
农村农产品销售问题研究

——以宜城市流水镇为例

姜懿¹

(武汉大学政治与公共管理学院, 湖北 武汉 430072)

【摘要】:“三农”关乎国计民生,是党和国家长期关注的重点问题,农产品销售直接影响“三农”工作的成败。目前我国农产品销售困难,产不好、卖不掉现象时常发生,严重制约了当地经济的正常发展。以宜城市农业大镇流水镇为例,研究该镇农产品销售现状,综合分析存在的问题,并提出普适性意见,为其他地区解决农产品产销矛盾提供参考。

【关键词】:农产品 销售 流水镇

【中图分类号】F323.7 **【文献标识码】**A

1 流水镇基本情况

宜城市流水镇位于该市东南部,面积580km²,北靠襄阳,东与随州接壤,南同钟祥毗邻,218省道贯穿南北,346国道横贯东西,处亚热带季风气候区,气候适宜,土壤肥沃,以西瓜、林果、食用菌为三大主导产业,目前西瓜种植面积5000hm²以上,是“湖北西瓜第一镇”,该镇在产业转型升级后,黄桃、软籽石榴、红桃等高端优质水果种植面积达到4500hm²,食用菌产业年产量继续突破1000万袋。

2 流水镇农产品销售现状

2.1 传统模式

流水镇作为农业大镇,传统的销售方式经历了一步步的演变。就西瓜来说,20世纪90年代,该镇干部为了打开西瓜销路,亲身前往全国各地招商引资,将商贩带到流水购买西瓜,让流水西瓜进入全国市场。随着西瓜知名度不断提高,流水西瓜获得国家农产品地理标志,现在每到西瓜成熟季节,瓜农将西瓜运送到固定位置,等待外地商贩收购,外地商贩将西瓜主要销售至两广地区。

2.2 电商销售

随着电子商务的不断发展,利用互联网销售农产品成了新的趋势,特别是疫情又进一步推动了电商的发展。在这个背景下,流水镇采用“农户+电商”模式,在镇内建设电商产业园,吸引飞尝果蔬、果好思味等5家网点入驻,主要销售本地特色农产品,2021年5月至8月,仅季节性水果就售出超过17.5万kg,销售额突破200万元^[1]。2020年6月,该镇时任党委书记亲自直播

作者简介:姜懿(1993-),女,湖北荆州人,武汉大学政治与公共管理学院MPA在读硕士研究生,研究方向:公共管理。

带货，进行“云销售”，两个小时就吸引了超过 25 万人次观看，销售额超过 60 万元。

2.3 工会助农

2020 年，为了消除疫情影响，党中央、国务院部署开展“消费扶贫”活动，各级工会积极行动，利用中国社会扶贫网湖北特色馆、“扶贫 832”平台，采购湖北省特色农产品^[2]。疫情期间，莺河村合理利用政策，联系葛洲坝宜城水泥有限公司工会销售西瓜 600 余箱。据统计，2020 年，流水镇各级工会累计扶贫消费 20 万元，外地工会采购本地农产品 35 万余元。

2.4 订单农业

订单农业是一种适应市场需求，从根源上杜绝出现盲目生产问题产生的销售模式。在订单农业中，企业在前期与生产者签订订单，明确农产品的质量、价格、数量等，生产者按要求提供产品，有效避免农产品出现供销结构性矛盾^[3]。2021 年，流水镇刘台村采用“订单农业+市场收购”模式，同湖南隆平好粮网络有限公司签订 200hm² 有机稻订单，刘台实业有限公司按订单要求购买种子、农资、化肥，科学育苗、统一种植，农户做好水肥田间管理，实业公司和合作单位负责其他工作，解决了农产品生产后顾之忧。

3 销售中存在的问题

3.1 销售渠道单一

流水镇绝大多数农产品依旧是采用传统的线下销售模式，主要售卖给当地商超、散户等，销售渠道狭窄。以西瓜为例，流水镇在当地主要售卖价格较低的黑美人，价格相对高的礼品西瓜很难获得当地消费者青睐，市场占有率低，单一的销售渠道还加剧了农产品滞销风险，特别是瓜果类农产品，成熟期相对集中，不耐储藏，一旦成熟没有及时找到销路，就容易造成市场饱和，水果积压腐烂，最终损害农户利益。因为 2020 年疫情影响，流水镇大量像桃子、李子这样的农产品没有及时找到销路，错过了保鲜期，给农户造成了巨大损失。

3.2 销售利润较低

目前流水镇大多数农户主要采取“走量”销售，售卖的多数农产品没有经过深加工并且缺少品牌包装，在市场竞争中并没有优势，农户为了保证销量，避免产品积压，只能降低价格，农产品产业效益难以得到保障。以罗汉村目前上市的锦绣黄桃为例，8 月初上市，成熟时间快，上市时间短，保鲜困难，农户采用当天采收当天销售模式，最迟两天就必须完成黄桃售卖，500g 黄桃收购价格 5 元左右，而在网上，相同品质的黄桃售卖价格在 10 元甚至更高。

3.3 村民市场意识不强

流水镇的农户大多学历水平不高并且年龄偏大，一方面习惯采用小规模生产方式，生产效率低，生产质量难以得到保证；另一方面，信息渠道有限，难以敏锐意识到市场需求、及时作出反馈。在农产品种植过程中，容易出现跟风种植，在农产品销售中，这类人群属于弱势群体，在同消费者、中间商等议价中，没有讨价还价的能力，是价格的被动接受者。2020 年，因多方面因素影响，生猪价格持续走高，最高达到 36 元/kg，受到价格刺激，许多村民加入养猪行业。2021 年由于国家管控、市场供求等多方面因素，交易价格在 16 元/kg 左右，生猪价格缩水，个别散户只能亏本贱卖，养猪效益严重下降。

