

购买队伍，给文山山药产业以充分的信心。初步统计，从20日到29日记者截稿时止，短短10天，销售点已经卖掉了整整80吨山药。

揭秘：“先锋公益”的力量

火爆的销售，离不开各大爱心媒体背后的鼎力支持。

在活动开始之初，云岭先锋积极协调各大媒体进行宣传报道，所以，“情牵文山滞销山药”云岭先锋公益行动启动的消息刚一发布，人民网云南频道、新华网云南频道、云南日报、云南网、春城晚报等中央和省级媒体第一时间播发消息。

云岭先锋微信公众号单条消息阅读量短短几小时就快速破万，不少网友也纷纷留言点赞。有网友表示，农产品滞销的原因多是在流通环节出了问题，而目前云岭先锋公益行动帮农户解决掉的正是这个问题，让山药从田间直接到达市民面前，价格实惠，自然受热捧。

活动开始后，云南电视台、昆明电视台、文山市电视台等多家媒体记者多次到销售现场采访。

在之后的几天里，不少市民正是通过各类媒体的报道后才赶到销售点进行购买的。

短短几天时间，活动不仅吸引了众多市民，还引发了各方关注，影响力不断扩大。云南省特色农产品流通行业协会有关人员闻讯前来调研，跟红甸乡政府领导、山药行业协会负责人就产业出路等进行交流。

一些企业的负责人也来到销售现场与马自然商谈合作事宜，尽管目前还未达成协议，但已经足够让马自然激动。更有爱心商人表示，愿意在仓储场地方面，给予他们帮助。

在安宁开饭店的杨继才专程开车赶来购买山药。“虽然我买的不算多，但是如果其他的餐饮店、高校食堂以及工厂等都来买一些，滞销问题估计很快就能解决。”杨继才呼吁，要解决滞销难题，除了发动市民购买，上规模的单位和企业食堂也应积极参与。

支招：如何避免遭遇“滞销”

在文山低价还卖不出去的红甸山药，来到昆明后摇身一变，成为市民抢购的“香饽饽”。发生这一变化，并非偶然。

实践证明，一种好产品要解决好销售问题，首先是市场研判要准确。早在山药出现滞销之

初，本刊记者就已经赶到红甸当地进行调查，在当时，因为销路无法打开，4000余吨待销山药很有可能直接烂在地里。在红甸山药200多年种植历史上，如此大的销售危机还是首次出现。面对一筹莫展的种植户，尽管当地政府部门采取多项措施、动员多方力量帮助红甸乡解决山药滞销问题，但收效甚微。

而经过对价格成本进行评估等大量的前期调查工作后，云岭先锋杂志社认为，这个产品是有前景的，只要运到昆明应该能占据一定市场。10天卖了80吨的事实证明，滞销的红甸山药走进市场后，有着巨大的潜力。

其次，也是最重要的一点，要整合各方资源，搭建好销售平台。比如，各大爱心媒体不遗余力地宣传报道，各大消费群体需求信息的互通等。这些都给山药销售带来了源源不断的客源。

另外，就是要树立起“走出去”的意识。这次公益行动的成功给了马自然极大的触动。他发现，红甸山药的滞销原来并非偶然，山药产业链上的任何一个环节出现问题，都有可能造成滞销，而对于红甸山药，目前的现状是每一个环节都不成熟。即便通过云岭先锋搭建的平台来到昆明后，货源准备、分装、销售、工作人员培训等环节也几乎都是从零开始。

在没有走出红甸的时候，马自然和当地种植户们并没有发现这些问题。所以，破解农产品滞销难题，除了在种植、生产上下功夫外，最重要的一点是要主动“走出去”。而这对于目前红甸的山药种植户而言，几乎还是一个空白。

即便是红甸乡乡长何跃坚，在决定带着协会到昆明宣传销售之初也心怀忐忑：如果活动效果不好，必定会打击协会闯市场的信心。好在事实证明，这样的担心是多余的。

何跃坚表示，这次云岭先锋公益行动给了自己和协会很大的信心，也让大家看到了山药市场的前景。另外，也正是在这次活动中，发现了很多亟待解决的问题，比如山药品牌打造问题、种植技术和信息对称问题、流通环节的销售问题等等。

这次活动还让何跃坚意识到，农村青年对商品意识的匮乏是造成红甸山药多年来原地踏步的重要原因。他认为，未来在抓好种植、生产和加工的同时，还要加强当地人的商品意识，引导大家主动闯市场，利用互联网拓展销售渠道。

本刊记者 保磊

栏目编辑：杨建乐