

用“组织链”托起“产业链”

——辽宁省朝阳市龙城区党建引领农产品产销新模式

于险峰 李婧

再过一个月,辽宁省朝阳市龙城区召都巴镇杠头沟村就进入粉丝生产季了,龙城区电商物流产业联合党委的各个成员都忙碌了起来:村党支部领办合作社进了一批绿豆为制作粉丝作准备;作为联合党委成员,辽宁石化职业技术学院电商专业的师生团队准备好了销售文案;联合党委牵头建设的直播间已安排妥当,位置就在龙城区七道泉子镇新地村物流分拣中心……“2023年我们通过直播销售了1万多斤粉丝。今年有这么多个兄弟单位‘保驾护航’,我们村的粉丝一定卖得更好!”杠头沟村党支部书记程海峰兴奋地说。

据了解,杠头沟村制作绿豆粉丝的历史可追溯到300多年前,但村里人长期以散户经营的方式生产、销售粉丝,产品因没有食品质量安全市场准入认证和商标,进不了商超;个体经营存在产品品质不统一、营销难、物流贵等短板。几年前,龙城区的特色农产品基本上都面临这样的散户经营困境,产品虽然有口碑但难以走出朝阳市。

如何让特色农产品走出乡村?从2018年开始,龙城区推动各村办起党支部领办合作社,合作社为产品申请了食品质量安全市场准入认证并注册了商标;2022年,地处乡村的物流分拣中心落成;2023年,在本地直播团队的推动下,粉丝等农产品逐渐打开销路;2024年3月,龙城区委组织部牵头筹建电商物流产业联合党委,联合7家区属单位、金融机构和电商专业团队。

龙城区委组织部部长王帅介绍,下一步区委组织部将继续按照“党建引领、资源共享、优势互补、共同发展”思路,充分整合本地资源优势,用“组织链”托起“产业链”,探索打造“农产品+电商+物流”产销新模式。

产品有了好商标
能进商超销路广

“我们杠头沟村的粉丝条均匀、色泽晶莹透绿,久煮不化汤、不发黏,十里八村的乡亲都知道我们村的粉丝质量好。”程海峰带着记者一边参观杠头沟粉丝展览馆一边介绍。杠头沟村村民,58岁的程国雷有30多年制作粉丝的经验,他平时在市里务工,冬天就回村制作粉丝。“我们村有这门手艺的人多,以前都是自己在家制作,每斤售价20元左右,便宜的时候十几元,行情好的时候能卖到25元。”程国雷说,最大的难题就是销售,自家做的粉丝不能进超市商铺,自己也没有直播售卖的经验,销量非常不稳定,“我做好粉丝就去农贸市场摆摊卖,有时候也有零售商来收购,我不愁做粉丝,就愁卖不出去。”

2021年,杠头沟村创办村党支部领办农产品深加工合作社,打造村办粉丝加工厂,并成功注册“杠头沟”商标。合作社引进设备,提高生产车间的卫生标准,申请食品质量安全市场准入认证,吸收一批老手艺人来完成生产,还精心设计了产品包装。2021年,合作社生产了7000多斤粉丝,每斤售价40元,过年前全部销售一空,合作社盈利7万多元。不仅让在合作社打工的村民赚到了稳定的工资,还为村集体带来收益。在农产品深加工合作社的带动下,杠头沟村6家粉丝作坊也注册了商标。

杠头沟村粉丝是近年来龙城区各村以党建引领特色农业发展的一个实例。2018年,大平房镇大板村党组织领办合作社为自己种植的金陵大枣注册了“大板辉煌”商标;同年,大平房镇八楼观村党组织领办合作社为所产小麦粉注册了“八楼观村石磨面粉”商标;2020年,海龙街道饮马池村和西大营子镇西涝村的葡萄、边杖子镇黄金店村的小米等当地特色农产品也都注册了商标。

直播带货效果好
物流中心来助力

2022年,杠头沟村党支部领办农产品深加工合作社一鼓作气将粉丝产量翻了一番,生产了1.5万斤粉丝,但销售却不理想,临近过年还剩将近1万斤。“我当时可上火了,粉丝卖不掉就意味着亏掉了本钱,工人的工钱也很难保证,乡亲们还不得戳我的脊梁骨?”程海峰说。

在区委组织部的指导下,杠头沟村党支部与商业直播平台合作销售粉丝。“直播平台给我们安排了直播,并邀请影视演员当主播,几个小时就卖出6000多斤粉丝,但成本也不是一笔小数目。”程海峰表示,每一箱粉丝需要支付六七元的快递费,还得在销售额中提10%的佣金给主播,“一箱粉丝得多支出十几元的成本,一场直播花了几万元成本,我心疼得睡不着觉。”

