产品,努力在扩大销路与提升品质之间形成良性循环。

拓宽视野、主动作为,在跑市场与找产品中打破信息壁垒,实现农户与市场的精准对接,就一定能够打开农产品销售的潜力空间,为“三农”发展带来广阔前景。

张成林

土货嫁接电商 助山区脱贫

山里的“土货”,摇身变为生态产品;过去脱贫“等靠要”,现在主动学、创新卖;曾经扶贫思路单一,如今立体式协作……作为数字经济大省,浙江近年来秉持“输血与造血结合、帮扶与合作并举”理念,依托电商扶贫,积极帮助贫困地区培育电商人才、提升产业水平,让贫困地区“赋能增效”,贫困群众也因电商扶贫搭上了数字经济发展的快车,实现了可持续脱贫。

山区学生会电商卖货

一年多前,阿坝师范学院的师生们根本想不到,自己会离电商创业如此近。随着义乌与汶川结对帮扶工作的全面推开,义乌工商职业技术学院与阿坝师范学院共建的“汶川电商学院”于2019年5月成立,并开始招生。

学软件开发专业的李昌磊是阿坝师范学院电商学院的第一批学员。“我以前主要通过网购了解电子商务,去年到义乌工商职业技术学院系统学习后,才知道电商玩法多样,有直播电商、社群电商、中心电商等。”李昌磊说。

在义乌工商职业技术学院相关老师指导下,李昌磊的电子商务技能不断提升。今年受疫情影响,汶川车厘子一度面临滞销。李昌磊看在眼里,急在心里。利用所学知识,今年6月初,李昌磊和他的团队仅用一周时间,帮助汶川农民卖出500多斤车厘子。

今年毕业的李昌磊,继续在做电子商务。用他的话说,阿坝州遍地都是宝贝,但囿于各种原因,很多绿色产品不被外人了解。他希望通过电商扶贫方式,将汶川等地的土特产卖向全国各地,帮助更多贫困群众增收致富。

义乌工商职业技术学院创业学院副院长徐峰说,共建汶川电商学院的目的,就是为贫困地区培养一批乡村振兴的电商人才。目前,他们已为阿坝师范学院电商学院的学生开设了农村电商、跨境电商、新媒体运营、视觉设计等课程。

据了解,除了学校间的电商扶贫合作,蔡崇信公益基金会还联合淘宝大学建立面向贫困县的电商培训体系“青橙计划”,目前已在河北滦平、安徽金寨、江西寻乌、贵州雷山等10所中职院校培育电商人才。

电商扶贫助推产业升级

“我们团队每到一个地方,都希望把当地的物流能力、产品能力、运营能力,注入互联网新思维,通过更加规范化、制度化、市场化的扶贫协作,带动当地的产业扶贫。”阿里巴巴脱贫基金总经理王威说。

甘肃省渭源县,王威和团队去



过多次。这个地区是典型的高寒阴湿凉爽区,独特的地理条件和气候特征非常适宜马铃薯(土豆)及其种薯的种植繁育,但当地也曾经历过“种了一大片,收了几担担,煮了一盘盘”的尴尬。

为改变这种现状,王威和他的团队帮助当地建立了快速的电商销售网络,并通过延伸土豆的加工链条,将土豆制成淀粉、主食等,提升了土豆的生产附加值。“通过盒马以及商超自营渠道,我们将渭源的优质土豆源源不断卖向全国。”王威说。

电商不仅能加快货物的销售,也能倒逼农产品的品牌化。今年6月以来,电商平台贝店推出“一县一品”行动,计划在100天内,结合直播经验、助农场次、带货数据等多个维度,遴选邀请100位爱心主播,通过现场直播、连线县长、原产地溯源等多种方式,开展100场助农直播。

“传统的农产品交易,以线下农贸市场为主,中间环节多,销售链路长,推高了流通成本,农民却没有得到多少实惠。电商接入之后,减少了中间环节,消费者和农

民双方受益。更重要的是,通过电商推动建立农产品分级标准,助推区域品牌打造,提升了产品附加值。”贝贝集团副总裁张龙珠说,2020年1月至5月初,贝店助销各类农产品达1570多万斤。

