

“巾帼新农人”创业典型案例系列报道⑦

研究、掌握消费者的需求,根据市场变化,及时改进、创新产品,调整营销策略,让好产品卖出好价钱。

营销新创意 打开大市场



内蒙古兴安盟“巾帼新农人”、科右前旗展翼种植专业合作社理事长齐晓景给产品打包。



河北省沧州市“巾帼新农人”、肃宁县绿苑蔬菜专业合作社经理张莎莎查看蔬菜秧苗生长情况。



上海市浦东新区“巾帼新农人”、上海红刚青扁豆生产专业合作社总经理王黎娜在管理青扁豆。

中国妇女报全媒体记者 史玉根

在“巾帼新农人”群体当中,有不少是营销高手、销售达人。她们有着敏锐的市场观察力,善于研究、掌握消费者的需求;她们观念新,思维活跃,敢于打破传统销售模式,创意频出。她们根据市场变化,及时改进、创新产品,调整营销策略,让昔日一成不变的农产品销售玩出了新组合、新创意,实现了让好产品卖得出、卖出好价钱的跨越。

产品组合卖,量价同步升

单品售卖一直是农产品和农副产品的常规销售方式。巾帼新农人别出心裁,根据消费者的需求,把相关的农产品进行组合,实行配套式销售,取得了出乎意料的好效果,提高农产品销售价值的同时,提升了农业生产的效益。

齐晓景原是内蒙古兴安盟科右前旗科尔沁镇平安村的一名大学生村官,2014年任期结束后选择留在村里创业,创办科右前旗展翼种植专业合作社,租下两个温室大棚,先后种植食用菌、草莓、甜瓜等经济作物。

平安村距离科右前旗政府所在地仅5公里,距离乌兰浩特市20多公里。过去由于现代物流系统不健全,销售方式传统、单一,当地出产的农产品和农副产品常常出现滞销。针对这种状况,齐晓景一方面依托地区优势发展休闲农业,吸引城市居民前来采摘,一方面充分利用互联网和移动互联网平台,开展创新营销。

2016年冬,齐晓景看到农户家中积累了大量笨鸡蛋,一些村民还在不停地制作黏豆包、冻豆腐等当地特色食品,可销量有限。齐晓景想到年关在即,许多单位和城市家庭对实用又精美的礼品有很大需求,于是,她马上组织人员订制了一批精美礼盒,收购村民家里自产的笨鸡蛋、黏豆包、冻豆腐等产品,将它们组合成“农家味道大礼包”,在网上平台销售,顾客纷纷下单,产品很快销售一空。

尝到甜头后,齐晓景如法炮制,对一些蔬菜水果也实行组合式销售,效果也非常好。2020年疫情期间,城市居民买菜不便,农户卖菜难,村里部分蔬菜滞销。齐晓景立即将村里的香菜、小葱、水萝卜等蔬菜进行组合,打包销售,顾客在线上纷纷下单,合作社工作人员将组合成包的蔬菜,配送至城市



安徽省黄山市“巾帼新农人”、祁门县际源春茶业有限公司总经理江雪霞在直播销售粽茶。 陈晨/摄



安徽省阜阳市“巾帼新农人”、安徽蓝翎生态农业科技有限公司董事长关丽在制作孔雀羽毛壁画。

小区或家庭,很快就帮农户售出了5000余斤滞销蔬菜。

河北省沧州市“巾帼新农人”、肃宁县绿苑蔬菜专业合作社经理张莎莎,2015年返乡创业,开展蔬菜育苗及蔬菜种植与销售,基地年产蔬菜2万吨。别人卖菜论斤,张莎莎按套卖,一套菜的种类10到12种,可供一个三口之家吃上一星期,而且搭配合理,很受消费者欢迎,一周能销3000多箱。几年来,合作社保持产销两旺,年销售额达500余万元。

