

基层农资经营者需不忘初心 用“心”经营

李分民

(北京金色丰度种业科技有限公司,成都 610052)

摘要:基层农资经营者作为农资经营中的一个庞大群体,他们向上面对的是提供产品的企业,向下面对的是成千上万的农户,充当着承上启下的角色。在种植分散、单一农户面积小、种植条件差异大的西南地区,其作用显得更为重要。详细阐述了在利好政策汇聚的农资经营新时代,农资经营者如何不忘初心,找好合作伙伴,选好经营产品?如何运用有效的方法,推进农产品的销售工作?各个环节最实用、最起效的工作是什么?如何把好产品推广到农户手中,让农户增产增收。

关键词:基层;农资经营者;种子;市场

基层农资经营者即通常所说的乡镇零售商。乡镇零售商是一个庞大的群体,他们是连接公司和农户的中间环节。农作物种子放开进入市场以来,种子经营者及围绕种子生产的其他农资(农药、肥料、农机、农膜等)经营者如雨后春笋般地涌现在各大小市场上,农资经营也才开始从计划经济走向市场经济。

现在众多的农资经营者不再是以前那种只卖某一类产品的个体户,而一般都是门类齐全、实力雄厚、注重服务的综合性农资服务公司。但不管是产品丰富的农资经营个体户,还是农资经营公司,他们仍然受到地域、知识、技能、实力等多种因素限制,发展上也颇有局限,产品或品类上怎么布局做得更好?战略规划上如何合理可行?经营上如何提高市场占有率?业绩上如何确保逐年增长?如何调动经营者的积极性?如何有效地处理危机?这些都是农资经营者需要不断学习知识。

在市场激烈竞争的环境下,乡镇零售商也在变革思维,以做大做强为目标,找好的合作伙伴共同发展,变坐商为行商,逐渐塑造好自己的品牌,做大自己的拳头产品,服务好自己用户以期长期获益。经过农资产品这十几年的市场开放,基层的农资经营者有发展壮大的,有销声匿迹的,他们奋斗过、努力过,下过乡、吃过苦,但农资经营者还是觉得生意越来越难做了。究竟要怎么经营才能做大、做强、做久呢?唯有不忘初心,用心经营,方可无所不能。

1 不忘初心

1.1 回望初心,重塑目标 基层农资经营者有的是

从以前政府农业技术部门退下来的农技干部,舍不得那份从事农业、为农业、爱农业、服务农业的执着初心而继续在农资领域发光发热;有的是因为种子放开了,觉得市场前景巨大,要在这个行业里大显身手,干出样子来,让自己成为当地的农业企业家;有的是迎着种子市场化的春风进入农资零售行业,想在这个行当里赚大钱。不管怎么样的雄心壮志,只要您的目标还没有实现,还有那份热忱和热情,都不要忘记初心,回想当年创业之勇,在农资发展的新时代,重树新目标,再迎新挑战。

1.2 恪守初心,持续奋斗 创业难,守业难,知难不难。但再苦再累也没有当初创业那么苦那么累了,因为现在环境变化了,条件变好了,交通方便了,再也不需要去邮局、银行为上家公司打款、汇款了;下乡的道路宽阔了,物资丰富了且精神生活也多彩了,忆苦思甜之时,更是激情澎湃之时,如果在这个时候您还能不骄不躁,不自我满足,谦虚向前,持续奋斗,未来一定属于您的。

1.3 理顺初心,分析总结 世易时移,变法宜亦。环境变化了,时代不同了,法律法规应该顺应时代进行修改。做农资的也一样,需要顺应当前的形势与环境,对自身多年来的经营进行复盘,十几年的发展努力,有没有按照创业之初的目标、方法、步骤走,这么多年来有什么样的经验总结,对业绩不佳进行原因分析,存在什么问题,需要做哪些整改,未来努力方向是什么?有了这些,对优化未来的产品结构,积累有效方法,树立新的目标都是大有裨益的。

