

行业聚焦

电商助力让“世界石榴看中国,中国石榴看会理”再也不是一句口号——会理石榴的甜蜜之旅

□□ 农民日报·中国农网记者 韩啸

12年前,25岁的刘娟开着只有四个档的五菱宏光,摇摆穿梭在攀西大凉山中,跌跌撞撞地拉开了会理石榴品种升级换代并征服全国市场的序幕。

12年后,石榴种植户刘娟成了会理县无人不晓的人物,她的背后是当地石榴产业的宏大景象:全国八大石榴产区之首,综合产值达到惊人的50亿元。

在很多消费者印象里,石榴只有两种:一种是小时候吃过的硬籽石榴,另一种是近年来兴起的突尼斯软籽石榴——其实绝大多数人也不知道它到底叫啥,只是发现石榴籽更趋近深红,晶莹、剔透,含糖量比别的品种普遍高20%左右,关键还不用吐籽,抓一把含在嘴里,是数十个脆甜颗粒“集体爆炸”的爽快感受,肆意咀嚼且一点儿也不硌牙。

这背后还有更不为人知的事:突尼斯软籽石榴在四川会理嫁接成功后,让很多当地农户找到了方向——更大的种植规模、更成熟的种植技术、更完善的产业分工,这一新品种在历经十多年的发展后,已悄然占据会理石榴80%的市场规模。

同时,电商的快速发展也让“会理软籽石榴”有了短期爆发的动能,传统线下的批发商模式已经无法承载这个优良品种的光芒,新电商平台的原产地直发模式才是归宿。在今年中国农民丰收节“金秋消费季”中,更成为各大平台热销的爆款。从此,“世界石榴看中国,中国石榴看会理”再也不是一句口号。

会理相遇

会理位于横断山脉东北部,日照时数多,蒸发旺盛,雨量集中。无论土壤、气候还是光照,都是中国最佳石榴种植适宜区之一。当地的青皮软籽石榴在很多年前就被专家评定为“首屈一指”。

1990年,北京亚运会专门采购了6000个会理石榴赠送各国来宾,并获得了在北上广等曝光量极高的区域亮相的机会,在当地引起不小轰动。到了2009年,会理县的石榴种植面积已经达到22万亩,年产值将近9亿元。也就是这一年,刘娟一家慕名来到会理。

其实,自己的老家河南荥阳本就是石榴产地,相传“张骞为汉使外国十八年”,所得的涂林安石榴就种植在这里。而她选择来到会理有段不得不说的故事。

1986年突尼斯与中国建交,当时国内引进一批突尼斯软籽石榴树苗,安排到山东、河南、陕西三省试种,其中分配到河南省的十株就栽种在荥阳市林科所。1989年河南省农科院工程师刘中南去荥阳市林科所考察苹果,发现了该石榴树,经领导同意后就移植了一棵到自己的石榴新品种实验园,多年后快繁实验取得成功。

后来,刘中南因为这段经历被称为“中国软籽石榴之父”。2002年原河南省林业厅将繁育出的新品种命名为“突尼斯软籽石榴”。



全年销售220万单、销售额5100万元,让曾经的空姐何爽成了会理石榴的代言人。何浩 摄

同样在这一年,刘娟在老家的高中毕业,恰逢刘中南在老家刘沟村推广突尼斯软籽石榴,刘娟得到了两个枝条,便在自家最好的一块地里种了下去,石榴树后来竟成了全家的主业。

直到2009年,石榴树刚挂果便遭遇了北方罕见的大雪。刘娟在石榴地看到几乎所有的树皮都被冻裂开无法存活,心里也像刀割一样不是滋味,她知道石榴的营生也要“触礁”了。

是在原址上建大棚,还是一步到位干脆搬到气温更适宜的南方?听朋友介绍说四川会理是个种石榴的好地方,于是刘娟也没多想就上了当时还是试运营的火车,颠簸了30多个小时到了会理。

品种迭代

“这里比我们老家经济困难,买5桶方便面要去3家小商店才能凑齐,关键是没人相信我们是来承包果园的。”