3.4 缺少电商人才

流水镇目前登记在册的电商人才仅有 15 名，绝大多数没有经过专业培训，其中只有 2 人能够熟练应用电商并形成了一定的产业规模。一些农户在注册网店之后，缺少调研人员，市场调查不充分，盲目定价，价格虚高没有竞争优势；缺少电商营销人才，网页设计陈旧，没有吸引消费者的优惠政策，难以引流；缺少售后和客服，在“618”“双十一”等大型购物节，面对突增的销售订单，难以及时处理，发货慢，货品质量参差不齐，损害了用户消费体验，消费者不愿意二次消费。以上因素导致村民依靠电商难以获得产业效益，打消了他们的积极性，阻碍了电商产业的发展。

4 促进特色农产品销售的对策与建议

4.1 有效优化销售渠道

地方要线下、线上综合发力，拓宽优化销售渠道，一方面要筑牢传统线下阵地。地方需严把产品质量关，选取精品优质农产品，进行包装宣传，开通线下实体店，政府部门要进一步加强同商超联系，推动农产品进商超产销对接活动；另一方面要打通新兴电商销售市场。加强物流网点设置，解决产品运送难题，引导农户合理采用现货销售和网络预售方式，利用抖音、快手等短视频平台做好宣传工作，利用网络直播等方式吸引客流，利用淘宝、拼多多、京东等电商平台进行线上销售^[4]，规范电商出售产品的质量以及售后问题，提高消费者满意度，让线上销售真正让农户与顾客双赢。

4.2 提高农产品附加值

要不断提高农产品附加值，提高农户种植积极性，要发展农产品深加工技术，政府给予政策和资金扶持，培养农产品加工龙头企业，利用“企业+合作社+农户”的发展模式，严格制定农产品加工质量合格标准，完善农产品加工监管机制，保证农产品深加工的各个环节科学规范，带动农产品从粗加工到深加工转型^[5]；要加强农产品品控，从村情实际出发，围绕“一村一品”确立主导产业，调整和优化产业布局，制定完善产品标准体系，保证农产品品质^[6]；加大对农产品宣传推广力度，支持品牌企业参加“宣城农产品展销会”“汉江流域农博会”等展销活动，擦亮流水品牌，扩大品牌影响力。

4.3 完善村民市场化教育

地区要拓宽思路，引导农户了解市场，迎合市场需要。随着经济的不断发展，消费者对于优质水果的需求持续增强，在这个趋势下，要带领村民探索“人无我有、人有我优”的产业发展路径，引导和支持农户主动对接市场，科学调整种植品种。以流水镇黄冲村为例，作为西瓜大村，瓜农集中种植普通西瓜，市场饱和，竞争激烈，产业效益低微，通过市场调查，村里及时转换思路，调整品种结构，先后引进菲律宾的“伊丽莎白”、美国的“黑将军”、日本的“千岛小凤”、台湾的黑美人、花仙子等 10 多个新品种，形成小籽瓜、无籽瓜、礼品瓜、甜瓜系列，根据各地需求种植西瓜，应对西安市场种植黑皮瓜，应对湖南市场种植大青皮西瓜，应对武汉市场种植花皮西瓜，应对广东、广西市场种植黑美人西瓜，受到全国各地消费者欢迎。

4.4 大力培养电商人才

要培养农村电商人才，需要从外引、内培上下功夫，在外要做好长短期规划，制定灵活的人才引进政策，完善电商产业基地建设，落实政府贴息贷款等制度，扩展电商人才引进渠道，吸引优质电商人才返乡，短时间缓解农村电商人才缺乏问题；在内要扭转农村对电商存在的偏见，积极组织本土人才参加电商培训，从本地经济社会环境出发，制定符合时代需要和地方实情的培训课程，依托市场培训机构、地方职校开展培训实践，重点提供电商运营、网络直播、物流售后等一站式电商创业培训，可以采用帮带模式，鼓励当地电商人才带领村民进行电商活动，强化村民对电商的实操能力，培养壮大一批了解当地情况、具备乡土情结的电商人才队伍^[7]。

5 结语

农产品销售是解决“三农”问题的重要抓手，直接关系到农民增收和农村经济发展。但是销售渠道狭窄、村民市场意识不强、销售利润偏低、电商人才缺乏等一系列原因制约了农产品销售，要保障农产品销售，离不开政府帮扶和相关部门合作。因此，各单位要整合资源、共同发力，协同妥善解决农产品销售难问题，为农户增收、农村致富保驾护航。

参考文献:

- [1]张杰, 宋敏. 流水镇: 多点发力助推农产品销售[N]. 襄阳日报, 2021-07-29.
- [2]工会消费扶贫行动助力贫困地区决战决胜脱贫攻坚[J]. 中国工会财会, 2020(6):14.
- [3]檀艺佳, 张晖. 订单农业促进了新型农业经营主体对农业技术的需求吗?[J]. 农村经济, 2021(7):129-135.
- [4]肖慧玉. 乡村振兴视角下农林产品线上销售模式研究[J]. 经济研究导刊, 2021(18):4-6.
- [5]王立. 浅谈农产品深加工的经济价值与可行性[J]. 南方农业, 2021, 15(2):146-147.
- [6]省委党校研究员王会欣. 发展品牌农业助推乡村振兴[N]. 河北日报, 2021-03-17(5).
- [7]丁菊, 贾晓东, 柳西波. 农村电商人才开发的路径研究——以乡村振兴战略下的河北为例[J]. 现代营销(下旬刊), 2021(3): 188-189.