1.4 不忘初心,再扬风帆 有了上述这些思想交

融,有了这些反省和自悟,有了这些再创新辉煌的激情,在大变革新时代里,顺应时代潮流,顺应国家崛起而再扬风帆,定能让农资经营走向美好明天。

2 永葆红心

2.1 忠于农业事业之伟大 中国是一个农业大国,农业是立国之本,也是强国之路;农业科技是推动现代农业发展的源动力。农业的落后,说明农业是最大、也是最富发展壮大潜力的行业。种业虽然在农业中占的比重不大,但是其市场贡献率不低。按习近平总书记的指示:“中国人要把饭碗端在自己手里,而且要装自己的粮食”。因此从事种子或与种子密切相关的农产品经营者应该首当其冲,奋战到伟大的农业事业中来。

2.2 牢记从业之初之誓言 创业之初,或为了科技兴农、或为了做强做大、或为了赚点钱稳步发展,一路前行。面对每一年的局势和市场竞争,一直勇往直前,不怕苦、不怕累。如今,新时代的农资市场,竞争更残酷、更激烈,更要牢记从业之初的誓言,不断地学习,提升自身的农资经营智慧,为美好未来努力搏击。

2.3 把握农资变革之脉搏 随着互联网的迅猛发展,农资领域也在这一变革中得到有效推进,农资产品也插上了互联网的翅膀。另外,科技的进步促使农民对科学技术的认知程度越来越高,因此农资经营也要顺应时代潮流,认清形势,把握变革的脉搏,做好提前量,快速反应时代的变革,才不致于在大变革中被淘汰。

2.3.1 由单品项销售转向全品项销售 农资经营者不光要经营种子,也要对肥料、农药等开始涉足,因为农户希望所需农资产品都能打包式的在一处、一次购买或让您一并送货上门,这样简便、快捷。新环境下更要求农资经营者不仅要懂种子,还要懂农药、化肥等多方面的农资、农技知识。

2.3.2 由季节性销售转向全年度销售 我们常说“只有淡季的思想,没有淡季的市场”,农民都期望买您的种子要能丰收到粮食,买您的农药要杀得了虫、治得了病,买您的肥料要有肥效,当然就期望您能听候他的召唤,有问题也好及时处理,所以农资经营不能只顾季节性销售,而要有全年销售意识。

2.3.3 由卖产品卖价格转向卖方案卖价值 如果您的产品得到农民的认可,又有方案能把农民的产出

联系出售,农民省工、省事、省心,就会提高他们对您的粘性,让您的生意更好做。

2.3.4 由广泛小户服务转向大户重点服务 尽管西南土地丢荒现象严重,但随着国家大政方针的施行,产业结构调整,吸引农村劳动力再回到土地上进行耕作,会不断出现一些年轻化的职业农民,他们运用现代化的工具,用科学的技术,找到有经济效益的品类,科学种植、科学管理,提高效益。

2.3.5 农资经营者必须要突破自我,做个全能手 小规模农资经营者要多学习农资基础知识,对农资常识、农产品应用、农产品功效、危害措施等都要学习,才能满足农民朋友之需要,否则农民就不可能信服您。对农资企业来说,除了要懂专业知识,还要掌握运用,懂经营会管理,管人、管财、管物,才算真正的企业经营。

2.4 点燃再战风云之雄心 事在人为,机遇与挑战并存。虽然现在农资经营也处处危机,但不要光看到危机,还要多看到生机、机遇。只要内心充满信心,时时永葆创业激情,拿出当年之勇再战农资风云,定会创造更好的业绩。

3 提振信心

3.1 自身要强大 有一本书叫《我是一切的根源》,说的是自己外在的一切结果都源于自身。一件事,总是怨天尤人,找环境原因、找客观原因是做不好的。农资要经营好,关键是农资经营者自身要强大。农资经营者需要农产品知识、财务知识、管理知识、病虫害防治知识、栽培技术知识,需要良好的沟通技巧、店铺销售技巧等,因此自身做大做强才能帮助更多的人做大做强。

3.2 抓好大机遇 如今,新修订的《种子法》实施不到2年,市场效应还不明显,但不管何时呈现,都将在现实的市场竞争中逐渐显露出来,新环境必将带来新的发展机遇。

新《种子法》促进了企业间的兼并、重组,一定会给种子经营者带来广阔的发展机遇,比如合作方式、合作机会、合作区域、合作生产等。品种由原来的国家审定、省级审定拓宽到绿色通道、联合体、引种备案等,多品种产出时代到来。土地承包经营权再延30年,对农村经济组织、种植大户、合作社都是利好,给农资经营带来福音。新时代的农资市场及农资经营从技术、品种、服务、国家的产业政策,都会

