

“顶流”农产品更迭,农民收益如何“长红”?

□□ 刘知宣



只有找准自身产业定位,不被农产品的“流量”所裹挟,在“顶流”中保持“逆流”的理性和客观,耐下心来做好品质,才能实现收益上的“长红”。

随着早熟国产樱桃开始大规模上市,国产樱桃价格下跌引发关注。事实上,不仅是国产樱桃,细心的消费者或许会发现,此前备受国内市场喜爱的突尼斯软籽石榴、阳光玫瑰葡萄、红颜草莓等多种高端水果,近年来价格愈发“亲民”。这些自带话题的“顶流”农产品不断涌现,快速更迭,发出了急切的市场需求信号,也为生产者提供了更多新方向和新选择。不过,农产品“走红”既是机遇也是变量,消费者在实现“水果自由”时,农民如何在千变万化的市场行情中实现收益“长红”,是我们必须思考的课题。

在互联网和商业营销的推动下,某种农产品在一段时间内以高昂人气带动迅猛消费的“顶流”现象,已屡见不鲜,水果市场最为明显。某知名农产品交易平台数据显示,今年春节过后,蓝莓采购热度飙升,该平台上有近5万名采购商在寻找蓝莓货源。蓝莓成为继榴莲、草莓、樱桃之后水果界的新宠,而如果把时间线再往前移,还能看到牛油果、阳光玫瑰葡萄这些曾经的“新贵”。这些“顶流”农产品往往具有几种特质:富有新鲜感、具有高品质、场景化消费、可提供情绪价值。比起常见的餐桌农产品,这些“顶流”农产品不仅满足消费者口感与营养价值上的需求,还迎合了当下一些人追求品质生活的消费期待,因此尽管不少“顶流”价格偏高,也挡不住它们走向火爆。

然而,商家和消费者越是追求新产品、新鲜感,市场热点变化也就越快,新产业、新渠道的不断涌现,也给生产带来一定困惑。尤其很多农户在看到消费端的迫切需求后,短时间内跟风种植,导致供应过量价格“跳水”,加之消费热潮渐退,“慢半拍”的产业和农户不免要承受损失。这样的案例近年并不少见,最为典型的就是之前“大火”的阳光玫瑰葡萄,有售出天价的国外品牌作为参照,消费与生产两端的价格预期都非常高,在阳光玫瑰成为“顶流”之后,引进品种在国内的种植面积也急剧扩张,甚至在一些自然条件不适合种植阳光玫瑰的地方,也出现盲目跟风现象,不仅造成集中上市后阳光玫瑰葡萄因供应过量价格大幅下降,良莠不齐的品质也导致其口碑被打入谷底。其中受损失最严重的还是投入巨大资金、时间、人力成本的种植户们。农业生产最讲究农时,即使某种农产品在消费端成为“顶流”,生产端做出反应也需要时间,不是签订了订单就能立即开工生产。一个品种能不能种?如何去种?种出来以后怎么销售?只有根据产业

现状和市场规律合理回答好这些问题,农户的收益才能实现“长红”。
为此,生产者自身首先要保持理性,不能盲目跟风。一方面,行情火爆的新品种在市场上“闪亮登场”后,产业整体与种植面积扩张会引导价格走向更低,这是市场规律决定的,生产者们应对此有清晰认知,在自身能力范围内合理投产。另一方面也要认识到,不是所有“流量”都可“长红”,消费市场上各种经过商业包装、充满话题度的农产品不断涌现,有的能博得“一时彩”,但热度退去后却陷入无人问津的尴尬处境,而农产品生产需要周期,在品种选择上更要审慎。

其次政府和平台要为农民提供及时有效的信息指导,帮助农民做出合理判断。农产品生产周期性强,产销两端间隔距离长、环节多,很多农民获取信息的手段和意识不足,导致无法有效应对市场的“瞬息万变”。因此,要让农民在新一轮“顶流”更迭中更多获利,就必须为他们提供有效的信息获取渠道。政府可以通过建立农产品生产价格信息监测预

警体系,将市场信息以农户可及的形式公开发布,为生产提供参考。当前,我们针对传统大宗农产品的信息监测预警体系已经较为完善,但面对市场上的“新贵”“顶流”,还需进一步挖掘电商平台等市场的力量,加强科学监测、灵活应对,将“潜力股”信息及时反馈到生产端,对产能过快增长的新品种也要及时发出预警信息。

