

行业聚焦

麻阳冰糖橙的弯道超车

□□郭永利 农民日报·中国农网记者 韩啸

最近几年,湖南省麻阳苗族自治县的冰糖橙产业中,涌现出一批累计销售过亿元的本地电商商家,大批外地客商也云集于此,县里“追橙子”的队伍日渐壮大。由于地方政府倾力打造品牌,传统供应链纷纷加快“触电”步伐,麻阳冰糖橙逐渐成为湖南单品销量最大的“电商水果”之一,品牌形象在众多橙产区脱颖而出。

“冰糖橙之都”的诞生

和绝大多数脐橙品种相比,麻阳冰糖橙个头相对娇小,但每一枚都汁水丰盈、甜度极高,苗乡人因此又称之为“冰糖泡”。沈从文曾在小说《长河》中写道:“记称‘洞庭多橘柚’,橘柚生产地方,实在洞庭湖南,沅水流域上游各支流,尤以辰河中部最多最好。”辰河,指的就是现在的麻阳锦江河。

麻阳当下最流行的几个冰糖橙品种,其实也经历了漫长的演变史。20世纪60年代末,麻阳从邻近的黔阳县(今洪江市)引进冰糖橙并进行品种改良,陆续培育出“锦绣”“锦红”“锦玉”等一系列新品种;这些带有浓郁麻阳特色的品种,成为日后品牌打造的中坚力量。

后来,“娶新娘、盖新房、上学堂,全靠冰糖橙来帮忙”的农谚在当地流传开来,“中国冰糖橙之都”的美誉也与这个山区小县联系在一起。麻阳不仅成了“鄂西—湘西柑橘优势产业带”的主产区,也是“全国柑橘产业30强县(市)”。2021年,该县栽培面积达到28.5万亩、产量46.8万吨,产值达到18亿元以上,面积与产量均居全国首位。

从产业发展历程来看,麻阳冰糖橙已完成数次弯道超车:从1968年隔壁黔阳县(今洪江市)最初引进,到多次品种改良、扩大种植规模;从2005年袁隆平院士题词“中国冰糖橙之最——湖南麻阳”,再到获评“中国冰糖橙之都”,这其中的产业故事为当地人津津乐道。如今借电商之势,麻阳冰糖橙再次成为火遍全国的生鲜IP;2021年末,在某大型电商平台推出的“双12柑橘狂欢季”中,麻阳冰糖橙长期“霸榜”销售榜单;当地百余家电商企业和上万家微商,正和这个“甜蜜”产业水乳交融。在电商助力乡村振兴的赛道上,麻阳冰糖橙正在上演又一次弯道超车。



麻阳冰糖橙在销售中采用机械分选的模式,满足不同消费者需求。 陈凯 摄

线上新IP崛起

从全国来看,柑橘橙产业早已遍及全国数十省市及上亿农户,诞生了大量产地品牌水果,要从中脱颖而出绝非易事。

“麻阳冰糖橙有现在的‘IP地位’,既有政府引导,也和电商商家的参与分不开。”麻阳县福果福冰糖橙生产加工基地负责人蒋刚介绍。目前,他正在运营自己刚刚建成的3000平方米冰糖橙基地,虽已不再亲自下场“开店”,但仍为当地的电商提供供应链服务。

根据怀化市农业农村局提供的数据显示,2021年末该县已有电商销售公司106家,微商从业达1.2万余户,每年通过网络销售的特色农产品达到了22万余吨,其中冰糖橙占据很大一部分。

就是在被很多怀化人称为电商元年的2015年,蒋刚成了第一批的冰糖橙线上商家。“大批量发货就那个时候开始,现在叫传统‘电商’,还是人找货的模式,多的时候一天能发3万多单;后来一些社交电商逐渐崛起,同行们的表现更夸张。”蒋刚说。看着日渐红火的当地冰糖橙电商产业,他决定聚焦上游的生产加工环节,开辟新战场。

一个产业付出的成本嘛。”杨林笑着告诉记者,“2018年在麻阳收冰糖橙,价格最低的时候只有三四毛钱1斤,2021年果农报价已经涨到1块钱了。”