给老百姓带来更多的实际福利。

3.3 树立大目标 有计划不忙,有原则不乱。因此,在农资发展新时代,作为农资经营者要做大目标,设计好自己的发展路径,谋定而后动。有了大目标,就有了方向,有了动力。

3.4 迈开大步伐 如今是大鱼吃小鱼,快鱼吃慢鱼的时代,因此工作状态、工作节奏、工作步伐都要紧跟社会发展趋势,做到人无我有、人有我新、人新我快。不是笨鸟先飞早入林,早起鸟儿有虫吃,而是做一个聪明的早起的快飞之鸟,一定能取得更好的效益。

4 结好同心

4.1 找到志同道合之伙伴 农资经营向上需要与公司合作,经营公司提供的产品;向下要服务农产品的用户。俗话说“男怕入错行,女怕嫁错郎”,作为基层的农资经营者需要找到有实力的、能提供满足市场、符合百姓需要的农产品公司,才是农资经营者发展壮大之前提。

4.2 顺应公司,统一经营思路 基层农资经营者要跟随合作公司,借助公司发展优势,做好自身工作,随公司发展而壮大。农资经营者既已选择合作公司,就该顺应公司发展理念,在公司的文化、愿景、战略、目标指引下,遵循合作公司的营销战法,协同公司建立基层农资经营团队,共同发展。遵守公司市场管控方案,维护共同的农资经营秩序,不串货、不乱价,才能在不同公司、不同产品的竞争中,做出与别人不一样的结果来。跟随公司阶段性工作部署,做好宣传工作,按照工作需要共同推进。

4.3 运用公司推行的有效营销方法开展工作 农产品经营尤其是种子经营更不一般,因为种子是有生命的,是露天工程,不确定的风险多,如种植不当或遭遇恶劣气候导致农民损失或绝收,加上种植户群体多,影响快、影响面广,一旦出现群体案件,后果就不堪设想。因此任何一个农资经营者都要做好农资经营各阶段的工作,方可降低可能出现的风险或取得更好的经营绩效。

4.3.1 做门店门头布置及相关宣传工作 门店犹如农资经营者的脸面,需旗帜鲜明地表明自己经营的农产品种类或具体产品等。门店要交通便利,主推品种要明显,店员要经过培训,要建立种植户档案以利于长久经营,要有样品,要有实证素材等。

4.3.2 做好试验示范观摩工作 新品种未大面积推广之前都有不确定的风险,因此要做好试验工作,看品种在不同环境下之表现,然后根据年际间的品种表现循序渐进地把市场占有率做大。好产品要有好的表现,做好示范以让更多的经营者和农户眼见为实。产品表现出来后,让更多的农户、种植大户来观摩应用效果,才能让百姓增加对品种在购买信心。

4.3.3 做好测产及产品效果的实证工作 种子的测产数据是最好的说明力,比如施过农药后,病得到了缓解,虫得到了防治等,施过化肥后农作物长势明显改变等,这些实证的结果一定要得到保留与固定,在后期的市场经营中是关键的宣传材料。

4.3.4 做好素材收集及样品收集工作 把收集来的测产数据及观摩素材加以应用,让百姓在佐证测产数据及药效试验、肥效试验数据的同时,还有实物印证,更加坚定农户使用信心。

4.3.5 做好农资产品的预订工作 如今农产品经营竞争激烈,需要较旁人先行一步方可取胜。因此要把预订工作做在前面,提前锁定一些用户,为后期集中的销售工作减轻压力。

4.3.6 做好产品兑现工作 预订是提前锁定用户,但真正需要的是实质性销售,只有把农产品卖到实际用户手中才是经营的最终目的。

4.4 行动一致、执行有力 再好的方法都要付诸行动,才能产生效益。做好反衬式对比试验,比如品种表现对比试验、药效对比试验、肥效对比试验等。学习当地市场一些先进的推广方法,通过实践性的变通为我应用。树立标杆,向先进看齐,基层经营者要与其他乡镇同品经营者建立并形成合营团队,互相帮助,相互学习,同时也要学习其他产品、其他经营者的有效方法,找寻自己的差距,学以致用,再努力追赶,甚至超越。所有工作环节、所有工作的推进,都需要与公司一道努力完成。要想自身经营得比别人更好,就必须在关键点上看得更准,该完成的工作一定要做得彻底,每个环节的工作都要稳健推进,还要做得比别人快一步,才会有更好的结果。

