

我市农产品试图破解销售难题 提品质打响品牌 找差异衍生产品



今年以来,全国农产品滞销新闻层出不穷,大批果农损失严重。聚焦我市,在这丰收的10月,花街镇金杜村村民王济南正为全村桔子滞销发愁。一边是化肥、人工等成本的逐步增加,一边是市场前景不被看好,致使许多村民放下手中的农活,开垦的山地因长期无人种植长满了荒草。

面对农产品销售难的困局,五指岩生姜种植者胡波涛、百香果栽培户李锦超、舜芋产品经营者李哲东频出妙招,在提升品质上下功夫,在销售渠道上找商机,在市场竞争中寻找独特优势,试图破解农产品销售难题。

记者 王依娜

品牌化经营 拒绝价格战

近日,开上蜿蜒的盘山公路,记者来到唐先镇下位村。微凉的季节里,细雨正浇湿这条连绵起伏的五指岩山脉。雾气朦胧之间,小心翼翼踩过田间小路,来到胡波涛种植生姜的农田。

胡波涛一边讲解生姜特点,边仔细翻看苗叶,一见有发黄就连根抽起,统一放置处理。为保证生姜品质,胡波涛极少使用农药。生姜遇到病菌后慢慢腐烂、苗叶发黄,提早将生病的生姜摘除可以减少更大的损失。

我们做品牌,保证生姜品质上等等是必要的,拿这些残次品只会砸

了自己的招牌。胡波涛说,生姜喜阴,即使在深山中,夏天还得人工挑来带叶树枝遮蔽阳光。

今年32岁的胡波涛,种植生姜已有5年时间,在农产品种植业中并无优势,但品牌化意识加快了他的发展。

往年,五指岩生姜种植户常面临采收时无人收购,或是收购价低的情况。胡波涛结合媒体宣传、渠道铺设、品牌打造,打响五指岩生姜的知名度,带动了产品的销量。如今,他不仅收购了临近5个村的优质生姜,还给出接近市场平均零售价的收购价。

在源头上把控生姜品质,借助生姜品牌化的效应,胡波涛将五指岩生姜保持在中高端价位,为五指岩生姜找到合适的婆家。通过前期探索和销路市场的积淀,今年包括收购的生姜,总产量达到2.5万公斤。明年,我计划将产量翻一倍。

胡波涛说,受限于土地和劳动力因素,突破5万公斤后,生姜产量将逐渐进入平稳期。

同胡波涛品牌化经营的理念类似,前仓镇溪坦村的百香果种植户李锦超推出了“香思蔓”品牌饮品,而石柱镇新店村村支部书记李哲东则将舜芋售出往全国各地。

创新衍生品 差异化竞争

眼下已是十月,在李锦超的“有缘人”百香果种植区内,大部分百香果已被采摘,只剩小部分果实还未成熟。

百香果作为热带水果,大多种植在广东、广西两省。我种百香果8年,最开始时候身边还没人吃过。李锦超说,为了提高大众对百香果的接受度,他设计出不同类型的衍生品。

由于百香果口感酸甜,李锦超

刚开始接触时也不看好。随着舌尖慢慢适应酸味,香甜开始弥散开来,李锦超意识到它的独特之处,但市场上有不少人难以接受刚入口时的酸度。为此,李锦超推出百香果原浆饮品,依据用户反应不断调试味道。随着百香果的摇身一变,它们身着新装,出现在我市高端酒店。

除了迎合大众口味创造出饮品,在百香果独特滋味和市场需求

之间找到一个平衡点外,李锦超还根据百香果种植周期,试图制作百香果土烧酒和百香果醋。

根据农作物生长特点,最大限度利用农作物,制作相关衍生品,这是李锦超提高农产品销量的特有手段。胡波涛考虑到生姜吃法和生姜功效,推出罐装醋泡生姜、红糖姜茶等产品。李哲东等舜芋经销商还曾针对日本市场,推出舜芋罐头。

铺设新渠道 搭电商快车

提起永康农产品,舜芋是个话题。11日9时,李哲东来到村里种植舜芋的田地前,原本在干着农活的李成江走了过来。在他们像是聊家常般回忆村里舜芋种植发展史中,得知舜芋是如何跟上时代变化,并将知名度进一步提升。

