

农副产品供应链重构

株洲日报全媒体记者/成皎兰

2024年2月6日
星期二
责任编辑:刘小波
美术编辑:王玺
校对:谭智方

1 信任经济下的味道回归

严格说来,农副产品供应链并非新词。有商品经济,就有城乡供应与流通。而在湖南爆品盟供应链有限公司(以下简称“爆品盟”)负责人徐昶看来,农副产品供应链正在重构。

电商迅猛发展下,资本纷纷入局下沉市场,一波接一波社区团购的兴起和消亡,一定程度上埋下了农副产品的信任危机,也代表了低价团购模式走到了终点。

“大平台都是供应商制度,根据选品标准供货,价格和卖相是主要指标,口感和品质往往难以把控。为了给流通留出时间或提前上市掌控利润和价格,市场上自然成熟的东西很少。”徐昶做生鲜供应10年,疫情期间瞄准社区经济中的这一痛点而入局。

2017年,徐昶以“将果蔬最原始的味道带给消费者”为卖点,所有水果9成熟采摘,24小时从产地直达消费者,迅速打开市场。

湘西红心猕猴桃、常德阳光玫瑰、道县沃柑、永州黄金奈李、炎陵黄桃……在爆品盟700余个团长的助推下,一个个湖南果蔬品种被端上老百姓餐桌。

眼下正是草莓上市的季节,株洲几乎所有草莓园,都是爆品盟的供货商。遇上雨雪天气,草莓成熟变慢,平台进入消费者等草莓的阶段。徐昶说,社区经济是信任经济,选品达不到要求,只会卖一批产品流失一批顾客。

味道的回归,也让乡村农特产品的价值被放大。醴陵的葱油饼、茶陵的花卷、仙霞岭的茶油、攸县的红薯粉和晒肉、炎陵的土鸡土鸭、白关腐乳……爆品盟向县域寻找合作伙伴,分区开发农副产品,逐渐搭建起了辐射全国的300余个供应商网络。其中,株洲供应商60余个。

“比如攸县赵姐家的红薯粉,家里祖传的手艺,以前自己做了在街边卖。现在专门为我们供货,一年超过三千万。”徐昶说,这样的红薯粉匠人,他们在株洲共遴选出3人。

一个供应商就是一个特色品牌,既是供货商又是推广者,以共享共建形式,爆品盟将供应链从农副产品工厂延伸到小作坊甚至农户手能手上,连点成线,串线成链,富有地域特色的农副产品正通过不断畅通的信息链、人才链、物流链送达当地消费者餐桌。

2 新农人联合探新路

象征市场经济前锋的供应链,往往代表着消费活跃的城市视角。在农副产品供应链重构的当下,从种植养殖和加工终端生发出新的供应链思维,正引领着农村掌握新的市场主动权。

1月30日,株洲市新农人联合会联合12家社会组织与白关镇龙凤庵村签订《村社党建共建意向协议书》,计划以党建共建为阵地,共同打造农村农副产品供应链新体系。

为什么是龙凤庵村? “龙凤庵村离城市近,南靠沪昆高速,北接沪昆高速,又是白关丝瓜的核心产区,有一定的产业基础。”株洲市新农人联合会会长、株洲生命之源生态农业负责人于朝朝是龙凤庵村驻村企业代表,2018年回村至今,他见证着龙凤庵村的成长。

去年,他带领龙凤庵村高塘组10多户农户发展林下经济,养殖藏香猪和富硒醉鸡,不到今年1月,所有产品销售一空。

“今年计划带动100户农户参与进来,增加甲鱼、龙虾、鳊鱼等水产养殖。”以公司提供种苗、技术和销售,农户利用林下空地开展立体循环种养的模式,龙凤庵村房前屋后再次焕发出活力。有专做学校、企事业单位及线上供应链的生命之源农业公司的订单农业做支撑,龙凤庵村发展的底气增加了厚度。

一个龙凤庵村,不足以论农村供应链建设。以此为起点,株洲农村供应链或许真能探出一条新路径。

去年,龙凤庵村打造了“良食村”品牌,搭建直播间,成立乡村振兴馆。今年,于朝朝计划着手培养100名农民主播,建立直播矩阵,为供应链起点夯实人才队伍。在“良食村”统一品牌下,他希望集合更多株洲农特产品,进行统一展销,并在长株潭地区建立100个良食村供销驿站,打通社区家庭餐桌、社会餐饮餐桌之路,在集采基础上进一步发展订单农业。

