

创新营销模式 电商迅猛崛起 畅通“北粮南运” 双鸭山“种得好”也能“卖得好”



双鸭山特色农产品在深圳市龙岗区的“万国食品城”里争取到固定的展示区。



宝清县白瓜子产业园里工人在为出口订单忙碌。



四方台区太保镇昊天蔬菜农民种植专业合作社在加工胡萝卜。

□ 杜朝剑 本报记者 刘晓云

核心提示

双鸭山地处三江平原腹地,土质肥沃,生态环境优越,是国家重要的商品粮基地和欧盟认证的有机食品基地。绿色农产品供给不断增加,但优质农产品一直没能卖上好价钱。只有“卖得好”,才能倒逼“种得更好”。解决“卖得好”这一难题,关键在党委、政府。双鸭山切实转变思路,按照一二三产业深度融合发展的理念,延伸价值链,把“卖得好”摆在突出位置,培育特色品牌,强化市场营销,全面推进以市场、销售为导向的现代农业体系建设,为农产品走向市场、农业接二连三提供精准服务。

特别是去年以来,双鸭山按照我省提出的农产品营销“16条措施”和水稻营销“4种模式”,以提高产品附加值为目标,以创新营销模式为手段,系统谋划,多措并举,广泛拓宽农产品销售渠道,不断提高农民营销创业能力,农产品营销工作取得了显著成果。

记者在双鸭山大大小小的米业加工企

业看到一派繁忙景象:工厂里,机器轰鸣声中,袋装的、盒装的大米被打包,等待物流运输车上门,然后发往全国各地……

这些鲜活的场景,被凝练成了一组亮眼的数字:2017年,全市各类新型农业经营主体共销售农产品124.5万吨,销售额达44.9亿元。其中,线上交易量达到1.51万吨,销售额1.39亿元,同比分别增长35%、26%。

双鸭山把农产品销售既作为重大的经济问题,又看成现实的民生问题。全市充分发挥绿色有机食品品牌效应,依托驻村第一书记人才平台和电商微商市场平台,瞄准市场需求,加大订单农业、线上营销、众筹营销、展会营销等方面推进力度,在深圳举办了双鸭山优质农产品推介会,深圳市双鸭山农产品交易物流中心正式挂牌,中国红小豆、白瓜子产业网上线运营,农产品卖得越来越好、越来越远。

参展会创品牌推订单模式让农产品销得顺

1月29日结束的第四届黑龙江—北京绿色有机食品产业博览会上,由9家绿色有机食品生产企业、合作社组成的双鸭山参展团,卖产品、打品牌、拓渠道、广招商,展销的产品全部销售一空,场面火爆热烈。

2月4日,南京“万市大吉”年货采购市场,人潮涌动。宝清富硒大米“鲜米鲜尝”摊位最受宠,居民品尝着香喷喷儿的富硒米饭,对来自黑土地的农产品赞不绝口,近百袋大米很快被抢购一空。热销情景吸引来附近的百惠超市,当天与宝清家砾公司达成了销售合作。

这些都是双鸭山农产品销售在创品牌、拓市场方面的一个缩影。越来越多的农民、农产品生产经营企业开始提升和改变市场营销意识、经营理念,由过去被动式、等人上门到现在主动走出去,开拓市场,寻找商机。

2017年,这个市组织农民外出学习考察100余人次,培训新型职业农民1040人;组织各类农业经营主体177家,参加各类农业展销活动13次,农产品签约量5287吨,签约额6215.4万元。友谊芦花村、饶河中顺、集贤永军、宝清冷砮等企业及合作社,已在全国各地设立了双鸭山市优质农产品展销店,在大型超市、农产品批发市场设立了销售专柜和营销点,拓宽了销售渠道。

农产品销售一头连着供给,一头连着需求,订单销售则促进了产销对接。2017年,双鸭山把发展订单销售作为促进农产品市场流通的重要手段,以打造46个“互联网+农业”高标准示范基地为重点,通过政策扶持、典型示范、组织协调、强化服务等措施,支持农民合作社与东北农大、农科院等科研生产单位签订良种繁育合同,与农业产业化龙头企业或加工企业签订粮食种植合同,与专业批发市场签订销

售合同,与深圳、广州等南方销区签订粮食购销合同,依托农业电商平台开展线上线下农产品订单销售等多种形式,积极帮助企业对接基地,促进产销对接,引导各类农民专业合作社主动进入市场,促进了农产品多渠道销售。截至目前,全市实现农产品订单量40.1万吨,销售额18.93亿元,品种包括高油高蛋白大豆、玉米、富硒大米、杂粮杂豆等。

优质农产品为何难转化为市场价值?双鸭山认识到关键的短板是品牌不响亮。全市把品牌建设作为提高产品竞争力的重要措施,重点培育了宝清大米、饶河大米、宝清大白板、宝清红小豆、东北黑蜂等10个地理标志品牌产品,打造了壹特、绿利、同鑫等33个国内、省内知名绿色食品品牌,并积极引导农业企业和合作社向“三品一标”优势品牌靠拢,通过零散品牌整合和优势品牌打造,使优质农产品的知名度和竞争力都有了较大提高。

