

周义龙. 海南休闲农业岛外客源市场开拓的现实障碍与破解策略 [J]. 江苏农业科学, 2015, 43(11): 592–596.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2015.11.179

海南休闲农业岛外客源市场开拓 的现实障碍与破解策略

周义龙

(海口经济学院旅游与民航管理学院, 海口海南 571127)

摘要:海南休闲农业岛内客源市场消费能力较差, 还需大力开拓岛外客源市场。但是, 岛外客源市场开拓存在市场、产品、品牌、交通、服务等现实障碍, 因此, 需要明确市场定位, 加强政府支持, 提升服务品质, 实施品牌战略, 开发特色产品, 丰富文化内涵, 创新营销方式, 借鉴外地经验, 破解岛外客源市场开拓障碍。

关键词:海南; 休闲农业; 岛外客源市场; 障碍

中图分类号: F590.8 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2015)11-0592-04

休闲农业是融合农村第一、二、三产业, 集“三生”——生产、生活、生态功能于一体, 实现观光、休闲和农业有机结合的一种新型农业产业形态和消费业态。休闲农业是紧扣时代脉搏的休闲方式, 它能满足人们回归自然、放松身心、分享乡村风情、体验异质文化、购买生态产品的时尚需求, 因此发展休闲农业有广阔的市场前景^[1]。作为一种新型的绿色产业, 休闲农业可以很好地挖掘农业资源潜力、调整农业产业结构、转变农业发展方式、实现农业转型升级、拓展农业产业功能、促进产业融合发展、改善农业经营环境、促进农村文明繁荣、推动农民本土就业、提升农民收入水平、促进社会和谐发展, 推动传统农业生产方式向组织化、集约化的现代农业生产方式转变, 实现 3 次产业叠加的高效益。据统计, 2013 年中国城镇化率已经达到了 53.7%, 休闲农业发展主要依赖的城市居民客源市场潜力巨大。休闲农业发展与美丽乡村建设在海南国际旅游岛建设和经济社会发展中占有重要地位, 是海南建设中外游客度假天堂和海南人民幸福家园的重要手段, 是海南旅游产业发展和农业产业发展的重要组成部分, 也是加快推进海南旅游产业转型升级的重要举措和有效途径, 将会成为海南未来旅游发展的新热点和新亮点。

1 海南休闲农业发展概况

作为全国唯一的热带岛屿省份, 海南素来有着“天然温室、热带果园”的美誉。海南自然资源得天独厚, 农业产业形式多样, 民族文化特色鲜明, 客源市场基础厚实, 发展休闲农业有着独特的优势和潜力^[2]。

近年来, 随着海南乡村规划和配套设施建设的加强, 休闲农业与乡村旅游得以迅速发展, 逐渐形成了以海口、保亭、三

亚为代表的 3 个休闲农业与乡村旅游聚集区。经过这么多年的培育和发展, 海南观光采摘型、民俗观光型、森林观光型、农业科普型和农家乐型等一批类型多样、特色鲜明的观光休闲农业园区迅速发展起来。海南休闲农业发展取得了显著的成效。截止至 2014 年底, 海南全省休闲农业已发展到了 220 家, 资产总额达 55.4 亿元, 直接从业人数 1.8 万人, 间接从业人数 6.7 万人, 带动农户 2.7 万户, 年接待人次 1 100 万人次, 营业收入 8.7 亿元, 呈现出快速增长的态势^[3]。一直以来, 发展休闲农业, 海南政府部门和有关企业不遗余力。

