

从采摘游到农家乐,从制作礼篮到杨梅酒,从电子商务到品牌建设

小杨梅“闹”成大产业

一年一度的杨梅成熟季节,杨梅主产区这几天迎来了一年中忙碌的时节。余姚慈溪两地的杨梅市场,空气中都弥漫着酸甜味,南来北往的客人慕名前往,操着各种口音询问杨梅的价格。近年来,随着地方名品牌效应的不断增强,围绕杨梅进行的全产业链开发也愈有深度。

记者 周雁 通讯员 张松高 沈炜

杨梅采摘游迎来高峰

余姚丈亭镇格好山庄,庄主胡海林的手机不时地响起,采摘业务的预订相当繁忙。因为一次性能接待400人就餐,格好山庄是每年杨梅采摘季最热门的采摘园之一。“上个双休日,接待的游客超过了600人,中午就餐时间要翻两次台,今年来采摘的游客多了,餐饮、杨梅销售各方面都带动了起来。”胡海林说,为了合理调配资源,提高服务质量,双休日格好山庄接待散客为主,平日接待团队。

今年是杨梅大年,杨梅产量比往年提高了三分之二,一拨又一拨的采摘客到来,胡海林心里早就算了一笔明细账。“游客停留在山庄期间,人均消费200元

左右。农家菜、精品杨梅都是游客愿意出钱消费的,游客上门来采摘,省了我们雇人摘杨梅的成本,还买走了特色农产品,所以山庄更要把服务和品质提升上去,提升游客消费兴趣,不断开发采摘经济。”胡海林告诉记者,在格好山庄,吃饭买杨梅的游客都不收采摘费,用开放的心态才能吸引来更多的客人。

目前的统计数据显示,今年杨梅的采摘情况预计更好。余姚市旅游局市场科科长葛文龙表示,已累计签约来余姚品尝杨梅的“万人团”3个,“千人团”4个,向该市各旅行社询价、预约的市外杨梅旅游团队达到61个,基本覆盖整个长三角旅游市场。



“同时随着私家车保有量的不断增加,届时,不排除自驾前往的本地及周边游客数量会更多。”他说,2013年仅余姚杨梅节期间就接待游客23万人次,实现收入2.5亿元。

大批采摘游客的到来,带动的还有餐饮住宿。慈溪达蓬山大酒店的负责人郑海燕告诉记者,从6月13日到7月初,每个周末的客房预订率都达到了100%,有时候客人来了没地方住,只能介绍分流到周边其他酒店。“估计最近一个月总营收能有500万元左右,尽管酒店行业整体在下滑,但是杨梅节这种大众消费为主导的地方节庆活动,还是对酒店餐饮住宿有很大的推动作用。”

竹篮、“杨梅手”供不应求

在心仪竹工艺品厂,车间工人熟练地编织礼品篮,负责人张小莉清点着成品数量,一批批往外发货,从早上4点开工,到晚上9点收工,这样的工作状态已经持续了一个月时间。“杨梅节期间是礼品篮销量最大的时候,10个工人加班加点开工,一天生产量大约1500个,可这个速度还是赶不上订货的节奏。慈溪好几个农庄都赶着要提货,人手不够的时候就叫亲戚朋友帮忙去送货。”

“礼篮的销量是一年比一年好,杨梅的礼篮订单最早一批是春节后收到的,为了满足市场,今年还开发了几个造型各异的新品,装重也有1~5公斤各种规格。”张小莉说,农副产品需求量增大,竹篮这一配套产业也跟着火了。

做批发生意的苗少兴也尝到了杨梅节的甜头,杨梅节期间,单批发包装的生意就能有10来万元收入,不过苗少兴说这些是老项目,今年最好卖的是摘杨梅的“杨梅手”。

“越来越多的城里人愿意到山里自己摘杨梅,那些高枝头的摘不到,借助杨梅手这个采摘工具,摘杨梅的乐趣就大了。“前几天我进了500个杨梅手,2天就卖完了,已经陆陆续续进了10批货了,还是供不应求。”

同样供不应求的还有杨梅酒,余姚丈亭河姆渡酒厂是一家生产杨梅酒的企业,除了传统的烧酒口味,今年还开发出了杨梅黄酒这一新口味。老板黄道勇说,来摘杨梅的游客少不了尝尝地方特色的杨梅酒,游客越多生意越好。

冷链物流结合电子商务拓宽市场

为了拓宽市场,农户的目光也瞄向了电子商务。

余姚大自然果蔬有限公司总经理屠挺这几天忙着淘淘宝客。“你看人家樱桃、芒果、莲雾各种水果都在网上销售,搞网络团购开一团火一个,杨梅这么好的东西,要是借助电子商务销售,一定能找到更大的市场。”

看到这一点的还有胡海林,“今年山庄已经开通了淘宝网店、微信公众平台以

及和团购网站合作包装推出了一系列采摘、农家饭以及杨梅空运销售等业务,通过网络平台市场需求明显大于往年。”

屠挺与胡海林之所以有这般底气,源于杨梅冷链技术难关的攻克。在屠挺的仓库,记者看见一箱箱杨梅正在进行保鲜包装。通过泡沫箱加干冰的全套包装,杨梅的保鲜时间提高到了48小时。“48小时意味着全国大部分地区都能送达,并且能保证杨梅的鲜