龙城区农产品电商物流 产业联合党委



经过培训的本地主播走进龙城区农产品电商物流产业联合党委设立的直播间,推介特色农产品。
李长丽/摄

转眼到了2023年,合作社的产能再一次提升,生产了2万多斤粉丝,村干部又开始犯愁,怎么才能卖出去呢?如果再次和商业直播平台合作,就意味着还要承担高额的销售成本。在区委组织部的协调下,来自辽宁石化职业技术学院的龙城区七道泉子镇潘井村第一书记、驻村工作队队长刘立民,带着他的团队开启了性价比更高的直播带货活动。“在我们学院运营的直播间,由电商专业的师生团队为龙城区的特色农产品开了4场直播,主要销售杠头沟村的粉丝和八楼观村的小麦粉。”刘立民告诉记者,直播一共销售了1万多斤粉丝,小麦粉也有不错的销量。

在直播带货成本降低的同时,农产品的物流成本也被“打”了下来。2022年,七道泉子镇新地村党组织利用村内的一片废弃砖厂创办了物流分拣中心。新地村党总支书记王虎生介绍,这个物流分拣中心可为全市数百个村服务,“以前龙城区没有物流分拣中心,快递公司收件后要送到外地分拣,运费高、时间长。现在家门口有了物流分拣中心,物流成本降低了不少,我们给出的价格是全国大部分地区3斤以内的快递费用为2.5元。”

王虎生说,目前每天从朝阳市发往外地的快递件数为1万余件,以各类农产品为主。据统计,从物流分拣中心建成至今,粉丝快递发货共计2000单,每单节省快递费3元,共节省6000余元;小麦粉发货3000单,每单节省快递费3元,共节省9000余元。

2023年,杠头沟村的粉丝不仅销量大幅提升,销售成本也降低

了。“2024年我们合作社的粉丝产量预计能达到5万斤,我们打算还用直播带货的方式销售!”程海峰说起这件事眼睛都笑弯了。

乡村主播真给力
带货特色农产品

“今年可不能光靠刘立民老师的直播团队做义务劳动,还得有咱们自己的直播团队和直播间。”龙城区委组织部副部长刘国凡告诉记者。

2024年3月,龙城区农产品电商物流产业联合党委成立。该联合党委由龙城区委组织部牵头协调,将财政、农委、科技局等7家区直属部门、1家金融机构及1个中心镇、9个特色农业发展较好的村党组织书记,驻村第一书记、选调生、选派干部派出单位的专业团队等纳入联合党委。组织部基层股作为总联络办公室,9个镇街组织委员作为联络员,形成上下联动、协调有力的工作格局,成为一条聚集农产品货源、技术指导、发货物流及线上直播力量的生产销售链条。

成立伊始,农产品电商物流产业联合党委就决定建设特色农产品专属的直播间。“农产品有季节性,比如粉丝的售卖期是头年的12月到来年2月,因为只有零摄氏度以下的低温才能让粉丝成型,天气暖和时粉丝在制作过程中会粘连在一起。小麦粉的售卖期集中在9月、10月,地瓜、葡萄、大枣等农产品也是在不同时间段成熟且短期内售卖。如果开一个直播间只销售一种农产品,每年至少有半年时

间没产品可卖。要是打造农产品专属直播间,建设多个农产品销售平台,从直播间的角度,要全年有产品可卖;从农民群众和合作社的角度,随时要有成熟的直播团队和直播间进行服务。”刘国凡说。

2024年8月底,在物流分拣中心办公楼内,龙城区特色农产品直播间正式落成。10月上旬,记者走进直播间看到,直播台对面的货架上已摆满了将要推介的商品——小米、蘑菇、红薯、大枣……当然还有粉丝。

刘立民表示,他正在为培养农民主播而努力。“今后的发展趋势是培养本地的直播团队来维持直播间的下一步发展。目前,我带着师生团队已在龙城区各乡镇开展了5次直播培训,为500余人次授过课。”

当然,困难也非常突出。刘立民介绍,农民在直播时不善于用画面来吸引网友,文案也很难总结出自家产品最突出的特点,而且农民对直播带货的认知有误区,只有产品滞销时他们才会想到直播,期待直播带货能产生立竿见影的效果。“其实要想完成一场有效的直播,从文本到主播都需要钻研和磨炼,这都需要下一番功夫。”

据了解,龙城区特色农产品直播间最近已经启用,经过培训的本地主播正式上岗。直播间内除了绿豆粉丝、小麦粉,还有仓储葡萄、大枣、红薯、小米、干香菇、干红托竹荪和干羊肚菌等特色农产品。通过联合党委的推动,一条特色农产品的生产销售物流链条已逐渐形成。

据(农民日报)

