

值？在田野看来，把标准化做到极致，可以根据客户需求量身打造品质标准，这既是对消费者的尊重，也提升了对市场的把控能力。“消费者购买水果时，经常会买到不甜或坏掉的水果。”田野说，而国外进口的高端水果，在出厂时都进行了严格分选，保证了水果的品质，这也是消费者愿意花高价购买进口水果的原因之一。

精准定位 细分渠道

传统的农产品销售模式是批发商从产地收货后，再运到各类批发市场进行分销。而佳果农业采取的是原产地供应链销售模式，公司会根据商家的具体需求，为他们提供符合其消费群体需求的产品。

“前期我们对收购的农产品进行精准分选，就是为了后期的‘按需分配’。”田野介绍说，商家是最了解消费者消费习惯的人，按照需求为消费者配送产品，才能实现收益最大化。目前，佳果农业与全国 260 余家商家建立了良好的合作关系，这其中既包括盒马鲜生、百果园等对品质要求较高的商家，也有各类大型商超，以及淘宝、抖音等平台头部主播。“对于大型商超，我们会用货运车辆将产品运达对方手中；对于高端客户或者有特殊要求的客户，我们也会采取礼盒或者小包装分装，再通过物流发货。”田野说。

佳果农业目前的销售额约有 70% 来自电商销售，基本实现了对主流电商平台销售的全覆盖。那么，已建立较为完善分选系统和物流系统的佳果农业，为什么不打造自有品牌直面消费者，而要开展电商销售呢？对此，

田野给出了自己的答案——把专业的的事情交给专业的人来做：“各大平台的销售不仅要直面消费者，还要跟平台的管理者打交道，需要较强的沟通协调和处理突发状况的能力，这恰恰是我们所欠缺的。”

在田野看来，真正懂得农产品全套生产流程的经营者大部分都是长期扎根基层的中年人，他们不善言谈，也不符合目前大众对头部主播的审美要求。同时，建立完善的电商销售团队也需要多方面的投入。而按消费者要求为成熟的电商团队供货，既节约了成本，也可以有更多的时间和精力在提升产品品质上下功夫。

技术升级 增加收入

田野表示，通过将收购的农产品进行分选，再按照消费群体的消费习惯，采取原产地供应链的模式，提供给各个销售渠道最适合的产品。近年来，销售市场越来越宽，促进了企业的农产品生产迈上新台阶，让企业辐射带动农户的作用发挥得越来越好。

目前，佳果农业拥有柑橘、葡萄、软籽石榴等水果种植示范基地。以前，公司派技术人员前去指导合作社和农户，但对方的积极性并不高，因为水果最终的售价差别并不大。而如今，佳果农业在收果时，不仅在果品品相方面有明确的要求，对内在的糖度标准也有要求，糖度的高低直接影响到收购价格的高低。农户更加希望增加科技投入，多产好果和优质果，卖出好价钱。

本刊记者 王学勇 / 文图