上海市浦东新区“巾帼新农人”、上海红刚青扁豆生产专业合作社总经理王黎娜,2010年回乡协助父亲种植青扁豆。她说服父亲调整种植结构,青扁豆套种草莓、小番茄、水果黄瓜、豌豆等蔬菜,多品种搭配销售,既提高了土地利用效率,又增加了种植收益。此外,她还培育盆栽青扁豆,青扁豆可以食用,扁豆花可作观赏花卉,让青扁豆从田间地头走进了城市居民家中。

文创加持,焕发新生机

产品质量好,也要有好的卖点,才能让消费者有更愉快的体验。20世纪90年代,由于产品种类少、营销方式落后,昔日辉煌的祁门红茶曾一度走弱。安徽省黄山市“巾帼新农人”、祁门县际源春茶业有限公司总经理江雪霞根据消费者的需求,不断创新产品,创新营销,销售额节节攀升。

江雪霞大学毕业后在上海一家大企业做过两年品牌策划,2011年返乡创业办茶厂,管理茶园,经销当地茶叶。针对祁门红茶种类少、包装缺乏新意等情况,她不断研发新产品,改善产品包装,挖掘产品卖点。比如,红茶成品大多为散装裸茶,冲泡过程需要过滤残渣,给消费者带来不便,江雪霞就尝试创出一款方便冲泡的新产品。

有一年端午节前夕,看到乡亲们用箬叶包粽子,江雪霞忽然想起“茶是草,箬是宝”的制茶古谚。很久以前,制茶人用竹箬烧烟火焙干茶叶,再用箬叶包裹、收藏,后来此法渐渐失传。江雪霞想,箬叶耐热,不易折损,而且有一定的清热解毒功效,与红茶结合,也许能让红茶焕发新的生命力,增添新的卖点,我何不试试?

说干就干,江雪霞马上将自己的创意付诸实施,以祁门红茶为“馅料”,像包粽子一样,用箬叶包出一个个小巧的“粽茶”。泡出的茶汤,箬叶的清香与红茶的浓香浑然一体,沁人心脾;在冲泡过程中,箬叶作为滤网直接过滤掉了茶叶残渣,更加方便消费者品用。“粽茶”推出市场后,很快受到了消费者的追捧和客户的青睐,年单品销售额突破了500万元。

受“粽茶”启发,江雪霞再接再厉,对产品和市场进行细分,结合节气时令,先后研发出七夕玫瑰红茶、寒露桂花红茶、冬至姜茶等文创产品,主打线上销售,公司年销售额达到了1200万元。如今,江雪霞的公司拥有2000多亩合作茶园基地,辐射茶农

跨行业扩容,效益大幅增

当主营产品销售不景气的时候,成功另辟蹊径,研发出新奇特的副产品,一批“巾帼新农人”打开了一片新天地。

安徽省阜阳市“巾帼新农人”、安徽蓝翎生态农业科技有限公司董事长关丽,原来在外地打工,2009年返乡创业养殖孔雀,经过努力,养殖规模从最初120只达到了2000多只。最初几年,她主要出售成品孔雀和孔雀蛋,收益还算不错。

2013年,当地一场禽流感导致禽类活体销售困难,关丽的孔雀养殖场失去了主要收入来源,陷入困境。就在他一筹莫展的时候,一次不经意的尝试,让养殖场迎来了希望。

养殖场的孔雀常常会脱落一些羽毛,以前,关丽的注意力和心思都放在孔雀身上,对孔雀羽毛根本不在意,每次清扫养殖场时都把掉落的孔雀羽毛扔进垃圾桶。如今关丽突然多了一个想法:这么漂亮的羽毛,一定会有人喜欢,扔了实在可惜。于是,她把孔雀脱落的羽毛都收集起来,清洗消毒之后,带到农产品展会上去卖,一根羽毛标价5元。不出所料,很多人看到后非常喜欢,纷纷掏钱购买。当天,关丽带去的一大捆孔雀羽毛全部售出,卖了8000多元。

受此启发,关丽有了更大的计划:以孔雀羽毛为原料,加工手工艺品。她请来专业设计人员,陆续研发了孔雀羽毛发簪、头饰、耳坠等多种手工艺品。短短几年,公司原创产品达到了10个系列500多款,统一以“孔雀公主”的品牌,在国内许多旅游景区销售甚至出口国外,少的卖几十元一件,多的卖到了1000元。

