

电商平台带动松江区农产品销售

多家涉农企业尝试“微营销”

尽管微信“粉丝”还不算多,上海太平洋禽蛋专业合作社的订阅号还是每月为他们带来上百个订单。作为拥有上百家养鸡户和 300 多亩桃园的松江区农业龙头企业,在农产品普遍陷入滞销的困境期,该合作社尝试以微信平台进行“微营销”,让企业看到了一些希望。“能不能订购两箱黄桃?”时下,“黄桃特价”的信息在朋友圈里传开,不断有新客户发来微信问询。合作社 300 多亩桃园中近七成种植黄桃,经过 3 年多的生长期,今年黄桃首次丰收。不过,黄桃未熟前,合作社负责人金丽君就感到了压力。

□通讯员 贾佳

从前,松江农产品销售多依靠订单,近两年形势变了,订单渠道不畅。眼看着大批黄桃成熟,保质时间又短,究竟能不能卖得好?农产品走向市场如何准确迎合消费者需求?太平洋禽蛋专业合作社金丽君一时没了方向。

微信营销大行其道。今夏,金丽

君也打起了“微营销”这张牌。借助“O2O”模式,从线上转到线下,以水果配合自家禽蛋产品,通过朋友圈搞促销,在微信中“一传十、十传百”地扩散,不少市民很快了解了金丽君的农产品。消费者可以在淘宝通过支付宝付款,经过同城配送,当日就能收到新鲜农产品,比起在京东、天猫等电商平台选购,如此“看得见,摸得着”的距离,让“朋友们”多了几分信

赖。“毕竟,消费者很看重食品安全。”金丽君说,因为有微信,她早在两年前就建起来的网购平台和淘宝商铺也被“联动”起来,终于有了活力。

今年,“微营销”激发了不少农产品种植(养)殖户转变经营思路。与金丽君相似,在销售压力之下,一些相对年轻、思路活络的农户与电商接轨,着手建立自己的电商平台,实现区域配送。在浦江蓝蓝莓园,管

理商加盟了“美味七七”第三方电商平台,“21Cake”与等电商食品品牌签订了合作协议,配送优质蓝莓原材料,取得了不错的收效。去年末,叶榭镇的家庭农场主孙红荣也开始用同样的方法通过微信销售自产稻米。“效果好得出奇。”孙红荣说,只用了不到一个月的功夫,所有稻米就一售而空。

从果园、养殖基地直送市民餐

桌,微信营销究竟能不能激活农产品市场?“同样是互联网营销,微信更像‘前锋’,传播力远优于网站。”金丽君说。事实上,太平洋禽蛋专业合作社早在去年春天遇到禽流感危机时,就开始探索以线上营销转型,建立了自己的网购平台,但收效并不明显。知道的人不多,真正愿意通过网站购买的人也少。但微信互动更直观,操作也简单,借助亲朋好友推荐,容易引人注目。如今,微信营销刚刚起步,市场参与势头正火。“关键还是品牌信誉,特别是生鲜产品,好与不好,鉴别很直观,口碑传播也很快。”金丽君表示,“只有农产品质量做得扎实,才能经得起网络过滤,才能使更多人愿意关注并推荐。”

短讯

崇明港西镇猕猴桃采摘节揭幕

让猕猴桃“香”飘海岛内外

秋季是生态崇明水果生产的旺季,金秋来到崇明吃什么?果肉晶莹滋润,甘甜清香的红心猕猴桃可以让你一饱口福。崇明港西镇于 8 月 21 日拉开了猕猴桃采摘节的序幕,将一直持续到 9 月中旬,有兴趣的市民可以去尝尝鲜。

□通讯员 咸明 记者 忻才康 摄/文

“瀛洲果蔬之乡”港西镇盛产水果,几年前,位于该镇的上海寅丰粮食合作社引进种植了 200 亩红心猕猴桃,今年又到成熟时,趁着风清气爽的丰收季,港西镇于 8 月 21 日拉开了猕猴桃采摘节的序幕,将一直持续到 9 月中旬,有兴趣的市民可以去尝尝鲜。

