

乡村振兴战略背景下田林县八渡笋产业发展现状及对策研究

莫蕙萍^{1*}, 农凤乐¹

(1.百色学院文学与传媒学院, 广西壮族自治区百色市, 533000; *通讯作者, 2247675176@qq.com)

摘要: 田林县是“中国八渡笋”之乡, 在乡村振兴战略背景下, 八渡笋产业发展取得显著成效, 但其在销售上仍面临着产品质量标准体系不完善、产品附加值低、销售渠道单一、品牌知名度不高等问题与挑战。根据实地调查研究, 我们特提出提升产业生产规范化、标准化水平; 深化产品加工与附加值提高; 拓展产品销售渠道; 强化品牌建设与推广等建议, 以促进田林县八渡笋产业可持续发展, 实现农民的多重增收, 为乡村振兴注入新鲜活力, 实现产业助农兴农目标。

关键词: 乡村振兴战略; 八渡笋产业; 销售对策; 田林县

引言

乡村振兴战略是中国特色社会主义进入新时代的一项重大战略部署, 党的二十大报告中提出了全面推进乡村振兴的具体要求, 即“坚持农业农村优先发展, 坚持城乡融合发展, 畅通城乡要素流动”[1], 在乡村振兴战略深入落地实施的背景下, 发展“三农”极为重要。田林县积极响应国家号召, 立足自身特点, 大力发展特色竹笋产业。竹笋, 自古以来就被当作“菜中珍品”, 而八渡笋, 作为广西壮族自治区田林县特产, 是中国国家地理标志产品, 以其脆嫩、口感鲜美、营养丰富而深受人们喜爱。笋中含有较丰富的蛋白质、氨基酸、磷、钙、镁等微量元素, 不仅具有丰富的营养物质, 而且具有帮助消化、减肥降压、解毒利尿、清肝明目、防癌抗癌等功效[2]。

田林县八渡笋产业是百色重要的经济产业。近年来, 田林县坚持以创新理念全面推进八渡笋产业化, 着力构建以强龙头为引导、新链条、新业态、新品牌为导向的八渡笋产业, 加快农业农村现代化步伐, 推动农业基础更加稳固、农村地区更加繁荣、农民生活更加红火。但是, 现阶段八渡笋产业发展仍面临着产品质量标准体系不完善、产品附加值低、销售渠道单一、品牌知名度不足等问题与挑战[3]。因此, 我们对田林县八渡笋产业的发展现状、发展所面临的生产销售问题进行全面研究, 深入分析产业发展过程中存在的生产分散化、产品质量良莠不齐、产品销售低级化问题, 并提出有效的对策措施, 以增强田林县八渡笋销售规模, 构建八渡笋的专属品牌, 提升八渡笋产业的竞争力, 促进产业的可持续发展, 增加农民收入, 推动田林县乡村振兴战略的顺利实施, 同时也为其他地区特色农业产业的发展提供可行之策。

1. 八渡笋产业发展现状

1.1. 生产

多年来, 田林县狠抓八渡笋生产, 大力发展特色产业。从2017年至2025年利用8年时间达到50万亩的笋、竹两用林生产基地, 着力打造中国八渡笋品牌, 把田林八渡笋培育成为田林县农业产业化支柱产业, 形成了六隆镇平细村一带创建田林县八渡笋产业(核心)示范区。示范基地形成以六隆为主, 民间零星竹林为辅的生产格局。八渡笋种植面积超过20万亩, 年产值超过2亿元。2022年笋干产量达到5200吨, 产值超2亿元, 经济效益大幅提升。

1.2. 销售

在销售模式上, 小规模农户主要通过以下两种途径进行销售: 一是农户将鲜笋加工为笋干后, 通过八渡乡本地的集贸市场进行销售; 二是农户直接销售未经加工的八渡笋原产品, 这些鲜笋被商人收购后运回本地

加工，随后销往南宁、柳州、浙江、武汉等大型城市[4]。八渡笋大规模生产采用“党支部+企业+合作社+农户（含脱贫户）+基地”“五位一体”综合发展模式，构建帮扶工坊为脱贫人口提供就业岗位并激励农户入股合作社投身于八渡笋栽培与营销之中，从而形成利益联结机制。此模式旨在实现“党支部发挥引领作用、党员展现先锋作用、群众获得实际利益、集体经济增收”的共赢目标，为八渡笋的销售提供坚实支撑，有力推动“三农”问题的解决与乡村振兴进程。田林县政府的主导企业提供技术指导，双方协同推动农户生产积极性并免费供应笋苗、肥料以及开展技术培训与指导，最终提升八渡笋的产销。