1.1 政策制定

2010 年, 海南省编制完成《海南省休闲农业发展规划纲要》。2013 年, 海南省制定了休闲农业发展规划和配套支持政策。同年, 《海南省乡村旅游总体规划》通过专家评审, 对全省乡村旅游资源进行统一规划建设, 把乡村度假旅游提升到与海洋旅游、文化旅游并列的海南未来三大旅游产品。2014 年 1 月, 海南省委省政府发布《关于进一步加快发展服务业的若干意见》, 明确提出要“扩大农业服务功能, 建成生产标准化、经营集约化、服务规范化、功能多元化的休闲农业产业体系。”《海南省休闲农业发展项目规划》2014 年 11 月出炉, 提出力争到 2020 年, 海南省规模化、集约化休闲农业基地达 1 000 家以上, 创建“全国休闲农业与乡村旅游示范点”20 个, 省级休闲农业示范点达到 200 个。年接待游客 2 500 万人次以上, 带动就业 10 万人, 人均年收入 3.5 万元以上^[4]。另外, 农业厅已经起草并即将出台《支持休闲农业发展的若干意见》, 提出通过进一步优化发展环境、拓宽融资渠道、探索适宜的土地流转机制等, 促进和规范休闲农业发展^[5]。

1.2 组织保障

2009 年, 海南在全国率先成立省级休闲农业发展局, 为全省休闲农业发展提供了组织保证。2011 年 8 月, 海口市休闲农业协会在海南省率先挂牌成立。2013 年 11 月, 海南省生态休闲与乡村旅游企业联盟在海口正式成立, 旨在加强海南生态休闲与乡村旅游企业之间的深度合作和共同发展, 实现海南生态休闲与乡村旅游由观光业态向休闲业态转型升级。整合海南生态休闲业与乡村旅游业资源, 促进海南乡村

收稿日期: 2014-11-17

基金项目: 海南省哲学社会科学规划课题: 乡村旅游对农村小城镇就业和收入影响的实证分析(编号: HNSK(JD)13-06)。

作者简介: 周义龙(1973—), 男, 江西临川人, 硕士, 副教授, 主要研究方向为休闲农业与乡村旅游、旅游文化与管理。E-mail: yeyede@126.com。

旅游更好更快发展。2014 年 10 月,海南成立了海南省休闲农业协会,高举“休闲海南”的大旗,期望带动海南休闲农业产业实现跨越式发展。

1.3 学术交流

每年举办各种休闲农业学术论坛,如中国(海南)－东盟农业合作论坛、中国(海南)国际休闲产业博览会、中国(海南)绿色健康生活产业博览会、海南国际旅游岛建设及热带休闲农业发展论坛、中国(海南)休闲农业国际高端论坛、中国(海南)国际热带农产品冬季交易会学术论坛等,进行休闲农业方面的学术交流,共同为海南休闲农业发展集思广益,献计献策。另外,多年来,海南和台湾广泛开展休闲农业方面的交流合作,自 2010 年台盟中央与海南省政府联合举办“海峡两岸休闲农业(海南)论坛”至今已经连续成功举办四届,琼台两地学、业界汇聚一堂,为琼台休闲观光农业合作发展建言献策。

但是,在海南休闲农业蓬勃发展的背后,城乡差距拉大、农业发展滞后、经济基础薄弱、地方财政吃紧、农村资金缺乏、农村基础设施落后、旅游产品和线路开发滞后、产品特色缺乏和本岛都市人口少、消费能力差、客源市场不稳等问题也在逐渐凸显。由于缺少规范性指导意见和规划,海南休闲农业多处农村,基础设施相对薄弱,旅游设施配套滞后,普遍处于无序开发和盲目发展状态,存在形式单一、布局零散、开发规模小、开发层次低、资源利用浅、重复雷同多,面临有限的市场资源,相互恶性竞争,彼此受伤等诸多弊病。另外,当前海南政府部门对于发展休闲农业的政策还不明朗,企业投资缺乏保障以及自然灾害频繁,农业资源受到威胁,这也构成对休闲农业产业发展的重大障碍。

2 海南休闲农业岛外客源市场开拓的现实障碍

2013 年海南休闲农业接待游客突破 900 万人次,但当年海南本省接待旅游过夜人数多达 3 672.51 万人次,可见海南休闲农业客源市场挖掘潜力巨大,前景看好。2014 年 11 月出台的《海南省休闲农业发展项目规划》明确提出海南休闲农业基地力争到 2020 年年接待游客 2 500 万人次以上。这个任务目标对于当前的海南休闲农业来说,任重道远。对于海南这样一个经济社会发展相对落后的欠发达省份来说,缺乏强大的岛内客源市场支撑,单靠本地客源休闲农业发展难以为继。因此,还需大力开拓岛外客源市场。但是,当前海南岛外客源市场的开拓依然存在一些现实的障碍。

