

# 做好“土特产”文章 推动特色产业发展

## ——栾城区打造“栾城集”区域品牌销售平台



“栾城集”内顾客络绎不绝。

□王芳 张思梦 赵欣

富硒紫麦面、华泉罐头、马家麦坊的面包馍片……日前,记者来到栾城区的“栾城集”,门店里琳琅满目的特色农产品让人目不暇接,前来买东西的顾客更是络绎不绝。

栾城区全区农作物主要以小麦、玉米、谷子和各类果蔬等种植为主,并有一定规模的从事酒类、罐头、保健品、特色小食品等生产加工企业。以前,企业大都单打独斗,传统特色加工作坊小、散、杂、乱,“土特产”进入市场门槛低,缺乏有影响力的特优农产品区域品牌。2020年,在区政府的主导下,以栾城区供销社为主体创办了“栾城集”特优区域品牌销售平台,带动全区农民种植专业合作社、生产加工企业、种植大户共同致富,助力乡村振兴。

在区域品牌平台创建中,栾城区积极发挥区域历史文化、供销社职能和网络渠道优势,采取“政府主导+供销社主营+合作社供应+社员服务+农民受益”模式,构建了由政府主导、供销社牵头主办,各农民合作社、生产加工企业、种植大户等参与的多方共建机制,有效解决产品供应、销售难题,促进资源整合,推进农业产业化发展。



“栾城集”店面。



顾客正在“栾城集”内选购商品。



樱花节,顾客在“栾城集”移动摊位选购产品。赵欣 摄

西营乡小代梅村正在收获彩色土豆。

### 政府主导 全力推动“栾城集”建设

加强资金支持,树立“栾城集”品牌。栾城区政府将“栾城集”项目建设纳入区重点工作,在政策和资金上给予大力支持,投资200万元分别对“栾城集”现有三个店面进行装饰装修,优化升级配套设施。按照“统一品牌、统一宣传、统一标识、统一销售”经营思路,产品内外包装冠名“栾城集”统一商标开展销售。

建立追溯平台,确保食品安全。在区政府指导下,建立食品安全追溯平台,对有关农产品申办产品追溯码,并印制在产品包装上。经过扫码,产品生产信息、检测报告一目了然,让消费者可放心消费。

加强产品推介,促进农产品销售。栾城区政府积极帮扶产品推介,依托直播活动,知名大V现场推广带货,持续增加该区土特产品的知名度;同时利用2023首届“石家庄·栾城国风樱花节”、石家庄市正定县农副产品加工招商会、2023石家庄栾城区工业企业合作交流会、古寨水镇“五一”天乐诗酒音乐节等活动,积极开展推介展销,让市民更加直观了解“栾城集”的土特农产品,加快推进栾城土特农产品销售与市场接轨。

### 供销社主办 集聚三大优势

“三苏”祖籍味道故里赋予文化内涵。栾城是著名的“三苏”苏洵、苏轼、苏辙的先祖——唐朝宰相苏味道故里,有“三苏祖籍味道故里”之称。“栾城集”区域品牌以“三苏祖籍、味道故里、富硒栾城”为背景,延续近年来农村赶大集的独特乡村文化,采用著名文学家苏辙所著的诗文集《栾城集》得名而来,具有独特的文化内涵和内核支撑。

全域土壤富硒突出农产品特色。栾城区地势平坦,水土丰沃,2022年河北省地质调查院划定栾城区为河北省首个县级全域富硒带,全区天然富硒土地占农用地总面积94.26%。在此土地上生产出的土特产品,含有人体所需的硒元素。栾城区系列富硒农产品广受欢迎,尤其是富硒紫小麦产品、富硒土豆、富硒小米等名优农产品,已作为家乡特产走向广阔市场。

供销社职能提供全方位“三农”服务。栾城区供销社充分发挥服务“三农”职能,以植根农村为基础,大力拓展为农服务领域,实现农业产前、产中、产后各环节的现代农业社会化服务。创办“栾城集”供销社旗舰店,将栾城当地特有的家乡土特产汇集一堂,通过孵化产品,搭建城市与乡村相交、现代与传统相融的销售新平台,拓宽产品销售渠道,提升产品附加值,增加产品吸引力和影响力。

### 创新模式 促进资源整合

“栾城集”利用“农商对接、两社融合、实体经营、网上交易”为一体的新型营销模式,以实体店为载体,融入现代电商、直播带货等销售模式,通过整合资源、打造品牌、凝聚实力,强力推进,大力推介销售栾城区“土特产”,合力培育打造区域品牌。

积极沟通,解决农业产业化龙头企业入驻难题。“栾城集”在开办之初,供货渠道较少,本地的龙头企业认为“栾城集”店铺无法与专业销售渠道相比,入驻积极性不高。区供销社多次走访企业,解释“栾城集”创办的初衷及相关政策,最终达成入驻合作。华泉食品有限公司主要生产水果罐头,是当地著名的农业产业化龙头企业,最初入驻合作时并不太看好“栾城集”平台,供货量少且品种单一。针对这一情况,“栾城集”积极开展产品推广,使水果罐头的销量获得了大幅提升,尤其是“栾城集”正式开业后,产品出现了供不应求的发展态势,补货频率由原来的半月一次,变为一两天一次,甚至一天几次,仅春节期间售卖华泉各类产品4300余箱,让厂家尝到了甜头,积极主动为“栾城集”提供货源、推荐新品。