味与口感。”屠挺告诉记者,通过与顺丰物流合作,北京、广州地区基本朝发夕至,所以今年陕西、重庆等外地订单不少,去年光冷链物流一块的杨梅销售额就有100万元,今年有望再增加。“攻克物流保鲜方面的难关后,我最想做的就是通过网络打开市场,月底我和慈溪一家企业将代表宁波去香港做杨梅推介,我也想借机打开香港市场,期待明年在香港能看到余姚杨梅。”

实施品牌战略 推进产业化建设

尽管杨梅带动了一方产业的发展,但仍然面临诸多问题。余姚市市场监管局曾经做过一份产业调研,发现其中存在的问题除了杨梅科技含量低,贮存能力弱等客观情况外,生产经营规模小是该产业急需改变的方面。“集体杨梅园多以株为单位分给村民,导致生产经营规模偏小,所产生的经济效益在家庭收入中的比例相对

偏低。这种小规模、分散零碎的经营模式,严重制约了农户对生产基础设施的投入改造力度。”余姚市市场监管局有关人士指出。

对于产业的发展,市场监管部门与民企协会等有关方面也开出了良方。比如执行生产标准,实施名牌战略。积极推行国家级“余姚杨梅”生产技术标准,在生产、贮藏、销售等环节实施标准化作业,打造一批名牌

精品。充分发挥杨梅产业协会作用,扩大经营规模,提高组织化程度,降低产销成本,健全市场信息体系,开发加工产品,提高综合竞争力。充分发挥交通信息、技术资金、物资装备、基地设施等方面的优势,不断健全产前、产中、产后一体化服务体系,积极利用物联网技术,加强与电子商务的融合,促进杨梅产业化进程。

链接

第四届全国地理标志商标摄影大赛作品征集启动

近日,中个协启动了第四届全国地理标志商标摄影大赛,活动举办时间从今年5月至11月。参赛内容以地理标志商标的指定商品及其产地、场景、人

物、文化等为题材,主题健康积极,能表达出地理标志商标注册前后特色产业发展、区域经济结构调整以及农民增收致富的变化。12月,组委会将组织专家对参

赛作品进行评审。奖项设置丰厚,获奖作品将在《光影》杂志连续刊登。

具体参赛办法请登录 <http://1090www.com/read.asp?id=8855> 查询。



“实习通”即将启动 全程保障学生实习

为保障大学生毕业实习的效果和融入社会的能力,校企通开发的“实习通”系统软件,目前进入了最后论证阶段,这一系统的应用将对学生的实习过程进行全程把关,让院校、学生、实习单位和家长共同参与,是实习学生和接收单位双方利益的保障。据悉,今年9月,宁波的2所高校、2所高职院校和5所中职院校将作为首批试点院校投入使用“实习通”。

此外,根据国家教育部的相关要求,目前校企通积极筹备全国校企合作公共服务平台的开发建设。在大数据时代,校企通将对各类学生数据进行科学整合和分析,给企业和学校提供更为详实的数据支撑,大数据不仅有利于学校进行学科专业设置,有利于企业对人才的定位和需求对接,为应用型人才的就业和培养提供帮助。 通讯员 沈炜

全球爱眼日 向困难家庭孩子献爱心



“光彩慈善行”是全市广大民营企业会员在各级民营企业协会的统一组织下,开展的一项慈善活动。自今年启动以来,共推出理发、修理等10多项便民服务,服务人次达50多人。宁波德致堂视力保健中心积极响应,在全球爱眼日期间,向特困家庭的弱视、近视孩子推出5个免费理疗名额,进行为期三个月的免费康复治疗。同时承诺每年爱眼日期间都开展免费康复治疗。图为爱心捐赠仪式在宁波德致堂视力保健中心门口举行。

通讯员 沈炜



皇朝家居在宁波已有十多年,受到了众多消费者的认可。

2008年4月份,顾客陈先生到皇朝名家居选择了一整套家居。一周后,陈先生找人挂窗帘时不小心工具脱落砸到床头柜,砸掉了一块油漆。陈先生打电话给客服,公司承诺3日内上门维修。不过事实上,油漆师傅第二天就上门进行了免费修补,售后的态度和油漆师傅的手艺得到了陈先生的认可。

2011年7月家博会,象山顾客李先生下单买了一套10余万元产品。不过李先生家里未装修好,尺寸方面不是很准确,当时该公司承诺李先生在提货2月内随时可以来皇朝展厅调换产品。2011年12月份,李先生与妻子一起到展厅对产品全线调换。为了让李先生放心,该公司特派员工实地量尺寸确认,给出设计方案直到李先生满意。

皇朝家居董事长干林法培训员工时说得最多的就是,要坚持诚信对待顾客,为顾客提供方便。对新进员工,职业培训的第一堂课就是突出有关消费者权益保护的相关法律法规,要求员工一定要把质量、售后服务放在首位。公司还定期进行业务培训和抽查,强调消费者权益不可侵犯。

记者 周雁 通讯员 吴波