沿着三双公路向北,穿过北沿公路,再向前不远就能见到猕猴桃采摘节的招牌。来到寅丰合作社,负责人茅振康带着记者走进猕猴桃种植园。阳光透过片片绿叶,照在挂满枝头的果实上,一股清新的芬芳四溢开来,几个工人在忙碌。果树架子与人齐高,来采摘的市民穿梭在疏密有致的架子间,来去自如。他们把饱满的果实摘下,凑在鼻子上闻一闻,再放入篮中,十分欢乐。

园内还提供免费试吃。用小刀将已成熟柔软的猕猴桃对半切开,晶莹滋润的果肉和诱人的“红心”就呈现在面前,尝一尝,清甜爽口、入口即化,刺激着你的味蕾。茅振康告诉记者,虽然此桃果形不大,但甜度高、水分足,“性价比”很高。

猕猴桃虽美味,但其“结果”的过程却是艰辛的。多年前,寅丰合作社遇到发展瓶颈,茅振康也在摸爬滚打中寻找“出路”。一次,他到浙江考察取经,发现当地一些地区果林经济十分发达,茅塞顿开,“何不种一些比较‘值钱’的水果,来闯出新的一片天?”

于是,茅振康试着引进种植红心猕猴桃。当时也有农林专家来给他“把过脉”,得出否定结论:土壤盐碱较重,猕猴桃树想要存活,难。茅振康并没有就此放弃,摸着石头过河。他的 200 亩猕猴桃全部露天种植,在港西镇独特的自然环境下,吸收着原生态的阳光和空气,人工除草、修果,被果农如孩子般呵护关怀着。第三个年头上,这些“外来客”开花结果,当年卖得不错。

如今,红心猕猴桃已在崇明的土地上生活了 5 年,一个个果实在枝头俏皮地笑着,惹人喜爱。“每年 8 月中旬以后,猕猴桃开始渐渐成熟,最近一段日子,我们从早上六点半做到下午五点半,加班加点在采摘,然后储存在冷库。”“现在在人们生活条件好了,当然追求更好的东西,比如美食、健



康。”茅振康说,猕猴桃成熟时,正处于夏秋之交,人体抵抗力下降。此时多食含丰富维生素 C 的猕猴桃,能够增强人体免疫力。

一边讲种植经,一边也吐露烦恼。茅振康坦言,有时候,“酒香也怕巷子深。”“今年到目前为止,红心猕猴桃卖得明显没有去年好。”因为少了大批“团购”,“采摘也不如想象中的那么火。”茅振康说,在浙江,也有猕猴桃节和各种水果节,“他们的造势很有氛围,一路彩旗飘扬,各种宣传条幅,哪怕是第一次到那个地方,只要跟着这些标识走,保管你找得到采摘现场。”茅振康说,他们的采摘和销售都很规范,政府制定标准,无论是小贩还是合作社、经销商必须遵守,绝不允许以次充好或是斩客,或是为了拉生意降价恶性竞争,市场很健康,游客也很尽兴。

茅振康目前愁的是今年这些猕猴桃的销路。“之前的樱桃节通过宣传,吸引了很多人来,车子都停不下,没想到猕猴桃没这么火爆。”茅振康说,“幸运的是,政府很关心我们,而且想了一些办法。比如,通过微信平台发布采摘节的信息,通

过星尚频道宣传等,希望能取得更好的效果。”茅振康打算在以猕猴桃、樱桃等为主打产品的基础上,进一步调整种植结构,以降低风险。

“走一步看一步吧。”茅振康说,毕竟红心猕猴桃能在岛上成活已属不易,从前也没有类似的经验,现在镇上打造“瀛洲果蔬之乡”,对大家来说是个契机,要好好把握,让猕猴桃“香”飘海岛内外。

记者手记:俗话说,“酒香不怕巷子深。”此话放在今天来看,恐怕已不那么适用。当下,人们的生活条件越来越好,五光十色的“诱惑”数不胜数。就拿农产品来说,全国各地都有富含当地特色、拿得出手的东西来。红心猕猴桃可以算得上是有特点的了,但在数不清好东西中,它凭什么吸引眼球?除了坚持优质外,“吆喝”必不可少。这些年,政府作了许多有益尝试来推介崇明农产品,也在整合产销上作了探索。如何打开市场,让“酒香”从巷子飘出去,把客人引进来,恐怕还要在营销思路上创出一点新意来。