如今,孔雀羽毛手工艺品早已成为公司的主打产品,年销售额超过了500万元。2020年,关丽再上一层楼,把孔雀养殖基地和孔雀羽毛加工车间升级为孔雀文化产业园,从孔雀养殖到工艺品加工,再到开发旅游景区,实现了一二三产融合发展,企业效益也大幅增长。

点评

摸准市场情况和消费者需求,并不失时机地提供相应的产品和服务,是三位“巾帼新农人”成功的秘籍。针对城市家庭和单位的需求,齐晓景打造了实用又精美的“农家味道大礼包”,菜还是那些菜,打出的则是“组合拳”;江雪霞出用箬叶裹包的“粽茶”,既方便冲泡,又提升了茶叶的品质;意识到消费者喜爱孔雀羽毛,关丽就以此为原料,加工出一款款精美的手工艺品,为养殖场跨行业扩容,拓展出新的发展空间。

传统农业销售具有“以自己的产品为中心”的特点,往往局限于简单兜售单一或自己已有的产品,面向消费者宣传时,围绕的重点仅只是“我的产品是好产品”;而那些更善于营销的“巾帼新农人”,往往具有用户思维,以消费者为中心,围绕消费者的需求不断改进、创新产品和服务,从而实现了产品和服务的差异化。她们营销的重点不再局限于“我的产品是好产品”,而是“我的产品是你需要的产品”。她们及时提供有个性、有创意的产品和服务,满足不同消费群体的需求,从而打造出营销的升级版。

乡村振兴·产业发展

重庆市开州区多举措创建推广农产品品牌——

擦亮产品“名片” 提升农业效益

谢国邦 徐志华

近日,笔者从重庆市开州区有关部门获悉,今年开州区春茶产销两旺,大批茶企和茶农实现增收。“这得益于我区不断推进茶叶品牌的建设。”开州区有关部门负责人介绍。

近年来,开州区大力推进农产品和农副产品的品牌建设,创建和培育了“开县春橙”“开县锦橙”“巧娘下饭菜”“巴味渝珍”“开州木香”等一批具有规模产量和知名度的农产品品牌,提升了相关农产品的市场竞争力和附加值。去年,全区农产品加工业产值突破149亿元,农产品仅网上

的交易额就达了4.5亿元,同比增长28.6%。

“近年,我们组建了主要农产品品牌创建工作专班和农业生产‘三品一标’提升行动推进小组,采取‘走出去、请进来’的方式,组织农业科技人员和农产品生产经营主体学习外地先进经验和品牌典型。”开州区农业农村委相关负责人介绍,通过农业品牌培育实战培训和品牌创建培训,全区新型农业经营主体品牌意识进一步增强。同时,区里出台了农产品品牌奖励扶持政策,兑现品牌农产品奖励100多万元。

农产品的案例质量,是品牌建设的

关键。近年来,开州区制定发布了6个地方标准,创建了18个标准化“三园两场”,推进了农产品标准化生产。2021年,开州区抓住被农业农村部确定为国家农产品质量安全县创建试点区县的契机,强化农产品质量安全监管,全面落实农产品质量安全追溯、农业品牌推选、农产品认证等工作。区内的重点农业企业与科研机构开展深度合作,实施品种、品质、品牌提升行动,成功开发出猪皮胶、低盐健康腊肉、果渣饲料、柑橘(柚子)罐头等加工产品。

品牌要建,更要推。近年来,开州区以鲜活农产品讲述独特的品牌故事。微

电影《春橙之约》在多家省级媒体播放,以“开县春橙”基地为场景的《雾都夜话》定制剧节目在重庆电视台都市频道剧场播出,瑞桑桑叶鸡蛋专题宣传片《蛋清为何有点绿》在中央电视台农业农村频道《谁知盘中餐》栏目播出。

