

# 满园鲜葡萄 等候客来摘

业内人士认为,大型种植基地仍不能剥离传统销售模式  
今后的采摘游势必拼营销、拼服务、拼环境、拼配套

记者 项乐茹 夏盈瑜 陈希林

又到葡萄成熟上市季节,如何打开葡萄销路是农户们的心头事。记者发现,今年我市的大多数葡萄基地一改传统的销售模式,变“市场销售”为“采摘游”,同时,靠微信营销推广采摘游,成为新一代农户卖葡萄的新招数。



陶山金果园采摘一景

## 改“市场销售”为“采摘游”

上周末,在马屿小蜜蜂生态葡萄园,到处可见葡萄架上挂着一串串红紫或绿色的葡萄,不时有人开着小车前来采摘。葡萄园负责人姚万年告诉记者,今年葡萄可采摘的面积达300余亩,超过去年10%以上。

位于飞云南滨街道的余氏粮果专业合作社,50亩大棚葡萄长势喜人,负责人余日信说,今年葡萄亩产可达2000公斤,售价20

元/公斤,这些葡萄全部用来采摘。

目前,我市本地葡萄陆续进入成熟期,记者发现,大多业主一改以往的做法,变市场销售为采摘游,推销葡萄。

姚万年说,去年,他们首次推出采摘游,市民采摘人数每天达200至300人次,不少是从温州市区、乐清、永嘉等地赶来,“采摘价格可达30元/公斤,效益远远好于送到市场上卖。”余日信早早通过“农民信箱”

发布葡萄采摘的信息。“门票价格成人每位30元,带走的葡萄按照20元/公斤计算。”对于采摘游和市场销售的对比,余日信粗略做了统计:如果50亩全部用作采摘游,至少可节省人工费、装箱费、运输费和市场摊位及管理费等数万元。

我市现有规模较大的葡萄种植基地4个,分布在马屿、陶山、南滨、仙降等地,总面积超过1000亩,今年销售均以吆喝入园的采摘游为主。

## 微信朋友圈里 卖葡萄

“陶山金果园的葡萄熟了,过两天就可以采摘啦,欢迎各位朋友前来品尝采摘!”这两天,陶山镇陶南村金果园葡萄园的负责人王映雪在自己的朋友圈发出微信,微信里不但说明葡萄的品种、价格,还非常清晰地注明前往采摘园的行车路线,特别是配发的几张葡萄照片,颇为吸引人。

王映雪介绍,她的葡萄园共占地30多亩地,葡萄年产量每亩近2000公斤。由于葡萄鲜果不耐储存,必须在成熟期第一时间销售出去,加上自己果园地址有点偏,她需要想方设法把果园里的葡萄吆喝叫卖出去。

在微信朋友圈里“卖葡萄”招揽客人,是王映雪想出的新招。“起初就是想说下自家葡萄熟了,没想到效果出乎意料地好,不少人看到朋友微信转发开车来采摘。”王映雪发现,自己无意间在朋友圈发出的几条微信,就接到了好几个电话订单和采摘咨询,通过朋友间互动评价再转发出去,传播速度很快。

“现在使用微信的人非常多,吃货也多,大家一传十传百,葡萄不愁没销路,更关键是不需要广告费。”王映雪说,她在朋友圈里发出消息后,周末高峰期单日采摘人次达到100多人,营业额则突破3

万元,而她却一分钱也没花在广告推广上。

接下来,王映雪准备继续通过微信营销推广。为了保持受众粘度,她还会经常发送图文信息,跟顾客互动,讨论葡萄品种、吃法等。

不过,王映雪也认为,微信营销不是万能的,首先还是要自家的葡萄品质好。“微信只是把信息传播出去,只有葡萄好,才能迎来一拨拨的回头客。”王映雪明白,微信朋友圈其实就是口碑营销和人际传播,顾客评价好,才会推荐给周围的朋友,进而扩大采摘客流量。

## 发展采摘游,不能剥离传统销售模式

“采摘游的确是开拓种植园销路的一大渠道。”市农办经济发展科科长戴其隆认为,以前种植基地的农产品基本通过批发渠道销售,“门票+销售”的采摘游模式成为当下较为主流的销售模式,是因为农户看到采摘模式的优点:减少人工成本。

戴其隆分析,从农户角度看,虽然水果采摘有一定损耗率,但经过折算后,采摘模式能省去人工采摘成本,与批发到市场相比,利润相对较高。而从顾客角度看,基地现场采摘满足了他们的田园乐趣,即使价格略高也能接受。可以说是一种双赢。

优点这么多,那我市的种植基地的销售,能否全部转型成采摘游模式?