虽然困难重重,刘娟一家却看到了机会,不光是气候适宜,老家的种植技术也让她底气十足,河南的突尼斯软籽石榴能卖到10元/斤,是会理本地的10倍。刘娟给自己定了一个小目标:赚够500万元就走。

经过四处打听,她终于找到一个愿意出租的果园,签下了10年的承包合同。

有了土地,刘娟玩命干。2011年,嫁接的突尼斯软籽石榴第一次结果,收获2万多斤。第二年,刘娟便马不停蹄地来到北京跑销售。

能种出好石榴却卖不好,这件事情的难度超出了刘娟的预期。2014年,大丰收的石榴积压在货场,“请人家清垃圾,还要出垃圾费”,最后差不多白送。全家人辛辛苦苦做了

一季,亏了14万多元。

当时家里已经举债100多万元,刘娟站在楼顶上放开了哭。

2015年,市场的改观终于让刘娟赚到了钱,她给本地人康德荣的第一批突尼斯软籽石榴,卖到了8元一斤,一下有了50余万元的收入,这让当地还是卖5毛钱一斤的青皮软籽石榴种植户无所适从。也就是从那时起,会理县加快了全域引入突尼斯软籽石榴的力度,县经济作物管理站、石榴研究所等单位成了排头兵,引导当地种植面积快速扩大。

2020年,会理石榴种植面积超10万亩,产量达到72万吨,这其中80%的品种是突尼斯软籽石榴。

刘娟就此完成了她的小目标,软籽石榴在“藏富于民”方面也崭露头角。全县石榴种植户达2万多户,涉及7个乡镇,果农收入全年达到35亿元,小的种植户一年收入几十万元,大的种植户可高达几十上百万。以石榴为主题的产业生态在县里形成了。

电商“赛道”

也正是优秀的品质和持续增加的产能,会理石榴才具备了更大宗贸易的基础。

以何爽为代表的“新农人”们,在电商领域铺开了新“赛道”。

2016年,“95后”的何爽当上了东方航空公司空姐,2017年回家探亲,发现会理石榴在线上销售没规模。当时县委、县政府大力号召发展电商,何爽决定辞职回家创业。

网上开店、直播带货,几次失败后,何爽接到了拼多多的果园订单。平台采购水果,免费送给“多多果园”的玩家用户,即使市场波动大也会稳定收购。就这样,何爽3个月内卖出了800万斤石榴,2020年全年销售220万

单,销售额5100万元。进入2021年,何爽新建的3000平方米仓库每天能发3.5万单,比去年增加了近一倍。

何爽的同龄人,会理石榴核心产区彰冠镇的罗浩,从国企辞职后在网上卖石榴,不仅解决了自家6000株石榴的销售,还收购附近老乡果园的石榴。罗浩发现电商给了农民更大的话语权,以前销售期只有40多天,老乡们急着卖出去只好对地头的经销商“言听计从”。更何况近两年受新冠肺炎疫情影响,来会理收购石榴的线下商家变得更少了。

电商不仅解决了销路问题,也悄然改变了“定价权”。在电商上,罗浩可以根据成本加利润来定价。商家们比的是成本控制的能力,从纸箱、网套、物流、推广、冷库建仓等环节来竞争。

“做了电商后,投资100万元建了一座冷库,能延长销售时间。”罗浩计划把利润持续投入到基建上,修水窖、扩大仓库、引进分拣线,提高他的竞争力。2020年,罗浩在电商的销售额有100多万元,今年预计利润继续增加。

外地商人追着货全国跑,本地商人有动力做更基础的产业建设。“产品和渠道都在自己手里,才不会受制于人。”会理市农业农村局现代石榴产业办公室主任廖光全介绍,去年电商销售占全市石榴销量的40%,随着明年宜攀高速和德会高速通车,物流成本和时间降低,这一比例还将增加。

品牌未来

如果突尼斯软籽石榴来到会理是个偶然事件,那么会理石榴如何保持领先优势?