应对中秋客流高峰 申崇各线增加运能

为迎接中秋节日期间客流高峰,崇明巴士已提前制定中秋节营运计划和应急预案,通过计划班车与增加车辆的有机平衡、节日前夕晚上末班车的接驳,适时增能、道路拥堵时绕道,加强现场调度指挥等手段,确保乘客顺利快捷出行。在 9 月 5 日-9 月 8 日四天中,公司对所属的市通郊线路申崇各线,共配车 464 辆次,投放 1983 个班次。

据预测,中秋节日期间,许多外出来求学或工作的人们将回来与家人团聚,此外,还将有不少来崇明观光的游客。各路客流的多波叠加,将使申崇各线及岛内线路的客流达 40 多万人次,其中申崇各线人次约 10 余万,两者均高于去年同期。

根据节日前夕和当日为进岛客流、中间主要为岛内流动客流,节日尾声为出岛客流的规律,崇明巴士在 9 月 5 日-9 月 8 日四天中,将对申崇一线、二线、三线、三线(区间)、四线、六线 B 线配车 464 辆次,投放 1983 个班次。由于 9 月 5 日下午至晚上将有大量进岛客流,公司将抽调堡陈线和南裕专线运能,做好末班车乘客的接驳;节日期间,在客流高峰时段将缩短发车间隔,使“人等车”变为“车等人”,做到“坐满就开”,加快车辆周转,提高运能效率。

通讯员 周倩云

“崇明金瓜”通过农业部农产品地理标志登记审定

由崇明县农产品质量安全学会申报的“崇明金瓜”,经国家农业部审定,符合农产品地理标志登记条件和相关技术标准要求,准予登记并允许在金瓜产品上使用农产品地理标志公共标识。

“崇明金瓜”作为崇明县传统特色经济作物,是在当地特定的水土条件下,经过长期种植和选育而成的地方优良品种,栽培总面积已达 2 万多亩,年总产量 4 万多吨,已成为崇明县生态高效农业的优势产业。实施农产品地理标志登记保护,不仅是对该产品、区域范围的保护,而且对其产品质量、种植技术等进行了严格的规范,将更有力地促金瓜产业向种植科学化、管理规范化、经营产业化、销售品牌化方向发展。

通讯员 杨娜

整合资源 财富天下

中国企业家联盟向嘉定江桥企业家传“经”

□通讯员 李宁

本报讯 8 月 29 日下午,中国企业家共享联盟负责人马玉洁博士应嘉定区新江桥经济城之邀,在北虹电商产业园作了“整合资源,财富天下”为主题的讲座,当地 30 多位中小企业家聆听了马博士的精彩演讲,并就日常经营中产生的疑惑作了提问。

经营企业,经营的是人脉,是关系,是跟外界千丝万缕的连接。不能靠个人的力量去开拓市场,要用社会的力量,集体的智慧去启动市场。你有资金,他有项目,把你的资金投到他的项目上去,你的资金就增值了,他的项目就升腾了。张三有产品,李四有渠道,把张三的产品放到李四的渠道里去,张三的产品流通了,李四的渠道运行了。在当天的讲

座中,马博士以其多年的研究成果,向企业家们阐述了一个道理:“经营企业,就是经营人脉。今天我们企业家经营好企业,首先要经营整合好你的人脉资源,否则你有再好的项目也难以做大做强。”

据了解,中国企业家共享联盟是由马博士发起创办的,隶属于长城巨龙国际公司。目前联盟会员单位已达 3 万多家,已在国内举办过

10 多次千人大型盟会,是目前国内最大的企业家平台组织。企业单位在其中可亲自登台,宣传自己的企业,推广自己的产品,寻找自己的合作伙伴,为企业找资金、项目、渠道、人脉、客户,找到企业发展的根本。

在当天的活动中,区中小企业管理办公室主任高杰就嘉定区产业经济政策向蒞会的企业负责人作了宣传推介。