一些大型的水果基地,还是不能剥离传统销售模式。戴其隆表示,这几年,我市采摘经济升温,不少种植基地纷纷效仿。“有些农产品不适合做采摘,有些因气候和成熟期较短等因素导致采摘顾客较少,对产品消化数量有限;其次,采摘游虽然减少采摘成本,销售价也高于批发价,但采摘游也是有额外人力成本投入的,

比如防止浪费、采摘过程的安全管理,其他基础设施、卫生等方面的管理。”戴其隆认为,采摘运行较成功的大多是小采摘园,大型经济作物的种植园面积大,产量高,专门依赖散客上门采摘游是行不通的,农户应将传统销售渠道与采摘游结合,把采摘游作为一种有益补充。“如果到处都是采摘游的话,就要拼营销、拼服务、拼环境、拼配套。”戴其隆说。

发展采摘游要尤其注重产品质量。戴其隆还指出,采摘游的核心还是水果等产品本身,采摘游切忌盲目搞花头,舍本逐末,而不去关注产品本身的口感、质量。

戴其隆提醒农户,发展采摘游还要注意几个环节,一是产品口感要讨人喜欢,种植市场上热卖的水果。其次,环境要适宜采摘,矮化种植,最好让成人伸手可摘。最后,采摘技术要求低,让普通人都能轻松掌握。“像杨梅做采摘游就难做热,因为杨梅成熟时天气热、蚊虫多,杨梅又易掉落,损耗大。相比之下草莓、葡萄、柑橘等果品则较为适宜做采摘游。”他说。

## 刷刷公号,采摘葡萄

看完文章,您是否想去文中的葡萄基地采摘葡萄?有兴趣的游客可以刷本报公号留言,我们将为您提供联系方式,您可自驾前往。



帮你赚钱

## 声海琴行7·12钢琴特惠日

# 2500元券抵5000元 超值优惠等你抢!

7月12日,声海琴行将携世界著名钢琴卡瓦依、巴特·罗宾逊、威廉·斯坦伯格及中国名牌钢琴珠江共同举办7·12钢琴特惠日活动,一如既往地以优秀的产品、合理的价格和优质的服务回馈消费者。

为实实在在让利消费者,该店特别推出“超值券”促销活动,凡在7月12日前购买面值2500元的购琴券,活动当天可抵用5000元。据悉,该项措施只针对前20名购买优惠券的客户,想拥有钢琴、喜欢钢琴、懂钢琴的朋友,千万不能错过这个机会哦!

此外,活动当天除推出特惠琴外,还将进行秒杀活动,即前10名到店购琴者将获得更多优惠,享受“秒杀价”。想要了解活动

相关信息的消费者,可扫一扫右侧的二维码,对“声海琴行”微信公众账号(微信号:chinashanghai)进行关注,掌握实时动态。

“这次抢购活动,品牌丰富、品种齐全、优惠力度大,并且我们保证在声海琴行出售的钢琴,产品都由专门的技术人员层层把关,严格管理,质量绝对上乘。”该琴行负责人表示,近期要购琴的朋友,一定要抓住这次机会前来选购。

另据了解,声海琴行始创于2000年,是我市一家上规模的特色专业琴行,经营各种门类齐全的中西乐器和音响设备。该琴行本着“专注乐器的品牌及品质,代理高品质乐器”的经营理念,从一个普通琴



行一步一步发展成为一家有地方影响力的综合性文化企业。声海所代理的品牌以稳定的音质、优美的音色、灵敏的触键、舒

适的手感和典雅的造型备受广大消费者青睐。

(陈丹丹)

