

充足的阳光、洁净的水土、优良的生态，海南拥有发展热带特色农业不可替代的优势。随着热带特色农业的快速发展，海南农产品流通问题也日益凸显。

有关人士认为，由于缺少农产品营销的“操盘手”，导致渠道、专业运作、包装等方面缺位，海南农产品远远未能体现其应有的价值。

谁来当海南农产品营销的「操盘手」

文\海南日报记者 高虹



今年 5 月，海南西瓜也曾一度滞销。图为琼海嘉积一冷清的西瓜摊。
特约记者 蒙钟德 摄



此次通过“网上预售、线下提货”这种模式，蕉农迅速对接消费市场，对传统农副产品、特别是鲜果或者鲜蔬类产品有着极大的借鉴价值。图为三亚农贸市场水果摊。
海南日报记者 苏建强 摄

“‘聚蕉行动’没有画上句号，只留下一个暂时的分号。”日前，引起网民强烈反响的“聚蕉行动”在 9 大城市暂告一段落，但在海南日报记者电话采访时，淘宝聚划算平台总监阎利珉激动地说。

在东方市大田镇，种植户梁海军同样按捺不住激动的心情。近一个月前，当他为自家 200 亩香蕉销路一愁莫展时，“聚蕉行动”合作方世纪联华海南采购点员工主动找来，以每公斤 1.4 元收购价采购，解了他的燃眉之急。

或许，“聚蕉行动”除奉献出爱心之外，也带来了人们对海南农产品营销的再思考。

小生产与大市场的矛盾

充足的阳光、洁净的水土、优良的生态，海南拥有发展热带特色农业不可替代的优势。据有关部门统计，近 10 年来，海南农业增加值年均增幅相当于全国的两倍。然而，随着热带特色农业的快速发展，海南农产品流通问题也日益凸显。

“当前海南农产品主要流通模式有四种。”海南省商务厅市场体系建设处副处长王星介绍，一是产地农产品批发市场型，目前海南已建设集交易、集散、预冷、储存、检测、物流、配送于一体的农产品批发市场 23 家，全省 70% 以上的农产品通过各类批发市场销往全国各地。

二是龙头企业带动型，体现为以龙头企业通过基地主导农户生产，并负责农产品收购和销售。比如海南永青公司，已联结农户约 10 万户，建立起了 32 万亩生产基地，并在全国市场建立起 60 个批发网点和 800 多个营销终端。目前，我省约有集产供销一体的农业重点龙头企业 40 余家，带动农户 30 余万户。

三是经纪、采购运销型，这也是海南冬季瓜菜运销中常见的模式。即以农村经纪人、外地采购商为主体，深入农产品产区各市场及田头收购并组织运销。据估算，目前我省有各类农产品运销组织 1000 多个，从事农产品运销和贩运的约 10 万人，长期从事海南农产品运销的省外客商达 3000 余人。

四是专业合作组织型。即通过建立专业合作社，将从事同类农产品生产经营的农民组织起来，开拓市场。

“随着海南农业市场化程度的不断提高，农业生产与流通的矛盾日益显现。”王星说，比如小生产与大市场的矛盾，由于分散、小规模的生产难以承担日益扩大的农产品市场化风险，“卖难”问题时有发生，而传统的流通方式与现代农业迅速发展又形成新的矛盾等。因此，如何加快农产品流通模式的创新，提高农产品流通的组织化程度，引进现代流通方式和交易手段等，是摆在我们面前的一个重要课题。

海南农产品营销缺少“操盘手”

“海南农产品中的好东西真不少，像荔枝、龙眼、芒果、香蕉等，但渠道、专业运作、包装等方面缺位，导致其远远未能体现应有的价值。”淘宝聚划算平台总监阎利珉坦言，海南农产品营销的关键问题，是缺少“操盘手”。

在这方面，淘宝不乏成功案例。

去年 3 月 22 日，聚划算团购平台正式上线当天，成交额仅 2094 元。但从 2000 元到 3059 万元，聚划算仅用了 9 个月的时间。尤其去年 10 月 25 日上海世博会落幕前，英国馆决定除供给两国的相关植物研究机构外，构成“种子圣殿”外立面的 6 万多根亚克力“触须”其余部分都交与淘宝进行公益团购。3 天后，一场从未有过先例的团购在聚划算开团，不到 1 分钟，5000 份种子就被抢购一空；淘宝立即追加了 3000 份，不到 1 分钟又被一抢而空。11 月 4 日，淘宝再次追加 2000 套珍藏版种子，不到

