

与消费者更近,让产业链更紧

青海门源 电商连通更大市场

本报记者 贾丰丰

脱贫地区回访

3年后再见,马兴全、马兴军兄弟俩更忙了。

故人相逢,让人期待。从青海省门源回族自治县县城出发,约摸一个小时,就来到了位于皇城乡马营村的老牧人生态畜牧业专业合作社。见面后几句寒暄,依旧亲切,记者提议先到养殖场转一转,他俩爽快答应。

难怪更忙了!从饲草区到养殖区,再到冷库区、发货区,一路边走边看边聊,变化可真不小:牛羊数量更多了、大棚面积增加了,还增设了玉米膨化区、240吨容量的谷仓,购置了两辆撒料车、近200头西门塔尔繁殖母牛……不过最有意思的,还得从仓库旁的直播间说起。

核心阅读

直播带货连通更大市场,精细管理提升产品价值,借助平台推动产业升级……3年间,青海省门源回族自治县的马家兄弟俩,一步步找到新的发展思路。与此同时,乡村振兴的新画卷,正在这片热土徐徐展开。

一个直播间,畅通销售渠道

“砰”的一声,打开300瓦的补光灯。灯光明亮柔和,洒向房间角落里的一张桌子、一个直播支架。

“直播时,我们会挂上新鲜的牛羊肉,顾客看上哪块我们就切哪块,现场包装,当天发货,大家买得放心,我们也卖得省心。”马兴军说,“如今,直播已经成为了我们最主要的销售渠道,基本每天都会直播一场。”

聊着如今经营很好的直播间,兄弟俩回忆起2021年9月19日的第一次直播。“要是没人看怎么办?应该说些什么?怎样才能避免尴尬?”带着紧张的心情,兄弟俩点开直播间,把商品链接挂上小黄车,“没想到直播效果超乎预料的好,短短一个多小时,5000多人观看,十几个下单,成交额达到4000多元!”初次试水成功,给兄弟俩增加了不少勇气。

“这不,我们还经常拍短视频。”马兴军掏出手机,点开短视频平台,随着手指上划,一个个特色鲜明的短视频依次加载。“你看,平均浏览量都在好几千,点赞、评论的也不在少数。”说着,马兴军随便点开一条《雪山赶场》的短视频,空旷的天地、白雪覆盖的原野,还有牛羊此起彼伏的叫声,配上风格浓郁的草原歌曲,粗犷而又生动。再仔细看,播放量超4.5万。“越来越多的留言反馈也让我们体会到,咱门源的好风景自带流量!”马兴军难掩自豪。

“只有不断提高直播技巧,咱的牛羊肉才能被更多人了解。”前年,省里组织线上直播培训,兄弟俩赶紧报名,回来后又不断总结经验,让销量有了新的提升。“从今年1月份到现在,我们线上线下的累计销售额已经达到580多万元,其中线上销售占七成以上。”马兴军说。

当天南地北的流量来到草原深处,涌入马家兄弟的养殖场,增加的是人气,带来的是效益。“还有一些顾客会私下通过电话、微信联系我们,他们在需要对接资源的时候,很容易找到相对应的企业。”

一条产业链,创造更多价值

毛色黑亮、四肢结实,挺着粗壮的双角,在马家兄弟的养殖场里,800多头牦牛正悠闲进食,除了鲜明的外貌特征,黄色耳牌也是

它们的标志。

“别小看这个黄牌,它就相当于牛的身份证,只要顾客扫一扫二维码,就能知道这头牛从出生到出栏,甚至每天的进食情况,实现了对牛羊肉‘从牧场到餐桌’的全程质量监控。”说着,马兴全抓起一把饲料,双手搓了搓,草料分离,“看,它们吃的都是仔细搭配的饲料,喝的都是热水。引进它们也是为了改良品种、提升肉质品质。”

商品换了卖法,不只让牛羊换了养法,更多的“化学反应”也在悄然发生。

在直播这个看似并不复杂的过程背后,包括了展示、互动、交易、发货、包装、物流、售后等诸多环节,这些都得兄弟俩操心,这不仅是销售数量上的改变,也是责任的增加。“全国各地成千上万的人一起观看直播时,随时都会提出意见,只有不断提高我们的养殖标准,才能更好满足大家的多元需求!”马兴全笑着说。