会理市商务经济合作和外事局副局长王银国的工作,就是保护好“会理石榴”这块金字招牌。每年石榴成熟之际,政府会根据早熟、中熟、晚熟不同品种规定石榴开园时间,防止早采石榴流入市场,对会理石榴品牌造成负面影响。此外,突尼斯软籽石榴只是一个品种,而只有会理的才能称为会理软籽石榴。为此,会理要求所有商家在宣传时不得使用“突尼斯软籽石榴”,统一使用“会理软籽石榴”。

因此,虽然新品种层出不穷,但“会理软籽石榴”永远是会理自己的。四川省凉山州亚热带作物研究所所长何平建议,应该储备3—5个新品种,风味和成熟时间与现在的品种错开,才能提升会理石榴产业的抗风险能力。

放眼全国,石榴总产量200万吨,种植面积200余万亩,看上去不少,可与几千万亩的苹果、桃子等大宗水果相比,软籽石榴仍然潜力无限。

“电商对会理石榴产业发展功不可没。”在王银国看来,电商解决了买卖双方信息不对称问题,会理政府正在实施标准化快递物流分拨中心建设,完善乡村三级物流建设“最后一公里”,建立50个村级物流快递服务店,并联合各家电商平台规范和打造会理软籽石榴的本土品牌。

新电商 新农人

□□ 李思敏 韩霞

公司总经理、致富带头人、推广大使、营销顾问……王泽锋的简历上,列着一大堆头衔和荣誉。这是自2019年进入农产品直播行业后,农业赋予他的“勋章”。

“我们有一颗非常热衷于农业的心,想用新的营销方式带动农业发展,所以我觉得我们都是新农人。”既跑过各大城市重要展会,也在田间地头寻找优质供应链;既投身传统农业领域,也探索数字化新玩法,广东揭阳的“90后”新农人王泽锋,用电商直播的力量让广东农产品屡屡“出圈”。

“2013年前后,网络开店才1000块钱成本,真的是草根创业。”那是王泽锋对电子商务的启蒙期,虽未摸清电商门道,但他已经开起网店做3C数码配件的生意了。

2015年11月,揭阳市出台了《关于加快电商服务站实现全市农村全覆盖的意见》,提出了八条推进揭阳市电商服务站建设的意见,王泽锋从中嗅到了商机。他在老家军埔村组建了电商销售与直播带货功能兼备的专业团队,为广东春丰天集网络科技有限公司(简称“春丰天集”)的成立打下了基础。

“春播秋收,天集万物”。王泽锋对农业的美好愿景凝结在公司名字上,他与农产品直播的初遇也与此有关。2019年,徐闻菠萝刚刚经历过2018年的卖难,王泽锋受邀,带着主播辗转来到徐闻县开始尝试农产品直播。“我们先从揭阳坐飞机到海南,再从海南坐轮渡到徐闻,就为了这一场原产地直播。”初涉“农产品+直播”,居然受到了意料之外的高度关注。这让他下定决心走农产品直播这条路。

2019年,对王泽锋是极有意义的一年:3月首次尝试直播销售徐闻菠萝,4月首次将农产品直播搬上展会,7月参加首届“短视频+网红”农产品营销(粤港澳大湾区)研讨会,9月首次尝试主播培训……

近年来,广东省积极探索,致力于把广东打造成短视频促进农产品营销模式转型升级的策源地。王泽锋紧跟风口,促成广东农产品“短视频+网红”直播基地落户春丰天集,承揽部分广东省农业农村厅农产品直播电商项目,以“电商+网红+直播+短视频”模式进行农产品网络营销推广。

“这个行业其实很难,留存率仅约十分之一。”王泽锋提到,当前春丰天集线下共培养三农领域直播人才600多名,线上共带动500万人次农民参与线上三农和直播知识的学习,培育4300名村播,涌现了一批如“笑笑”“连山九妹”等粉丝量大、带货能力强的村播达人。“并不是所有人都适合,有的人播了几场没效果就放弃了。”王泽锋说,“村播计划”培育人群主要以本地农户和返乡创业青年为主,而后者留下的更多。

