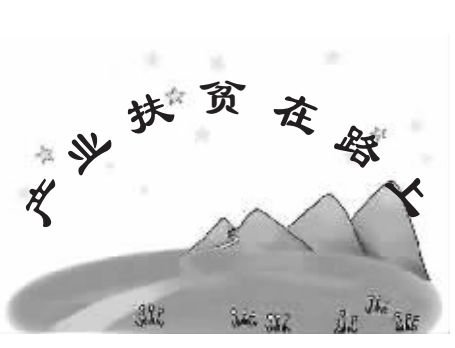


小农户难以对接大市场,好东西卖不上好价钱,产业扶起来后还需重点考虑农产品的市场去向,克服“重生产、轻销售”的倾向

村里来了个“阿凡提”



本报记者 柳姗姗 彭冰

“以前村里的弱碱小米都是当普通谷子卖,一斤售价不超过1.8元钱,经过‘阿凡提’的包装和品牌运营,现在能卖到8元钱,去掉成本,村民每斤能拿到手5元钱!”站在绿油油的田野中,吉林省白城市镇赉县三合村第一书记刘健对记者说。刘健口中的“阿凡提”是当地电子商务示范企业——吉林省阿凡提科技有限公司。一年多来,该公司掌舵人陈太春带着他的“90后扶贫项目组”,遍访百余个贫困村,用这些年轻人的话说:“如今,很多贫困村已不愁无事可做、无业可兴,转而担忧好东西不能找到销售渠道、卖上好价钱,我们干的正是为贫困村农产品找销路的大事业。”

走访上百贫困村“淘金”扶贫产业

一次偶然机会,陈太春作为吉林省青年企业家代表,跟随当地政府部门下乡参加扶贫活动时,初次发现了贫困村扶贫产业“最后一公里”的病灶——好东西却不好卖。

回到公司,陈太春随即抽调40余名业务骨干组成扶贫项目组,决定用“企业的力量”帮助贫困村的优质特色农产品闯出一条好销路。

白城市的镇赉县三合村,十年九旱,土壤盐碱化,昼夜温差大,在当地产业扶贫推进中,有关部门引入吉林“玉米”栽培项目,并依托独特的气候和土壤条件,带领村民试种了小米、弱碱小米等,虽然口感上乘,品质一流,但由于“养在深闺人识”,这些特色农产品均遭遇销售难题,不少村民无奈又重新种回了玉米。

无独有偶,白山市靖宇县八宝村在当地如同一个“隐匿于世的村落”。这里散养着会飞的溜达鸡,蜂箱里飘着香甜的蜂蜜,林地里埋着人工种植的山参,除了依傍绵绵长白山发展起来的这些产业扶贫项目,当地还有大自然馈赠的林蛙、傻孢子、红松籽……可是,村民们却依然面带愁云:“这

些产品汲取了长白山脉的精华,但就是苦于没有销售渠道,全都困在了村子里,散客的上门收购价低得可怜。”

“地理位置偏远,缺乏销售路径,不懂营销策略,好东西卖不上好价钱,小农户难以对接大市场,这成为当前很多贫困村脱贫路上的大难题。”陈太春告诉记者:“对于政府部门来说,在扶贫过程中投入扶持资金,引进产业项目,这些相对易于操作,但产品销售最终是市场的事,这一点由企业来做效果会更好,而且扶贫产业只有建立起长效销售渠道,才能真正‘输血’为‘造血’。”

这个出生于巴蜀之地的85后小伙,2010年从长春理工大学毕业后创立了“阿凡提”公司,如今,该公司旗下的电商平台,已成为吉林省最大的B2C网上商城,年营业额超千万元。

为做好商客对接,陈太春将公司的扶贫团队划分为调查组、拍摄组、策划组等,一年间带队辗转数万公里,实地走访了百余个贫困村,帮助村民整合农产品资源,免费设计品牌和包装,拍摄宣传视频,梳理营销思路,策划营销方案……

“我们把在贫困村拍摄的短视频上传到腾讯、爱奇艺等多个平台进行推广,同时推送各类营销文案,效果非常好。”陈太春小有成就感地说,包括榆树干豆腐、长白山猪肉、乌拉草鞋垫在内,目前当地多个贫困村的1500余款农特产品陆续搭上互联网快车,实现了线上销售。

滞销货“库存一点不剩”

一段时间后,陈太春又发现了另一个问题,单纯依靠电商平台推广农特产品,客户无法第一时间对质量和口味形成直观感受。为破除这一瓶颈,陈太春开始采用“线上+线下”相结合的策略,邀请贫困村村民带着自家出产的产品,到单体建筑面积位居世界第一的购物中心——长春欧亚卖场做展销。

