

特色农产品营销也要研究对策

□一溪

特色农产品,也并非“皇帝的女儿不愁嫁”。虽然特色有助于农产品的营销,但不掌握营销策略,照样会出现滞销。青浦区白鹤镇梅桥村 180 多家每户几乎家家都种草莓,400 多草莓地从贱卖到旺销,前后不同的遭遇,向我们道出一个看似简单但却往往会被忽视的道理,特色农产品营销也要花力气研究对策,把一个村、一个镇、一个地区的特色农产品营销这篇文章做好,是助农增收的一个突破口,否则就会陷入“拿着金饭碗讨饭”,增产不增收的窘境。

理,特色农产品营销也要花力气研究对策,把一个村、一个镇、一个地区的特色农产品营销这篇文章做好,是助农增收的一个突破口,否则就会陷入“拿着金饭碗讨饭”,增产不增收的窘境。

特色农产品,贵在特色,成在规模。没有规模就没有优势,没有

优势就没有市场,特色农产品助农增收,一定要打破单家独户经营方式,提高组织化程度,要走合作社经营之路,在“草莓村”基础上还可打造“草莓镇”,甚至通过品牌输出形成更大规模,否则就无法形成质量和规模优势,也就无法凸现特色农产品助农增收的放大优势。

特色农产品,成在规模,赚在品牌。特色也许是与生俱来,品牌却需要后天培养。品牌美誉度一靠真材实货,二靠包装提升。“草莓村”的品牌效应还要进一步打造和唱响,在如今村村镇镇种草莓的情形下,如何使“草莓村”的草莓品牌效应脱颖而出,提高附加值,还有

许多文章要做。
特色农产品,赚在品牌,赢在保护。草莓以其鲜艳可爱的外形和丰富充足的营养,近年来在水果市场上的宠爱度不断升温,尤其受到中青年白领消费者群体的追捧,所以乘势而为,通过实地采摘等形式提升附加值不失为一个很好的招数,但要注意在人气旺盛时防止忽视品质保护追求短期效益,要视品质为生命,“倒品牌易,树品牌难”。近年来,上海郊区一些特色农产品(诸如 8424 西瓜、大团水蜜桃、马陆葡萄等)屡遭“李鬼”假冒的事例提醒我们,做好品质、品牌的自身保护是特色农产品赚得多、赢得久的重要环节。

“草莓村”农户卖草莓缘何不再难？

创建市场、农超对接、采摘旅游,白鹤梅桥村三管齐下助农户销草莓致富



沈林华(右)在察看草莓品质。

□记者 忻才康 通讯员 林学雷

第一招：家门口建市场 解决卖草莓难

白鹤镇享有“中国草莓之乡”美誉,而梅桥村是市郊有名的“草莓村”,几乎家家户户都种草莓。但十多年前,对种植草莓的农户来说,草莓好种却难卖。由于草莓不宜贮藏,每年的 4 月下旬是第二批草莓盛产季节,果农白天采摘草莓,第二天凌晨二三点钟起来,把不同规格的草莓装上车,赶往上海市区或江苏苏州等地的农贸交易市场临时租赁一个柜台,进行销售,辛苦不说,有时往往出现滞销,为了急于赶回家,只得贱卖了事,增产不增收。

针对村民出现卖草莓难的现象,梅桥村两委班子领导看到村里紧靠赵屯小集镇、且交通便利等地理优势,萌发了在白石公路旁创建草莓交易市场的设想,经过市场调研,在镇领导和村民们的鼎力支持

下,2003 年,梅桥村筹资百万元建造了占地面积 4000 平方米的草莓批发市场,多渠道销售草莓,不仅让村民在家门口基本解决了卖草莓难,而且方便了周边村民销售草莓。

记者在草莓交易市场西侧的新赵路上看到,来自周边乡村的农户将一篮篮、一筐筐红艳艳品种不一的新鲜草莓摆放在道路两旁设摊吆喝,吸引好多过往的游客纷纷停下车来,选购新鲜优质的草莓……自然形成一道游客争相选购草莓的独特风景。

草莓交易市场初具规模后,市场还组织了数名营销经纪人走南闯北联系草莓销售渠道,每天在梅桥批发市场就有江苏、山东、北京等地客商前来收购草莓 4—5 吨。据统计,白鹤镇每年产出的逾万吨优质草莓通过梅桥批发市场销往青岛、北京等北方市场,产销两旺。2006 年梅桥村获评“全国特色经济先进村”。

第二招：“农超、农社对接” 做大草莓品牌

草莓销路解决后,品牌建设摆到了村委会日程。近年来,梅桥村先后涌现出周永新、潘菊英、沈林华等一批草莓科技示范户,并幅射带动周边农户。优秀青年周瑜大学毕业放弃在宝钢的工作,选择回到家乡,与母亲潘菊英一起精心培育优质草莓。2008 年 3 月,母女俩带着新培育的草莓品种“红颜”参加中国·昌平草莓擂台赛,“红颜”草莓以外观鲜红饱满、吃口鲜甜多汁、香气浓郁芬芳等特点,在来自全国 12 个省市选送的 33 个草莓品种近千个样品中脱颖而出,一举夺得“第六届草莓大会暨第四届中国草莓文化节”一等奖。