“农产品直播发展到现在,消费者对直播带货的新鲜感已经过去了。”在王泽锋看来,未来这个领域的赛道应该在供应链上。

数据显示,今年菠萝销售季,春丰天集用短短两周时间,通过“电商+直播”销售了近6万单菠萝,退货率低于2%。“在生鲜行业的快递物流上,这是比较完美的数字了。”王泽锋认为,这主要归功于前期供应链的筛选和完善。每个月,他和团队都要花大量时间在广东各县域寻找优质供应链,尝试在农产品直播领域实现供应链领跑。“未来的县域经济,县域农产品品牌和县域农产品供应链一定是农产品直播领域的下一个‘蓝海’。”王泽锋表示。

“农产品电商直播讲究‘人、货、场’,县域正好都具备这样的优势。”王泽锋认为,人已经通过“村播计划”在培育,货也在通过供应链的完善不断挖掘,场在田间地头,更是县域独有优势。“这也许能带动春丰天集发展再上一层楼。”

贵州黔西崖壁上的“守蜂兄妹”



位于乌蒙山深处的贵州省黔西市金兰镇宝石村,土生土长的卢勇和妹妹卢敏是当地小有名气的养蜂能人。卢勇今年35岁,2014年返乡创业养殖生态蜜蜂。“家乡的‘野蜂’多,搞养殖基本不需本钱,把家里的土坛、木桶放在岩洞的崖壁上‘守株待兔’即可,野生蜜蜂会自行飞入土坛、木桶中‘安家’。”卢勇说,刚开始第一年,他就发展了33桶(箱),到2021年已经有200余桶(箱)蜜蜂了。

卢勇的妹妹卢敏也加入哥哥养蜂的行列,两人成了“崖壁上的守蜂兄妹”。

目前,卢勇和卢敏每年采收天然生态蜂蜜200多公斤,产值近10万元。兄妹俩不断提高蜂蜜的质量和产量,并通过短视频直播的形式拓展销售渠道。

图为9月5日,卢勇(右)和妹妹卢敏在岩洞的崖壁上检查蜂桶。周圳超/图

地方实践

湖南湘潭“四站融合”服务点累计交易额超800万元

□□ 李容容 彭成

“村上都能取钱、取快递了,现在的政策好,为我们老百姓考虑得太周到了!”9月8日,湖南湘潭县谭家山镇棠霞村村民李运泉来到村级党群服务中心取钱时,顺便取走了快递。过去,村民办事经常要村里、镇上来回跑,如今,棠霞村党群服务中心实现了金融、电商、供销、快递有机融合——这是该县深入推进“四站融合”为老百姓生产、生活带来的便利。

为发展壮大村级集体经济,打通农村服务群众“最后一公里”。去年以来,湘潭县委组织部聚焦农村基层群众融资难、购物难、销售难、取件难等问题,依托“全国农村电商示范县”的

优势,以村级集体经济合作社为平台,在全县范围内集中推进电商服务、金融服务、快递服务和供销服务“四站融合”共建、联点成片。

携手供销社、邮政、天易农商行及银河商贸公司,目前,湘潭县已在47个村精心打造了“四站融合”服务站,实现金融存取收付、商品代买代卖、快递代收代发不出村,解决了当前农村金融、电商、供销、物流服务“下不来”和“走不出”的距离问题,补齐了“农产品上行、工业品下行”的服务短板,拉近了与群众之间的距离。

着眼于打破资金壁垒、畅通融资渠道。湘潭县从天易农商银行选派了194名“金融村干部”到村担任党支部书记(村委会主任)助理,提供金融服务;创新实施“党建共创、金融普

惠”行动计划,动员乡镇党委、农村党支部、党员分别与银行建立合作共建机制;暖心提供差异化金融服务,为信用户、种养大户、家庭农场等对象量身订制“信贷产品”。

据统计,“金融村干部”已累计走访2.4万余户农户或商家,新增福祥便民卡4300张,发放信用贷款1.74亿元。全县审批通过了165个信用村,覆盖率达63%,为170个村集体经济组织发放贷款5400余万元,累计完成授信18亿余元,有效解决了农村融资难、融资贵等问题,实现了引入金融“活水”灌溉农村“良田”。