为品牌提质保驾护航

2020年,为应对柑橘市场新变化,促进全市柑橘产业持续健康发展,怀化市将全市冰糖橙品牌统一为“怀化冰糖橙”区域公用品牌,并主张怀化下辖的柑橘主产区可在“怀化冰糖橙”品牌基础上建立本地子品牌,实行“母子品牌”体系管理。

2021年以来,麻阳县政府出台了各种规范,为自身产地品牌护航。除了推介冰糖橙采摘节等活动,麻阳县还统一了采摘时间、包装标识、合作社(企业)销售,全方位为冰糖橙品牌提质增效。

与此同时,一批电商商家也成了麻阳冰糖橙产地品牌的建设者和参与者,这其中既有本地商家,也有外地“追橙子”的客商。

一名名为“誉福园”的电商企业,其水果全品类年销售额目前已突破2亿元;负责冰糖橙产区采购的经理文斐每年都要花几个月时间待在麻阳。

“我们是本地率先引进彩色包装的电商商家,专门请匠人手绘设计了冰糖橙苗乡元素。”文斐说,“一直坚持始终从麻阳本地采购冰糖橙,保证产地直发,并且只选精品果,擦亮产地品牌的同时,对企业品牌的提升也有好处。”

“正是大大小小的电商企业扎堆麻阳,当地果农、果商的品质意识在不经意间就加强了。”文斐介绍,电商平台上的商品要按不同规格、不同价格来销售,品质上我们和平台都有管控,所以他们开始逐渐改变传统线下渠道统货销售的模式,陆续都开始采取人工和机械分选,对质量格外小心,大家都有了打造精品、提升附加值的意识。

目前,当地很多电商商家、规模化生产经营主体都会通过类似于蒋刚的冰糖橙生产加工基地,进行清洗分拣、筛掉小果次果等工作,再按照60毫米、65毫米、70毫米等不同果径进行包装分装,从麻阳产地直发全国。

“电商加持已经让麻阳冰糖口碑‘破圈’了,未来还是要在产业链上继续发力,在规模、标准、加工、品牌上下功夫,让麻阳冰糖橙一直火下去。”蒋刚说。

“一个产业价格的提升,往往就是另

地方实践

浙江庆元

“村村通快递”让山村生活更便捷

□□ 吴丽珍 农民日报·中国农网记者 朱海洋

“过去除了邮政,其他快递公司的快递都不进村,我们只能去乡里的快递自提点取,费时又费力。如果遇到下雨天更麻烦……现在好了,家门口就可以取快递,真是方便多了。”日前,在浙江省庆元县淤上乡石坝村的石坝村供销社,老板范克林一边说,一边递给村民快递盒。自从有了“邮快合作”,他的小店成了邮政综合便民服务的快递寄存点。村民白天忙没空取,傍晚吃了饭,再来拿快递也不急。

据了解,庆元县大多数东部乡镇位于深山,由于各行行政村交通不便,居住人口少等原因,取快递一直是老百姓的头疼事。去年以来,该县积极响应国家提出的服务三农和快递进村号召,加快推进“快递进村”工作,成立了县快递物流行业党委,充分整合邮政公司与申通、韵达等快递公司资源,借助邮政到村的力量,抓实“邮快合作”工作,实现了全县191个行政村“村村通快递”。

“送信、送米、送油,现在快递也送了!”胡常康是邮政庆元分公司左溪邮政支局的投递员,作为一名党员,他常年自发自为投递区村民派送生活用品,已经坚持了19年之久,“以前因为快递难进村,村民们很少网上购物。‘邮快合作’开始后,不少人还拉着我教他们上网购物,想买啥,手机一点就行。”

据介绍,在庆元县快递物流行业党委的推动下,邮政庆元分公司分别与申通、百世、韵达等9家快递公司签订邮快合作协议,协议服务范围覆盖庆元东部和西部地区15个乡镇,共设有14个便民服务点。截至目前,通过便民服务站投递的民营快递累计超过8万件,日均有1100多件,接下来预计还将增幅30%左右。

此外,为了帮助偏远乡村里的留守老人和孩子解决生活难题,庆元县还实行“包干制”,以快递员自身投递范围划分服务区域,通过党员带头引导乡村快递员在投递派送工作的同时,为群众提供常规事项代办、物品采购等服务。短时间,这样的服务已有1.2万余次。