除了学习先进的养殖技术,了解先进的经营理念也让兄弟俩获益匪浅。“以前卖牛肉,就是分为简单的精肉与肋巴,但现在,牛排、牛腩、牛腱、牛尾,都得分类包装,这样下来,同样的一头牛,能多赚20%左右。”从卖牛,到卖牛肉,再到卖牛肉制品,马家兄弟也尝到了产品精深加工的甜头。“去年开始,我们和山东淄博的一家企业建立合作,将我们的牦牛肉运送到那儿,加工成牛肉酱、卤制牛肉干以后,再贴上我们合作社的标签,借助电商卖出去,火爆得很!”马兴全说。

一花独放不是春,百花齐放春满园。随着电商销售的不断火热,越来越多的乡亲把牛羊入股到合作社,专业养殖,还有的自己做起了直播、拍起了短视频,拓宽销售渠道……“回来创业的这几年,我们只是带了个头,让大家看见了发展电商的可能,然后一起努力,让更多的土特产品走出高原、走向全国。”马兴全古铜色的脸上,神情谦虚又坚定。

一个电商平台,助力乡村振兴

切分好新鲜的牛肉,用铝箔袋装上,和冰袋一起放进泡沫箱……在马兴军熟练的操作下,10箱牛肉打包完成。“有顾客通过县电商中心的网上商城下单了100斤牛肉,我得赶在物流车出发前送过去。”汽车发动机“嗡嗡”响起,迎着高原清冷的风,马兴军朝着门源县电子商务公共服务中心驶去。

作为门源县一家乡村电商服务站的负责人,马兴军没少和县上的电子商务公共服务中心打交道。“我们一方面与电商平台、快递物流等企业纵向合作,建立共同配送联盟;另一方面,也与乡镇的电商服务站、快递物流服务站、农村便利店等横向合作,推动电商、快递物流融合发展。”正说着,门源县电子商务公共服务中心已在眼前。

在电子商务公共服务中心展示厅一排排干净整洁的货架上,门源蜂蜜、菜籽油、青稞米等特色产品依次排列。“经过7年多的建设,我们已经与全县82家乡村电商服务站形成紧密合作,为农村特色产品网络销售提供品牌注册、网络营销策划、网站托管、冷链运输等一系列服务,让门源好货走向全国各地。”门源县工业商务和信息化局副局长武斌华说。

渠道不断通畅,不仅将特色农产品卖向远方,更多物美价廉的商品也来到了乡亲们身边。“只要在手机上轻松下单,很快就能收货,而且需求量如果达到一定规模,我们还可以跟商家谈判,争取到最优价格。”武斌华打开手机商城,一边展示一边介绍,“今年过年期间,我们举办的网上年货节,备受乡亲们欢迎,成交订单2000余单,交易额40余万元。

这一年,南沙进入高质量发展快车道。今年一季度,全区多项经济指标保持两位数增长,累计落户世界500强企业投资项目247个。5月30日,南(沙)中(山)高速万顷沙跨海特大桥主桥合龙,粤港澳大湾区两大重要交通纽带——南中高速与深中通道正式连通。

这一年,政策效应不断释放。《南沙方案》赋予企业所得税优惠政策、高新技术企业延长亏损结转年限政策等已细化实施。

这一年,南沙港区四期全自动化码头、近洋码头投入运行。南沙港区目前开通151条国际班轮航线,2022年实现集装箱吞吐量超1800万标箱。南沙港铁路已开通中欧、中亚班列,2022年底海铁联运量累计突破10万标箱。南沙国际物流中心已建成启用。

2022年,南沙外贸进出口总值近3000亿元;实际利用外资172.80亿元,增长72.7%;国家进口贸易促进创新示范区实现进口1365.2亿元,增长23.2%。(罗瑞娴参与采写)



