

从春天出发

——记首届“美味高邮”农产品电商博览会

□ 禾力

4月17日是第二届中国双黄鸭蛋节开幕的一天。今年的节庆,依然节俭高效,依然宾客盈门,项目多多。尤为引人注目的是,当日上午,市委市政府在新扩建的孟城驿二期馆驿巷内举行了“首届‘美味高邮’农产品电商博览会”开馆仪式,为期五天的博览会由此拉开帷幕。

博览会本着“线上线下结合、企业商家联手、经济文化共融”的原则,突出“集中展示、打造品牌、提质增量、走向世界”的主题,组织全市13个乡镇园区、5家电商企业以及10支农村文化团队,全程参与博览会的展销活动。

两个展馆1000余平方米,50多家农业龙头企业,提供110种农产品,色彩斑斓,琳琅满目,既有老品牌,也有新品种。线下展销一体,观者如云,菱塘鹅、高邮咸蛋被抢购一空。线上重点突破,价格惊爆,抢者如潮,访客量达到50万人次,销售7万余单。短短5天的博览会,线上销售达到250万元,线下销售突破150万元。舞龙、高跷、乡村锣鼓、生态民歌、小戏曲表演以及草炉烧饼、老虎鞋制作等非遗项目展示,将博览会推向高潮,真正实现了经济文化互为搭台,共赢互荣,有力地改变了“文化搭台、经济唱戏”的单向思维,将农村文化推向前台,为市民提供了物质大餐和精神盛宴。

有关市领导这样诠释此次电商博览会:今年是中央提出供给侧结构性改革元年,也是互联网+战略向纵深推进的关键时期,举办“首届‘美味高邮’农产品博览会”,目的是政府搭建平台,引导企业加深认识农产品供给侧结构性改革怎么改,以及互联网+在农产品生产销售上的意义和作用,推动企业加快实践,创新实践,真正发挥市场竞争主体的作用。

撇开销售数字和市民的称赞,博览会达成以及可以预期的成效,可以概括为“三大”,即大展示、大发现、大提升。

大展示:让农产品在同一平台上亮相

一位参加博览会的重点企业负责人说,这次博览会是一次超越历史的大展示。我们参加过省市甚至国家级展览,真正在市内组织这样规模的展览还是第一次。以前只知道,我市农产品资源丰富,产品很多,多到什么程度,这次是真正看到了,也增添了我们对外竞争的信心。

一位七十岁老太太手里拎着一只刚买的菱塘鹅,口里不停地对周围人说,我在菱塘乡展馆前尝了一块菱塘盐水鹅,味道真好,不是出手快,还买不到了。好东西太多了,这也想买,那也想买,我们高邮真不愧为美味之乡。

以前苦于没有合适的场地,每逢双黄鸭蛋节也只能少量地展示传统农产品,而且展而不销。今年正好有了开阔的场馆,把全市农产品做一个集体亮相,把美味送到市民家门口,算是了结多年的心愿。市农委的一位负责人感慨道。展览是集中展示,何尝不是一次竞争。场地面积大小一样,如何布展,展出什么产品,由乡镇园

区自行决定。你的展厅不出彩,你的产品不引人,观众会作出评价,自己面子上也过不去。展示中自有竞争。一位乡镇负责人道出了大展示之中蕴含的玄机。

这次展览准备时间不长,花费也不多,但每个乡镇园区都很认真,派出专门人员装饰展厅,精心布展,解说员、销售员、产品说明书,配备齐全。18个展厅个个有新意,家家有精品。

市委市政府主要负责同志参观了展览,了解新产品的性能以及销售情况,给予了很高的评价,并要求展览时间上尽量长些,不仅让市民全面了解我市农产品总体状况,做好活广告,也要满足市民的消费需求。

还有市民提出,这样的农产品博览会要一届一届办下去,展成果,看变化;能不能设一个永久性的展销馆,逐步发展为农产品集中交易区,让本市农产品展得出,让外地农产品进得来。还真是应了智慧在民间的说法。会不会建一个永久性的展览以至集中交易区,这是后话,至少说明这次农产品博览会深合民意,受到市民的追捧。

应了领导和市民的要求,原本三天的博览会不得不延长两天。

大发现:看到了农产品生产销售中存在的问题

一位在农业战线工作多年的老同志说,他在农业战线上工作了一辈子,从没看过这么全这么新这么漂亮的农产品,有的产品是老的,我看过吃过,但大多数市民没见过,有的农产品,自己听都没听过,比如三垛方酥、临泽的水晶月饼、高邮董糖、界首茶干、甘垛的金针菇、高邮镇的虾素保健品、卸甲的花木、汤庄镇的化妆品、湖西新区的有机大米、菱塘鹅以及清真食品。那位老同志对着一拨人如数家珍,绘声绘色。