最后,想要产品和收益都“长红”,关键还要回归农产品品质。“顶流”农产品给消费者留下深刻印象,让产业新赛道具备了品牌化的前置条件,但要持续培养消费者的品牌认知,还得依靠品质与口碑。此前与阳光玫瑰价格下跌一同出现的,还有消费者关于“阳光玫瑰怎么不甜了”的质疑,可见没有好品质,再高热度也会消退。市场环境中的新消费需求层出不穷,对农民而言,收益“长红”的前提是要在生产上维持品质稳定。为此,要摒弃“挣快钱”心理,更多在生产技术上下功夫钻研,培育出自身的品牌口碑。而从产业角度来看,品质提升呼唤更多科研投入和更完善的社​​会化服务体系,引导农户标准化种植,用更低的生产成本、更完备的经营体系来保障农民收益。

须知,只有找准自身产业定位,不被农产品的“流量”所裹挟,在“顶流”中保持“逆流”的理性和客观,耐下心来做好品质,才能实现收益上的“长红”。



本期关键词
推广公墓

近日,湖北省随州市广水市长岭镇向居民“强制”推广公墓的新闻引发舆论关注。据此前报道称,该市私自土葬、散埋乱葬现象十分普遍,土葬用地趋于紧张,生态环境遭到破坏,祭祀山火时有发生,丧事活动讲排场、比阔气的现象给群众造成极大负担。为此三年来,当地各县市区共投资2.7亿元建设公益性公墓。公墓只收取两项成本费用,即公墓建设成本和一次性收取20年管理维护费,两项费用需一次性缴清。
有支持者表示,丧者进公墓后少了棺木费、抬棺费,总体开支在减少,认为这是个好事情;同时也有反对者提出,办丧是家庭私事,不应该强买强卖,还是顺其自然的好。对此,你怎么看?

推广公墓不可强制

□□ 张念瀛

丧事活动讲排场、比阔气显然会给群众造成很大负担,而推行统一价格的公益性公墓可以减少丧事开支,避免攀比行为。看似是符合群众利益的好事,可为何推广公墓会取得相反效果?笔者认为,关键在于推广时所使用的“强制”二字。
丧事私办是人们多年来的风俗习惯,让大家改变一直以来的习俗转而使用公墓,就要考虑到村民的接受度,讲究推广的方式方法。越是这样的工作,越需要循

序渐进,耐心倡导,万不能用“一刀切”、强制性的命令来求取快功,否则会让人觉得是在“强买强卖”,产生反感,导致好事办不成。笔者认为,各地在推行文明殡葬过程中只可引导,不可强制。要面向群众把道理讲明讲透,让百姓认识到推行公墓的好处,自愿选择是否接受新的殡葬方式。比如将公墓收费明细详细列出,让群众看到整体开支少于私墓,想必会争取到更多村民的理解和配合。

村级公墓价格要定好

□□ 李方向

推广公墓受到一些人反对,是因为有人对公墓价格有质疑。尽管公墓定价只收取建设成本费,是公益性性质,但这个价格对部分农民来说也不见得能接受,特别是一次性收取20年管理维护费,两项费用需要一次缴清,如果事先没有心理准备的话,让农民一下子拿出未尝不是一种负担。因此,村级公墓在推行中要重点定好价格的事情。
各地在规划建设穴位和墓区时,要

结合当地乡村实际情况,提前了解群众需求,突出公墓实用性和便利性,尽量减少成本花销。公墓定价要体现公益性性质,必要时还需地方财政适当给予补贴,使最终定价能让大部分村民接受。还要指出的是,在收费方式上也要充分考虑农民的想法。如果确实有农民乐意购买,但一次性拿不出购买费用,要尽可能特事特办,推出分期付款模式,减少农民一次性负担。

探索更多文明殡葬新模式

□□ 赵戊辰

乡村公墓固然有好处,但选择公墓进行安葬,要缴纳建造费和租赁费,这对一些农民来说,确实是笔不小的开支,会产生一定压力。笔者建议,不妨多条腿走路,探索更多文明殡葬新模式,让群众有更多选择空间。
目前在东部沿海经济发达省份的农村,有些地方推行树葬、草坪葬、花葬、海葬等多形式的丧葬模式,主张将逝者骨

灰埋在树下、花下、草坪下,撒入海中等,不仅形式生态环保,还不占用土地资源。有的地方政府为推广殡葬新模式,还会给予一定的资金奖励,受到许多百姓接受和选择。不过也要看到,这些新风尚对传统习俗提出了一定挑战,群众思想的转变需要一定时间。为此,还需要多一些耐心引导和有效激励,让更多群众愿意破旧立新。

