

组织农民专业合作社抱团闯市场打响生态牌

崇明生态农产品源源不断上市来



■图为市民在崇明生态农产品专卖店门前选购蔬菜情景。

□记者 舒鉴明 通讯员 黄启昌

携手会员 抱团闯市场

崇明水清土洁、空气清新,出产的农产品绿色生态、品质优良,崇明传统土特产如白山羊、老白酒、大白菜、大闸蟹、水仙花、白扁豆、金瓜、甜芦粟、香酥芋等闻名遐迩,而近些年陆续引进种植的绿芦笋、花椰菜、草莓、葡萄、翠冠梨、樱桃、猕猴桃、火龙果、哈密瓜等特色蔬果,同样深受欢迎。

但是,长期以来,由于交通不便,崇明的土特产品和优质农产品长期深锁海岛一隅,其商品率和在上海的市场占有率微乎其微,即使在有了长江隧桥之后,被人人“点赞”的崇明美味也是难以让人一饱口福。为啥?上海崇明生态农业发展有限公司副总经理肖利锋告诉记者:农产品的毛利本身很低,由于长途运输销往市区成本大幅上升,尽管质量一流,可还没让人尝到美味,先在价格上已败下阵来。只有形成规模经营,否则崇明农产品就出不去。

崇明县委、县政府高度重视农产品的市场拓展工作,县农委等相关部门更是想方设法对崇明土特产进入上海市场开展推介、促销,2009年崇明绿色食品产销联合会(简称绿联会)应运而生。当年10月29日,县绿联会组织广大农民合作社会员单位抱团闯市场,在豫园商城黄金广场主办了为期四天的崇明生态农产品展销暨美食节——“金色豫园·绿色崇明”,拉开了崇明生态农产品进军上海市场的序幕,共推出具有产品(产地)认证标志的有机大米、特色水产、生鲜蔬菜,以及崇明老白酒、崇明金丝瓜等加工农产品近百种。同年12月在徐汇区龙华寺广场,县绿联会和县供销社联手举办了“结对心连心,帮扶手牵手”——2009崇明生态农产品展示展销活动,组织了80余种崇明特色名优农产品参加展销。去年10月到今年春节,组织参加青岛全国农展会、“情系静安”“健康送到家”联展等活动更是一个连着一个,抱团闯市场使崇明名优农产品受到了市民的高度关注。

通过一系列的有组织的展示

展销,让许多农民专业合作社和涉农加工企业尝到了甜头。这不,上海崇明欣元食品有限公司在参加了多次展销后,总经理茅新元亲自上门给县绿联会送锦旗来了,上书“心系企业送温暖,热情服务办实事”,他说:绿联会为我们牵线搭桥做了大量的工作,成为绿联会的会员后,企业变化很大,我打心眼里表示由衷的感谢!

是的,欣元食品有限公司是家主要生产肉制品、速成冻食品、罐头食品的企业,自加入绿联会以来,先后受邀参加各种农产品展销活动,如宝岛世纪园展销、武汉农博会等,在2014年迎春大联展上,公司实现销售额30万元。特别是公司开发的新品“崇明红烧白山羊”,通过在展会上的首秀,迅速获得了市民的广泛认可,乐得茅总合不拢嘴:“现在公司的知名度越来越高,产品的销售业绩越来越好,这一切绿联会功不可没!”

欣元食品有限公司作为会员单位,绿联会为帮助其加快发展,还把公司品牌宣传等文化软实力建设放在心上,借助电视、报刊、网络报道崇明的各种机会和途径,宣传欣元食品。去年在绿联会的积极协调下,欣元食品有限公司又与崇明生态农业发展公司达成协议,欣元食品加入上海市区崇明生态农产品营销网点的统一配送,从此使得欣元公司的销售市场得到了进一步的扩大。

广设网点 打响“崇明”牌

农业要增效、农民要增收,海岛农产品营销必须做大规模打响品牌去赢得市场。县农委在下属的凯农公司早年试水上海市区开设门店的基础上,于2013年全面推进崇明生态农产品营销网点建设,由绿联会负责指导、服务、监管,发动各家公司、民营企业以及农民合作社在上海开设门店。

上海市崇明绿联会,坐落于城桥镇一江山路2号。虽然从会长、工作人员到“三支一扶”人员,加起来总共只有16人,但是靠着精心的策划、组织、协调,在县农委的支持下,把140多个会员单位成功地带动了起来,成了崇明生态农产品进军上海市场的出色

组织者。绿联会秘书长杨锋告诉记者:“到市区开设门店我们都有具体要求,首先如门店选址上,店与店之间相隔距离须在一公里以上;其次是统一店招、统一标识;第三是要达到一定的经营面积,店面店面积50平米以上,菜场店9平米以上;第四是销售崇明地产农产品必须达到80%以上并做到台账记录完整,经过两年布点发展,在市区有“崇明生态农产品”显著标志的门店已超过了500家。”过去单打独斗的各个农业生产企业,如今在绿联会的协调下携起手来,扩大了销路、降低了成本。如去年一项产值5000万的农产品供货大单,120多个品种由绿联会落实给会员单位,对接以后认真做好各项监管工作,确保均衡上市,目前合同大部分已履行完毕,各方都表示非常满意。农民合作社的生产者说,现在种菜放心了,只要集中精力搞好生产就行。