2.1 海南休闲农业岛外客源市场分析

凭借资源优势、环境优势和政策优势,随着国际旅游岛建设的逐步推进和形象的不断提升以及岛内旅游设施的不断完善,来琼岛外游客人数将会大幅增加,这也将为海南休闲农业提供丰富的岛外客源。巨大的市场潜力和广阔的市场前景为海南休闲农业发展奠定了坚实的市场基础。

2.1.1 人口统计特征 (1)年龄。通过调查发现,琼北都市休闲农业区接待岛外游客主要以城市中青年为主,少年和老年旅游者比重较低,今后应该加强对越冬避寒的老年市场产品的开发和宣传。琼南以旅游景点为依托的乡村旅游区外地游客占有较大比重,老年游客的比重比较大,主要是因为三亚是闻名中外的旅游目的地,吸引的外地游客数量岛内最多,独特的热带滨海气候是吸引外地老年游客越冬养生的重要原

因。琼东滨海休闲旅游农业区主要地处热门旅游线路上,外地游客居多,少年、中青年、壮年和老年游客相对较为均衡。琼中部原生态休闲旅游农业区和琼西特色休闲旅游农业区由于地处偏远,旅游开发一直相对较为滞后,所以客源主要来自本地城市居民,岛外游客较少,岛外游客以中青年游客为主,岛外游客的数量和质量均难以和其他地区相比。(2)职业。通过调查发现,海南休闲农业景区游客主要以本地上班族为主,外地越冬避寒客人为辅。海南地处泛珠三角区域边缘,成为珠江三角洲地区城市居民的“后花园”,周末节假日来琼休闲度假游客较多。作为我国唯一的热带岛屿省份,海南气候条件得天独厚,自然环境优越,滨海风光优美,成为冬季热门的旅游目的地,除了吸引大量的岛外休闲度假游客之外,也吸引了很多国内其他地区尤其是北方地区的退休老人来海南越冬避寒,这部分游客构成了海南休闲农业景区客源的重要组成部分。

2.1.2 地域构成 通过调查发现,海南各大休闲农业景区本省游客占 80% 以上,其中大多是周边城镇居民,农村居民较少。大陆和海外游客占比不到 20%,大多来自海南传统的主要客源地如我国的珠三角地区、长三角地区、京津冀地区、港澳台地区和韩国、日本、俄罗斯等地。由于距离的关系和自驾游的发展,海南休闲农业景区广东自驾游游客数量逐年增多。

2.1.3 出行特征 (1)消费水平与结构。通过调查发现,海南休闲农业岛外游客收入水平大多较高,但在景区消费水平不高,与其收入水平不大协调,这主要是因为海南休闲农业普遍没有得到规模性的开发,产品和商品过少,且缺乏特色,难以激起岛外游客的消费兴趣。海南各大休闲农业景区主要以观光体验产品为主,忽视休闲度假市场的挖掘,这也是岛外市场开拓今后需要发展的重点。消费结构方面,外地游客在“行”与“住”等方面的消费比例最高,在“食”“游”“购”和“娱”等方面的消费比例较小。基本旅游消费支出较高而非基本旅游消费支出较低,物质资料消费多而精神资料消费少,观光型旅游产品支出多而度假型旅游产品支出少。因此,从总体来看,岛外游客在海南休闲农业方面的旅游消费层次较低,消费结构不尽合理。(2)交通工具和组织形式。通过调查发现,海南各大休闲农业景区的岛外游客以亲朋好友结伴出游为主,家庭集体出游为辅,在交通工具的选择上以汽车和自驾车为主要交通工具,还有相当一部分岛外游客选择公交车和自行车以及其他交通工具。(3)重游次数及间隔时间 调查表明,岛外游客到海南各大休闲农业景区的游览次数以一次为主,最近一次到海南休闲农业景区的时间距今半年及以上的比重较大。回头客较少,并且游客重游的间隔时间较长,重游率较低。