5 秒又被抢光。最后，收益全部捐献给上海一家脑瘫儿童康复福利机构。

由于长期受制于传统销售模式、经销商及市场不良竞争等种种因素影响，致使吐鲁番地区出产的高品质哈密瓜卖不出好价钱。聚划算通过与当地政府、企业合作，开辟一块有机哈密瓜基地，同时瞅准曾经直供皇宫和有机两大卖点，开始策划哈密瓜飞出吐鲁番的故事。今年 6 月 10 日，一批新疆吐鲁番的哈密瓜在淘宝团购聚划算平台上开卖，短短 3 天共团购出了 15000 多个，20 吨哈密瓜，并卖出了 100 多元一个哈密瓜的“天价”，让吐鲁番瓜农首次尝到了网络带来的甜头。

记者从淘宝网搜索发现，除了新疆的哈密瓜等鲜果，山东的樱桃和苹果、海南的芒果、四川的柠檬等都是网上热销的产品。据淘宝近一周统计数据显示，山东、海南、广西、新疆等省区为销售额最高的水果原产地；山东、北京、浙江、河北等为蔬菜销售额最高的区域。

国家发改委宏观经济研究院预测部主任吴晓求认为，农民是弱势群体，在中间商面前缺乏谈判能力，中间商通过渠道来牟利，最后通过层层加价到了餐桌上价格就高了很多。

今年这一问题显得尤为突出，多地都出现了农产品滞销、农民卖菜难问题，但在终端消费市场，菜价却水涨船高，消费者也难以吃到“称心”的蔬果。阎利珉认为，此次通过“网上预售、线下提货”这种模式，蕉农迅速对接消费市场，对传统农副产品、特别是鲜果或者鲜蔬类产品有着极大的借鉴价值，不但可以省去商品进入市场后的中间渠道等流通环节，还能打破区域阻隔和来自全国各地的消费者直接面对面做生意，对接终端消费市场。

海南瓜果需要常态化网购平台

海南芒果种植户贺先生也拥有一个属于自己的果园，今年他开始做网上的芒果销售。靠着互联网，他把自家芒果一直卖到了外省。“买家苏浙沪是最多的，其中浙江应该有占到 3 成-4 成左右。”

“网上团购海南香蕉是一种新的销售模式，有可能会带来海南瓜果菜交易方式的变革。”省农业厅市场与经济信息处处长张健认为，过去都是客商到田间地头直接采购，现在通过网络拓宽了渠道、缩短了时间、扩大了消费群，不失为一种很好的尝试。

同时，他提出四点建议：一是淘宝或联华必须与海南种植企业或大户直接对接，才能掌握产品品种、上市时间、上市数量等第一手信息，及时解决有可能出现的问题；二是农户和网站、超市需建立起守信、互信的关系，保持长期稳定的合作关系；三是淘宝或联华要建立起一套质量标准体系，保证销售给网民的产品都能过质量关；四是淘宝或联华必须要有一支专门的服务队伍，做到上联客户、下接基地。

可喜的是，海南省商务厅正在进行的农产品流通体系试点中，已将完善农业信息服务体系作为重要一环。据介绍，该体系包括整合现有各政府部门信息资源和信息网络，建立统一的农产品生产、供求、销售、追溯等综合性信息服务平台；有效推进企业信息化进程；加强对广大农户的信息应用技能培训；建立农产品信息服务体系的长效运行机制等。

海南省农业厅方面表示，近期在把香蕉销售的重点放在销区的中小城市、采取入库储存等措施的同时，也要运用信息网络平台，为香蕉种植户、企业发布供求信息，开展网上促销活动。

让农产品从原产地直接输送到国内的主要消费市场，从田里枝头直接“飞”到消费者篮子里，省去了中间的暴利环节，其流通方式高效低成本。最重要的是，通过网络，农民还能自主掌握定价权，让自己的农产品卖个好价钱。

一切，都将在尝试和探索之中。■