集贤县欣农、高丰、鲜兴等38家农民种植专业合作社组建了集贤县臻美农产品信息购销合作社联社,淘汰了原来各自小品牌,统一使用“臻美农”品牌,并建立了以大米为主的农副产品直营店;宝清县授权和平谷物、裕源水稻种植专业合作社等4家单位使用地标品牌“宝清大米”;饶河县授权中顺、胜利米业等3家单位使用地标品牌“饶河大米”。全市品牌总体“少、乱、弱”的现状得到逐步改善,开始形成品牌整体形象与核心竞争力。

通过参加农产品营销大赛,也扩大了双鸭山优质农产品对外宣传面和市场影响力。1月7日结束的首届“农担杯”黑龙江省优质农产品营销大赛总决赛上,全市共组织了121家企业和合作社报名参赛,共有三家单位获得三等奖,大大增强了全市农业企业和合作社的市场意识、品牌意识和营销意识。



驻村“第一书记”推广地产绿色食品。

本报记者 邱成摄

本版图片除署名外均由双鸭山市委宣传部提供

双鸭山新闻

E-mail:jizhebu2004@sina.com

责任编辑:徐晓海(0451-84655233) 执行编辑:蔡 轶(0451-84655721)

5

深圳市双鸭山农产品交易物流中心揭牌仪式暨双鸭山农产品招商推介会

SHENZHEN SHUANGYASHAN AGRICULTURAL INVESTMENT PROMOTION AND OPENING CEREMONY OF TRADE LOGISTICS CENTER



深圳市双鸭山农产品交易物流中心挂牌成立。

电商一体化服务让农产品搭上“网络快车”

尚农电子商务有限公司4000余枚土鸡蛋和土鸭蛋在不到3个小时内一销而空,实现了双鸭山特色农产品网络批量上行“零”的突破;

集贤县久兴村兴源地产葡萄,通过制作宣传片、完善在线购买流程、整合新媒体资源线上宣传,将地产葡萄卖出了每斤30元的价格;

贾晓平由一个销售手机配件的淘宝店主成长为一个12人团队的带头人,在半年多的时间内单款宝清红小豆销售就达120万斤……

从2016年开始,双鸭山利用互联网思维,农产品电商的销售奇迹不断。这一年,依托双鸭山市电子商务综合服务平台,群蜂出巢,这个市的特色农产品最先尝到了甜头,由知名度低的山货变成了网货爆款。

经过一年多努力,全市农产品电商发

展出现了喜人的变化,已经由最初的起步准备期进入快速发展期。以物流为主的服务体系日趋完善,邮政物流打通了“最后一公里”,并实现了全国价格最低、速度最快的关键性突破。

2017年,双鸭山又投入一千万元打造了建筑面积1万平方米的“风场”创业创新孵化中心。更大的场地、更好的办公条件、更优质的服务和扶持政策让更多的电商微商创业者信心倍增,已有创业企业47家、电商微商创业者130人入驻创业。

各县区农产品电商也有突破。集贤的电商产业园、宝清的阿里村淘、友谊的米业线上推广、饶河的互市贸易、尖山区的智慧社区、岭东区的菇菇线上营销、四方台区的蔬菜交易平台、宝山区的特产营销等等,亮点纷呈。

全市完成自建电商平台12个,其中综

合性平台1个,专业性平台1个,区域性平台10个。新华网中国电商基地“惠民商城”电商平台已有33家企业及农村合作社正式签约入驻上线,上线产品包括大米、杂粮、蜂蜜、林下产品等8大类,200余种产品。2017年,全市自建电商平台共形成交易额3.4亿元。

目前,双鸭山已建成市、县(区)、乡(镇)、村屯(社区)各级各类电商载体34个,有效发挥了域内孵化培育和引领示范作用。宝清县就是一个生动的例子。

“宝清县农产品要想实现种得好到卖得好的转变,同时实现由卖得好倒逼和带动种得更好,开展农产品电子商务是一个行之有效的方

专业性电商平台,成功引进了阿里巴巴农村淘宝、京东商城宝清特产馆、一号店宝清特产馆等国内知名电商平台,充分挖掘这些电商平台的优势资源,最大限度地拓展宝清县农产品销售渠道。”

如何让全市优质农产品集聚,形成统一的品牌优势?双鸭山以黑龙江大米网为载体,优化现有市、县(区)、乡(镇)、村屯(社区)四级电商体系,完成了双鸭山地方馆和四县“一馆四城”5个分平台建设,并于去年8月初成功接入黑龙江大米网,形成抱团发展的局面。