日前,邮储银行海南省分行信贷员走访白沙黎族自治县“电商带头人”张潮琪(左一)等多位农村“带货达人”,通过金融信贷等方式支持白沙黎族特色产业打开销路。

张潮琪是当地政府大力扶持的电商主播,在邮储银行的帮助下,她通过“直播带货”“制作短视频”等方式,在春节期间销售传统黎锦及相关文创产品超百万元。 符德勇 蔡克明 农民日报·中国农网记者 邓卫哲 摄

陕西铜川:“邮政电商融合”为农产品上行“提速”

□□ 王建强

“张婷,你的快递到了,这几天你的东西还真多哩!”日前,陕西铜川市印台区傲背支局揽投员纪春懿一大早就从网点出发,给山里的乡亲们派送邮件。

“纪叔,现在每天最盼望的就是看到您,这偏远山村多亏有邮政,要不网购都不方便!”印台区王石凹街道办苟村的村民张婷回应。

这是纪春懿生活中最常见的情景,他的“工作路线”串联起了农村群众对便捷生活的期待。

“现在邮政是乡乡设所,村村通邮,有人地方就有邮政服务。”纪春懿说,“自从邮政开始加快县、乡、村物流体系建设,偏远山

村的老百姓也能像城里百姓一样,享受现代化的生活方式了。”

据了解,为全面推行县、乡、村三级物流体系的建设,有效整合邮政、快递企业优势资源,补齐服务短板,打通农村末端“最后一公里”,陕西省铜川市分公司对县、乡、村三级物流体系建设进行了全面部署,畅通农村电商上下行通道,助推乡村振兴。目前,全市建成乡镇邮政运营中心35个,实现全市21个乡镇全覆盖,建成村级综合站点202个,建制村覆盖率达到56.27%。

2021年“双11”期间,耀州区永红果业专业合作社苹果销量大增,为确保时限,邮政工作人员上门为他们提供打包、发货服务。“原来都是我们自己找销路,联系快递公司,尽管我们的产品质量好,但少有人问

津。自从和邮政合作,他们不仅帮助我们寻找销路,还上门帮我们装运发货,为我们解决了大问题。”永红果业专业合作社社长朱永红满脸笑意地说。

近年来,铜川市分公司依托邮政网络优势,推动线上线下融合,打通多种销售渠道;通过拍摄抖音视频,开展线上新媒体宣传,迅速扩大了铜川农特产品知名度;依托邮政物流体系,联合电商企业,以电商企业运营能力优势为保障,以邮政全覆盖邮路为基础,使农产品从地头直达客户手中,打破“最后一公里”瓶颈,在为农户打开销路的同时,降低电商企业运营成本,进一步拓宽“农产品进城”渠道。

以去年铜川大樱桃项目为例,铜川市分公司通过邮乐网平台、学习强国积分兑

换平台、抖音直播、微信视频号等渠道进行铜川大樱桃宣传带货。陈坪村等大樱桃主产区将收寄点铺设到村头道旁,延伸到田间地头,共设点180余处,为广大果农最大限度提供便利。

“邮政的服务到了我们家门口,收寄台搭在我们院子里,我们只管采摘,分拣、装箱、打印单直到装车都是邮政帮我们来做,真是方便了!”陈坪村村民陈增宏说。2021年,铜川市通过邮政渠道累计发出农产品160万件,带动农产品销售1.2亿元。其中,樱桃收寄量16万件,带动销售产值1500多万元;黄堡孟姜源鲜桃收寄3.5万件,宜君青皮核桃收寄2.1万件;苹果收寄量达到130多万件,带动销售产值800多万元。

■ 新电商 新农人

刘运平:“土家烟火”里的创业故事

□□ 廖亮 赵嵩 陈伟

“生活中的美有很多种,唯独这人间烟火气,能温暖整个世界!”这是一个湖北恩施带货博主“土家烟火”的美好愿望,想把大山里最自然、淳朴的土货分享给全国各地的朋友。她叫刘运平,一个湖北省恩施市金子坝社区土生土长的农民。