经过对比,如今舜芋品种为红花芋,口感粉脆。为保证品质,这片舜芋接受杭州专门机构抽检,包括水质、泥土、产物,一般为3年一次。

作为“舜芋”品牌,我们在市场上价格是不能低于每公斤12元,苏北、上海、杭州需求量比较多。李哲东说,20多年的种植和品质的保证为舜芋打开了销售之门。

现在通讯方便,通过电话我就能接到供应商的订单。50多岁的李成江是新店村种植舜芋的“元老”人物之一,从小他就在长辈的影响下,跟舜芋打起了交道。以往,村民种了舜芋还得考虑销路,经过一次次农村

经济改革和销售经验积累,一些村民跟采购商熟悉后,做起了代理商。

面对市场,胡波涛和李锦超通过电商销售渠道拓宽了销售范围。胡波涛在产品设计上颇下功夫,专门请了广告团队来设计产品包装和拍摄产品图。简洁的产品外观,讲究的构图为产品形象加分。李锦超则考虑到广州一带百香果产量优势,并未在网上销售百香果,转而销售百香果饮品。

海外订单纷至沓来 民间演具走出国门

记者 王依娜

本报讯 改革开放后古装戏恢复时,我就做演具了。一开始用纸板做,后来自己摸索,边做边学。近日,花街镇新川村位强美术工具戏具店店主胡位强说。

作为九狮图制造非遗传承人,胡位强带领着我民间演具制作行业从无到有、从有到强,并朝着“从强到精”的方向不断迈进。

营造节日氛围 需求增多

走进新店九狮龙灯厂,员工正在制作圆形钢圈,这些钢圈将塑造起一条条栩栩如生的龙灯。自禁放令推行后,过节时的鞭炮声、红色垃圾没有了,百姓对欢庆活动的需求却少不了。神态逼真、体型高大的龙灯成了抢手货,活泼有趣、寓意深远的十二生肖成了村里必备道具。

谈起近期民间演具制作的变化,九狮龙灯厂负责人李志曙深有感触:最早我跟岳父胡位强学习做这些,十多年过来,近几年端午节时龙灯的订单明显增多。

村里订单大多是定制,每个村有不同的尺寸要求,无法批量化生产。另一方面,民间演具特点鲜明,用途有限,生产多了也难以卖出。遇到端午、正月等节日,订单一扎堆,他们时常忙到天亮。

最开始,民间演具依赖剧团订单,难以做大。由于民俗文化影响力日渐提升,政府单位、乡镇、劳改农场等部门单位开始注意到民间演具,制作市场才得以不断拓宽。不仅如此,随着横店影视城的快速发展,胡位强儿子胡显新承接影视剧订单,转向批量化生产。

转载民俗文化 远销海外

做民间演具就像做蛋糕一样,有基本功之后,就可以进行创作。胡位强说,民间演具有极强的文化艺术性,在创作道具中,必须根据相应的文化规范进行设计。

在众多制作品种,九狮图可以说是胡位强最拿手的作品。作为九狮图制造非遗传承人,胡位强亲眼见证了九狮图在国内外大放异彩的时刻。

1999年,北京市举行文化旅游节,九狮图一炮打响,得到各界专业人士的认可,胡位强甚至多次随着剧团出国演出。据悉,为了保证九狮图在法国为期25天的巡回演出,胡位强用玻璃钢代替纸板来制作。现场,九头活灵活现的狮子追逐打闹,在抢夺戏球中气氛一次次推向高潮,九狮图因而扬名海外。

前不久,李志曙还接到几个来自韩国和美国的海外订单:韩国人订购的有花灯和龙灯,他们文化跟我们比较相近。美国主要是唐人街的居民来订购的龙灯,为了庆祝活动。

公 告

永康市西津幼儿园拟变更举办者,凡与我有债权债务关系的单位与个人,请自本公告刊登之日起45天内,持有效凭证向永康市城区辅导中心申报。

联系电话 0579-86468103

永康市西津幼儿园
2018年10月24日