

部门齐抓共管,销售转型升级

——2017中国杭州塘栖枇杷节完美收官

曹国伟 孙燕华

本周,2017中国杭州塘栖枇杷节圆满落下了帷幕。纵观此次枇杷节,塘栖镇除了加大现场销售力度,在游客“请进来”的基础上,还大力推行枇杷“走出去”策略:一方面设置精品枇杷集中发货区,让塘栖枇杷进市场、进企业、进超市、进学校、进社区;另一方面,发展枇杷电商,利用淘宝、微信、顺丰大当家等平台,借助网络电商和物流平台,让枇杷插上“翅膀”,飞往全国各地。

据统计,今年塘栖枇杷产量在6500余吨。截止到6月10日,枇杷节期间游客数59.65万人次,营业收入共计12708.35万元,其中枇杷采摘及现场销售收入7276.90万元;电商、微商及上海、杭州市场枇杷配送销售收入1917.18万元;餐饮收入3534.63万元。



塘栖镇人大主席与浙江顺丰签约

“买枇杷可以,但你不能欺负我们的果农”

5月15日,一名游客在选购枇杷时,对一位果农的枇杷翻来覆去地挑拣了好久,但最后又说价格太贵不买了。由于枇杷的果皮果肉较为脆弱,经反复挑拣之后果皮会碰伤,很快就会腐烂,影响销售,果农很生气,与游客争辩了几句,不料该游客脾气火爆,居然想向果农动手。

此时,正在枇杷销售区巡视的塘栖镇领导看到了这一幕,他对游客和果农进行了劝导:“欢迎你到塘栖买枇杷,你的基本权利我们一定保障,但是同时你不能欺负我们的果农。”最后这名游客没有购买枇杷,离开了现场。为了弥补果农的损失,领导和塘栖市场监管所的所长买走了被损坏的枇杷,平息了这场纷争。等众人散去以后,果农超丁村的陈大伯才得知刚刚维护他权益的是塘栖镇领导,感动得流下了热泪。

枇杷节期间,塘栖镇市场监管所、农办、综治办、志愿者们一直驻守在销售区块值班,维护现场秩序,对突发事件进行应急处理。塘栖市场监管所的负责人说,今年应该是有史以来枇杷产量最高的一年,但枇杷节期间的销售却一直很顺利,几乎做到了零投诉。

设立枇杷销售区和维权点,保障游客利益

今年塘栖枇杷销售区将总共设置三处,分别是塘栖镇S304运溪路枇杷销售区南侧新马路、西界河销售区村城东临时菜场、圆满路销售区西面汽车总站旁三个区块。从销售区启动的第一天开始,为了给游客们营造热闹、有序、安全的环境,塘栖镇党委、政府提前做好了全面部署,综合治理办公室、交警、路政、派出所、市场监管、城管中心及村社志愿者队伍也时刻备战。

三个枇杷销售区均设立了工商维权点和公平秤,枇杷节期间公平秤共复称2万余次,有效保障了广大游客及消费者的利益。

销售模式转型升级,枇杷插上电商翅膀销往全国各地

塘栖枇杷节开幕式当日现场,塘栖镇与浙江顺丰速运有限公司正式签约,为枇杷的电商之路奠定基础,余杭区农业局也积极组织邮政EMS等平台对接塘栖枇杷销售,在今年枇杷丰收的大年里,以最快速度把满园丰收的塘栖枇杷保质保量地送往全国各地。

为了拓宽枇杷销售渠道,塘栖镇分管农业副镇长以及农办相关人员一直驻守在销售一线,与果农们深度对接,为电商创客们出谋划策,同物流平台积极沟通协商。据初步统计,塘栖枇杷通过顺丰速运和邮政EMS每天发货量在3000单以上。截至6月10日,2017年顺丰发单量近4万单,邮政EMS4000余单,加上其他快递公司,发单总量在50000单左右。

在互联网发展成熟的今天,过去受到渠道和销路困



开幕式塘栖枇杷鼓表演

扰的区域特色产品,有了全新的商机。今年,塘栖镇致力于“营销枇杷,服务果农,拓宽渠道,增产增收”,结合“美丽塘栖”建设,打造“美丽产业”,着力加快“塘栖枇杷”产业与“互联网+”的深度融合,探索塘栖枇杷线上线下相结合的网络营销新模式,一手抓电子商务系列培训,培养更多电商人才,一手抓物流保鲜体系的完善,突破技术瓶颈,让塘栖枇杷销往全国各地。

从今年四月中旬开始,塘栖镇在塘栖村电商孵化园开展电子商务系列培训,组织青年创客或有想法致力于电商创业的年轻人参与到电商培训中。培训分普训和专训,普训侧重互联网理念和思维的培养,专训侧重店铺装修、宝贝上架、运营美工等实操的培训。共有100余人参加电商普训,经过考核和筛选,近60位学员参加持续一个多月的专训。通过专业培训与指导,今年做电商微商的枇杷农户在数量上有明显突破。学员们纷纷表示,政府提供这样的学习培训非常好,会好好利用机会学习和创业。

在塘栖镇党委、政府的领导下,经过各部门的积极配合和通力协作,2017中国杭州塘栖枇杷节圆满落下帷幕。此次枇杷节,塘栖镇政府不遗余力地将财力、物力、人力落到实处,有效推进了塘栖镇一二三产业融合发展,提升了塘栖枇杷这一区域公用品牌的含金量,品牌效应进一步显现,共同谱写了塘栖枇杷的新篇章。

明年五月,再约塘栖!



哈尔滨工大教授赵业权手持塘栖枇杷



塘栖镇领导亲自走访电商为他们献策鼓励

枇杷销售区凌晨景象