随着越来越多的社会组织加入农村农副产品供应链体系建设,农田到餐桌的环节在减少、距离在缩短、农民利润在增加,消费品质亦在不断提升。

3 社区驿站 自建微型供应链

去年开始做公益助农服务站,今年升级为小区便民服务站,短短不到一年,株洲军创融媒文化传媒有限公司(以下简称“军创融媒”)在长株潭和邵阳落地便民服务站300余个,迅速打开小区市场。

搭上供销社和全国各地种植养殖基地供应链,军创融媒以价格和品质优势,赢得一波忠实的消费者。

“去年几场鸡场捡蛋抓鸡活动,到现在都有人催着做。”该公司总经理刘永胜介绍,2021年,他们将湘潭摄埠岭齐家老屋13家个体鸡场整合为一家大型企业,向上争取补贴和贷款,跑通宰杀和冷链配送环节,目前日宰杀量达5000只。

不管是自建供应链还是背靠大供应体系,最终落脚点,仍旧在服务终端站点。

记者大量走访发现,昔日因生鲜电商平台而遍地开花的小区驿站,正跟着更加多元的供应链一起转型升级。

作为最接近市民的购销末端,一头连着消费者,一头连着供应链,成为城乡交流平台转型。

赵英经营的明月湖小区菜鸟驿站是军创融媒新发展的便民服务站之一。两个快递门面,一个土特产展销厅,低矮的小区一楼车库,卖的都是高端货。

“最好的货,才能培育出最忠实的顾客。”这也是她选择供应链的标准,赵英更愿意选择向居民推荐军创融媒的水果,而手工特产则选择自己亲自加工坊。

这个冬天,凭借浏阳小籽茶油,南亩景园小区服务驿站吸引了一大批优质客户。“好评率达到99%。”老板之一刘范妮介绍,从产油季开始到2月4日,群内预定不断。

在部分货品上自建微型供应链,是各社区便民服务站另一种品牌塑造手段。



蓝盾小区驿站站长刘范妮正在取货。
记者/成皎兰 摄



绿岛家特产店成社交新场所。
记者/成皎兰

上午9时,爆品盟大汉惠配送仓迎来一天最繁忙时刻。
记者/成皎兰 摄



明月湖菜鸟驿站站长赵英正在核对到货单。
记者/成皎兰 摄

4 土特零食店成新潮

杂货铺式的小区便民服务站受群众体以小区居民为主。随着市场的发展,以品质和高端形象出现的农特专卖店,则成为职场中青年的零食新宠。

绿岛家老板娘曹莉经营了旁边绿岛棋牌餐厅二十余年。家住绿口区古岳峰的她,古岳峰乡里土特产一直是店里的招牌。

前几年,她在饭店旁开了一家水果店,谁知水果生意并无新意,反而搭着出售的土特零食成为店里的招牌。顺着供应链拓展完善,今年,她与妹妹先后开出3家土特产专卖店,生意红火。

下午一点半,店里的顾客一波接着一波。看着一个男子一口气拿了4瓶黑芝麻酥,曹莉果断建议他先买两瓶,并推荐给他一瓶南瓜皮,一瓶酸枣条。

照顾客户的细微需求,这是曹莉的服务标准。

蒋女士直奔店里,在大瓷缸里装上一

盒扎鱼,满意而走。“我喜欢吃她家扎鱼扎鸭,是小时候的味道。”面对记者的追问,蒋女士回头答道。

“这些都是有灵魂的产品,能够戳中一些人的记忆点。”曹莉介绍,她从小就喜欢吃这些乡里特产,奶奶90岁高龄了,仍会给她做晒辣椒、茄子皮、黄瓜皮、苦瓜皮等零食,伯伯在食杂果品公司退休,这些经历让她对土特零食有着特殊的感情。

绿口的生姜、古岳峰的剁辣椒、荷塘区民庆食品的苦瓜皮、攸县的晒肉、古岳峰的药糖、湘潭的桃子皮和南瓜皮……曹莉有着严苛的选品,每一样至少达到株洲或周边地区最佳口感,才能入她之眼。

在她的带动下,曾在家做桃子皮、南瓜皮养家糊口的朋友开起了食品小作坊,并成功将货批到高桥市场等地,年产值几百万元。

随着店铺知名度不断扩大,加盟商不

断找上门来。曹莉一一谢绝。

在她看来,土特产要想守住味道,很难量产。这并非一个赚大钱的行当,没有深厚的乡土情结,很难坚持下去。最重要的是,农特产对顾客有着严格的选择性,只有找到精准客户,才能持续下去。这一切,考验着经营者的乡村经营和资源整合能力。