布展前,牵头单位对各乡镇园区的展品提出过明确要求:老(老产品、老品牌)、新(新产品、新品牌)、美(味道美、包装美)、实(货色实、价格实)。

这次博览会对全市农产品是一个大挖掘、大发现,有的产品虽然是传统产品,但销售局限在一乡一镇,有所闻而难得一见,比如三垛方酥;有的产品是新产品,但对外销售,高邮人见所未见,比如汤庄化妆品、高邮镇保健品。看得人眼睛馋馋的,舌尖痒痒的。一位多年从事农产品经营的老板风趣地说。

新的旧的悉数登场,低端的精尖的和盘托出,充分体现博览会之“博”。让市民商家有了新发现,也让乡镇企业有了新借鉴。如此之发现还是浅层次的,还有深层次的发现,也许这才是组织者的初衷。

博览会期间,笔者曾与几位电商企业负责人交流。他们在肯定我市农产品品种多、成色好、价格公道的时候,结合销售实践,提出了中



肯的意见。他们认为:有的产品规模太小、小打小闹,处在自给自足的状况;有的产品,包装太简,品相不好,自然不被消费者看好;有的生产企业不注重宣传,不注重收集市场信息,只顾埋头拉车,不会抬头看路;不少生产厂家,还不懂得利用新渠道、新手段,开展营销,制约了生产。他们举例说,为什么高邮蛋、大米在网上销得很好,一方面是品牌响,更重要的是龙头企业注重宣传、注重开辟新的销售渠道。

经营者看到了农产品生产销售方面存在的问题,农村工作组织领导者们也看了潜在的问题。他们透过农产品博览会看到了,农产品生产销售上的信息不对称、科技水平不高、规模偏小,以及生产者素质偏低,形成了瓶颈制约,也由此认识到了,必须从瓶颈处入手,破除制约,产得出,销得好,才能开创农村工作新局面。

这样的发现才是真正的“大发现”。

大提升:从春天出发,抓改革,补短板

春在四月,梦播旷野。在这个春天,以首届“美味高邮”农产品电商博览会为标志,我市开启了三农工作新征程,抓改革,补短板,取得农业供给侧结构性改革阶段性胜利。

分管市领导表示,目前着重抓好两方面工作。

一是召开以企业经营者为主体的座谈会,认真总结首届“美味高邮”农产品电商博览会取得的成效,深入分析农产品生产销售方面存在的突出问题,以问题为导向,厘清政府与企业职能,政府在土地流转、人才引进、政策激励、基础设施建设以及农村公共服务上给农产品生产加工销售以支持和推动,引导企业在品牌建设、规模生产、高效集约生产、科技进步、新兴业态培育、信息技术运用等方面多投入、多创新、补短板,以名特优新产品适应市场,引领消费。

二是进一步分解落实市委分管负责人在全市农村工作会议上提出的“123”发展目标和今年推进的“四大工程”。

2月23日,我市召开了全市农村工作会议,会上市委分管负责人提出我市“十三五”期间三农工作“123”的目标。

“1”就是强化一个核心,举全市之力打造“扬州(高邮)国家农业科技园区(核心区)”,使之成为“国内一流、国际有影响”的农业园区。

“2”就是突出两个重点,把农业增效、农民增收作为农业农村工作的出发点和落脚点。

“3”就是注重三个突破,以“农业招商和项目建设、稳产丰产和去库存、有机农业和生态农业发展”的突破性进展带动农业农村工作的全面推进。

为更好更快地实现目标,今年突出实施“四大工程”,一是实施转型升级工程,进一步做大做强现代农业;二是实施强村富民工程,进一步做实做牢基层基础;三是实施美丽乡村工程,进一步做美做靓人居环境;四是实施改革创新工程,进一步做优做活体制机制。

无论从哪个角度看,农产品的生产销售都是三农工作的重要环节,抓紧了、抓好了,都将是对三农工作的大提升。

博览会早已落下帷幕,而以农业供给侧结构性改革为中心的农产品生产销售改革创新才刚刚起步,这是一场观念的革命、深度结构调整和体制机制与技术的创新。只要方向明确,思路清晰,措施扎实,春天的梦想就会变化秋天的果实,“十三五”开局之战就一定以圆满作结。

责任编辑

郭兴荣



河北蔚县 高佃亮作

中宣部宣教局 中国文明网