在销售渠道上，八渡笋的线下销售主要通过特产批发商、购销部以及合作社等进行。在广西区百色市田林县八渡乡等地，有专门的特产批发商进行八渡笋的批发销售，也有类似于田林县六隆镇农氏八渡笋购销部的购销部进行八渡笋的收购与销售。此外，一些合作社也积极参与八渡笋的线下销售，如笋农个人也会与饭店、市场商贩形成合作，为其提供货源。随着互联网技术的发展，网络销售也成为八渡笋销售的主要渠道。一些公司会从笋农手中收购八渡笋进行深加工之后借助电商平台，通过网络宣传使八渡笋销往各地。网络销售不仅突破了地域限制，使八渡笋在全国各地甚至是世界各地流通，让更多人能够品尝到这一特色美食，也打破了线下销售的局限，为八渡笋产业带来了更广阔的市场和更多的发展机遇。

2. 田林县八渡笋产业发展存在的问题

2.1. 产品质量标准体系不完善

现阶段田林县八渡笋产业在发展过程中，产品质量标准体系不完善的问题日益凸显，严重制约了其产品销售与长远发展[5]。从种植源头上看，八渡笋缺乏先进的种植技术和统一的种植标准，在土壤管理、施肥、用药等环节操作失调，出现过量使用化肥与农药等现象，使八渡笋农药残留隐患增加。在产品加工过程中，田林县八渡笋缺乏专业的检测机构，产品蒸煮时间、腌制比例、烘干程度等没有统一的检测规范，产品的口感、色泽、营养成分等方面不佳，这也导致市场上销售的八渡笋产品质量参差不齐。不完善的产品质量标准体系不仅降低了消费者的购买体验，也影响了八渡笋的品牌形象。

2.2. 产品附加值低

现阶段田林县八渡笋产业虽然已具备一定发展基础，但是由于该产业发展缺乏精深加工企业，产品加工链条较短，八渡笋产品仍主要以原产品和初级加工品的形式出售，如鲜笋、笋干、酸笋等，虽具有地方特色，但是却缺乏深程度加工环节，产品加工停留在低层次，导致产品附加值较低，成为制约其产业发展的一个重要瓶颈，不仅影响了消费者对产品的选择和购买意愿，更限制了八渡笋产业的增值空间和盈利能力，进而影响了笋农的收入和产业的持续发展。

2.3. 销售渠道单一

现阶段田林县八渡笋产业的销售渠道较为单一，主要依赖传统的线下渠道销售，例如目前大部分的八渡笋产品都是由周边居民购买或者小商贩收购，并且销售场地主要是本地的农贸市场，规模小且相对零散，这导致八渡笋产品的市场覆盖面极为有限，市场份额占比较小，这也在很大程度上限制了八渡笋产品销量的提高。此外，为了防止产品积压、有时甚至出现烂在村口也无人问津的现象出现，许多笋农将笋批量出售给前来收购或者是当地的批发商，之后批发商把产品分售给个零售点，环环相扣，这在一定程度上降低了销售的自主性和稳定性，同时也削弱了产品的市场竞争力。

2.4. 品牌知名度不足

田林县八渡笋虽口感鲜嫩，营养丰富，品质优良。但是现阶段其产品销售仍面临着品牌知名度不足的问题与挑战，这在很大程度上制约了其产业发展。据了解，在品牌塑造上八渡笋产区的许多笋农和相关企业仍采取传统生产经营模式，将大多精力集中在八渡笋的种植与初步加工环节，缺乏品牌建设意识。同时八渡笋产业目前资金和政策支持相对匮乏，宣传渠道也极为有限，开展宣传活动的频率和规模都远远不够，这使得八渡笋在市场中缺乏鲜明独特的品牌形象，品牌建设和推广难度较大。

3. 田林县八渡笋产业发展对策

3.1. 提升产业生产规范化、标准化水平

为规范田林县八渡笋产区安全生产管理，提升八渡笋产业生产规范化、标准化水平，促进产业集群发展，田林县可以在相关国家生产规定的基础上，结合八渡笋产区具体实际，制定出适用于八渡笋产区的相关

产出标准，同时田林县应积极完善八渡笋产品的检测机构和人员培训，以期实现八渡笋产业“统一技术规程、统一生产标准、统一质量”三统一，保障八渡笋产品品质。此外，田林县应加大政策支持力度，推出资金补贴、信贷支持等优惠政策，提振产业规范化、标准化生产的信心。

3.2. 深化产品加工与附加值提高

为提升八渡笋产业精深加工水平，提高产品附加值，田林县可以引进龙头企业，并鼓励和支持其进行产品创新，研发出笋脯、清水笋、调味笋等新型产品，扩大产品的客源市场。同时，田林县应积极与其他产业融合发展，延长产业链，实现多元化发展[6]。田林县可以通过八渡笋产业与地方旅游业、文化产业的融合发展，打造以八渡笋为主题的乡村旅游线路和笋文化体验活动，如举办特定的八渡笋文化节等，在提高游客对八渡笋的了解的同时丰富游客体验感，增加产业收入。