2.1.4 游客对景区的感应评价 调查发现,岛外游客对海南休闲农业景区的景观质量、环境保护和服务质量等都比较满意,尤其是对景观质量、环境保护的评价最高。但是很多岛外游客认为海南休闲农业景区的产品缺乏本土特色和文化内涵,交通便利情况不佳。

2.2 海南休闲农业岛外客源市场开拓的障碍分析

2.2.1 市场障碍 海南休闲农业单有优越的资源依然不够,充分挖掘客源最为关键。休闲农业主要依托城镇居民,由于

缺乏像台湾、北京、上海、浙江等地休闲农业发展具有大城市的依托,海南城镇居民收入水平不高,消费能力不强,休闲农业游客数量较少,而且消费时间主要集中在节假日,工作日休闲农业旅游消费较少,时间局限性非常明显。海南相当一部分休闲农庄客源不足,经营惨淡。因此,海南不能走北京、上海、浙江等休闲农业发达地区的发展道路,需要大力开拓外地客源市场。

2.2.2 产品障碍 岛外游客反映较多的是海南各大休闲农业产品普遍缺乏本土特色和文化内涵,与外省基本雷同。目前海南休闲农业景区大多都是开展钓鱼、吃农家饭、采摘、住乡间别墅、爬山等传统休闲农业项目,与省外比较,产品雷同,特色缺乏,因此很难激发外地游客兴趣,拓展岛外客源市场。

2.2.3 品牌障碍 品牌建设是休闲农业发展的关键环节。成都“五朵金花”荣获国家 4A 级旅游景区,全国首批农业文化产业示范基地,全国公认的“农家乐”发源地,形成了强大的市场品牌,发挥出强大的品牌效应,显现出无穷的市场魅力。虽然 70% 的游客都是来自成都市及周边的居民,但每年也吸引着三四百万的海内外游客慕名而来。海南没有全国知名的休闲农业品牌,难以发挥品牌效应,吸引岛外游客远道而来,品牌效应缺失明显。

2.2.4 交通障碍 海南孤悬海外,地处偏僻,距离国内主要客源地相对较远,旅游交通不便,旅游成本居高不下,难以有力地吸引岛外客源,这是海南休闲农业面临的一大障碍和难题。另外,海南休闲农业大多依靠荒山、荒坡、荒地、荒岛、荒滩等资源开发兴建起来,大多地理位置较为偏僻,进出景区道路等基础设施建设很多并未跟上,很少开通公交线路直达景区,往来交通不是十分便利,对于岛外游客进出景区带来诸多不便。

2.2.5 营销障碍 海南休闲农业除了一些大型的、知名的景区如呀诺达雨林文化旅游区、槟榔谷黎苗文化旅游区外,一般景区规模相对较小,知名度较低,经营较为分散,重复建设严重,营销意识较差,旅游产品较为雷同,竞争十分激烈等,这些因素导致海南休闲农业企业实行联合营销合作发展的障碍较大。

2.2.6 服务障碍 软件环境滞后,严重影响海南休闲农业的规范化和精品化发展,这是制约当前海南休闲农业发展的一个重大瓶颈。海南休闲农业目前的服务人员大多都是当地农民,知识水平和文化素质不高,业务能力、现代服务意识和技能较差,缺乏有关休闲农业相应的知识、技能和经验,因此,很难给外地游客提供优质服务。

3 海南休闲农业岛外客源市场开拓的破解策略

海南休闲农业要想吸引岛外客源,开拓岛外客源市场,必须走出一条不同于国内休闲农业传统模式发展的特色道路,紧紧抓住海南作为全国唯一热带岛屿省份的资源优势、经济特区和国际旅游岛的政策优势和绝佳人居环境的生态优势,积极利用这么年来在观光休闲度假旅游市场开拓方面奠定的坚实基础,明确市场定位,加强政府支持,提升服务品质,实施品牌战略,开发特色产品,丰富文化内涵,创新营销方式,借鉴外地经验,大力开拓岛外客源市场。