征稿启事

端午将至,今年挂艾草的传统习俗有了新玩法——几元一把的艾草,搭配上黄金球、菖蒲叶等花材,经包装变成“艾草门挂”后,身价立即上涨到几十元甚至上百元,吸引许多人购买和关注。有人为此点赞,认为这种“新式门挂”顺应了年轻人对颜值高、有新意的传统文化产品的追求,有利于弘扬中华优秀传统文化;有人则认为,“艾草门挂”空有噱头,价格并不实惠,这门生意难以长久;还有人提醒,一些地方挂艾草有讲究,不能把三根长和两根短的艾草绑起来挂在门上,而这种“新式门挂”并没有尊重这些老规矩。对此,你怎么看?
欢迎各位读者围绕上述话题,踊跃投稿。稿件请发送至邮箱nmrbpinglun@163.com,邮件标题注明“大家谈投稿”。来稿500字以内为宜,论述不求面面俱到,观点鲜明、具有新意、语言简洁即可。截稿日期:6月4日。

“背篓菜市”多多益善

□□ 吴睿轲

近日,重庆市渝北区石船镇的“背篓菜市”受到广泛关注。此前当地很多菜农到城区内较远的农贸市场去卖菜,由于没有租用固定的摆摊位置,他们还要花费时间四处找地方。为解决这一问题,当地协调一处闲置防空洞,将其作为免费菜市场地提供给菜农们,赢得好评。

其实防空洞“背篓菜市”还有前言,那就是“背篓专线”的故事。重庆轨道交通4号线二期于两年前开通,线路开通后,石船镇的菜农们发现市区的菜价能高一点,卖得也更快,于是很多菜农就坐上地铁到市里卖菜。渐渐地,乘坐地铁去市区卖菜的菜农越来越多,这条地铁线路就被大家亲切地称为“背篓专线”。而防空洞“背篓菜市”的出现是因为看到了这趟线路上菜农们的实际需求,让他们下了地铁后不必再东奔西走,直接就能在防空洞里安心卖菜,做生意方便了。

小小防空洞,彰显大智慧。对菜农来说,“背篓菜市”不仅方便做生意,而且盛夏将至,在防空洞内比较凉快,不必在烈日下暴晒,卖菜环境更加舒适。从资源管理角度来看,防空洞本是闲置的资源,将其开辟成免费菜市场提供给菜农们,可以盘活闲置资源,实现物尽其用。这也启示我们,城市治理要更多站在群众的角度考虑问题,对菜农等商贩做生意提供实实在在的帮助,最终受益的不仅是菜农,还有城市本身。总而言之,“背篓菜市”,多多益善。



别捡了! 作者:王铎

“辛辛苦苦忙一年,眼睁睁看着别人把虾捡走了。”据媒体报道,近日某农村稻虾养殖基地遭遇他人哄抢龙虾。在视频博主“随便捡”的诱导下,一位养殖户十几天内至少损失数万斤种虾,价值几十万元。目前当地警方已经介入调查,并在稻田基地加强了巡逻。

养殖户养成的龙虾遭人哄抢,前期付出的辛苦劳作打了水漂不说,投入的成本也难以收回,损失不小。为避免此类案件再次发生,一方面养殖户可以在周边设置醒目招牌做出有效提示;另一方面警方也要加大巡护力度,保护农村居民财产不受侵害。对于已经遭受损失的养殖户,也要帮助其跟进司法程序并得到赔偿。媒体平台若发现有博主散播类似“免费捡虾”的消息,要加强审核确认,如果发现损害农民利益的行为,要及时下架相关视频,避免养殖户损失扩大。

这正是:

辛辛苦苦盼收成,不料遭抢打水漂。
加强巡逻设拦截,协力护农很必要。

文@双生

“我的阿勒泰”为啥这样火?

□□ 刘诗麟



许多人认为,阿勒泰之“火”,“火”在这里独有的自然风光。的确,电视剧取景地那仁牧场背靠阿尔泰山,经由导演自然质朴的镜头,阿勒泰的美景扑面而来。抬头看是蓝天白云,身边是丰美水草,镜头拉近又见耸入云端的皑皑雪山和郁郁葱葱的大片森林。阿勒泰的自然景观构建了一道与众不同的美丽风景线,彰显了新疆独特的自然风光。如果说这样的景观只是治愈了双眼,那么牧民转场路上响起的哒哒马蹄声、牧场上成群结队的肥美牛羊,则彻底征服了观众的心,人们被剧中自由灵动的旷野之息所震撼,为此踏上了前往阿勒泰的吸氧之旅。这样“老天喂饭”的阿勒泰,不“火”才怪。

