



联营模式

□□ 本报记者 张艳玲

鸡年吃有故事的鸡,做“鸡”动人心的事!年关将至,畜禽产品迎来销售高峰,西南地区首屈一指的有机农业企业——成都尚作农业科技公司(下称尚作)顺势推出的限量版“彝乡土鸡”,背后是关于温情与感恩的扶贫故事;而以服务乡村“小农经济”为己任,要为城里人找个乡下亲戚的O2O平台“一品一家”则早早拉起了“自驾下乡杀年猪”的大旗……

生态健康、温情感恩、农俗体验……哪一样最能戳中消费者的心?面对巨大的年货市场,各大企业有着怎样的销售妙招和经营思路,记者进行了采访。

生态食材宅配到家 承包你的年夜饭

“这是盐的味道、山的味道、风的味道、阳光的味道,也是时间的味道,人情的味道……”这段出自《舌尖上的中国》的诗意语言是对腊制品最好的阐述。作为四川人过年的

传统必备项目,腊味是各大品牌角力的一大主战场。

“千年古法,农家熏制”,一品一家主打传统手工艺腊,将农家腊肉制作过程——呈现,似乎让每一块金黄闪着油光的腊肉烙上了亲人的温暖印记。

而大手笔的尚作则在原料上下足功夫,由“养足300天的生态黑猪肉”熏制而成的腊味,品质自然不一般。元旦未到,尚作便在官方微信宣布,由高山庄园饲养的生态黑猪为原料的腊味已经售罄,喜欢的会员朋友只能明年赶早,足见其销售火爆。

不止腊制品,年夜饭产品也被开发出来。今年尚作就特别推出了家宴主材礼包。根据用餐人数,设计菜品,准备食材,贴心标示每道菜制作方法,按照客户需求按时宅配到家,相信这让不知如何安排年夜饭的家庭又多了一个选择。面对春节这一巨大的礼品消费市场,生态健康农产品逐渐成为新宠。产品电子卡的微信、短信一键转赠应用,是农产品线上销售打出的又一副好牌。

农场云

过年自家团聚、走亲访友时,“好吃的”是许多消费者的首选。一些销售商却发现,想为消费者提供优质农产品,却不知道去哪找生产优质农产品的农场资源,找专业买手,又有成本太高的顾虑。如何花更少的钱找到更优质的产品,不错失春节这个大市场,成了摆在销售商面前的一个难题。

“好货”上哪找?动动手指就能搜到

农产品垂直电商往往离不开大量“识货”的买手。优质农产品的寻找、产品的品质和供应的保证,常常伴随着一笔巨大的人工花费和时间支出。“‘农场云’的数据平台首先解决的是‘找得到’的问题,让渠道商通过平台可以直接找到产品,减少人力物力的耗费。”农业互联网公司北京奥科美技术服务有限公司总裁陆保华介绍。

据了解,“农场云”上现在已有5000多家农场,渠道商动动手指就可以通过品类、纬度、土壤类型、光照等条件初步筛选出符合自己要求的供应商。草莓一直颇受节前市场的欢迎,“农场云”的“买手”平台上提供了140余家草莓生产基地,并详细列出了降水量、昼夜温差、无霜期等数据,农场在生产过程中使用的生产资料也会通过“农场云”以数据的形式呈现在平台上,有了数据作参考,想在节前做草莓生意的销售商效率大大提高。

“之前我们想在北京周边地区找优质葡萄,但没时间一家一家调查。”使用过“农场云”进行采购的王泽霖在接受采访时说:“后来我们通过‘买手’平台初步确定了延庆附近的几家农场,他们拿着样品过来,我们看看质量符合我们的挑选标准,很快就能签约。”他解释

农场信息收集精细化,大数据搭建“云”平台 农场与渠道商有了“婚介所”

□□ 本报记者 赵宇恒

说,平台架起了农场与销售商之间的桥梁,使销售商可以与农场直接对接,省去了不少中间环节,以往在农产品中转过程中产生的损耗也随之降低,进一步节约了销售商的购买成本,提高了采购效率。

一位从事采购行业10余年的专业买手有这样的评价:“这样的‘买手’平台让我们这种做传统采购的又爱又恨,爱在于可以丰富自己的产地,提升采购效率;恨在于这种平台让跨界来的采购‘菜鸟’迅速缩短了学习时间和成本。”

品质好不好?数据说了算

找到了买产品的地方,如何把好产品质量关,让消费者在节日里吃得饱也吃得好,就成为了产品供应中销售商和渠道商最为关注的一点。对此,陆保华认为,农产品是种出来的,不是编出来的,好的产品要用数据来说话,而不是靠人的判断。“农场云”的农场管理平台可以记录每一项农事活动,定植、施肥、打药、采摘……每个生产环节都会被实时记录下来,并由工作人员拍照上传,成为产品“绿色履历”中的一个数据。