进驻“一馆四城”的经营主体已达到50家、50个知名品牌、284个产品。到去年12月末实现销售额5436万元;2017年12月27日的黑龙江大米网“粮品拍”宝清专场拍卖会,实现成交额53.36万元。以集贤县臻美农、友谊县芦花村、饶河县东北黑蜂集团中顺米业公司等农业企业为代表,优秀电商营销典型不断出现。2017年,全市各类农村电商已达200多家,农产品线上交易额达到1.39亿元,交易量1.51万吨。

供销合作力度。深圳、佛山分别建立了双鸭山农产品交易中心和直营店,与深农、深粮等大企业建立了长期合作关系,仅深农集团旗下前海吉星商城、上海农产品批发中心、南昌农产品批发中心就订购了这个市11.2万吨富硒大米等农产品。珠三角地区已经成为双鸭山农产品重要外销地,“双宝谷坊”、“田地冰米”等品牌深受当地消费者青睐。

在积极开辟北、上、广、深等国内高端市场的同时,双鸭山积极拓展国外市场,越来越多的农产品进入韩国、日本、新加坡、马来西亚、俄罗斯等国市场。截至目前,农产品出口量达7400吨,交易额一亿七千多万元。其中,对韩国、日本、俄罗斯等国家销售白瓜子1255.6万斤,销售额1.7亿元;红小豆20.4万斤,销售额214万元;四方台区太保镇昊天蔬菜农民种植专业合作社与韩国已签胡萝卜订单500吨,签约额75万元,已销往韩国50吨、俄罗斯180吨;饶河县圆葱220吨、辣椒300吨已入库,正陆续出口俄罗斯。

与深圳佛山合作打开“北粮南运”大通道

双鸭山农产品交易物流中心。

深圳市双鸭山农产品交易物流中心作为双鸭山农产品深圳专营卖场,由双鸭山市与广东盈盛投资控股集团有限公司、深圳市春谷园粮食物流有限公司合作建设。物流中心定位为深双农产品交易物流产业园,包括双鸭山市绿色农产品品牌推广交易中心、绿色农产品供应链管理中心、绿色农产品配套深加工中心及绿色农产品物流中心,具有采购、仓储、加工、物流配送、供应链管理、现货期货交易、品牌建设及电子商务平台等多项功能。截至2017年9月底,双鸭山农产品交易物流中心已建立分店1200家,我省共有22家企业入驻,已完成采购、销售全省农产品16.1万吨,营业额4.4亿元。

通过与深粮集团、深农集团和盈盛集团的深度合作,双鸭山大米已在深圳注册了“双宝谷坊”、“田地冰米”、“北田”品牌。

双鸭山杂粮杂豆、胡萝卜、油豆角等绿色特色农产品已成为当地的热销产品。目前,双鸭山在北、上、广、深等国内市场销售农产品达51万吨,销售额20.2亿元。

友谊县恒盛米业就是大受其益的典型。企业通过双深合作平台,2016年成功建立第三条稻谷加工生产线,2017年在珠三角地区销售近10万吨大米,成立了双鸭山市深双粮食加工储备供应链有限公司。尝到甜头的还有宝清和平谷物种植合作社,他们与深圳市双鸭山农产品交易物流中心签订包括冷泥富硒米、杂粮杂豆等销售订单7万吨;宝清美来农业公司与首农集团签订了包括宝清大米、富硒大米和高蛋白大豆等销售订单6.5万吨;宝清县冷砮现代农业科技服务公司与深圳市宝安粮食有限公司签订了包括大豆、玉米、富硒大米等销售订单14万吨……

双鸭山不断加大与深圳、佛山农产品

□ 刘晓云

农产品销售牵涉到广大农户的利益,既要坚持市场主导,更要注重政府引导。但现有体制机制下,职能交叉、多头管理、各自为政,造成产销脱节、效率低下。要真正解决“卖得好”这一难题,需要双鸭山从有利于产加销一体发展出发,进一步加快政府职能转变,理顺、整合涉农各部门间的职能,明确职责分工,强化部门协同联动,构建协调统

记者手记

“服务好”才能“卖得好”

一、各负其责、运作高效的管理服务体制,实现“管理型政府”向“服务型政府”转型。

转型要“俯下身”,强化为民服务的宗旨意识,始终对农民怀有敬畏之心。应定期听取和解决农户反映的各种困难和问

题,根据农产品的不同季节、生产、销售等特点,由相关部门各司其职,各负其责,工作联动,合力推进。针对农民闹市场难的现状,涉农单位要主动对接市场,以工业化理念指导农产品生产销售,为群众引路

子、想点子、教法子。特别要“管住手”,不贪腐、不滥权。通过深化商事登记制度、行政审批制度改革,只减不增,大幅削减行政审批事项和行政事业性收费,力求便民、利民,不断优化政务环境,切实解决市场准入制约较多、人才流动机制不畅等问题。在政策允许前提下,对农业用地用电水价格、税费负担等给予最大优惠;出台电子商务扶持等政策,推动产业发展壮大。