贵州三穗县电子商务公共服务中心主任罗国浪说,通过贝店2年多的重点帮扶,他们一天可销售数千单麻鸭蛋,看到麻鸭蛋不愁卖之后,三穗县养鸭的农户越来越多,围绕麻鸭和麻鸭蛋的深加工产业也开始发力。

电商帮扶促进消费扶贫

产业项目走进来,扶贫消费引出来。据统计,阿里巴巴、网易、云集、贝店等浙江知名电商企业2019年度销售对口帮扶地区农产品金额超1000亿元。

2秒钟5千克小番薯,5分钟8.7万瓶梨膏;3小时销售2000万元扶贫产品;2200万观众在线观看……2019年,阿里巴巴举办“电商扶贫浙里行”活动,以“网红+县长+直播”的模式推介对口帮扶地区的特色农产品,并通过“以买代捐、以购代帮”方式,助力脱贫攻坚和乡村振兴。

2020年受疫情影响,金华市商务局与四川省南充市商务局进一步加强“云上”对接,推进电商帮扶。根据双方签订的对口合作协议,南充方面负责精选南充“四川扶贫”标识产品,组织稳定的供货渠道,金华市为其进驻金华市区、义乌、武义等地的电商平台提供便利和帮助,开设南充“四川扶贫”标识产品销售专区。

例如,武义县与嘉陵区联手开展直播带货促销,通过“武阳春雨”电商平台,推荐当地的耙耙柑、血橙、桑叶茶、桑葚酒、食用菌、藏香猪(腊肉)等20种特色农副产品。数据显示,今年1—5月,南充市通过多渠道向浙江市场提供优质农产品,货值达1827.47万元,带动贫困人员1400余人。

王威认为,电商扶贫未来还应在战略地位提升、电商生态改善、群众活力激发等方面发力,通过进一步挖掘贫困地区的经济发展潜力,加强贫困村的电子商务培训,支持各地发展农产品原产地网上直销和探索农产品预售模式等,多途径增强电商扶贫的效果。

张璇 李平

[选载·建设管理]

发展农民专业合作社,是市场经济条件下推进农业产业化经营的重要举措,是创新农村经营体制、提高农民组织化程度的有效方法,更是实现农业增效、农民增收,促进农村经济发展的重要途径。

价。

(2)打折促销。打折促销是指在网络促销活动方,为显示网络销售低价优势以激励网上购物,成为调动本网站购买的积极性,烘托网站的购物气氛以促进整体销售而采取的对所销售全部或部分产品同时标出原价、折扣率或折扣后价格的促销策略。

(3)返券促销。返券促销就是网上商店在商品销售过程中推出的“购×元送×元购物券”的促销方式。购物返券的实质是商家让利于消费者的变相降价,返券促销的目的是鼓励顾客在同一商店重复购物。

(4)电子优惠券促销。当某些商品在网上直接销售有一定的困难时,便结合传统营销方式,从网上下载、打印电子优惠券或直接通过手机展示优惠券,到指定地点购买商品时可享受一定优惠,或以所选择打印的电子优惠券上

约定的优惠价格购买优惠券所指定的商品。

(5)赠品促销。赠品促销在网络促销中的应用不多。在新产品上市推广、产品更新、应对竞争、开辟新市场等活动中,利用赠品促销可以达到较好的促销效果。

赠品促销的优点包括:提升品牌和网站的知名度;鼓励人们经常访问网站以获得更多的优惠信息;根据目标顾客索取赠品的热情程度,总结分析营销效果和产品本身的反馈情况等。

(6)积分促销。积分促销是指企业在网站上预先制定积分制度,根据网站会员在网上的购物次数、购物金额或参加活动的次数来增加积分,激励其参与活动的兴趣。企业通过积分促销,能够与客户建立长期的关系。

(未完待续)



农民专业合作社建设与管理

◎杨 超 郭小军 任永贵 主编

中国农业科学技术出版社

本书对于
指导农民专业
合作社健康发
展、规范经营具
有重要参考价
值。

农民专业合作社基础知识(一百三十五)

(1)有奖促销。有奖促销是指企业对在约定时间内购买商品的顾客给予奖励。有奖促销的关键是奖项对目标市场增加购买具有吸引力。同时,有奖促销能帮助企业了解参与促销活动的群体的特征、消费习惯和对产品的评