3.1 明确市场定位

岛外客源市场的开拓,需要加强对客源市场的调研和细

分,明确目标市场。海南旅游业经过 20 多年的长足发展,已经形成基本稳定的国内外客源市场。境外客源主要来自日本、俄罗斯、韩国和港澳台等国家和地区,国内客源主要来自长三角地区、珠三角地区、京津冀地区以及国内其他区域中心城市市场,这也构成海南休闲农业发展的主要岛外客源市场。因此,针对岛外客源市场的营销活动主要瞄准俄罗斯、韩国、日本、东南亚等国家和地区以及我国的华北、华南、华东、港澳台等地区。同时,西欧、北欧、北美、中东、澳大利亚和我国中西部地区也应成为日后重点关注和开拓的客源市场。

明确目标市场以后,需要进行市场细分,推出不同旅游主题,吸引岛外游客选择海南休闲农业旅游产品。针对北方客源市场,主要推出特色度假、自游人、越冬避寒游、购房游、节庆活动游、会议奖励游等;针对长三角客源市场,可以开发较高消费的“精玩团”与会议奖励游;针对珠三角客源市场,力推短期度假、民俗风情游、自驾游、自助游、房车游等专项旅游;针对俄罗斯游客,重点推出热带田园风光、中华美食、中医理疗、温泉度假等产品;针对韩、日和我国港澳台等传统市场,力推登山、潜水、婚庆蜜月、乡村高尔夫、温泉疗养和热带山地度假等特色产品。明显的生态反差和季节反差对于澳大利亚、新西兰等南半球国家游客有着相当大的吸引力,值得海南休闲农业主管部门和企业高度关注,尤其是夏季淡季市场开拓。

3.2 加强政府支持

海南有关政府部门需要大力鼓励和扶持休闲农业发展,出台更多的休闲农业发展方面的政策措施和规划方案,拓展农业功能,促进农业产业优化升级,给予休闲农业建设和发展各类优惠政策和财政补贴;同时,鼓励和引导私营企业和民间资本投资休闲农业,鼓励农民以合资入股、投资创业、“公司+集体+农户”等多种形式发展休闲农业。企业有了好的发展条件和政策环境,才能更好地投入财力和精力开拓岛外客源市场。

海南有关政府部门还需要承担起帮助休闲农业企业开拓岛外客源市场的重任,提供各方面的帮助和支持。可以定向邀请岛内外旅行商设计、研发、推广海南休闲农业的产品和线路,制定和落实休闲农业企业开拓岛外客源市场的奖励制度和实施方案。开展地区整体形象宣传和营销时不能忘记对休闲农业的宣传和营销。制定相关政策措施,进一步改善岛外游客出入境管理,简化出入境手续,提高服务水平。联合休闲农业企业和其他旅游企业到岛外客源地进行宣传促销,通过规模营销节约营销成本,提高营销成效。鼓励和支持农民成立休闲农业发展合作社,统一休闲农业的营销推广,发挥联合营销的规模优势,避免农户单打独斗甚至恶性竞争。科学编制休闲农业整体规划,加强农村基础设施建设,规范村镇规划建设管理,按照“一村一品,一村一景”开发原则,特色开发,错位发展,避免了低水平盲目重复建设,通过规模化经营、规范化管理、特色化产品和个性化服务吸引岛外游客。提升休闲农业的服务功能和水平,打造农村一流人居环境和游玩氛围,使得岛外游客行便捷、吃有味、住舒适、玩开心、买称心,来了不想走,走了还想来,促进休闲农业可持续发展。强化休闲农业创新创业和经营管理培训,提高休闲农业从业人员的项目投资和经营管理的能力,通过优秀项目和优良服务吸引外地游客。

3.3 提升服务品质

服务水平的高低是吸引岛外游客的关键要素。许多外地游客,对海南的热带风光美景赞不绝口,但对旅游服务质量抱怨不断。因此,休闲农业景区需要实施农民素质提升工程,积极开展教育培训工作,加强休闲农业人才队伍建设,强化休闲农业服务与管理人员的教育,加强对从业人员的专业知识、职业意识和服务礼仪、服务技能、餐饮烹饪、卫生防疫、治安消防等方面的培训,提高休闲农业讲解员、导游员和接待服务人员等从业人员的素质,从而能够更好地服务岛外游客,更多地吸引外地游客。