经过精心筹备,今年1月20日,2018年吉林省首届电商精准扶贫特惠展销会暨长春市第四届网络年货节,在欧亚卖场火热开展。展会线上线下同步进行,汇集了从72个贫困村精选出的1375款农特产品,据悉,这种形式的展会在全国尚属首创。

“这木耳长得晶莹剔透,好像玉一样,不仅品相出众,而且无筋肉厚,味道鲜美。”“小米麦做的面粉,面色白,筋性好,质量可与进口优质面粉媲美”……展会当天,3500平方米的展厅内人流如织。白城市镇赉县建平乡大岗村书记石云红,脸上始终挂着掩不住的笑容:“蜂拥而至的客流,让村民们真切感受到了自家产品的魅力,也对脱贫致富充满了信心。”

实实在在的销售数据,最能说明问题——这场短短15天的展会,共为贫困村创收5000余万元。



作为中国东北优质木耳代表的长白山木耳迎来新一年的上市时节。 视觉中国 供图

自那以后,“阿凡提”便经常带着吉林省贫困村的特产到全国各大城市参加展销,组织了爱心企业认购活动,成功与数家渠道商签订了合作协议。除此之外,社区惠民活动、微商销售等品牌推广方式也不断被采纳并且实施。

当地贫困村农特产品的市场知晓度也在不断扩大,销量节节攀升。三合村第一书记刘健告诉记者:“‘阿凡提’来到村里后,今年我们村卖掉了2万斤弱碱小米,库存已经一点不剩,曾经改种玉米的村民,又都回头种小米了!”

如同经典卡通人物形象“阿凡提”时常助人为乐并且乐在其中一样,“阿凡提”公司也让越来越多的贫困户走上了致富路。截至2018年4月底,在“阿凡提”参与脱贫攻坚的140多个贫困村中,已有上千个贫困户顺利摘帽。

“未来一定会有不一样的回报”

贫困村农产品的销路打开了,村民们的腰包鼓起来了,但“阿凡提”做扶贫到底赚不赚钱?

面对记者的疑问,陈太春坦言,目前公司的扶贫项目仍要靠其他分支收入来补贴,以维持运营。

不过,陈太春对于未来却极为自信:“群众的眼光是雪亮的,贫困村的好产品一定会在老百姓口中变成铁打的好口碑,等产品品牌真正树立起来,销售走上良性循环道路,项目组的效益一定可期!”

另外,32岁的陈太春带领的扶贫团队成员基本都是90后,在他看来,这支朝气蓬勃的年轻队伍在

开展扶贫工作时具备不一样的优势:“我们更有干劲,更有想法,更敢拼敢闯,大家都是一门心思解决贫困村的特产销售难题,也看好市场,所以能够持之以恒地坚持下去……”

“卖东西其实就是讲故事,故事讲好了,产品才有好销路、好价格,我们要做的就是为上百个贫困村讲好他们自己的故事,树立起属于他们自己的品牌”,“阿凡提”扶贫项目组的运营总监郭红梅认为,团队目前所做的不仅仅是一份有广阔市场前景的工作,更是一份很有意义的事业。

在团队成员的通力合作下,迄今为止,已有30多个品牌的贫困村农特产品形成规模销售,未来3年,“阿凡提”公司计划投入1000万元作为扶贫基金,走入超过500个省级贫困村,建立100个以上新农特优品品牌,把更多的优质农特产品开发出来。

据了解,目前,阿凡提公司还计划与长春市质量技术监督局和市标准研究院等政府部门合作,投建专业的电商精准扶贫园区,主要用于孵化和发展农产品深加工企业,为贫困村原始农特产品创造更高附加值,并结合产品溯源系统,提高产品安全和品质等级,重点考虑农产品的市场去向,克服“重生产、轻销售”的倾向,让贫困村的产品真正实现高端化、规模化的生产和销售。

“我希望可以用力所能及的方式去帮助贫困村走上一条可持续性的致富路,这比创建一个成功的企业更有成就感,当然,这份投资未来定会有不一样的回报。”陈太春说。

扶贫产业对接市场民企大有作为

彭冰

作为一家年轻的民营企业,“阿凡提”公司积极、主动参与扶贫事业之举,值得点赞,同时也带给我们一些思考和启示。

当前,脱贫攻坚正处于攻坚拔寨的决胜阶段,脱贫难度越来越大,剩下的多是“硬骨头”。要打赢这场战役,单纯依靠以借助公共财政资源为主的政府扶贫远远不够,还必须汇聚更多的社会力量和市场资源共同发力。