为做大做强草莓产业,村里还扶持这些科技示范户纷纷成立果蔬专业合作社,并打出各自的草莓品牌进行销售,将盒装优质草莓纷纷打入上海及江浙等省市大卖场超市,进行“农超对接”,实现优质优价。如村里的种植经营大户沈林

华成立上海绿博蔬果专业合作社,其“红鹤”牌优质草莓,不仅源源不断地进入上海沃尔玛、欧尚等大卖场,而且还销往华东地区,年销售鲜食草莓 250 余吨。通畅的销售渠道和品牌的影响力,自然吸引着村里百家农户及周边数百家农户加盟这些专业合作社,进行“农社对接”,从而源源不断地保证了这些专业合作社盒装草莓在超市的供应数量,实现“农超共赢”和“农社共赢”。

第三招：搞草莓采摘游 靠节庆增加收入

近年来,每到春暖花开的三四月份,不少市民驾车纷纷来到梅桥村种植草莓的农户大棚内,上门采摘新鲜草莓,享受甜蜜的生活情趣。对此,白鹤镇顺势而为,从 2010 年起举办首届草莓节。地处赵屯社

区中心的梅桥村众多合作社和草莓种植户抓住这一契机,纷纷在家门口挂出草莓采摘游牌子,让游客走进大棚内亲手采摘品尝鲜甜多汁、香气浓郁的“章姬”、“红颜”等草莓新品种,使得好多种植户在节庆期间,多则收入 10 多万元,少则也有万余元。

“2012 上海白鹤草莓季”一启动,梅桥村草莓种植户就迎来了采摘游的市民,尤其到了双休日,好多市民一家三口驾着自驾车来到梅桥村草莓种植户的大棚内,欢天喜地地采摘品尝精品草莓。为了让市民在家里也能种植优质草莓,上海永胜瓜果专业合作社、上海绿博蔬果专业合作社等还悉心培育数万盆栽草莓,让更多的游客将这些盆栽草莓带回家,放置在阳台菜园或屋顶花园上,品尝到自己亲手种植的优质草莓。



传承文明繁荣文化 民间珍宝精彩纷呈

九星文化收藏品市场淘宝好去处



□记者 舒鉴明

云集大量民间奇珍异宝,古玩、

奇石、珠宝玉器、名人字画、艺术品、古生物化石、龙泉青瓷、景德镇瓷器、沉香、歙砚、古陶、铁壶、竹编工艺品……诸多宝贝令人目不暇接,七宝镇九星村以“发展文化产业,促进转型提升”为主题,整合资源发展文化产业,在 2010 年,被列入闵行区政府重点项目之一的“九星文化收藏品市场”一期的基础上,近年继续推进二期市场建设,形成面积总计达 10000 多平方米文化收藏

品专业市场,3 月 28 日将隆重开业,由此各界藏友鉴赏交流和淘宝捡漏又有了一个好去处。

大师佳作云集

在九星文化收藏品市场内,大师级的佳作格外抢眼。其中既有郭沫若的书法作品,也有中国科学书法的鼻祖、中国玄机书法创始人张立才和中国书法家协会资深评审委员、上海市书法家协会主席周志高等书法作品,更有中国工艺美术大师赖德全,中国陶瓷艺术大师汪桂英、刘平,国家一级美术师、高级工艺美术师、高级陶瓷美术师陶寅的

各类陶瓷艺术作品。

民间珍宝纷呈

走进九星文化收藏品市场,犹如走进了博物馆,各类藏品让人大开眼界。陈列有端庄清秀的明代青铜鎏金观音像、清代木雕佛像、景泰蓝观音坐像,做工精巧的各代手工铁炉、矾红花卉碗,工艺精美,款式独特的紫砂壶、民国白果壶,还有三千多年历史的西周古陶、战国原始青瓷、南、北宋时期的龙泉青瓷、古代屏风。历史悠久、名贯古今的灵璧石等格外引人注目,早在北宋时期就被列为贡品,各类民间奇珍异宝

在九星竞相展示,让人一路走来,都会为之心动。

鉴定专家坐阵

“您好,我们这里的水晶挂件,和田玉、缅甸玉等物件都可定制,现场制作,工艺精细,价格合理,喜欢的話马上就可以加工;还可以鉴定”——在一个店铺前,老板正在和一位顾客谈生意。随着人们生活水平的提高,民间收藏事业迅速发展,收藏爱好者逐年增加。但是,民间收藏还处在比较低的水平,普遍缺乏专业知识。相关专家现场作坐阵,让藏友买得实在、买得放心,也为藏友提供了一个与专家交流的机会,对弘扬民族优秀传统文化遗产,普及收藏知识,正确引导民间收藏意识,推进收藏事业健康、持续发展、提高收藏水平起到了积极的推动作用。