责人,马兴军没少和县上的电子商务公共服务中心打交道。“我们一方面与电商平台、快递物流等企业纵向合作,建立共同配送联盟;另一方面,也与乡镇的电商服务站、快递物流服务站、农村便利店等横向合作,推动电商、快递物流融合发展。”正说着,门源县电子商务公共服务中心已在眼前。

山还是那座山,但翻过大山的人们已经看到了新的风景,有了新的眼界,也定了新的目标。“接下来我们将借助电子商务公共服务中心,引导全县中小企业、农牧业合作社、个体经营者积极发展特色农牧精深加工产品,全力打造门源县电子商务产业发展新格局。”谈及未来打算,武斌华的劲头不输创业者,一旁的马兴军打趣道,“这也是我的打算!”

图①:2020年6月18日,本报经济版推出报道《回到大山,是为翻过这座“山”》。

图②:门源县电商公共服务中心工作人员正在整理商品展示货架。

图③:从门源县发出的快递运输车辆正行驶在道路上。

图②、图③为本报记者贾丰丰摄

山东青岛试点健身预付三方监管

推动解决预付式消费纠纷

本报记者 王沛

手握健身卡,商家没了影,山东省青岛市市民小杨很上火。最终,该纠纷通过青岛市体育巡回法庭调解,才得以解决。

近年来,预付式消费纠纷中的合法权益维护,一直是“老大难”问题。山东省消费者协会发布的《预付式消费专题调研报告》显示,健身服务领域是预付式消费投诉较为集中的领域之一。

为推动解决预付式消费纠纷,青岛市体育局指导开发的运动官数字体育服务平台(以下简称“运动官”)此前在微信小程序上线,推动当地加强体育类预付消费资金监管,试点三方监管模式。

青岛市体育局副局长谭鹏介绍,运动官与拥有央行支付牌照的第三方平台(通联支付网络服务股份有限公司)、青岛银行成立了三方共管的体育消费资金安全监管账户。消费者通过运动官购买的课程、租赁的场地,均执行按次收费,办卡预付资金由青岛银行统一进行监管,设置专款账户。

据悉,顾客上课结束,对服务满意后出示课程码,俱乐部通过核销端对此次课程进行核销,系统将自动进行分账,俱乐部获得收益。如用户因各种原因不想或无法继续消费剩余课程,可以在小程序个人中心服务模块,将未上课的课程进行退课处理,无需确认,系统将自动退款。目前,运动官覆盖44项体育健身运动项目,注册用户数量近1万,截至目前平台累计消费金额超160万元。

擦亮「紫色名片」 打造「葡萄酒之都」

本报记者 张文 刘峰

贺兰山下,美酒飘香;塞上江南,喜迎宾朋。近日,国际葡萄与葡萄酒产业大会、第三届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会在宁夏银川落下帷幕。

本届大会以“自然·创新·文化·生态”为主题,举办了开幕式、产业峰会、中法葡萄酒文化旅游论坛、文化旅游节、国际葡萄酒大赛等12项重要活动,来自42个国家和国际组织的专家学者、行业领军人物、企业家代表参加,共签订融资、投资、销售类项目224个,协议总金额307.2亿元,涵盖酒庄建设、文化旅游、葡萄酒销售等多个方面。

“葡萄酒已成为宁夏对话世界、世界认知宁夏的‘紫色名片’。我们努力办出一场有品位、有格局、高质量、高效益的葡萄酒产业和文旅深度融合发展的国际盛会。”在本届博览会新闻发布会上,宁夏回族自治区党委常委、秘书长雷东生说。

因地制宜,塑造产业优势

青铜峡市西鸽酒庄数万亩葡萄种植地里,工人们正忙着为葡萄树绑缚枝蔓、中耕土壤。“这样葡萄结出来的果实一扎齐,方便后期管理、采摘,也利于葡萄均匀成熟。”西鸽酒庄第二基地地理石文化介绍。宁夏贺兰山东麓光照充足、降水少,温差大、湿度小,是业界公认的世界上最适合种植酿酒葡萄和酿造高端葡萄酒的黄金地带之一。近年来,宁夏依托独特自然禀赋和水土条件,出台支持政策,吸引国内外投资并引进先进技术,让贺兰山东麓葡萄酒产区产业基础日渐扎实。