3.4 实施品牌战略

品牌战略对于岛外客源市场的挖掘至关重要。需要制定休闲农业品牌建设的扶持措施,培育和引进一批国际知名品牌,推动以品牌为纽带的休闲农业企业的兼并和重组,打造“休闲海南”品牌。摸清岛外游客的口味,提高自身档次和品位,树立海南休闲农业产业品质旅游的品牌。特色相近和产品互补的休闲农业景区可以自愿组建发展同盟和联合营销,强强联合,优势互补,实现规模效益,共同实施品牌战略。要以原有品牌农产品为依托,拓展产业链,缩短休闲农业品牌的成型过程^[6]。为了进一步做大做强婚庆旅游产业,京津冀皖琼五省市将展开跨省市、跨行业的合作,互为婚庆旅游客源地和目的地,开发“一程多站”式婚庆旅游产品^[7]。海南休闲农业企业可以抓住契机,利用优良的自然环境、优美的田园风光、多姿多彩的民俗风情,紧密结合婚庆产品开发,开发特色婚庆旅游产品,打造富有海南地域文化特色的休闲农业婚庆旅游品牌。利用海南独特的资源和优越的环境,打造生态环境、岛屿民俗文化、户外运动、拓展训练、食疗、养生和热带海岛动植物亲近等特色产品品牌。

3.5 开发特色产品

海南当前主要的国内外客源市场,大多休闲农业和乡村旅游起步早、发展快,已经形成成熟、完善的休闲农业和乡村旅游发展体系。因此,海南休闲农业必需充分挖掘海南休闲农业的特色和亮点,结合本地资源特色和优势,针对国内市场,充分利用自身的资源、环境和区位优势,突出热带田园风光、本土乡村文化和良好生态环境,做足“热带风光”“黎乡风情”等独具海南特色的地理元素和文化内涵,海外市场开拓还可以大打“中国传统文化”元素。深度开发,满足岛外游客不同消费需求,针对不同的客户群体推出富有地方色彩和文化内涵的创意产品和特色产品,如南药种植园、海水晒盐体验园、热带水果园、热带花卉园等独具海南特色的休闲农业产品,打造与众不同的异域人文风情,充分展现海南休闲农业的独特魅力。策划开发适合于岛外游客的一日游、二日游及城郊休闲游的产品,适当开展具有浓郁本土特色和地域文化的参与性较强的休闲体验旅游活动,如黎锦织造、树皮衣制作、黎族纹面习俗参观、根雕、泥塑、石艺、杂粮加工、地方美食品尝等特色旅游项目。对于以植物或药材种植为主题的休闲农业景区可以发展食疗、养生、乡村高尔夫、影视拍摄、特种养殖观光、婚纱摄影、婚庆活动、休闲娱乐等特色旅游产品。挖掘开发海南的一些民间剧团、民乐团、民族歌舞等特色文娱活动,设计推出“当一天乡下人”“我到农家过大年”“乡村摄影大赛”“乡村文艺采风”等参与性休闲旅游活动。

3.6 丰富文化内涵

海南休闲农业难以大量吸引岛外游客的重要原因之一就是缺乏本土乡村文化和农耕文化的深度挖掘和利用,军坡节、换花节、三月三等海南传统民俗节日和特色餐饮等古村落文化、农业历史遗存和民俗文化尚未得到深入挖掘,没能形成独具地域特色的农庄文化。应该大力挖掘海南原生态的资源和环境、热带风光、黎苗风情、海岛文化、天涯文化、丝路文化、海洋文化、华侨文化、流放文化及农耕文化,设计和开发具有地方性、体验性和文化性的休闲农业旅游产品。积极推动海口羊山地区古荔枝树群农业生态系统、白沙绿茶农业文化遗产和五指山市梯田稻作农业生态系统农业文化遗产等申报国家重要农业文化遗产,以具有浓郁海南地域风情的特色资源和文化吸引岛内外游客。

