

## 彭州市通济镇 搭平台扩销路 通济山货变“俏货”



山货“触电”变网红。

“谷贱伤农”是农业生产中常见的社会经济现象，意思是说丰收的年份，农民的收入不增反减。过去，彭州市通济镇凤坪村的村民也曾遭遇类似情形，以竹笋为代表的山货产量很高，但价格却被游商“杀”得厉害，导致产量高产出不高。如何让农民的山货既增产又增收？近日，记者专访了通济镇党委书记周琳。周琳透露，凤坪村今年利用闲置的卫生站建起了“众享·坪台”山货销售市场，拓宽销路，为村民带来实惠。以竹笋销售为例，这一季平均每斤比市场价高出0.3元。曾经的买方市场逆转为卖方市场，农民的荷包也越来越鼓。

### 搭建“众享·坪台” “山货”开始网上卖

凤坪村地处龙门山山腰，气候温和、雨量充沛。坐拥良好的自然条件和独特的生长环境，凤坪村广泛发展以竹笋、洋姜、瓜果蔬菜、三木药材为主的种植业。特别是笋类，每年出产竹笋约300万至400万斤，还有产量不少的山黄爪、嫩南瓜、栏杆豆、野生雪芽菜、枳壳包、蕨苔、折耳根等山货。过去，因销售渠道不多、游商散贩上门收购打压价格，

导致农户光吃苦不致富。面对现状，今年在通济镇党委、政府的领导和支持下，凤坪村“两委”发动群众利用闲置卫生站打造了以山货市场为核心的“众享·坪台”，开启了“党建引领、群众参与”的致富增收探索。

“众享·坪台”建好后，电商成为新农具，直播变为新农活，山货变为“网红”。电商团队“鲜采世家”嗅到了商机，相

中这里有场地、有空间、有产品的优势，主动与凤坪村对接，洽谈后即决定入驻，次日带货。村里特产“触电”后，不仅在省内广受欢迎，还远销北京、上海等地，日销售单量从早期的三四十单猛增至现在的上千单。不仅提升了销量，也提振了凤坪村民的种植信心。“山货能在网上卖，明年我还要多种点。”一位村民对通济镇帮助打开销路大加赞赏。

市场建起来，还得“活”起来。凤坪村几家从事农产品销售的党员户联合成立了合作社，承接了山货市场运营。因为收货周期长、收货地点固定、收购价格更高，山货市场在今春的竹笋销售中“一炮打响”，得到周边村民的广泛认可。“市场建起来以后，附近村民都喜欢把笋子拿到我们这儿来卖，除了本村，还有磁峰、海窝子、圆通坝、天台山等村（社区）的笋子都来这里交易，今年以来我们村交易的竹笋总量超过78万斤。我个人日均收购量也超1万斤，比去年同期增加了20%，预计这个数据还要持续上涨。”山货市场坐商王敏透露。

“接下来，我们将继续以产业发展为抓手，充分调动农户积极性，促进农产品规模化种植。引入冷库和风干机等现代科技，逐步健全农产品产业链。探索纯销售向粗加工转变和粗加工向深加工进阶，提高农产品附加值。积极对接大型商超和食品工厂，扩大农产品销售渠道。真正打响凤坪山货品牌，带动群众增收致富，让更多村民共享乡村振兴发展成果。”周琳表示。

### 信义积分制“上线” 助推乡村振兴

过去，游商散贩进村收购山货，压价不说，村民还得“追着”卖，生怕错过了销售时机，导致卖山货和干农活之间时常有冲突。“众享·坪台”建好后，坐商以此为阵地，村民随时来随时卖，不再担心因忙农活儿而无法及时卖山货。“以前卖笋子靠自己联系商贩来收，不仅要将就他们的时间，还担心卖不出去。现在有

了山货市场，随时挖随时卖，不耽误干活儿。”村民直夸“村上干了件大好事”。

据悉，凤坪村还采取信义积分制，村民每销售一单可获得相应信义积分，积分则可兑换农资，进一步促进农业生产。除了山货“触电”、坐商稳市，凤坪当地回乡创业青年童爽还发挥长期经营农产品的渠道优势，将凤坪竹笋卖进了

商超，提升凤坪竹笋销量和品牌效应，促进农民增收，助推乡村振兴。

“众享·坪台”建成改变了过去村民卖货的“弱势地位”，从“买方市场”过渡到“卖方市场”，购货端引入了竞争，今年凤坪村笋销售季，总计增收百万余元。“今年我们每亩至少多了一千到两千元。”一位村民告诉记者。

### 打响凤坪山货品牌 带动增收致富

“‘众享·坪台’山货市场是党建引领基层治理和产业发展的一次探索，以共建、共

治、共享理念，通过村级基层党组织（村委会）引导、社会组织（合作社）带领、村民（农户）

自发参与的方式，多方联动共同促进产业发展，解决群众急难愁盼问题。”周琳表示。

华西社区报记者 李玥林