20世纪90年代的金子坝并没有因种田而富裕,用当地老百姓的老话说是别人一听说都不愿意去的地方。”刘运平作为当地村民深有体会。她说:“过去家里住的是土墙房,父亲在外拉三轮车,母亲则在家种田,家中人均年收入不足百元,自己和妹妹的学费每次都要靠赊账。”直到2013年,因恩施城市发展的需要,金子坝社区征地拆迁工作启动,让刘运平一家的命运得到改变;有了征迁款的支持,她萌生了自主创业的想法,做起了微商。

好不容易慢慢积累了一定客户群后,刘运平又因受新冠疫情影响遇到了瓶颈。热爱山水的她无意间在游玩途中发现了恩施市盛家坝小溪古村落这样一方“世外桃源”,因环境清幽远离闹市,且自然资源丰富,尤其适合山猪饲养。于是,敢想敢干的刘运平和朋友一起于2021年开通了微信视频号“土家烟火”,线上贩卖新鲜山猪肉和其他各类应季土货。

每天清晨7点,她独自开车到大山里,自拍素材,又自学视频剪辑技术,摸索着做起了短视频;经过一年努力,她的视频粉丝量达到了3000余人,微信客户达到了5000人,产品最远卖到了内蒙古。短短一年时间就赚回了本钱,年底集中做年货的时候,还带动不少当地农户、养殖户参与进来。

接下来,为保证猪肉品质,她计划与当地农户签订订单合同,要求必须要以当地的红薯、玉米为饲料,发动每户农户代养3头猪,激发更多人的创业积极性,为当地特色农产品资源提供更多销售渠道。

陈欢:为“山货”出山辟蹊径

□□ 杨振辉 罗中营

“我们主销辣椒、八角、花椒等调味品,月销量差不多30万吧。”3月13日,见到陈欢时,他正忙于对小辣椒、花椒等进行打包处理。

今年32岁的陈欢,是河南省淅川县香花镇陈岗村人。香花镇位于淅川县南部,南水北调水源地渠首毗邻,特别适宜辣椒生长。该镇多数家庭都有种植辣椒的传统。陈欢在心里琢磨,什么时候能开个网店,把家乡这些“山货”推出山区,送上国人的餐桌。

“大学毕业那年,我已经在省城谋了一份不错的工作。有一次回家,得知县商务局正在开展‘农村电商服务站’入村行动,这可是个好机会,不仅自己能创业,还能带动邻里。”陈欢说,经过深思熟虑后,他决定回乡创业,收购本村辣椒在网上销售。

陈欢勤奋好学,多次参加河南云动信息技术有限公司组织的农村电商服务站站长技能培训。“在县电商服务中心帮助下,我的‘陈岗村电商物流服务站’很快运营了。”陈欢介绍,他的电商服务站功能全面,能为村民提供代购代卖、转账缴费、快递收发等多项便民服务,让村民足不出户就能买到心仪物品并送货上门。

“农村电商服务站能为村民提供电商宣传、网络购物、缴费支付、取送货品、便民服务等多种便民服务,让村民足不出户就能买到心仪物品并送货上门。”淅川县农村电商服务中心工作人员黄玉焕介绍,由于陈欢待人真诚,服务也用心,乡亲们对他的服务认可,客户对他的产品满意,他的销量开始直线上升。

从小在农村长大的陈欢,深知农民挣钱不易。他想,自己一个人富不算富,带领大家一起致富才是真的富。于是,陈欢开始组织大家种植一些本地有特色的辣椒产品,他按高于市场价收购加工,并装袋加上商标,就这样,老家的“山货”通过网店走出大山,进入北上广深一线城市的餐桌。

为扩大规模,陈欢开始在多个网络销售平台注册自己的店铺,每个月销售辣椒、八角、花椒近万斤,月销售额在30余万元。在他的带动下,村里的乡亲们年均增收3000元左右。



近年来,贵州省麻江县先后建成县级电子商务产业园、县级电子商务公共服务中心、县级物流服务中心,全县63个行政村均建成电商服务站。同时加大农村电商人才的培训培育,加强与各类电商平台合作,拓宽农产品销售渠道。2021年度麻江县电商网络零售额达1625.43余万元。图为近日,在该县龙山镇河坝村电商服务站,网点负责人在整理待销售的瑶族服饰。 罗文刚 摄