然而,阿勒泰能“火”绝不仅仅在于给观众带来感官上的享受,剧中传递出的情绪价值同样是引发观众共鸣的重要因素。“不是什么都要‘有用’才值得追求”,这是网友看过剧后总结的“无用论”。面对在城里碰壁的女儿文秀,母亲张凤侠说:“你看看这个草原上的树啊、草啊,有人吃,有人用,便叫有用。要是没有人用,它就待在草原也很好嘛,自由自在的。”张凤侠的生活智慧其实有迹可

循。剧中哈萨克族牧民逐水草迁徙,每到一处落脚就要以天地为家,在毡房里短暂住下。尽管生活条件艰苦、资源短缺,但这难不倒牧民们。没有现成的针线,哈萨克族妇女就拿起手边的羊毛一点一点揉搓成羊毛线,用来刺绣缝衣;放牧时不方便洗漱,牧民就靠咀嚼树上的松胶清洁牙齿,清新口气。哈萨克族牧民生活哲学,不仅潜移默化地影响了剧中人物张凤侠,这种人与自然和谐相处的朴素理念,还传递给观众极强的情绪价值和治愈力量。这样的阿勒泰,“火”得不意外。

阿勒泰治愈了像文秀一样失意回乡的孩子,让电视机前的观众得到了疗愈。回归现实,许多网友开始操心起能给阿勒泰回馈什么。事实上,从电视剧播出到现在,阿勒泰已经从过去的小众景点一跃成为旅游市场新宠,越来越多人关心起阿勒泰旅游,热心网友们还制作分享了去阿勒泰旅游的路线图,有的甚至标出了剧中演员住过的同款民宿,大家期待将阿勒泰打造成下一个文旅“顶流”。但与此同时也有人担心:去阿勒泰的人多了,草原生态是否会遭到破坏?牧民生活会不会受到打扰?阿勒泰

能承接住大量涌入的客流吗?其实这些祝福也好,担心也罢,都是源自大家对阿勒泰的一片赤诚。草原生态环境脆弱,随着旅游人数的增加,难免会有破坏草甸的情况发生,如何在旅游带来的经济效益与草原生态保护之间找到平衡点,考验着地方政府统筹的智慧,需要把规划做在前、做长远。另外,阿勒泰地区面积大、旅游景点分散,游客在各个景区之间周转会面临路途遥远、出行体验不佳的问题,有关部门亦要对此有所预期和规划设计,方便游客租车、乘车来往景区。再有,哈萨克族牧民很多都讲哈萨克语,语言差异会使得这里有着别样风情,但也会给游客旅程带来客观不便,可以通过导游翻译等服务,方便对游客进行指引、提供帮助。当然也要看到,要真正实现这些改变,不能操之过急,要给阿勒泰一点时间。

可喜的是,笔者关注到,最近当地已经开始着手行动,比如在景区附近补充移动式厕所、优化区间车线路,提升餐饮质量等,足见其对接待游客的诚意和用心。未来的日子里,阿勒泰会有哪些新变化,我们不妨一起耐心等待。

打通堵点,让更多人才归乡

□□ 王斌

广西柳州市融安县东起乡崖脚村铜板屯曾是一个以留守老人为主的凋敝村屯,2012年起,部分村民在当地政府支持下返乡参与“故乡拯救计划”。种李树、砌墙、铺路、修广场……昔日“草比人高”的凋敝村屯成为远近闻名的广西乡土特色示范村,吸引大量游客前来旅游。

人才是引领乡村发展的第一资源和重要战略支撑,是乡村振兴的“金钥匙”。崖脚村的故事启示我们,在基层实践中,乡村振兴不仅需要“新鲜血液”,更需要了解乡土人情、有一技之长能够带领群众发展致富的“领头雁”,这些愿意返乡的“归雁”显得尤为重要。
要吸引更多在外人才返乡,首先要做到通消息。要让在外人才知晓当前家乡对人才的需求情况,了解家乡当前的发展变化和政策措施环境,让有意愿返乡的在外人才才能得到返

乡参与家乡建设的渠道,吸纳更多精通新知识、熟练掌握新技术的人才带动资金、信息、技术等资源向乡村汇集,促进乡村持续发展。
其次要通知识。有些在外人才有热情、有能力,但发展环境不同,有可能在返乡之后会遇到技术才干“水土不服”的情况。政府在吸引在外人才返乡时要充分考虑到这部分需求,有针对性地组织开展农业技术、经营管理、创新创业等方面的课程,让返乡人才的一身本领能得到充分发挥。

最后还要通机制。“栽下梧桐树,引得凤凰来”,好政策好机制就是“梧桐树”。政策更开放,机制更灵活,对人才的吸引力就会更强。要开拓创新制定合理的培养计划和激励保障机制,既不留余力培养人才,也大胆创新搭建人才发展平台,激发其活力、动力和创造力,释放人才的“最大效能”。