3.3. 拓展产品销售渠道

为拓展产品销售渠道，田林县可以从完善线下销售渠道体系和拓展线上销售渠道模式两个方面着手。在完善线下销售渠道体系方面，首先，田林县可以推广“八渡笋产品+直销”销售模式，建立起产地直销的销售渠道，使产品的质量和品质得到更好的保障。其次，田林县可以开展“龙头企业+专业合作社+农户”销售模式，通过引进龙头企业，提高八渡笋产业的精深加工水平，同时积极鼓励农户成立或加入八渡笋专业合作社，进一步推动八渡笋产业的规模化生产、标准化管理和品牌化营销。此外，田林县可以开展“八渡笋产品+超市与餐饮”销售模式，通过与大型超市与相关餐饮企业合作，提高八渡笋的销量。

在拓展线上销售渠道方面，近年来科技发展，网络发达，田林县应当抓住科技发展契机，通过构建“八渡笋产品+网络电商直播”销售模式[7]，邀请网红明星或培育本土化的农民带货博主在社交平台介绍笋干、即食笋片、调味笋等具有八渡笋特色的产品以及相关促销活动[8]，同时完善农村电子商务体系和现代化冷链物流运输基础设施，使消费者能够快速、安全的收到所购产品。此外，田林县可以利用社群组织，推广“八渡笋产品+社群组织”销售模式，通过建立线上微信群、QQ群等社交网络群体，聚集对八渡笋感兴趣的消费者，并通过视频等形式展示笋农砍笋、剥笋、晒笋等生产过程，增强消费者的信任度，之后进行团购、限时打折等促销活动，实现销售转化，形成口碑传播。

3.4. 强化品牌建设与推广

在乡村振兴背景下，为了实现乡村农业振兴、经济增长的目标，田林县应强化品牌建设和推广，走品牌化销售之路。田林县首先需要明确好八渡笋的品牌定位，从形象定位、地理定位、渠道定位等方面出发，将八渡笋品牌定位为具有地方特色的形象。其次，田林县应积极引进和推广先进的种植技术和加工技术[9]，促进八渡笋的产量和质量提高，增强消费者对八渡笋这一品牌的信任，吸引和保留客源。最后，田林县可以深入挖掘八渡笋产业发展的历史背景和文化内涵，如通过举办壮乡民族文化活动，增强品牌的内涵和吸引力。

4. 结语

综上所述，近年来在乡村振兴战略背景下，田林县八渡笋产业发展已经取得一定的成就，但仍面临销售渠道单一等问题与挑战。而基于以上分析，我们深刻认识到通过提升产业生产规范化、标准化水平；深化产品加工和附加值提高；拓展产品销售渠道；加强品牌建设与推广等策略的优化，能够有效打开八渡笋产品的销售市场，提高八渡笋产品的销量，推动实现田林县乡村经济振兴。未来，田林县八渡笋产业发展需积极探索，有效采取以上发展对策，以期实现更高质量的发展。

基金项目

2024年自治区级大学生创新训练计划项目“回眸一笑百媚笋——以数字营销赋能助农帮扶”（202410609193）

参考文献

- [1] 杨艳. 乡村振兴战略下特色农产品销售渠道路径研究[J]. 全国流通经济, 2024, (23): 21-24.
- [2] 梁建福. 开发田林八渡笋资源的前景与措施[J]. 资源开发与市场, 1995, (05): 234-236.
- [3] 凌聪, 梁力升, 张雄森. “联姻”螺蛳粉田林八渡笋产业提质升级[J]. 农家之友, 2021, (03): 19.

- [4] 王小娜,覃海珊. 广西林产品市场的调查分析——以田林八渡笋为例 [J]. 市场论坛, 2008, (06): 33-35.
- [5] 刘秋萍. 考虑质量标准的品牌农产品质量投入与销售策略研究 [D]. 西南交通大学, 2022.
- [6] 张雅萍, 曾蕾. 西南边疆县域农业数字化转型驱动农业新质生产力发展研究 [J]. 云南社会科学, 2025, (01): 40-50.
- [7] 周冰捷, 刘晓飞. 数字化背景下茶产品营销策略探索——以南京雨花茶为例 [J]. 现代商业, 2024, (22): 7-10.
- [8] 罗文珊, 谭强, 何冬雪, 等. 八渡笋复水的质构分析及即食工艺 [J]. 食品工业, 2019, 40(12): 97-100.
- [9] 张昕. 数学建模在茶叶销售策略中的运用研究 [J]. 福建茶叶, 2024, 46(12): 37-39.