3.7 创新营销方式

加强区域旅游营销合作,成立专门营销机构,有计划地组织营销推广,携手抱团共同进行岛外客源市场营销;运用数据库在国际市场推广休闲农业旅游,开拓国际客源市场;引进国内外大旅行商,同时也为有实力的休闲农业企业“走出去”提供平台和机会;积极参加国际国内旅游交易会,制作内容丰富、装帧精美的休闲农业画册投放市场;鼓励外国公司的中国总代理旅行社在海南设立分社;增开国内外主要客源地到三亚、海口的航线;积极筹划在客源地国举办的“中国年”的“海南旅游日”活动;邀请岛外大旅行商和国内知名旅游媒体来海南实地考察和采访报道,体验和推广休闲农业度假产品;继续加强与海南电视总台、共青团海南省委等媒体机构和政府部门合作共同开展休闲农业宣传推介活动,打造好“农旅时空”展播平台;充分利用广播、电视台、报刊、杂志、网站、手机短信、微博、微信等多种媒介进行宣传推广,在海南主流媒体开设休闲农业专版和专栏;在携程、同程、艺龙、途牛等旅游网站上,通过线上开展营销;举办具有海南地方特色鲜明、民俗风情浓郁的休闲农业和乡村旅游节庆活动;围绕休闲农业主题谱写制作主打歌曲和拍摄风光片、纪录片和影视剧;尽早开通海南休闲农业 GPS 卫星导航系统,充实与完善海南休闲农业网的内容;在主要客源地举办大型推介会和开展培训交流活动,与当地的大型有实力的组团社合作,提供各种差异化产品,针对不同客户群开展精准营销;继续推行香港海南“一程多站”合作模式,联合旅行社和航空公司设计针对性的“香港+海南”的一程多站散客线路;海南休闲农业企业还可以在在产品项目开发、旅游线路设计及岛外市场促销等方面加强与旅行社和周边景点景区的合作,实现资源互补、市场共享,丰富旅游产品,扩大旅游市场。

3.8 借鉴外地经验

一些国家和地区由于休闲农业起步较早,发展较为成熟,在市场开拓方面积累了许多的宝贵经验,值得海南学习和借鉴。英国、德国等一些国家的政府财政划拨乡村旅游专项促销经费并且争取做到逐年提高;美国州政府在农业厅下设立专门的乡村旅游委员会,进行市场推广和开拓,为农户提供市场信息和帮助服务。

我国台湾休闲农业至今已走过 24 个年头,起步早、发展快,已经迈入规范化、规模化、现代化轨道,“富丽乡村”建设模式成熟。海南与台湾地理位置相近、自然环境相似,人文习

施 烨,王怀明,沈建新. 基于农民专业合作社视角的农产品滞销原因分析及其对策[J]. 江苏农业科学,2015,43(11):596-598.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2015.11.180

基于农民专业合作社视角 的农产品滞销原因分析及其对策

施 烨^{1,2}, 王怀明², 沈建新¹

(1. 江苏省农业科学院, 江苏南京 210014; 2. 南京农业大学金融学院, 江苏南京 210095)

摘要:当前公务消费大幅下降,主营有机、绿色、无公害等特色高端农产品的农民专业合作社产品销售受到严重影响;但从长期来看,这类农产品的滞销只是短暂现象,是农民专业合作社未对其销售渠道变化做出及时反应和适应的结果。笔者通过走访将研究目标锁定在生产有机、绿色、无公害等特色高端农产品的农民专业合作社。本研究以江苏省句容市的 274 家农民专业合作社为例,结合农民专业合作社滞销的背景以及专业合作社运营的特点分析农产品滞销的原因,并从信息对称与市场意识的增强、数字网络的运用、完善顶层设计下的营销和金融服务等方面提出解决对策。

关键词:农民专业合作社;农产品滞销;三农;原因分析;对策

中图分类号: F321.42 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2015)11-0596-03