曾经销售靠菜贩,对于种什么品种、种多少数量农民是既被动又缺乏规划,现在有绿联会把脉,从大范围的市场供需来进行分析判断,有的订单种植,有的以销定产,农产品适销对路,农民的生产积极性大大提高。崇明生态农产品供应更丰富了。过去崇明岛上种植的蔬菜品种只有35个,2013年达到了50种,现在已经超过了60种以上。在销售的带动下,以往极少种植的小菠菜、红梗芋艿、香芋、山药、紫菜苔等,种植面积迅速扩大,观音菜、红薯叶、冰菜、秋葵、串茄、绿蕃茄等新品种更是被大量引种。

政策扶持 产销双增长

为建立起高效的农产品产销体系,确保崇明优质生态农产品能持续地、大批量地走出海岛走向市场,崇明县政府经过深入调研,制定出台了一系列的促进特色农产品生产、销售的优惠政策。

崇明生态农产品专卖店、崇明生态农产品营销网点销售点,近年来在上海市区如雨后春笋般地涌现,目前开设总数已经达到500

余家。市民们对于源源不断把崇明的生态农产品送到家门口的这些专营店,无不受到极大的欢迎,几乎所有门店开张之初,都会遭来一番欣喜之余的“埋怨”:早就应该开到市区来了!

“生态、健康”、吃口好的崇明生态农产品,一边是市民可望而不可即,一边是农民过江卖菜实在难。不过,为了让海岛种菜人和市区吃菜人能早一天受益,在崇明县委、县府的领导下,县农委、县绿联会积极组织全县农业生产单位抱团闯市场,探索并成功开拓了一片新天地——

鼓励和扶持各类从事种植、养殖业农民专业合作社的发展,从最早的创办合作社给予一次性的经济补贴以壮大合作社的队伍,到后来的合作社实现规模生产及基本配套设施的经济补贴,如蔬果产业冷链配套扶持,蔬菜综合直补配套补贴等,同时,大力鼓励特色农产品的品牌建设,对水稻、蔬菜、水果连片种植100亩以上、水产养殖面积300亩以上以及规模畜禽场,取得无公害农产品认证的,给予一次性补贴1万元;取得绿色食品认证的,给予补贴5万元;取得有机食品认证的,给予补贴10万元;取得良好农业规范认证的,给予补贴10万元;对获得“中国驰名商标”、“中国名牌产品”的农产品,每个奖励50万元;获得“上海市著名商标”、“上海市名牌产品”的,每个奖励15万元;获得“国家地理标志证明商标”的,每个奖励10万元;获得“国家农业标准化生产示范基地”、“上海市农业标准化生产示范基地”的,每个分别奖励10万元和5万元。

另外,崇明还大力鼓励生态农产品对接上海市场。对农民专业合作社和其他农业经济组织销售崇明生态农产品,将崇明地产特色农产品直销上海市区终端市场,凡年销售额达到一定数量的,按照数额的多少,分别给予一定比例的补贴;对绿联会成员单位在上海市区租赁仓位、门店、摊位销售崇明特色农产品,符合有关条件的,按年度给予年租金60%的补贴,并同步实行农产品销售补贴和场地租费补贴。

在一系列扶持政策的鼓励催生下,崇明的农民专业合作社快速发展,全县经工商注册登记的农民专业合作社共有2100多家,有单独营销能力的合作社有500余家,其中已经评为国家级示范合作社有13家;被评为市级示范合作社有33家;评为县级示范合作社有93家,形成较大规模的特色农产品基地有50个,这些合作社和基地已经成为崇明生态优质农产品产销体系的主力军。规模经营,搞活销售,近年来崇明农产品在上海的销售,包括直销、团购和网络,销售总额屡创新高,2013

年达到7个亿,去年突破9.2亿元,其中由县绿联会组织推介的作用不可小觑。

推进信息化 发展可持续

市长杨雄去年8月在崇明调研时指出:“绿色生态是崇明最宝贵财富”。对于崇明优质农产品打响上海市场品牌后如何实现可持续发展,崇明县委、县政府如今已经做出了部署安排,今后三年在市区开设供应崇明生态农产品营销网点稳定在500家的基础上,重点提高服务质量,向这些门店每天专门配送的菜篮子工程车增加到100辆以外,还将加快崇明特色农产品的信息化建设。

目前,崇明绿联会在农产品产销信息化建设上,已在会员单位之间内部建立了互联网产销平台,并重点挑选了50多家合作社定时上传信息,旨在通过将联合会各成员单位所生产的农产品的种类、数量等放上网络平台,向社会公布相关信息推介产品,方便需求方订购。经网上传递供销信息,大数据一目了然,在牵线搭桥、指导生产上运作效果已经初显。

抓好农产品质量追溯体系建设,则是确保食品安全和维护崇明农产品市场商誉的需要,崇明有关部门也在紧锣密鼓的进行中。在不久的将来,上海居民凡是在崇明生态农产品销售网点购买的农产品,只要通过条形码扫描,就能知晓所购农产品的“出生”信息及“来路”,让沪上居民吃得安全,吃得放心。在此基础上做好品牌整合,如牌子响亮的崇明清水蟹,把15个相关企业整合打一个牌子,大米统一打“凯农”牌子,柑橘全部叫“崇明蜜橘”,今年要做好草莓、白山羊等有中国地理标志、有影响的商标品牌,全方位地把崇明特产推向市场。

未来,崇明还将引进电子商务,切实抓好配送中心和生产基地对订单信息的快速反应体系建设,尽可能地实现“依需生产,适销对路”,既杜绝盲目种植与养殖,以防贱卖伤农;又确保市场供应,实现供需平衡,使崇明的生态绿色农产品产销渠道走上一条健康的发展之路。

《走基层 访农民》系列 【走基层 转作风 改文风】

走村镇·话“三农”

本栏目荣获“上海报社优秀品牌活动探索创新奖”