2021年6月,国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区和中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会落户宁夏。两年来,当地积极探索葡萄酒、文化、旅游的融合发展新政策、新技术、新模式,形成一套可借鉴、可推广的特色产业开放发展经验模式,贺兰山东麓葡萄酒产区发展驶入快车道。

截至目前,贺兰山东麓已建成全国最大的酿酒葡萄集中连片产区,酿酒葡萄种植面积58.3万亩,占全国种植面积的35%。产区现有酒庄和种植企业实体228家,年产葡萄酒1.38亿瓶,占全国酒庄酒酿造总量的近40%,综合产值达342.7亿元。葡萄酒产业已成为宁夏调整结构、转型发展、扩大开放、促农增收的重要产业。

“我们把发展葡萄酒产业同黄河滩区治理、生态恢复结合起来,在贺兰山下、黄河岸边的戈壁滩上集中建设百万亩葡萄酒种植基地,探索出一条高质量发展之路。”贺兰山东麓葡萄酒产业园区管委会主任黄思明说。

文旅融合,提升游客体验

走进贺兰山东麓产区最北端的贺东庄园酒庄,葡萄酒文化广场、游园轨道小火车、红酒主题酒店、多功能环保古包、儿童游乐园等文旅设施一应俱全。这里既是贺兰山东麓产区列级二级酒庄,还是国家4A级旅游景区。“我们努力推进葡萄酒文化和文旅休闲融合发展,打造葡萄酒文旅融合样板酒庄。”贺东庄园负责人龚杰说。

自治区党委、政府积极推动文旅融合发展,为葡萄酒产业高质量发展赋能添力。目前,贺兰山东麓产区116家已建成的酒庄中,1/3以上具备旅游接待功能,获评2A级以上旅游景区的酒庄有13家,酒庄年接待游客超过135万人次,酒庄旅游成为宁夏全域旅游不可或缺的元素,由旅游带动的葡萄酒销售额占总销售额的50%。

如今的贺兰山东麓,游客不仅能领略沿途的自然与人文风光,还能在各个酒庄及葡萄园参观、用餐、住宿。

“我们全面做好‘葡萄酒+文旅+生态+产业’这篇大文章,构建贺兰山东麓葡萄酒文化旅游长廊。”自治区文化和旅游厅厅长蔡菊表示。

开放合作,打造经贸平台

多年耕耘发展,贺兰山东麓产区品牌影响力显著提升。先后有60多家酒庄的葡萄酒在国际大赛中获得共上千个奖项,占全国获奖总数的60%以上,产区葡萄酒远销40多个国家和地区。国际葡萄与葡萄酒组织给予宁夏“葡萄酒之都”的赞誉。

2012年,宁夏成为国际葡萄与葡萄酒组织观察员以来,多次参加世界葡萄酒大会,积极与国际葡萄酒顶尖机构和葡萄酒生产国在品种、技术、教育、人才、文化等多个方面开展深度合作。贺兰山东麓产区先后引进170多个国外酿酒葡萄品种,邀请23个国家60名国际酿酒师来宁夏开展合作。

2013年,贺兰山东麓被列入《世界葡萄酒地图》,成为世界葡萄酒产区新板块。10年来,宁夏先后举办9届宁夏贺兰山东麓国际葡萄酒博览会,2届中国(宁夏)国际葡萄酒文化旅游博览会。

“这次大会打造经贸合作平台,挖掘产业复苏动能,促进融合创新发展,为全球经济社会可持续发展作出积极贡献。”在本届博览会新闻发布会上,农业农村部国际合作司一级巡视员倪洪兴介绍。

在农业农村部等部门的大力支持下,宁夏正在建设国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区。根据规划,到2027年,宁夏酿酒葡萄基地总规模达到100万亩,年产优质葡萄酒3亿瓶以上,实现综合产值1000亿元;到2035年,酿酒葡萄基地总规模达到150万亩以上,年产优质葡萄酒6亿瓶以上,实现综合产值2000亿元。

本版责编:沈寅 白之羽 林子夜 版式设计:汪哲平