引领跑办,全力促进农户和合作社发展。“栾城集”对农民合作社、种植大户进行了充分调研分析,了解到栾城区农民合作社以及种植大户手中有许多优质资源,比如:杂粮、小米、紫麦面等具有资源优势,但品牌化、特色化、产业化意识淡薄,仅局限于手工小作坊生产,产量低、收益小,不出名,发展受限。栾城区供销社积极邀请农户和合作社进驻销售平台,协助办理营业执照、卫生许可证等证件,加强产品推广和销售,使农户和合作社获益。垄上庄园是“栾城集”供货合作社之一。目前主要为“栾城集”平台供应富硒苹果。垄上庄园起初不注重打造富硒品牌,产品只作为普通苹果在水果批发



为保障对“栾城集”供应充足,一家罐头生产加工企业正在加紧生产。

商和微信朋友圈推介,经常会遇到水果批发商压价,甚至滞销冷库的情况。区供销社立足于服务“三农”职责,积极将垄上庄园苹果引进“栾城集”,一方面帮助苹果种植户做了富硒检测报告,通过打造富硒苹果提高附加值;另一方面通过“栾城集”大力宣传,利用线上直播、线下实体店等多种销售,销量由原来的25吨提升到46吨,显著提高了农户的收益,有效带动了当地苹果种植业的发展。

### 持续稳步发展 经济效益显著

供销社立足农村、面向农业、服务农民,拥有开展供应销售的优势资源,在农产品品牌化、农业转型升级、乡村振兴的大课题下,以“栾城集”作为突破口,引领农民与市场直接对接,实现农民收入最大化,打通土特产品进入城市、优质农产品进入高端消费市场的“最后一公里”,取得了明显成效。

“栾城集”聚集了60余种特色产品,发展至今已建成“栾城集”品牌店3个,冠名“栾城集”品牌产品25个,富硒产品10种,汇集了全区32家农民合作社、生产加工企业、种植大户,涵盖了该区的富硒紫麦面、富硒双黄蛋等系列农产品,同福、御享臻豆等农业产业化产品,三苏土布、雕版印刷等非遗文创产品等210余个品类,利用政府平台、直播带货等加大宣传,形成了较强的品牌优势,3家“栾城集”品牌旗舰店目前经营效益良好,已成为宣传栾城文化、推介栾城优品的重要窗口,打造的“人间有味是清欢”系列文旅优质农产品和“火树银花”系列文创优品持续走红,为助力乡村振兴作出了贡献。

打造区域品牌。2022年5月,该区“栾城集”品牌建设入选《全国供销合作总社品牌建设优秀案例集》,《挖掘历史文化、擦亮地方名片》为标题的“栾城集”品牌建设相关材料在“全国2023年中国品牌发展国际论坛供销社品牌建设分论坛暨2023年供销社品牌建设质量与品牌工作培训班”上进行书面介绍。打造了“人间有味是清欢”系列文旅优质农产品和“火树银花”系列文创优品。“栾城集”特优区域品牌销售平台,通过对全区土特产品的展示、宣传和销售,提高了土特产品知名度,拓展了市场份额,带动了全区农民种植专业合作社、生产加工企业、种植大户等共同致富。

助推产业融合。“土特产”之特,重在产业建设,既包括一二三产业融合发展,也要内外延伸产业链条。近年来,该区以市场化运作、企业带动、产品流通为引领,促进了一二三产业融合。倾力打造“栾城集”品牌,实施品牌引领战略,先后通过委托加工、定向推介等模式积极与天亮合作社、黍麦坊等企业合作,通过订单销售、委托加工等模式进一步拓展紫麦面、挂面、小米、桃酥、双黄蛋等生产加工渠道,形成从种植、生产加工到品牌销售为一体的二三产融合模式,从而激发了群众种植紫小麦、彩色土豆等区域特色富硒产品的积极性,形成品牌赋能、销售引领、委托加工全产业链服务。为促进上下游种植养殖、生产加工企业良性快速发展,积极发挥“双社融合、助力乡村振兴”作用,为上下游产业链注入金融活水,形成强链补链作用,极大促进了企业发展。

“栾城集”特优区域品牌销售平台,通过对全区农特产品的展示、宣传和销售,提高了农特产品知名度,拓展了市场份额,带动全区农民种植专业合作社、生产加工企业、种植大户等共同致富。以市场化运作、企业带动、产品流通为引领,促进一二三产业融合发展,有效促进全区农业经济发展,推动乡村产业振兴。

(本版图片除署名外均由李明发拍摄)



柳林屯乡东牛村正在举办紫麦丰收节。



栾城区工业企业展览会“栾城集”系列产品展示区。