力求推介特色产品、助力乡村振兴。湘潭县遵循“商业化操作,承包制运营”的原则,在每个村级服务站配备1名“四站融合”站长,运

用银河商贸公司自主研发的城乡惠“农村快递快运+农产品”平台,开展线上商品、农产品买卖、收发快递。同时也将中路铺药糖、乌石腐乳、花石湘莲等湘潭县特色农产品推广到周边各地。如今,杨嘉桥镇富家村、花石镇中华村、谭家山镇棠霞村、石鼓镇高家坪村等村级服务站每月创收近万元,站点每季度按比例分红给村集体合作社。

湘潭县委组织部相关负责人介绍:“截至目前,47个‘四站融合’服务站已累计解决就业200余人,累计交易金额800余万元,辐射带动全县消除了83个集体经济薄弱村,惠及群众近万人,真正点燃了县域经济发展和乡村振兴‘新引擎’。”

江苏沭阳电商诚信经营成“村规”

□□ 刘林 叶春艳 章彦艳

“制定《诚信经营村规民约》对我们电商发展大有裨益,这既是一种经营规范,更是一种鞭策鼓励。我们愿意接受群众和社会的监督,我们共同营造一种诚信的大环境。”9月3日,谈及新制定的《诚信经营村规民约》,江苏省沭阳县颜集镇堰下村花木电商经营户李向波表示,既要把村里的产品卖到全国各地,又要把沭阳的诚信经营理念传播到全国各地。

前不久,在沭阳县颜集镇堰下村召开的9月份党群议事会上,参会的全体党群议事会代表及部分列席电商代表,专题研究讨论、表决通过

了《诚信经营村规民约》。该村规民约分别从遵守法律法规、合法持证经营、张贴诚信标签、禁止虚假宣传、服从行业监管、做好售后保障、加强业务学习、维护交易秩序、严格失信惩戒、严格遵守约定等十个方面,对网络电商诚信经营行为进行了明确规定。不仅是全县首创,也走在了全国前列。

地处中国南北地理分界线的江苏沭阳,是“南花北移之地、北木南迁之所”,是全国闻名的“花木之乡”。该县花木种植面积达60万亩,约占江苏全省的四分之一、全国二十分之一。2020年,该县花木产业年销售额220亿元,从业人员32万人。在沭阳,各类活跃花木盆景电商达4.5万余家,有15个“中国淘宝镇”、84个“中

国淘宝村”。

该县因花木电商产业的蓬勃发展,也导致少数短视的经营户为利益铤而走险,“虚假宣传”“卖假苗”等事件时有发生。

为强化诚信电商品牌建设,近年来,沭阳县相继开展“十大淘宝精英”“花木诚信电商”评选,设立1000万元网络交易诚信专项资金,线下“春风”行动、线上“绿盾”行动、花木“亮牌”行动,持续开展网络诚信体系建设。同时,围绕网络综合治理工作,主动作为,精准发力,实施网络互助发展工程,通过成立沭阳县网络电商互助联合会等有效举措,进一步加强网络文明建设。

“我们制定《诚信经营村规民约》,目的

是把诚信经营以村规民约的形式固定下来。”颜集镇堰下村党总支部书记、村委会主任李彦春说,以此来规范、引导网络电商诚信经营,让守法经营、诚信经营融入日常、成为自觉。

沭阳县委常委、宣传部部长姜若鸣表示,为构建规范、诚信、公平的沭阳网络电商经营秩序,树立诚信经营、守法懂法理念,助力村级网络电商持续健康发展。该县所有涉及花木电商经营的乡镇,都将通过制定村规民约的方式,依托村级党组织,广泛发动群众,综合运用法治、自治、德治手段,引导和规范花木电商诚信经营,共同推动沭阳县电商产业不断发展壮大。