现在,她已累积起各色产品140余个,并将产品反向销售到乡里,在乡里打开了市场。“乡村消费升级是一个巨大的市场,戴永红零食店开到了乡里,我的第一个乡村店也已装修完毕。”曹莉说,不少人在探讨乡村合作社模式,实际上,土特零食店就是一家以销售为目的的合作社。

随着模式的稳定,她也在谋划着做自己的工厂,为后续分店解决货源问题。并跟旅行社推出联名会员卡,以乡村旅游+特产+基地的合作模式,搭建城乡合作新模式。

5 农产品知识产权 尚处空白

乡村农特产业供应链发展的背后,离不开近年来各地“一村一品”的建设和发展。

然而,蓬勃发展的农副产业,正面临着产能过剩、种类杂多却品牌缺乏的尴尬处境。对于以地域特色为标签的农特产品,知识产权的保护目前尚处于空白状态。

“比如我们的炎陵黄桃,在红极一时之后,目前正受到怀化、山东等多地的冲击。”爆品盟负责人徐昶认为,农特产品种植应形成全国一盘棋,划定主产区、保护地域性商标和标识,争取打造一个特色、保留一个特色,形成一个品牌。

然而,在实际市场中,缺乏知识产权保护的农副产品,一旦打开市场,则很快进入假冒和劣币追逐良币的怪圈。

“以前榴莲干层是传统手工制作,动辄近百。随着市场不断炒作催生机械化生产,现在已低至十多元。至于产品方面,早已只剩奶油没有榴莲了。”徐昶说,高峰期他每天出货量上千盒,现在一天订单寥寥无几。眼看着一个单品从众人追捧到无人问津,其根源就在于缺乏知识产权保护上。

6 农特产品 如何走出身份之困

比知识产权更迫切解决的,是农特产品的生产资质问题。

记者在采访中了解到,不少土特产虽然广受欢迎,却只能采取预售模式。缺乏身份的三无土特产,如何获得上架资格,成为摆在不少小区驿站站长的发展之痛。

业内人士表示,目前,构成小区驿站的产品主要有大平台团购品,自采3C产品和小作坊制品,三无手工制品。前三者都可正常出售,三无产品一旦被查处,将面临赔偿和罚款。

记者从供应链负责人处了解到,通过社区团购打开市场的纯手工白关腐乳,以往都由各团长在群里预售,去年年初被职业打假投诉赔偿了几千元后,制作方在今年办理了小作坊证。

“摆上货架的白关腐乳,也有了在朋友圈卖货的资格,今年销量翻番。”该负责人介绍。社区团购以团长个体为品牌,消费者往往只相信团长本人,并不刻意追究产品背景。但个人品牌并不能保障长远。从团长本身来说,他们也迫切想要解决这一问题。

“我去市场监管部门咨询过作伪证的办理,如果要达到标准,最少要十几万元。并且三年一年检,费用同样不客气。”曹莉说。拥有多家特产店她尚且如此,作为社区团长,更无力解决此问题。她认为,在关乎民生和安全的问题上,政府对食品安全的监管再严都不为过,但实际情况如何解决,亦应该创新做法。

这一困局,在供应链深耕多年的于朝朝看来,正是商机。

早在一年前,他将这一课题的想法上报株洲市相关部门。他希望在相关部门支持下成立株洲市农特产品集采中心,将散落在民间优质的农产品,通过二次包装、检验,孵化成符合市场标准的产品,以食品安全技术赋能和品牌赋能,化解大量三无农特产品身份尴尬和食品安全隐患。

7 株洲农村供应体系 尚处起步阶段

业内人士认为,尽管近两年大量新农人、社区团长和专业供应链公司纷纷瞄准农村供应链市场,想要在这一蓝海占有一席之地或试图建立标准。然参与者多,成功者少。目前,株洲农村供应体系仍处起步阶段。

究其原因,株洲农副产品供应链以中南菜市场的个体工商户为主,他们并未接受过系统的食品安全、政策引领培训,尚停留在买货卖货的配送思维上。该业内人士表示,株洲供应链的核心目前被外埠企业占领,且这些主要为针对学校集采的单一供应,对老百姓餐桌、社区门店、超市的供应链几乎没有。

此外,株洲农副产品供应链并未抓住本土产品和打通田间到餐桌的这一供应链核心,从而造成株洲优质农产品难以找到优质客户而面临的低价处境。长远来看,供应链体系的缺乏,严重影响着我市农业产业化发展。