“‘农场云’是一个消费者智能化参与式保障体系的工具。很多客户希望能通过参与生产或管理,保证自己所需产品的品质,但假如一个北京的客户,要采购新疆的苹果,让他真正亲自参与生产不现实。”陆保华介绍,“‘农场云’提供的农场数字地图,可以告诉客户每块地是怎么种的,让客户随时随地监督农场的生产过程。”

此外,“农场云”所收集的农场海拔、土壤含氮量等数据,也为渠道商和销售商提供了评判农产品品质的客观参照。“我们只是一个提供数据的平台,不会为双方进行打分。”陆保华说:“我们就像是婚介公司,把平台搭好,农场和渠道商如果谈成,一定是他们互相看上了

广发英雄帖 加速布局线下门店

假如有一天,你发现你所在的社区新开了一家装潢漂亮、别具一格的菜店,站在门口的销售员年轻又热情,你饶有兴趣的走进店里,发现这里的白萝卜卖10元/斤、四季豆卖18元/斤、洋葱卖20元/斤,售货员真诚的告诉你,这里出售的所有蔬菜都是严格按照有机标准进行种植,物有所值。你会满腹狐疑的转身离开,还是颇有兴致的挑选食材做顿有机大餐?

2016年,在进入有机农业这一领域6年后,尚作有机开始加速线下门店布局。通过联营加盟模式,成都市社区体验店开到了近20家,周边的重庆市场也实现突破。公司相关负责人何啸宇表示,线下门店除可以更好的为已有会员提供服务外,其所承载的产品展示体验功能,正成为尚作吸纳新会员的重要流量入口。“以神仙树社区为例,社区店开设后,这一社区的会员数量快速增长,一年时间便增长了3倍,目前已突破千万。”何啸宇告诉记者。

有机农业作为一种高端农业,仍然具有投资长、见效慢、投入资金难以形成资产等特点,想要在这一领域闯出天地,商业模式的选择值得探究。平台商、生产商、销售商,哪一个更好?尚作正在探索的联营农场模式,更能看出其“轻资产”经营思路——“在构建起一套完善的有机生产技术体系和门店运营模式后,我们的核心是致力于研发和市场这微笑曲线两端,吸纳有履约能力的合作伙伴,一起做大企业品牌。”何啸宇表示。

与许多传统行业先线下后线上不同,不少农产品销售企业走的是先线上后线下的路子。一位圈内人士告诉记者,业内实践证明,在毫无品牌积累之际,便大举开设实体店铺,不仅将花费巨大的运营费用,而且消费者往往因为不信任而拒绝买单,形成恶性循环。

无独有偶,因契合“互联网+农村扶贫”这一时代主题而获得巨大的社会影响力后,去年底,已经运营2年的“一品一家”也开始尝试通过联营合作模式求得线下生态体验餐厅及销售渠道的快速突破。

□□ 本报记者 孟德才 赵宇恒

年关将至,“蔬菜瓜果够不够?”“价格会不会涨?”又成了百姓最为关注的话题之一。近日,一支南菜北运车队满载海南的绿色果蔬,驶入了河北新发地物流园,今年首批海南“订单农产品”开始直供京津冀地区。

近年来,由于有着品质新鲜、价格低廉等优点,“产地直供”逐渐为农产品销售商所青睐。“‘京津冀—海南农产品绿色通道’打通以后,蔬菜价格低了不少。”海南省农业龙头企业联合会秘书长金军说:“现在叶菜类一斤大约在7毛钱左右,要是没有这个直通通道,价格大概要翻一倍以上。”

来河北新发地进货的商户福福喜也尝到了的甜头:“以前我要自己去广东、海南调货,要自己跑检测,自己找车、自己往回运。现在两地对接了,没了很多中间环节,省了很多事。”

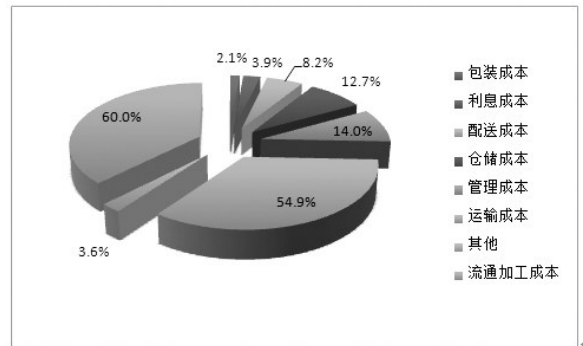
中间环节的简化受益的不仅是来到批发市场的商户,在零售终端的生鲜超市对“直供”也颇为买账。去年10月,北京新发地农产品股份有限公司联合新发地十位优秀企业家试水生鲜超市“来颗桃”,依托新发地的渠道优势,把批发市场搬到了社区旁。

“我们有新发地的‘单品大王’直接提供产品,真正把产地的产品送到老百姓的家门口,把新鲜、实惠的产品给到消费者。”“来颗桃”所属公司——新发地珍品荟(北京)科技有限公司总经理薛莲说。据了解,“来颗桃”所售果蔬中的一些大品类,七八成都由“单品经营大王”直供。