5 下定决心

5.1 决心决定成功 有了目标,有了方法,关键是落实,按照方法去落实各环节的工作。只要下定了决心,再多的困难也能克服,再大的阻力也会勇于攻克。

5.2 找到自己的引爆点 在分析了自身优势与劣

青岛市砧用南瓜种子产业现状、问题及发展对策

江玉萍 孙旭亮 周庆强 陈炳强

(山东省青岛市种子站,青岛 266071)

摘要:在对青岛市砧用南瓜种子产业现状展开调研的基础上,对青岛市砧用南瓜种子产业存在的问题进行了原因分析,并提出了助力青岛市砧用南瓜种子发展的对策建议。

关键词:砧用南瓜种子;产业;现状;问题;分析;对策;建议

蔬菜嫁接发源于中国,自公元前约30年《汜胜之书》有瓠瓜嫁接记载的历史以来,迄今已有2000多年的历史。目前,中国蔬菜种植面积居全球第一,蔬菜嫁接应用面积最大。据不完全统计,目前60%的保护地西瓜和甜瓜以及90%的保护地黄瓜都是用南瓜作为砧木进行嫁接,但其中我国具有自主知识产权的砧木品种不多,因此蔬菜专用砧木品种选育工作亟待加强。近年来,青岛市农科院和青岛金妈妈农业科技有限公司等种子企业迎难而上,在砧用南瓜种子研发方面异军突起,发展迅猛,生产的砧用南瓜种子销往除西藏、新疆、东北三省以外的国内大部分地区。嫁接技术的推广应用,大大减少了农药的使用量,是对“资源节约型、环境友好型”绿色种业建设的有力实践。砧用南瓜种子产业已成为青

岛市继大白菜、干制辣椒、花生、小麦和蓝莓之后的又一特色优势种子产业。为摸清青岛市砧用南瓜种子产业现状,青岛市种子站深入砧用南瓜种子研发的科研院所和种子企业,对此进行了专题调研,在此基础上,找出了存在的问题,提出了进一步发展青岛市砧用南瓜种子产业的对策和建议。

1 青岛市砧用南瓜种子现状

1.1 育种情况 目前,青岛市从事砧用南瓜种子研发的科研单位和种子企业主要有青岛市农科院和青岛金妈妈农业科技有限公司。青岛市农科院在国内属较早开展砧用南瓜种子研发工作的单位,先后育成了瓜类砧木品种青研砧木一号、青研甜砧和黄诚根2号,并大面积推广了青研砧木一号和黄诚根2号,主要应用于省内外棚栽西瓜主产区。青研砧木一号是西瓜嫁接专用砧木,高抗枯萎病,耐低温,亲和性高,不影响西瓜品质;黄诚根2号为黄瓜嫁接专

基金项目:青岛现代种业振兴工程项目(QZ201302)

通信作者:孙旭亮

势的情况下,运用公司之优势弥补自己之短,根据公司统一的工作部署,找到适合自己的有效方法,然后纵深运用,做有效、有价值的工作,这就是引爆点,然后让其产生蝴蝶效应,达到面的推进,就事半功倍了。

5.3 持续持续再持续 就是要有水滴石穿的精神,只要紧盯目标,再一步一步地推进各阶段的工作,把每个阶段的工作都做到极致,结果定会达到预期甚至超越预期的结果。只要用心做了,输和赢都是精彩。

在当前激烈甚至会越来越激烈的农资经营新时代,基层农资经营者只要按上述方法,不忘初心,用心经营,永葆当年创业红心;重新焕发奋斗激情,

提振做大做强的信心;与志同道合的合作伙伴结好同心,制订好新的目标,选好自身经营的产品,高效运用公司总结的有效方法;下定决心,踏踏实实地做好农资经营各环节工作,把好的产品推广到农户手中,让农户增产增收,自身定会在经营中得到好的收益。

参考文献

- [1] 周红军,曹凯歌.种子企业营销策略初探.中国种业,2008(1): 32-33
- [2] 孔凡红.把“农资店”变成“农科站”.山东饲料,2010(5): 34
- [3] 蒋春玲,程鸿恩.电商时代,农资路在何方?.长江蔬菜,2016(11): 58-59

(收稿日期:2018-10-22)