不少农民专业合作社虽经营着与现代消费理念相适应的有机、绿色、无公害农产品项目,目前却面临着产品价格腰斩、缺少买主的销售困境。究其原因,是因为这些农民专业合作社过去大多依赖于以集团客户采购为主的销售渠道。而“八项规定”出台,“三公经费”的支出日益规范化,公务消费大幅减少,部分农产品终端消费市场由此呈现低迷状态,尤其是有机、绿色、无公害等有特色的高端农产品大量滞销。

收稿日期:2015-08-18

基金项目:江苏省财政项目(编号:JSCZ11003)。

作者简介:施 烨(1991—),女,江苏如东人,硕士,主要从事农业经济管理研究。E-mail:jsrdslye@sohu.com。

通信作者:沈建新,研究员,主要从事农村金融方面的研究。
E-mail:sjxjaas@126.com。

俗相通,可以借鉴台湾休闲农业发展与“富丽乡村”建设的先进经验,大力培育规范农业合作经济组织,充分发挥其在宣传促销和市场开拓等方面的作用,提高休闲农业的组织化程度。北京、上海、四川等休闲农业发达地区大多都会扶持壮大龙头企业,大力推进休闲农业产业化经营,大力开拓国际国内客源市场,这方面的经验也值得海南学习和借鉴。

4 结束语

开拓岛外客源市场,海南还有很多事情要做,前途很光明,任务也很繁重,道路也很艰难。海南应该大力整合一、二、三产优势资源,抓住新型休闲农业的突破口,带动休闲农业产业跨越式发展,助推国际旅游岛建设。充分利用城乡差异、地域差异、季节差异、生态差异等特色 and 优势,破解岛外客源市场开拓的现实障碍,吸引岛外游客前来海南消费休闲农业旅游产品,努力把海南每年 4 000 多万的潜在客源变成现实客源,也使更多的岛外旅客能够成为海南休闲农业的“回头

客”,从而推动海南休闲农业产业持续、健康、稳定发展。

2015 年 7 月笔者调查走访得知,江苏省句容市共有农民专业合作社 274 家,其中滞销合作社比例达 90% 左右,这些合作社均以草莓、桃子、葡萄、苗木等有机、绿色、无公害农产品的种植为主,失去了集团客户销售渠道的支撑,其农产品大量滞销。2014 年句容市共生产 50 万 kg 有机大米,滞销 15 万 kg;老方葡萄专业合作社,以有机葡萄的专业化生产闻名全国,2015 年葡萄滞销量达到产量的 33%,且其价格大幅下降,2014 的收购价约为 6.0 元/kg,而 2015 年只能卖到 3.0 元/kg,总收入仅为 2014 年同期的一半。

针对以上现象,本研究将目标锁定在生产有机、绿色、无公害等特色高端农产品的农民专业合作社。在市场销售渠道发生变化的今天,各农民专业合作社只有结合自身优势,找准市场定位,生产适销对路的农产品,才能保证农产品畅销,最终实现增收致富。

客”,从而推动海南休闲农业产业持续、健康、稳定发展。

参考文献:

- [1]尹正江. 海南休闲农业发展条件、瓶颈与对策[J]. 广东农业科学,2010(4):269-272.
- [2]金昌波,符 总. 做好提案办理工作 推进休闲农业发展[N]. 海南日报,2013-10-24(A01).
- [3]李学山. 海南休闲农业发展 220 家 年接待旅客 1 100 万人次[EB/OL]. (2014-07-30)[2015-10-09]. <http://hi.people.com.cn>.
- [4]况昌勋. 海南出台休闲农业发展规划 以海口三亚为重点[N]. 海南日报,2014-11-05.
- [5]丁 静. 《人民日报》刊文关注海南休闲农业发展[N]. 海南日报,2014-11-10.
- [6]莫成雄. 海南发展休闲农业前景如何?[EB/OL]. (2009-12-14)[2014-11-01]. www.szuca.org.cn.
- [7]许春媚. 8 月起海南各涉旅机构奔赴各大客源市场做推广[N]. 海南日报,2014-08-20.