近年来,“授人以鱼”式的捐赠式帮扶,已经广泛演化为“授人以渔”式的产业帮扶。如今,一个个扶贫产业如雨后春笋初长成,接下来便需要同终端市场进行紧密对接,而对接市场的工作,恰恰是民营企业的长项。另一方面,因产业扶贫前期的大

量投入,多已由政府分派的各扶贫对口单位完成,当此之际介入,相对投入最少而见效最快,对民企而言,这不能不说是个最佳参与节点。

“黑土地之乡”吉林省,拥有珍贵、稀缺的土壤资源,兼之长白山脉连绵千里,素有“天下粮仓”“中国肉库”之美誉。依托得天独厚的自然条件,深入开发各类农副产品种植养殖项目,成为当地产业扶贫探索和实践的重要方向。可是,当作物长成、牲畜出栏,如何打入市场卖个好价钱、如何进行精深加工继而包装推广,这让村民们犯了难,“阿凡提”公司却敏锐嗅到其中商机。放眼全国,完胜脱贫攻坚,需要更多具备如此战略眼光的民营企业及时主动上阵参战。

相较于“受命”去扶贫的各级政府部门,各扶贫包保单位,民营企业可以自主挑选适合的嵌入领域,甚或专攻某一环节或某一个点,用专业的人专职来做专业的事,这无疑比“空降”一个扶贫干部去贫困

村帮着出谋划策更有战斗力,也更易出成效。在“阿凡提”公司扶贫项目组,40多位不同专业人才各司其职,通力合作专攻营销,一年时间跑遍上百个贫困村,成功包装上线农特产品1500余款,并想方设法采取多种营销手段,令30多个品牌形成了规模销售,这无疑是极具说服力的生动注脚。

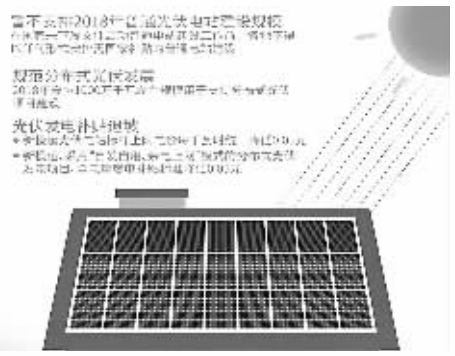
民营企业参与扶贫的另一个优势是,他们更加尊重、敬畏市场,并且与帮扶对象的利益更紧密地连接在一起,从而让扶贫变得更精准,脱贫成功率更高。各级政府部门、包保单位扶贫,多是源于行政力量安排,一些身为行政官员的扶贫干部,在参与扶贫工作时难免带有官场思维,也难免会有意无意地打造政绩工程。而民营企业家参与扶贫,则带有“满足个人情感需求和价值实现”的色彩,深层次则是受资本逐利性的驱使,更多是源自于市场的吸引力。从某种角度来说,这恰恰规避了政府扶贫的某些不足——作为市

场经济最活跃的主体,民营企业参与扶贫开发时,会对市场有着深刻的洞察,遵从市场规律办事,见利无利不在用市场化思维考虑问题。他们为见到真金白银的效益,会更加注重扶贫开发的科学性、精准度,更高效,更执着地去完成目标。在实现企业发展的过程中,自然而然带动贫困地区群众拔除穷根,最终达到双方的互利共赢、多元平衡、大道至简,也唯有当“扶”与“被扶”双方均能从中获益,扶贫工作才能真正走上可持续发展的良性轨道。

虽然,民营企业自发参与脱贫攻坚的案例不胜枚举,但不可否认的是,现行扶贫工作中仍然存在“政府热、社会弱、市场冷”的被动局面。如果在每一个扶贫产业链条上,都能有更多的民营企业主动嵌入,不遗余力地发挥其在人才、技术、资金、渠道、管理、市场上的优势,中国扶贫攻坚战的报捷之日定会大大提前。

企事录

光伏出新政为行业降温



视觉中国 供图

事件:6月1日,国家发改委、财政部、国家能源局联合印发《关于2018年光伏发电有关事项的通知》规定,根据目前行业发展的实际情况,今年我国暂不安排普通光伏电站建设规模。

点评:虽然光伏行业对于严控指标有一定的预期,但是靴子落地的时间和严控规模的程度,还是超过了预期。新政出台后的第一个交易日,光伏上市企业股价便出现集体下挫。

近年来,光伏行业的发展规模和速度都超出了预期,此次三部委联合发文,一个重要目标就是通过限制带有补贴指标的规模,控制补贴总量的增长。

对光伏产业来说,财政补贴是产业链主体利润的主要构成。新政出台后,整个光伏产业上至金融信贷,下至电站运营商,都将承担不小的压力。面对新政策,从业者必须研究新的商业模式,在国内迅速打开无补贴项目的市场,同时在国外拓展更多的空间,光伏行业是时候真刀真枪地比拼更先进的制造业技术、更高的转化效率和更低的制造运营成本了。

