

长兴鲜： 助力更多长兴农产品出村进城

□本报记者 程益新

每天早上6点,位于长兴县龙山大道旁的“长兴鲜”旗舰店就开始热闹起来。工作人员忙着将农户运来的蔬菜进行检测、分拣、打包,再配送到各个小区。

整合资源, “长兴鲜”品牌价值初显

走进“长兴鲜”的门店,400余平方米的店铺被农产品挤得满满当当。里面既有长兴紫笋茶、长兴葡萄、吕山湖羊等在省内颇有知名度的特色产品,也有青菜、生菜、苔心菜等一些当地种植面积较大的农产品。

“长兴鲜”电商平台负责人张文华介绍,去年9月旗舰店正式启用,目前已签约本地及对口支援地区农业经营主体121家,上架各类型和规格产品300多款。“我们在龙之梦、水口茶文化等景区开设了3家“长兴鲜”体验店及北京、杭州、嘉兴和江苏南通、无锡、张家港等地设立了多个特约经销点。”张文华说,今年还在淘宝开设了企业店,品牌授权产品“许长芦笋”也正式入驻盒马鲜生,与东方卫视购物频道合作全面展开,抖音短视频、耀你直播等主播带货新模式取得积极进展,传统与现代一体、线上与线下结合的新型营销体系初步建立。

据长兴县农业农村局乡村产业与市场信息科相关负责人介绍,自“长兴鲜”品牌于去年浙江农博会期间正式对外发布以来,先后举办和参与各类品牌宣传推广活动200多场次,截至今年6月底,累计完成线上线下销售额1200多万元。其中,“茶源科技”

“云上直播”, 志愿服务破解“销售难”

“请扫码进入直播间,我们的直播9时30分准时开始,有蓝莓、蜂蜜、梅饼、青梅酒等当地特色农产品。”长兴县林城镇镇长潘宇欢日前来到淘宝直播间,当起了“长兴鲜”林城特产“代言人”。与此同时,在该县太湖街道留下果蔬产业帮扶基地内,街道办工作人员穿上红马甲,手捧“长兴鲜”甜瓜边品尝边直播,几分钟便卖出7000公斤,为20名低收入农户增收近10万元。

近日,长兴县开展“云上直播”志愿服务活动,全力破解农产品销售难题。该活



和“许长芦笋”已正式授权使用“长兴鲜”商标,目前销售额均达到100万元以上,产品品质和市场口碑同步提升,品牌价值初步显现。

据了解,今年以来,长兴县农业农村局全力推进“1+n”的“长兴鲜”新型营销平台体系建设。目前,平台通过资源整合初步构建了“长兴鲜”品牌农产品供应链,为四川木里县、吉林临江县和本省庆元县等对口支援地区销售农产品50多万元。在长兴县农产品电商服务中心和公用品牌服务中心的指导下,目前有十几家主体开展了新产品的开发和包装设计创新等,获得各方好评。

动邀请知名网络主播借助多个网络平台进行直播宣传、“带货”,提升长兴部分农产品和农事节庆活动传播度及关注度。如该县水口乡顾渚山大唐贡茶院举办以“唐宋元明清 从古喝到今”为主题的“长兴紫笋茶文化节暨纪念紫笋茶进贡1250周年”直播活动,邀请网络达人直播品茶,12个平台同时转播,开播2小时观看人数就达62.5万人。同时,微博#紫笋茶的前世今生#话题引发热议,微博阅读量达1932.2万人。

一个平台, 接力缓解供需“痛点”

蔬菜网上下单,居民在社区定点无接触提货,今年,长兴市民的“菜篮子”通过“长兴鲜”得到保障。从2月12日到现在,“长兴鲜”电商平台已累计帮农户销售果蔬30余吨、鸡蛋3.3吨、杀白鸡近2500只。

“要解决这部分订单并不容易。”张文华说,今年疫情发生以来,“长兴鲜”第一时间整合了绿安新时代农业发展有限公司和唔邻社区的相关资源,由“长兴鲜”负责排摸滞销农产品情况,绿安公司则提供场地并承担分拣工作,唔邻社区统一配送。平台采取“线上下单,定点配送”的零接触模式后,还开通22个城区小区自提点,全力销售蔬菜、土鸡等本县滞销农产品,保障市民“菜篮子”供应。截至目前,共销售各类滞销农产品50多吨。

一个平台,既帮助农民卖菜,又帮助市民买菜,缓解供需两端“痛点”。这背后,是一份份爱心接力。为了最大程度地帮广大农户解决农产品的滞销问题,“长兴鲜”携手长兴传媒集团推出《帮扶在行动》第三季云帮扶战疫助农特别节目。两个小时内,共有137名爱心商家参与线上认购活动。整个帮扶活动实现销售总额230万元,“云买家”遍及长三角周边城市。

截至目前,“长兴鲜”电商平台已有关注粉丝4000余人,累计完成销售额400多万元。“随着季节的变换和经营的成熟,‘长兴鲜’的产品种类将越来越丰富,我们会加强对经销商的管理和扶持,让更多更好的长兴农产品出村入城,并依托大数据,实现多渠道销售。”张文华说。



技术人员帮助种植户开展葡萄产品质量检测。王洁涵 摄