区里成功组织了“开县春橙”进滩坊暨扶贫产品展示推介会、开州区第五届“消费帮扶直通车·网上网下爱心购”暨第四届“开味开州”香美美食节、2021年中国农民丰收节农产品展示展销暨产销对接等展会节会活动,通过各种媒体和展示平台的宣传推广,极大地提升了农产品品牌知名度和影响力。

助农兴农

中国妇女报全媒体记者 任然 乐丁

“看看这颗石棉枇杷,个大饱满,皮薄肉厚,我先吃一口。哇,好甜,果味很浓郁,汁水也多,而且肉特别嫩,入口化渣,真的太好吃了。宝子们,快下单购买……”

5月23日,2022年善品公社·石棉枇杷助农活动在四川省石棉县举行,字节跳动公益乡村守护人冉可七受邀来到当地枇杷果园,为石棉枇杷直播带货,并通过访谈,向网友介绍了果农的种植经验。活动当日,全网直播观看量达31万次。

“石棉是世界枇杷栽培种原产地,产出的枇杷品质优良,广受消费者喜爱。”石棉县农业农村局相关部门负责人介绍,近年来,石棉枇杷先后获得“国家地理标志登记保护农产品”“中华名果”等多项荣誉,已成为当地农民增收致富的重点产业。2022年,全县枇杷预计产量2.6万吨,预计产值4.4亿元。

石棉县农业农村局关晓总支副书记王晓敏表示:“本次活动通过直播的方式将石棉县优质农产品融入全国大市场,对促进当地农业稳定发展和农民增收有着重要意义。未来,我们也将继续通过电商+直播等方式,以发展产业促进农业稳定发展,以有温度的消费助力农户可持续增收,提振果农信心,助力乡村全面振兴。”

据了解,2015年以来,中国扶贫基金会与石棉县政府先后签订了“互联网+扶贫”和乡村振兴战略合作协议,并依托善品公社,整合各类资源,通过品牌推介、直播带货等方式,助力石棉乡村产业的升级发展。



字节跳动公益乡村守护人冉可七(左)和果农一起向网友介绍石棉枇杷。

乡村善治

河北省肃宁县:

村级“婚调室”促和谐

魏华

“去年,俺跟俺婆婆因为接送孩子上学的事吵架,村妇联主席武文翠知道后,把俺们叫到村里的婚调室,很快就给俺们调解好了。”河北省肃宁县梁家村镇高家庄一位村民说。

村民所说的“婚调室”全名叫村级“婚姻家庭纠纷人民调解工作室”,由肃宁县妇联在行政村设立,由村妇联干部担任“家庭签约医生”,调解村民的家庭纠纷。自2021年秋冬设立以来,村级婚调室已完成基层婚姻家庭纠纷调解近千件。

“村级婚调室的设立是将矛盾纠纷调解关口前移,旨在充分发挥基层妇联干部联系家庭、联系妇女的优势,发现家庭矛盾苗头,及时进行化解,从而达到促进家庭和谐、村镇平安、社会稳定的目的。”肃宁县妇联主席张冬艳介绍。

除了村级婚调室,县妇联还设立了乡镇婚姻调解站、县婚姻调解委,形成县乡村三级联防联控的模式,各级婚调员在调解工作中遇到困难及时联系妇联、司法等部门,因人因户及时推送心理咨询或法律援助。

创富文摘

元胡成了“金豆豆”

近日,河南省尉氏县南曹乡朱坡村的田间地头,村民们正在采挖中药材元胡。

“今年俺种的这几亩元胡在驻村工作队的支持下,管理到位,个头比去年大,预计每亩收成能在1000斤以上。今年的价格也比较好,一斤7、8块。这元胡真成了俺发家致富的‘金豆豆’了。”朱坡村脱贫户朱海全说。

朱坡村支部书记朱西安介绍,近两年,朱坡村在县乡技部门和驻村工作队的大力支持下,采用“村支部+合作社+村民”的产业帮扶模式,把元胡确立为“一村一品”进行重点发展。今年朱坡村种植了1500亩元胡,按照今年的市场价格估算,能为全村带来几百万元的收益。

(据中国农网)

斯玉 整理