时隔3年燃油附加费重现

事件:6月4日,包括国航、东航、南航、海航等多家航空公司集体宣布恢复征收国内航线燃油附加费。具体标准为,自2018年6月5日起(以出票日期为准),国内航线燃油附加费每航段由人民币0元上调为人民币10元;国际航线依然保持不变。

2015年2月,航空公司集体取消燃油附加费,主要原因是当时国内航空油料的综合采购成本下滑。点评:在我国,国内航线票价市场化正在持续推进,对于票价仍受管制的航线来说,燃油附加费的征收可以突破票价上限,打开盈利空间。另一方面,燃油附加费独立于机票额外征收,旅客心理接受度更高,需求挤出效应小。

截止到目前,国内实现市场调节的航线总数已超过1000条,包括北上广深五飞在内的主要国内热门航线。同时,航空公司每个航季可以调整价格的航线数量以及全价机票的上漲幅度都受到了明确管制。

在这种情况下,燃油附加费是否应该保留,出现了一些争议。或许,当航空公司可以真正根据市场供需自由调节票价时,燃油附加费的使命也就结束了。

国际户外品牌接连进驻中国

事件:日前,因高端羽绒服在中国走红的加拿大品牌“加拿大鹅”宣布,将在北京和香港开设两家门店,同时与阿里巴巴集团合作开展电子商务业务,并在上海设立地区总部。这一系列动作会在今年秋天完成。法国滑雪装备品牌Rossignol也宣布获得IDG资本的投资,有意借助后者的帮助,加速开发中国冬季运动市场,为2022年在北京举办的冬季奥运会做好准备。

点评:根据国家体育总局发布的规划,中国的冰雪产业要在2025年前达到一万亿元。据此估计,届时,中国冬季运动市场应该能达到1000亿元,设备市场达到160亿元。不过,这并不意味着国际户外品牌在中国市场的开拓会很容易。作为运动细分市场,消费者往往具有忠诚度高和专业性强的特点,反映在品牌选择上,就会呈现出分散性,来自美国、德国等滑雪品牌同样都瞄准了这个空间很大的市场。各大国际品牌要如何赢得客户群,是它们首先要面对的问题。

此外,本土滑雪品牌也正在崛起。虽然和成熟的海外品牌比,知名度还不够,但随着资本向冰雪行业的不断涌入,未来中国冰雪运动市场的竞争一定会越来越激烈。

(本报记者 方大丰)

福建出台措施提升茶品牌影响力

本报讯(记者吴锋思)福建省日前出台《关于推进绿色发展质量兴茶八条措施的通知》,旨在进一步加快转变茶产业发展方式,提升茶品牌影响力,推动茶产业高质量发展。据了解,2017年,福建茶园面积居全国第五位,创造了毛茶产量、产值、茶产业年综合产值三项全国第一。

新出台的措施明确要求完善发展规划,促进绿色布局,大力开发名优茶和特色茶。其中,到2022年,全省茶叶面积稳定在380万亩左右,茶叶质量效益、产业竞争力、产业持续发展能力显著提高。

此外,福建将推行清洁加工,提升绿色品质,组织开展茶叶初制加工厂升级改造,重点推广电、气等能源和茶叶初制加工不落地机械化自动化生产线、自动化萎凋设备、离地晾晒青设备等,提高茶叶绿色加工的能力与水平。支持茶叶精深加工,提取、利用茶多酚、茶多糖、茶色素等有效成分,鼓励开发茶饮料、茶日用品和茶保健品。

同时,加快茶产业发展核心技术的研究与推广,推进茶产学研协作,加快茶叶大数据的研究和应用,应用物联网技术,建设智慧茶园,提升茶业绿色管理水平。做强做大茶叶龙头,通过合资合作、兼并重组等方式打造“茶产业航母”,增强龙头企业对产业发展的支撑带动作用。培育茶业新兴业态,推行多样化营销,支持开展特色农业小镇、茶庄园、茶旅游等三产融合发展模式。



视觉中国 供图

智能园区引领绿色产业

四川泸州市纳溪区近年来持续探索创新绿色智能住宅产业发展新模式,建设低碳、节能、环保的绿色工业园区,打造了集高新工业、绿色智能住宅、智能安防、智能家居等于一体的绿色“多功能小镇”。目前,绿色智能住宅产业园拟投资70亿元,已入驻20余个高新产业项目。