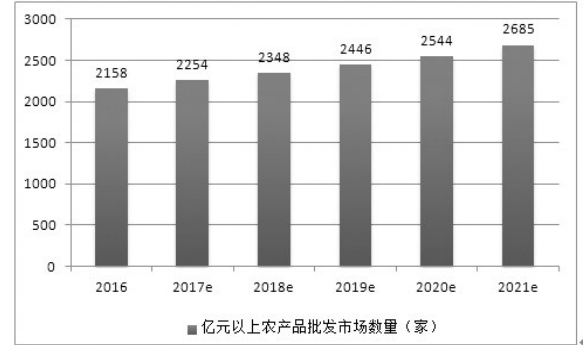
“年前这几天一些蔬菜的价格又有些上来了。”薛莲告诉我们:“有了‘单品大王’在供应量上的保障,我们才得以保证这些商品的供应。”

数说流通

农产品流通成本构成分析(单位:%)



2016-2021年中国亿元以上农产品批发市场数量预测



资料来源:前瞻产业研究院《2017-2022年中国农产品流通行业发展模式与投资战略规划分析报告》。

业界动态

上海: 创新流通方式稳菜价

走进上海市静安区的标准化菜场,总能找到“静安区绿叶菜优惠专柜”。在一堆堆绿叶菜中,这块红底白字的标识,如同“万绿丛中一点红”,格外醒目。在这里,有5种蔬菜平价销售,比市场价低20%。

几十年来,菜场的经营模式多为个体摊主,组织化、规模化程度差。尽管从生活方式角度看,不少中老年人还习惯于逛传统菜场,喜欢货比三家、讨价还价,但一批新型售菜模式已大量涌现。上海15个区建设了1064个社区智慧微菜场,累计投资3000万元,经营收入已达到1.5亿元。

据上海市商务委负责人介绍,上海将以西郊国际批发市场为枢纽,以江杨、中山等区域批发市场为集散配送中心,以资金和管理为纽带,逐步建立“上控资源、中控平台、下控渠道”的产供销一体化模式,发挥好国有企业主渠道作用。同时,以上农批“上农鲜品”APP为平台,集农产品交易、物流、移动支付等于一体,打造蔬菜“一级批发+配送”的全新交易格局。

此外,上海还将推动新模式应用,支持社区智慧微菜场、O2O电商平台、生鲜超市等新模式、新业态发展,形成“互联网+菜篮子”模式,进一步降低流通成本,把流通利润转化为群众实惠。

孟群舒

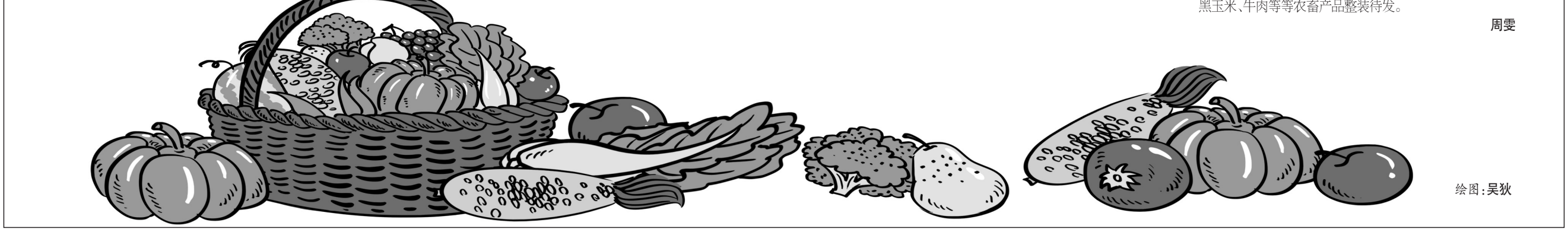
汉交所打通 湖北特色农产品销售渠道

近日,武汉农畜产品交易所(以下称“汉交所”)新云商启动仪式在武汉举行。据了解,“新云商”定位创新型农产品交易服务平台,旨在为湖北拥有国家地理标志产品的企业提供批量销售、品牌营销以及金融支持等综合性服务。当日,来自湖北恩施的“十月获”珍硒米成为“新云商”服务模式下的首款挂牌商品。

据悉,汉交所“新云商”计划搭建从产品源头到消费者的直通渠道,通过仓储、质检、保险、物流、金融支持等配套措施优化各类资源配置。届时,湖北地域特色产品交易流通效率将大幅提升。

“云商A2P七大综合运营会员市场布局计划,目前已实现六家运营中心的合作,百家会员中心的目标也在逐步实现,产品布局更是琳琅满目。”刘杰介绍,葛根、蜂蜜、板栗、稻米油、富硒茶、黑玉米、牛肉等等农畜产品整装待发。

周雯



绘图:吴狄